„Lootboxen“ in Games

Stand: 19. Februar 2024

game – Verband der deutschen Games-Branche

Friedrichstraße 165
10117 Berlin

www.game.de

Ansprechpartner

Maren Raabe
Leiterin Politische Kommunikation

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

Dr. Christian-Henner Hentsch
Leiter Recht & Regulierung

T +49 30 2408779-22
henner.hentsch@game.de

10 Fakten über Lootboxen

1. Lootboxen sind Spielelemente in einigen Games. Sie enthalten virtuelle Gegenstände wie Verkleidungen, sogenannte Skins, oder Ausrüstungsgegenstände. Inhalte aus Lootboxen sind für das Fortkommen in einem Spiel nicht erforderlich, sie sind also freiwillig und in den meisten Fällen rein dekorativ.
2. Spielerinnen und Spieler können Lootboxen im Spiel geschenkt bekommen, mit dem Erreichen eines bestimmten Spielziels erhalten, teilweise auch durch Einsatz von In-Game-Währung oder auch käuflich gegen Echtgeld erwerben. Der Kauf von Lootboxen ist immer freiwillig, zum Erreichen des Spielziels sind sie nicht erforderlich.
3. Lootboxen enthalten einen vorher genannten Umfang an virtuellen Gegenständen und Zusatzinhalten. Lediglich die exakten Inhalte sind vor dem Öffnen nicht bekannt, so wie bei Sammelkarten, Panini-Sammelbildern oder Sammelfiguren-Päckchen.
4. Virtuelle Gegenstände aus einer Lootbox können im Spiel nicht gegen Echtgeld noch dürfen sie außerhalb des Spiels getauscht werden.
5. Der Großteil aller Spielerinnen und Spieler gibt kein Geld für Zusatzangebote aus.
6. Für die Entwickler und Publisher von Computer- und Videospielen 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.
7. Ein Verlust des eingesetzten Geldes, wie bei Glücksspielen elementarer Bestandteil, ist bei gekauften Lootboxen ausgeschlossen. Spielerinnen und Spieler erhalten immer einen Gegenwert in Form virtueller Inhalte. Plattformen und Spieleentwickler geben in der Regel an, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein bestimmter virtueller Gegenstand erworben wird, oder planen dies zu tun.
8. Eltern können den Kauf von Zusatzinhalten kontrollieren, indem sie den Kauf systemweit deaktivieren oder keine Zahlungsdaten hinterlegen. Käufe von Kindern ohne Zustimmung der Eltern können oft auch rückabgewickelt werden.
9. Für Lootboxen in Games existieren klare jugendschutzrechtliche Vorgaben und sie werden im Alterskennzeichen der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) berücksichtigt. Dafür prüft die USK individuell, ob ungewollte Ausgaben getätigt werden könnten, erhöhte Kaufanreize bestehen oder Mechanismen dazu verleiten, übermäßig lange zu spielen und/oder Druck ausüben ins Spiel zurückzukehren.
10. Lootboxen sind zudem durch das Verbraucherschutzrecht europaweit einheitlich mit einer speziellen Guidance zur Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken reguliert. Dadurch werden Lootboxen – anders als im Glücksspielrecht – je nach Ausgestaltung und potenzieller Gefahr individuell betrachtet.

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

Wir sind der Verband der deutschen Games-Branche. Unsere Mitglieder bilden das gesamte Games-Ökosystem ab, von Entwicklungs-Studios und Publishern bis hin zu Esport-Veranstaltern, Bildungseinrichtungen oder Institutionen. Als Mitveranstalter der gamescom verantworten wir das weltgrößte Event für Computer- und Videospiele. Wir sind Gesellschafter der USK, der Stiftung Digitale Spielekultur, der esports player foundation, der devcom und der Verwertungsgesellschaft VHG sowie Träger des Deutschen Computerspielpreises. Als zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft beantworten wir alle Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spielekultur und Medienkompetenz. Gemeinsam machen wir Deutschland zum Herzen der Games-Welt. Wir bereichern mit Games das Leben aller Menschen.

Was sind Lootboxen?

Heute haben die Spielerinnen und Spieler von Games eine unvorstellbare Auswahl an Unterhaltungsmöglichkeiten. In den letzten zwanzig Jahren wurden regelmäßig neue Plattformen, Spielgenres, -erlebnisse, -möglichkeiten und auch Geschäftsmodelle entwickelt. Viele Computer- und Videospiele werden auch nach ihrer Veröffentlichung weiterentwickelt. Damit ein Spiel lange interessant, spannend und aktuell bleibt, können Spielerinnen und Spieler in einigen Games zusätzliche Inhalte, wie virtuelle Gegenstände oder Missionen, erhalten. Diese Inhalte werden entweder kostenfrei oder gegen In-Game-Währung oder Echtgeld angeboten. Dabei muss unterschieden werden zu In-Game-Käufen, bei denen konkrete Spielinhalte, „Ad-ons" oder ganz neue Spielinhalte oder Spielwelten hinzugekauft werden.

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

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 weit mehr als zehn Jahren in vielen unterschiedlichen Varianten. Die allermeisten enthalten Verkleidungen oder neue Ausrüstungsgegenstände, mit denen die eigene Spielfigur individualisiert werden kann. In solchen Lootboxen können aber auch Dekorationen, Materialien für Bauten, Energie, In-Game-Währung oder (Sammel-)Karten enthalten sein. In den allermeisten Fällen können Spielerinnen und Spieler Lootboxen je nach Spielfortschritt erspielen und je nach Spieldesign gibt es in vielen Spielen auch die Möglichkeit, Lootboxen zu kaufen. Der Kauf von Lootboxen ist immer freiwillig, zum Erreichen des Spielziels sind sie nicht erforderlich. In den meisten Fällen werden Lootboxen erspielt und als „Beute", also als Bonus, verschenkt.

Um die Transparenz für Spielerinnen und Spieler bei Lootboxen zu erhöhen, wird in sehr vielen Spielen mittlerweile die Wahrscheinlichkeiten angegeben, mit der die Spielerinnen und Spieler bestimmte virtuelle Gegenstände erhalten können. Neben freiwilligen Selbstverpflichtungen einzelner Unternehmen oder von Branchenverbänden gibt es in der EU seit 2021 europaweit verbindliche Vorgaben zu so genannten „Drop Disclosures". Auch Plattformen, über die Games vertrieben werden, verpflichten Anbieter zur Angabe von drop rates für käuflich zu erwerbende Lootboxen, z.B. Apple seit Dezember 2017 und Google seit Mai 2019. Auch bei allen Konsolen sind diese Einstellungen möglich.

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* Spielerinnen und Spieler kostenlos mit sogenannten „Blueprints" eine Voransicht auf die 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.

Worum geht es in der Diskussion um Lootboxen?

Geschäftsmodell

Eng mit der Debatte rund um Lootboxen ist die Entwicklung der Geschäftsmodelle in der Games-Branche verbunden. Diese haben sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten stark verändert. Zu dem vorherrschenden Geschäftsmodell beim Vertrieb von Games aus den Anfangszeiten, dem klassischen Verkauf einzelner Spiele, sind im Laufe der Jahre weitere hinzugekommen. Heutzutage wird mehr Umsatz mit sogenannten In-Game- und In-App-Käufen erreicht als mit dem einmaligen Verkauf eines Spiels. Hierfür gibt es unterschiedliche Gründe: Zum einen hat die hohe Verfügbarkeit schneller Internetverbindungen dazu geführt, dass bereits veröffentlichte Spiele dauerhaft mit neuen Inhalten versorgt werden können. Dies ist insbesondere aus Sicht der Spielerinnen und Spieler zu begrüßen: Solange es eine aktive Community zu einem Spiel gibt, werden in der Regel auch neue Inhalte zu diesem Spiel erstellt. Aus Sicht der Games-Unternehmen ist diese Entwicklung ebenfalls positiv. So sind der technische Aufwand sowie die Komplexität und damit die Kosten für die Spiele-Entwicklung in den vergangenen zwei Jahrzehnten deutlich angestiegen. Große Spiele-Produktionen für PC und Konsole kosten heute deutlich mehr als 100 oder sogar 200 Millionen Euro. Die Refinanzierung solch großer Titel ausschließlich auf den einmaligen Verkauf zu beschränken, ist wirtschaftlich hochriskant. Mit dem Verkauf von innerhalb des Spiels angebotenen Zusatzinhalten über einen längeren

Zeitraum reduziert sich das Risiko. So ist es bereits vorgekommen, dass Spiele, die bei Veröffentlichung nicht der erhoffte Erfolg waren, im Zeitverlauf durch die weitere Unterstützung mit neuen Inhalten und weiteren Verbesserungen doch noch die Produktionskosten decken konnten oder gar zu einem Erfolg geworden sind. Ob und inwieweit der Verkauf von Zusatzinhalten erfolgreich ist, hängt aber immer davon ab, ob der Community die Angebote gefallen.

Auch bei Spielen für Smartphones und Tablets gibt es eine eindeutige Entwicklung der Geschäftsmodelle: Mittlerweile werden 99 Prozent der Umsätze mit In-App-Käufen erzielt. Das sogenannte Free-to-Play-Prinzip („F2P") hat sich bei Spielen für Mobilgeräte zum Standard entwickelt und ist inzwischen bei allen Games verbreitet. Solche F2P-Titel lassen sich komplett kostenfrei spielen. Die Spielerinnen und Spieler entscheiden dabei selbst, ob und wieviel Geld sie für Zusatzinhalte ausgeben möchten. Diese Möglichkeit, mal eben ein neues Spiel ohne jegliche Kosten auszuprobieren, scheint bei Spielenden jeden Alters besonders gut anzukommen.

Es gibt viele verschiedene Arten von In-Game- und In-App-Käufen. Hierzu gehören teurere Pakete wie ganze Story-Kampagnen und kleinere Ergänzungen wie „Skins" für die eigene Spielfigur, die deren Aussehen komplett verändern kann. Insbesondere Mehrspieler-Spiele setzen in den vergangenen Jahren zudem zunehmend auf sogenannte Season oder Battle Passes. Diese Pässe beinhalten in der Regel eine Vielzahl einzelner Ausrüstungsgegenstände, die mit zunehmendem Spielfortschritt innerhalb einer bestimmten Zeitspanne, der Season, freigespielt werden können. Lootboxen sind lediglich ein Beispiel für die inzwischen ganz vielfältigen Zusatzinhalte innerhalb der Spiele. Auch Lootboxen sind sehr unterschiedlich ausgestaltet. In der Regel können Lootboxen erspielt werden, in vielen Fällen können sie jedoch auch gekauft werden. Die große Mehrheit aller Spielerinnen und Spieler gibt allerdings kein Geld für Zusatzinhalte innerhalb der Spiele aus.

Spielbalance

Ein weiterer Vorwurf einiger Gamerinnen und 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 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 Community für sich zu gewinnen. Die Folge ist ein sehr kundenorientierter Markt, in dem sensibel auf das Feedback reagiert wird. Zudem zählen Games an der Schnittstelle von Kreativität und Technologie 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 Nutzerinnen und Nutzern angenommen werden, andere dagegen nicht. Diese werden in der Regel sehr schnell verändert und an das Feedback angepasst. Diese Selbstregulierung des Marktes ist wirksam und gesund.

Sind Lootboxen Glücksspiel?

Der genaue Inhalt einer Lootbox ist vor dem Öffnen nur in manchen Spielen bekannt. In den Diskussionen zu Lootboxen kommt aufgrund dieser Zufallskomponente immer wieder die Frage auf, ob es sich bei Lootboxen um Glücksspiel handeln könnte. Das ist klar nicht der Fall, denn diese Frage verkennt schon allein den zugrundeliegenden Lootbox-Mechanismus: Denn Spielerinnen und Spieler erhalten für den Kauf einer Lootbox immer einen vorher genannten Umfang an virtuellen Gegenständen und Zusatzinhalten. Spielehersteller geben auch die Wahrscheinlichkeit an, mit der Spielerinnen und Spieler zufällige virtuelle Gegenstände erhalten können. Damit entsprechen Lootboxen eher dem Prinzip von Sammelkarten und unterscheiden sich 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. Das Zufalls-Prinzip spielt in ganz vielen Spielen – digital oder analog – eine zentrale Rolle für den Spielspaß und die Spannung.

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. Spieleanbieter gehen auf einschlägigen Plattformen gegen derartige Verstöße vor. Es kann auch dazu führen, dass Spielerinnen und 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 Skins oder anderen Spielgegenständen als Einsatz auf Spiel- oder Esport-Ereignisse gewettet. Nutzerinnen und 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.

Mit den beschriebenen Kriterien fehlen bei den gängigen Lootboxen sowohl rechtlich als auch inhaltlich die elementaren Aspekte von Glücksspiel. Sollte im Einzelfall ein Mechanismus in einem Game solche Kriterien doch beinhalten, wäre das Angebot bereits heute illegal und würde nicht am Markt verbleiben. Insofern können Lootboxen bei Überschreiten der rechtlichen Grenzen schon heute dem Glücksspielrecht unterfallen.

Jugendschutz

Games gehören für einen Großteil der Kinder und Jugendlichen zum Alltag. Wichtig ist daher auch 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 Bezahldaten hinterlegen. Zusätzlich kann der Kauf systemweit gesperrt werden, um auch den Einsatz von Guthabenkarten zu unterbinden. Im Übrigen gilt der Taschengeldparagraf, nachdem übermäßige Ausgaben von Kindern durch ihre Eltern zurückgefordert werden können.

Nach der letzten Reform des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) werden in den neuen Prüfkriterien der USK seit Anfang 2023 Lootboxen auch im Alterskennzeichen berücksichtigt. Spiele, die Kaufanreize und glücksspielähnliche Elemente enthalten, werden dann entsprechend mit einem Deskriptor gekennzeichnet: „In-Game-Käufe (zufällige Objekte möglich)". Immer wieder wird das Alterskennzeichen für Spiele, die bisher ohne Altersbeschränkung freigegeben waren, beispielsweise auf 12 Jahre angehoben, weil neben Handlungsdruck auch Lootboxen enthalten waren. Hier hat sich also die Spruchpraxis zugunsten eines strikteren Jugendschutzes bei Lootboxen geändert.

Ebenfalls bei der Gestaltung von In-Game-Shops und In-Game-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.

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. Sie 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).

Lootboxen sind für die allermeisten Spielerinnen und Spieler kein entscheidendes Motivationselement, ein Spiel weiter zu spielen. Der Mechanismus von Lootboxen ist auch deshalb nicht mit Glücksspielen gleichzusetzen, da bei diesen der gesamte Verlauf maßgeblich vom Zufall bestimmt wird und schnelle Spielabfolgen und das Risiko, den Geldeinsatz ersatzlos zu verlieren, zu einer Verhaltenssucht führen können. Im Übrigen sind Lootboxen mit unlauteren Geschäftspraktiken, wie unmittelbaren Kaufaufforderungen an Kinder oder ganz allgemein das Ausnutzen von Schwächen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern schon heute nach dem UWG verboten.