

Positionspapier

„Lootboxen“ in Games

Stand: 11. Oktober 2019

**game – Verband der
deutschen Games-Branche**

Friedrichstraße 165
10117 Berlin

www.game.de

Ansprechpartner

Maren Schulz
Leiterin Politische Kommunikation

T +49 30 2408779-15
maren.schulz@game.de

11 Fakten über Lootboxen

1. Lootboxen sind Spielelemente, die in manchen Games eingesetzt werden. Sie enthalten virtuelle Gegenstände wie Verkleidungen, sogenannte Skins, oder Ausrüstungsgegenstände.
2. Spielerinnen und Spieler können Lootboxen käuflich erwerben oder mit dem Erreichen eines bestimmten Spielziels bekommen. Der Kauf von Lootboxen ist immer freiwillig, zum Erreichen des Spielziels sind sie nicht erforderlich.
3. Spielerische Vorteile erlangen die Spielerinnen und Spieler mit den Inhalten aus der Lootbox in den allermeisten Fällen nicht.
4. Lootboxen enthalten immer einen vorher genannten Umfang an virtuellen Gegenständen und Zusatzinhalten. Lediglich die exakten Inhalte sind nicht bekannt, so wie auch bei Panini-Sammelbildern oder Überraschungseiern.
5. Virtuelle Gegenstände aus einer Lootbox können im Spiel nicht gegen Echtgeld getauscht werden.
6. Der Großteil aller Spielerinnen und Spieler gibt kein Geld für freiwillige Zusatzangebote aus.
7. Für die Entwickler und Publisher von Computer- und Videospiele sind Zusatzangebote, zu denen auch Lootboxen zählen, eine wichtige, zusätzliche Erlösquelle, mit der es gelingt, trotz stark gestiegener Produktionskosten, die Preise für Spiele konstant zu halten.
8. Ein Verlust des eingesetzten Geldes, wie bei Glücksspielen elementarer Bestandteil, ist ausgeschlossen. Spielerinnen und Spieler erhalten immer einen Gegenwert in Form virtueller Inhalte. Viele Plattformen und Spieleentwickler geben an, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein bestimmter virtueller Gegenstand erworben wird oder planen dies zu tun.
9. Lootboxen sind für die allermeisten Spielerinnen und Spieler kein entscheidendes Motivationselement ein Spiel zu spielen. Sie führen daher nicht zum exzessiven Spielen oder exorbitanten Ausgaben.
10. Eltern können den Kauf von Zusatzinhalten verhindern, indem sie den Kauf systemweit deaktivieren oder keine Kreditkartendaten hinterlegen.
11. Für Lootboxen in Games existieren klare jugendschutzrechtliche Vorgaben. Vermutete Verstöße können der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) gemeldet werden.

Die Implementierung und Ausgestaltung sogenannter „Lootboxen“ in Computer- und Videospiele wird teilweise kontrovers diskutiert. Der game – Verband der deutschen Games-Branche nimmt dies zum Anlass, die häufigsten Aspekte der Debatte einzuordnen.

Der game ist der Verband der deutschen Games-Branche. Unsere Mitglieder sind Entwickler, Publisher und viele weitere Akteure der Games-Branche wie eSports-Veranstalter, Hochschulen und Dienstleister. Als Träger der gamescom verantworten wir das weltgrößte Event für Computer- und Videospiele. Wir sind zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft und beantworten Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spielekultur und Medienkompetenz. Unsere Mission ist es, Deutschland zum führenden Standort für die Spiele-Entwicklung zu machen.

Was sind Lootboxen?

Viele Computer- und Videospiele werden auch nach ihrer Veröffentlichung weiterentwickelt. Damit ein Spiel lange interessant, spannend und aktuell bleibt, können zusätzliche Inhalte, wie virtuelle Gegenstände oder Missionen, nachträglich dem Spiel hinzugefügt werden. Diese Inhalte werden entweder kostenfrei oder – bei umfangreicheren Erweiterungen – als Add-on beziehungsweise Downloaderweiterung („DLC“) kostenpflichtig angeboten.

Wenn Lootboxen („Loot“ = Beutegegenstand) Bestandteil eines Games sind, unterliegen sie einem ähnlichen Prinzip: Sie erweitern die Möglichkeiten der Spielerinnen und Spieler mit virtuellen Gegenständen und Zusatzinhalten. Lootboxen gibt es seit über zehn Jahren in vielen unterschiedlichen Varianten. Die allermeisten enthalten Verkleidungen oder neue Ausrüstungsgegenstände, mit denen die eigene Spielfigur individualisiert werden kann. Je nach Spieldesign erhalten Spielerinnen und Spieler Lootboxen nicht nur indem sie bestimmte Spielziele erreichen, sondern sie können diese auch käuflich erwerben. Der Kauf von Lootboxen ist immer freiwillig, zum Erreichen des Spielziels sind sie nicht erforderlich.



Häufig enthalten Lootboxen sogenannte „Skins“, mit denen virtuelle Gegenstände visuell verschönert werden können.

Um die Transparenz für Spielerinnen und Spieler bei Lootboxen zu erhöhen, wird in vielen Spielen mittlerweile die Wahrscheinlichkeiten angegeben, mit der die Spielerinnen und Spieler bestimmte virtuelle Gegenstände erhalten können. Weitere Unternehmen haben sich dazu verpflichtet, bis spätestens Ende 2020 ebenfalls Wahrscheinlichkeiten anzugeben.¹ In vielen beliebten Spielen wurden zudem die Mechanismen dahingehend angepasst, dass die Spielerinnen und Spieler vor dem Kauf wissen, welche Gegenstände in einer Lootbox enthalten sind. So erhalten in *Rocket League*-Spieler sogenannte „Blueprints“ der Gegenstände. Der dargestellte Gegenstand kann anschließend käuflich erworben werden. Und in *Fortnite* ist vor dem Öffnen der Lootbox der genaue Inhalt bekannt. Dadurch können die Spielerinnen und Spieler entscheiden, ob der Inhalt für sie interessant ist. Außerdem wird so vermieden, dass sie Gegenstände bekommen, die sie bereits besitzen. Die Beispiele zeigen, dass die Games-Branche ihrer Verantwortung nach transparenten und verantwortungsbewussten Spielen nachkommt und auf das Feedback der Spielerinnen und Spieler hört.



Spiele wie *Fortnite* zeigen den Inhalt einer Lootbox vor dem Kauf an, sodass Spielerinnen und Spieler entscheiden können, ob die Inhalte für sie den Kaufpreis rechtfertigen.

¹ Weiter Informationen dazu auf <https://www.isfe.eu/news/video-game-industry-commitments-to-further-inform-consumer-purchase/> (en).

Worum geht es in der aktuellen Diskussion?

Geschäftsmodell

Im Mittelpunkt der aktuellen Diskussion – insbesondere unter (volljährigen) Gamern – steht das Geschäftsmodell der Anbieter. Dieses sieht vor, dass auch nach dem Kauf des Spieles zusätzliche Inhalte zum Kauf angeboten werden. Die Verwertungskette der Games-Branche ist dabei vergleichbar mit der Verwertungskette der Filmindustrie: Unmittelbar nach der Veröffentlichung eines Spiels werden die Titel zum Vollpreis oder mit einem Aufpreis als spezielle Sammler-Edition angeboten. Zusätzliche Inhalte werden als Add-on bzw. „DLC“ angeboten, die auch gesammelt in einem Abo-Modell („Season Pass“) erworben werden können. Im Falle von Lootboxen können zusätzliche Inhalte erspielt oder käuflich erworben werden, und stellen damit eine vergleichsweise neue Säule in der Verwertungskette dar. Für die Entwickler und Publisher von Computer- und Videospiele sind diese Zusatzangebote mittlerweile eine wichtige, zusätzliche Erlösquelle, mit der es gelingt, trotz stark gestiegener Produktionskosten, die Preise für Spiele konstant zu halten und noch Jahre nach der Veröffentlichung weiter zu entwickeln. Der absolute Großteil der Spielerinnen und Spieler gibt kein Geld für freiwillige Zusatzangebote aus.

Hintergrund: Der Markt für virtuelle Güter und Zusatzinhalte, die per Mikrotransaktion gekauft werden, ist auch in Deutschland in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen. Das kontinuierliche Wachstum zeigt die große Zufriedenheit der Kunden mit diesem zusätzlichen Angebot.

Spielbalance

Ein weiterer Vorwurf einiger Gamer ist, dass insbesondere Lootboxen zu einem unfairen Wettbewerb in manchen Spielen führen würden. Im Fokus der Kritik steht hierbei, dass durch den Kauf von Lootboxen die Käufer gegenüber Nicht-Käufern Vorteile erlangen würden („Pay2Win“). In Online-Spielen ist allerdings entscheidend, dass alle Spielerinnen und Spieler die gleiche Ausgangslage haben und nur das Können und das taktische Geschick des Teams über Sieg oder Niederlage entscheiden. Der langfristige Erfolg eines Online-Spiels hängt davon ab, ob diese Balance gelingt. Daher ist auch für die Hersteller die Spielbalance entscheidend, um im umkämpften Markt für Computer- und Videospiele die Kunden für sich zu gewinnen. Die Folge ist ein sehr kundenorientierter Markt, in dem sensibel auf das Kundenfeedback reagiert wird. Zudem zählen Games zu den absoluten Innovationstreibern und etablieren immer wieder neue Inhalte, Techniken oder Geschäftsmodelle. Vieles davon hat nach Einführung bereits in anderen Industrien erfolgreich Anwendung gefunden. Bei solchen Innovationen ist es jedoch normal, dass die Angebote mancher Unternehmen von Nutzern angenommen werden, andere dagegen nicht. Diese Selbstregulierung des Marktes ist wirksam und gesund.

Glücksspiel

Der genaue Inhalt einer Lootbox ist vor dem Öffnen nicht in allen Spielen bekannt. In der Diskussion der vergangenen Monate kam aufgrund dieser Zufallskomponente die Frage auf, ob es sich bei Lootboxen um Glücksspiel handeln könnte. Diese Frage verkennt jedoch den Lootbox-Mechanismus: Denn Spielerinnen und Spieler erhalten für den Kauf seiner Lootboxen immer einen vorher genannten Umfang an virtuellen Gegenständen und Zusatzinhalten. Inzwischen geben viele Spielehersteller auch die Wahrscheinlichkeit an, mit der Spielerinnen und Spieler zufällige virtuelle Gegenstände erhalten können. Lediglich die exakten Inhalte sind in manchen Spielen nicht bekannt. Damit entsprechen Lootboxen Sammelkarten-Spielen, Panini-Sammelbildern oder Überraschungseiern, unterscheiden sich aber deutlich von Glücksspiel-Mechanismen, bei denen der Zufall entscheidet, ob Spielerinnen und Spieler überhaupt einen Gewinn erhalten, wie bei einarmigen Banditen. Ein Verlust des eingesetzten Geldes, wie bei Glücksspielen elementarer Bestandteil des Grundkonzeptes, ist ausgeschlossen. Die Spielerinnen und Spieler erhalten immer einen Gegenwert in Form virtueller Inhalte.



Beispiel *Overwatch*: Spielerinnen und Spieler erhalten nach einem Levelaufstieg eine Lootbox, die vier Objekte enthält. Diese können Verkleidungen, Siegerposen oder Münzen sein, mit denen wiederum neue Lootboxen erworben werden können. Alternativ können Lootboxen über Mikro-Transaktionen gegen Echtgeld erworben werden.

Skin-Betting und Gambling

In einigen Spielen können Spielgegenstände gegen eine virtuelle In-Game-Währung getauscht werden, mit der andere Skins oder Zusatzinhalte erworben werden können. Nicht möglich ist es hingegen, die Objekte oder die In-Game-Währung gegen echtes Geld einzutauschen. Spielgegenstände zu handeln oder zu versteigern, beispielsweise über Drittanbieter, verstößt

gegen die Regeln der Spiele und ist illegal. Es kann dazu führen, dass Spieler vom Spiel ausgeschlossen werden.

Eine speziellere Variante, Gegenstände illegal zu tauschen, sind sogenannte „Skin-Bets“ beziehungsweise „Skin-Wetten“ und „Skin-Gambling“. Dabei wird mit echtem Geld auf Skins oder andere Spielgegenstände gewettet. Es gibt allerdings keine Garantie, dass das Geld oder der Gegenstand, auf den gewettet wird, tatsächlich existiert. Nutzer solcher illegalen Webseiten riskieren, dass ihre Kontoinformationen gestohlen werden und sie vom Spiel ausgeschlossen werden. Die Games-Branche geht aktiv gegen Anbieter solcher Angebote vor.

Suchtpotenzial

Im Zusammenhang mit der Frage, ob es sich bei Lootboxen um ein Glücksspielelement handelt, steht die Sorge, dass der Mechanismus zu exzessivem Spielen oder gar einer „Sucht“ führen könne. Die Games-Branche nimmt das Problem exzessiven Spielens sehr ernst. Die Games-Branche engagiert sich mit technischen Systemen (Spielzeitbegrenzungen, ermüdende Avatare, Familien-Timer, Warnhinweise in Spielen etc.) und mit Maßnahmen im Bereich der Aufklärung sowie zur Stärkung der Medienkompetenz zum Beispiel über die Stiftung Digitale Spielekultur und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK). Mit dem Begriff „Sucht“ sollte man sehr vorsichtig umgehen. Wissenschaftliche Studien haben bewiesen, dass eine einfache Ursachenzuschreibung exzessiven Spielens bei den Betroffenen (ca. ein Prozent der Gesamtbevölkerung) nicht möglich ist.

Lootboxen sind für die allermeisten Spieler kein entscheidendes Motivationselement, ein Spiel weiter zu spielen. Der Mechanismus von Lootboxen ist daher nicht mit Glücksspielen gleichzusetzen, bei dem der gesamte Verlauf maßgeblich vom Zufall bestimmt wird und schnelle Spielabfolgen und das Risiko, den Geldeinsatz ersatzlos zu verlieren, zu einer Verhaltenssucht führen kann.

Jugendschutz

Digitale Spiele gehören für einen Großteil der Kinder und Jugendlichen zum Alltag. Wichtig ist eine frühzeitige Vermittlung von Medienkompetenz. Eltern sollten ihre Kinder bei der Nutzung digitaler Medienangebote begleiten und eindeutige Regeln festlegen, beispielsweise zur Spieldauer, Spielzeit und auch zum Umgang mit virtuellen Gütern und Zusatzinhalten. Grundsätzlich können Eltern den Kauf von Zusatzinhalten verhindern, indem sie keine Bezahlkarten hinterlegen. Zusätzlich kann der Kauf systemweit gesperrt werden, um auch den Einsatz von Guthabekarten zu unterbinden.

Bei der Gestaltung von Ingame-Shops und Ingame-Werbung existieren klare jugendschutzrechtliche Vorgaben. Vermutete Verstöße können der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) gemeldet werden. Die USK ist sowohl unter dem Jugendschutzgesetz (JuSchG) als auch für den Online-Bereich unter dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

(JMStV) als zuständige Selbstkontrolle staatlich anerkannt. Im Bereich des Jugendschutzgesetzes vergeben staatliche Vertreter am Ende eines USK-Verfahrens die Alterskennzeichen. Darüber hinaus ist die USK Gründungsmitglied der International Age Rating Coalition (IARC), ein globales System, in dem Alterskennzeichen der USK auch für Online-Spiele und Apps vergeben werden.