

Stellungnahme

Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der privaten Rechtsverfolgung im Internet

Diskussionsentwurf des Bundesministeriums der Justiz

Berlin, den 28. Februar 2025

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

Friedrichstraße 165
10117 Berlin

Lobbyregisternummer: R002096 T +49 30 2408779-15
www.game.de

Ansprechpartner

Maren Raabe
Leiterin Politische Kommunikation
T +49 30 2408779-15
maren.schulz@game.de

Dr. Christian-Henner Hentsch
Leiter Recht & Regulierung
T +49 30 2408779-22
henner.hentsch@game.de

Stellungnahme: Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der privaten Rechtsverfolgung im Internet

Das Bundesministerium hat am 09.12.2024 einen Diskussionsentwurf für ein Gesetz gegen digitale Gewalt auf seiner Internetseite veröffentlicht. Wegen der absehbaren vorzeitigen Beendigung der Legislaturperiode konnten die Ressortabstimmung und die formale Länder- und Verbändebeteiligung nicht mehr durchgeführt werden. Es ist beabsichtigt, das Gesetzesvorhaben in der nächsten Legislaturperiode weiterzuverfolgen. Der game – Verband der deutschen Games-Branche begrüßt grundsätzlich alle Maßnahmen gegen digitale Gewalt und zur besseren Rechtsdurchsetzung. Mit Blick auf die Besonderheiten der Games-Branche möchten wir zu einigen Aspekten gerne Stellung nehmen.

Wir sind der Verband der deutschen Games-Branche. Unsere Mitglieder sind Entwickler, Publisher und viele weitere Akteure der Games-Branche wie Esport-Veranstalter, Bildungseinrichtungen und Dienstleister. Als Mitveranstalter 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 und natürlich auch zum Verbraucher- und Jugendschutz. Unsere Mission ist es, Deutschland zum besten Games-Standort zu machen. Ein verlässliches Umfeld für Spielerinnen und Spieler, ein Schutz vor unlauteren Geschäftspraktiken, ein hohes Jugendschutzniveau und die Förderung von Medienkompetenz gehören seit jeher zu unserer DNA als Games-Branche.

A. Allgemein

Games sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen und heute spielen rund die Hälfte aller Menschen in Deutschland Computer- und Videospiele – ganz unabhängig von Alter und Geschlecht. Spielerinnen machen dabei rund die Hälfte (48 Prozent) aus, der Altersschnitt beträgt 36,4 Jahre. Eine wichtige Grundlage für den Zugang zu Spielen stellen unter anderem Games-Plattformen dar, die primär dem Erwerb und der Verwaltung individuell gekaufter Spiele dienen. Dabei sind Spiele selbst keine Plattformen.

Die Kommunikationsfunktionen in Spielen, vor allem Benutzer- und Teamnamen sowie Text- und Voice-Chat in zeitlich begrenzten Spielpartien, sind grundsätzlich optional und Spielerinnen und Spieler können diese deaktivieren, ohne dass dies Auswirkungen auf ihr Spielerlebnis hat. Die Games-Branche setzt sich aktiv gegen toxisches Verhalten ein, unter anderem durch Filter, Meldefunktionen, Sperrungen, Verboten und Moderation. Zudem stehen auf jeder Plattform umfangreiche Kontrollmöglichkeiten zur Verfügung, die insbesondere den Schutz von Kindern und Jugendlichen sicherstellen.

B. Definition von sozialen Netzwerken

Bei den Begriffsbestimmungen in § 1 werden unter Absatz 4 soziale Netzwerke legaldefiniert:

„Soziale Netzwerke im Sinne dieses Gesetzes sind Online-Plattformen, deren Hauptzweck oder wesentliche Funktion darin besteht, dass ihre Nutzer miteinander kommunizieren und interagieren, indem sie Inhalte mit anderen Nutzern teilen oder der Öffentlichkeit zugänglich machen.“

In der Gesetzesbegründung werden auf Seite 26 „Gaming-Plattformen“ genannt, die sich dahingehend entwickelt hätten, dass sie Schauplätze von digitaler Gewalt darstellen können. Dem möchten wir in dieser Pauschalität deutlich widersprechen und begründen, warum Games-Plattformen grundsätzlich anders als soziale Netzwerke funktionieren. Die Spielwelten, Inhalte und Dialoge werden genauso wie die Spielregeln und Handlungsmöglichkeiten von den Games-Anbietern vorgegeben. Spielerinnen und Spieler können nur in diesem Rahmen interagieren und in der Regel auch keine Inhalte hochladen. Damit unterscheiden sie sich fundamental von sozialen Netzwerken, die ja vornehmlich vom massenhaften Upload der Inhalte ihrer Nutzerinnen und Nutzer leben. Zwar ermöglichen einige Spiele die Erstellung und das Teilen nutzergenerierter Inhalte, jedoch in deutlich geringerem Umfang als soziale Netzwerke und in der Regel auch mit begrenzten Möglichkeiten. Games haben ein großes Interesse daran, dass ihre Spielwelt nicht toxisch wird, damit die Spielerinnen und Spieler wiederkehren. Deswegen werden vielfach schon prophylaktisch Möglichkeiten zu Persönlichkeitsrechtsverletzungen eingeschränkt und besonders moderiert. Das Risiko von Rechtsverletzungen ist bei Games daher ganz erheblich niedriger als in sozialen Netzwerken.

Hauptzweck von Games-Plattformen ist der Kauf von Games und die übersichtliche Darstellung der individuell erworbenen Spieletitel. Möglich sind Bewertungs- und Kommentarbereiche, wie allgemein aus Online-Shops bekannt. Sie bieten den potenziellen Käufern von Spieletiteln eine verbraucherfreundliche Möglichkeit, sich über die angebotenen Titel zu informieren und auszutauschen. Games-Plattformen sind auch keine Games. Sie sind vielmehr Marktplätze. Games werden über Games-Plattformen installiert und/oder gestartet, direkt gespielt werden kann auf diesen Plattformen üblicherweise nicht. Um auch auf anderem Weg gekaufte Spiele (beispielsweise im Versandhandel oder in Fachgeschäften) spielen zu können, wird die Registrierung auf einer Games-Plattform teilweise vorausgesetzt. Weiterhin existiert auf vielen Games-Plattformen die Möglichkeit, sich mit anderen Spielerinnen und Spielern zu vernetzen, um gemeinsam zu spielen. Üblicherweise kann die Kontaktaufnahme auf Games-Plattformen über die Nutzerkennung oder separat von der Games-Plattform im Spiel selbst erfolgen. Die Kommunikationsmöglichkeiten sind im Vergleich zu spezialisierten Messengern wie Discord

sehr rudimentär. Die Kommunikationsfunktion kann eingeschränkt oder vollständig deaktiviert werden.

Auch Plattformen auf denen User Spiele-Videos, insbesondere sogenannte „Let´s Plays“ aber auch Videos mit Inhalten ohne konkreten Bezug zu einem Game z.B. Kochen, Politik etc. hochladen und anschauen, sind als Videoportal zu betrachten und nicht als Games oder Games-Plattform.

C. Keine Ausweitung auf Games

Das Ziel des Gesetzes gegen digitale Gewalt ist es, spezifische Rechtsverletzungen wie Persönlichkeitsrechtsverletzungen in der öffentlichen digitalen Kommunikation in Sozialen Netzwerken besser durchsetzen zu können. Im Gegensatz zu Sozialen Netzwerken sind Kommunikationsmittel in Games Mittel zum Spielzweck, nicht Kern der Nutzung. Sie bleiben durch viele Nutzerinnen und Nutzer ungenutzt oder vollständig deaktiviert, je nach den Vorlieben des Spielers oder der Spielerin, ohne dass dies Auswirkungen auf das Spielerlebnis hat. Die Chat-Funktionen in Online-Spielen – ob gesprochen oder geschrieben – dienen den Teams im Spiel zur Absprache und damit der Individualkommunikation. Sie finden über Texteingabe oder auch via Headset und Sprach-Chat statt. Diese Chats sind im Vergleich zu anderen Kommunikationstools wie Messenger-Diensten oder Online-Foren aufgrund ihrer Funktionsweise ungeeignet für eine weite Verbreitung von Inhalten jeglicher Art oder einen Austausch, der über das parallele Spielgeschehen hinausgeht. Die gesprochenen oder geschriebenen Inhalte sind nur über kurze Zeiträume überhaupt verfügbar und weil die Anzahl derjenigen, denen sie überhaupt zur Kenntnis gelangen können, überschaubar gering ist. Kommunikation in Games eignet sich daher auch nicht für die Kommunikation über und Verbreitung von extremistischen Inhalten.

Zudem gehen Games-Unternehmen schon auf ganz verschiedenen Wegen sehr effektiv gegen „toxisches Verhalten“ vor, wenn es in einzelnen Spielen, beziehungsweise Kommunikationsforen zu beleidigender oder diskriminierender Kommunikation kommt: So setzen sie beispielsweise spielinterne Moderationsmechanismen wie Meldesysteme oder eingeschränkte Kommunikationsmöglichkeiten ein, um problematische Inhalte frühzeitig zu erkennen und zu unterbinden. Community-Managerinnen und -Manager achten beispielsweise auf die Einhaltung der Community-Regeln und sanktionieren Spielende, die dagegen verstoßen, beispielsweise durch zeitweises Sperren oder sogar dauerhaftes Löschen des Accounts. Auch automatisierte Verfahren sind ein probates Mittel, um toxischem Verhalten effektiv und schnell entgegenzuwirken, allein schon, um die Menge bewältigen zu können. Dabei werden häufig Wortfilter eingesetzt, um beispielsweise gewisse Benennungen von Charakteren oder Gruppen auszuschließen. Auch Keywords, die auf Hate Speech hinweisen, können so gefiltert werden. In manchen Spielen erfolgt Kommunikation vorsorglich schon ausschließlich über Emotes oder nur durch vorgegebene Textbausteine,

wodurch potenziell problematische Äußerungen gar nicht erst entstehen können. In vielen Spielen und auf manchen Plattformen sind die Kommunikationstools und andere Vorgaben bereits so restriktiv, dass eine weitere Einwirkung seitens des Anbieters nicht mehr möglich oder sinnvoll ist. All diese Maßnahmen werden bereits je nach Größe und Bekanntheit eines Spiels, nach Genre, nach Herkunft der Core-Community und vor allem nach dem Setting eingesetzt und wirken meist passgenau und effektiv, um „Trolle“ und „Edgelords“ zu bändigen.

Weil die Kommunikation in Games in der Regel beiläufig ist („Ancillary Service“), werden Games sowohl im TKG explizit ausgenommen als auch im DSA in der Regel nicht als Online-Plattform und auch nicht als Hostingdiensteanbieter einzustufen sein. Entsprechend gehen viele Maßnahmen, die Games-Anbieter vorhalten, bereits über gesetzliche Anforderungen hinaus. Eine Verpflichtung für ein Game nach dem Gesetz gegen Digitale Gewalt, obwohl es gar nicht unter die Kategorien des DSA fällt, wäre daher nicht nur systematisch recht fraglich, sondern wohl auch unnötig.