



Geschäftsmodelle und Kostenfallen in digitalen Spielen

Neben digitalen Spielen als Vollversionen, für die man online oder im Laden bezahlt, sind vor allem Free-To-Play-Spiele sehr beliebt. Das sind oft Apps, die man sich kostenlos herunterladen kann, z.B. im App Store oder Google Play Store. Doch Spielentwickler wollen Geld verdienen, daher sind digitale Spiele in den meisten Fällen nicht umsonst. Gerade hinter scheinbar kostenlosen Spielen können Geschäftsmodelle stecken, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind.

Werbung

- Werbefinanzierung wird oft genutzt, um Gewinne zu erzielen.
- Werbung wird entweder auf Spieleseiten oder im Internet geschaltet.
- Manchmal wird auch im Spiel für bestimmte Produkte oder Marken geworben, z. B. als Werbetafeln bei Rennspielen oder durch die gezielte Platzierung von Marken (In-Game-Werbung).
- In Free-to-Play-Spielen werden häufig kleine Werbebanner und Bilder eingeblendet oder auch Video- oder Audioclips eingespielt.
- Oft wird man mit spielwerten Vorteilen belohnt, wenn man die Werbung ansieht.
- Kostenpflichtige Vollversionen sind meist werbefrei.



Herausforderung

- Werbung kommt oft gezielt als Unterbrechung im Spiel oder an wichtigen Stellen, z. B. vor einem neuen Level.
- Sie muss angesehen werden, damit man weiterspielen kann.
- Wenn man die Werbung anklickt, wird man häufig aus dem Spiel auf eine andere Seite geleitet.
- Die eingespielten Werbebotschaften können ungeeignete Themen darstellen, z. B. nicht altersgerechte Inhalte.



Spieler- und Nutzungsdaten

- Schon bei Anmeldung im Spiel werden persönliche Daten abgefragt wie Name, Alter oder E-Mail-Adresse.
- Manchmal wird die Preisgabe auch mit kostenloser Spielwährung belohnt.
- Während des Spielens können noch mehr Daten erhoben werden wie Spieldauer und -aktionen oder Mitspielende.
- Die Daten unterstützen die Hersteller bei der Weiterentwicklung der Spielmechanik.
- Die Daten können aber auch weiterverwertet werden, um Geld zu verdienen.



Herausforderung

- Spiel sammelt persönliche Daten, z. B. Name, Alter, E-Mail-Adresse.
- Spiel sammelt Informationen über Spieldauer, Spielzeitpunkt, Standort oder Adressbuch.
- Spiel passt sich der Spielerin bzw. dem Spieler an und bietet z. B. passende Käufe, Nachrichten und Werbung an.
- Daten können u. a. auch zu Werbezwecken weiterverkauft werden.
- Sind die Daten erstmal weitergegeben, können sie nicht mehr oder nur schwer zurückgeholt werden.

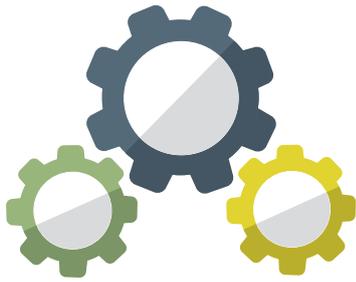
In-Game-Käufe

- Sie ermöglichen es Spielentwicklern, im Spiel Geld zu verdienen.
- Dabei ist das Spiel erstmal kostenlos, aber man kann sich im Spiel neue virtuelle Inhalte kaufen, z. B. Gegenstände für die Spielfigur, besondere Waffen oder ein neues Leben.
- Das Spiel wird dadurch aufregender und leichter.
- Eine Besonderheit sind Lootboxen. Das sind Kisten, bei denen man erst nach dem Kauf sieht, was drin ist.
- Bei In-Game-Käufen wird erstmal nicht mit echtem Geld bezahlt, sondern mit Spielwährung wie Münzen oder Edelsteinen. Die sammelt man entweder im Spiel oder kauft sie mit echtem Geld.



Herausforderung

- Zusatzinhalte im Spiel kosten extra.
- Man hat das Gefühl, dass man sie zum Gewinnen braucht, manchmal sind sie aber überflüssig.
- Manchmal sind sie wirklich notwendig, um zu gewinnen.
- Bei Lootboxen oder Packs ist nie klar, was man bekommt. Das kann ein Anreiz sein, immer mehr zu kaufen, bis etwas Gutes dabei ist.
- Unübersichtliche Kosten: Da oft mit Spielwährung bezahlt wird, verliert man leicht den Überblick, wieviel man mit echtem Geld bezahlt hat.



Tipp: Kostenfallen vermeiden

Durch versteckte Kostenfallen in digitalen Spielen kann es passieren, dass Kinder und Jugendliche unbewusst viel Geld für digitale Inhalte ausgeben. Oft ist z. B. Werbung für virtuelle Spielwährung oder Zusatzgegenstände nicht so leicht als Werbung erkennbar. Dadurch kann bereits ein In-App-Kauf getätigt werden, wenn man das Werbebanner anklickt. Die Kosten dafür werden als „Drittanbieterposten“ über die monatliche Handyrechnung abgerechnet. Der Kauf ist zwar ohne deutlichen Hinweis auf die entstehenden Kosten und einen Einwilligungs-Button rechtlich unwirksam. Trotzdem entsteht Ärger und Aufwand zur Klärung. Bei Smartphones und Tablets können die Einstellungen am Gerät (je nach Hersteller) oder im App-Shop so gewählt werden, dass vor einem In-App-Kauf ein Passwort eingegeben werden muss. So können unbeabsichtigte In-App-Käufe verhindert werden.

Quellenangabe

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen der bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Gamen, daddeln, zocken – Digitale Spiele hinterfragen und verantwortungsbewusst nutzen“ des Medienführerscheins Bayern für den Bereich der sonderpädagogischen Förderung. Die Unterrichtseinheit ist verfügbar unter www.medienfuehrerschein.bayern. Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.