



# Gaming

Ein unregulierter Glücksspielmarkt  
mit jugendlicher Zielgruppe?

**Institut für Kriminologie, Universität Tübingen**

Benedikt Iberl

21. Symposium Glücksspiel

Universität Hohenheim

13. März 2024

## I. Einleitung: Gaming als Massenphänomen

## II. Gaming und Gambling

- Darstellung von Glücksspiel in Videospiele
- In-Game-Käufe
- In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel
- E-Sport
- Influencer und Streaming

## III. Gaming als sozialer Raum

## IV. Gefahren und Regulierung



# I. Einleitung



## Was ist eigentlich Gaming?



# I. Einleitung



## Was ist eigentlich Gaming?





# I. Einleitung



## Was ist eigentlich Gaming?

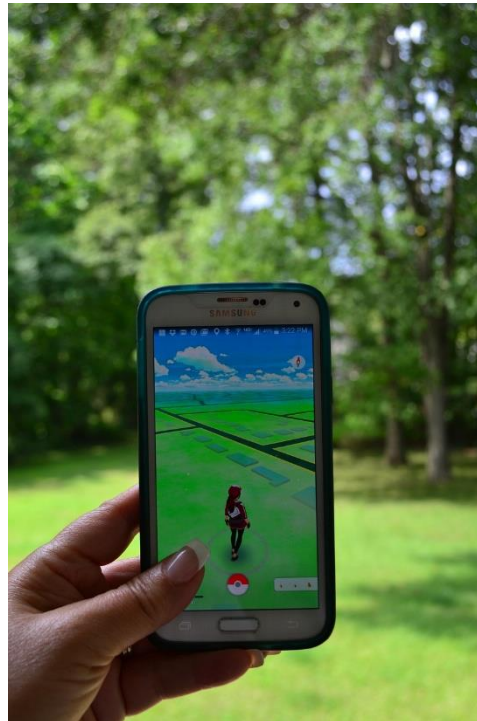
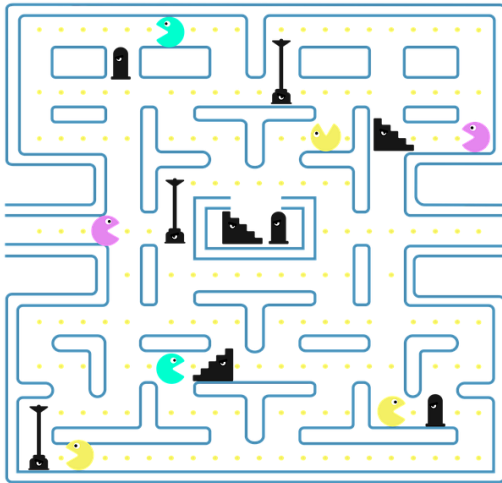




# I. Einleitung



## Was ist eigentlich Gaming?







# I. Einleitung



Was ist eigentlich Gaming?





# I. Einleitung

## Gaming – Nische oder Massenphänomen?





# I. Einleitung

## Gaming – Nische oder Massenphänomen?

- Prävalenz von Gaming insgesamt: ca. 53% (Bitkom Research, 2023)



## Gaming – Nische oder Massenphänomen?

- Prävalenz von Gaming insgesamt: ca. 53% (Bitkom Research, 2023)

- Prävalenz von Gaming bei 10- bis 21-Jährigen (DAK/forsa, Stand Juni 2022):

| Gar nicht | < 1x pro Woche | 1-2 Tage pro Woche | 3-4 Tage pro Woche | 5-6 Tage pro Woche | 7 Tage pro Woche | Keine Angabe |
|-----------|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------|
| <b>9%</b> | <b>9%</b>      | <b>12%</b>         | <b>19%</b>         | <b>17%</b>         | <b>33%</b>       | <b>1%</b>    |



## Gaming – Nische oder Massenphänomen?

- Prävalenz von Gaming insgesamt: ca. 53% (Bitkom Research, 2023)

- Prävalenz von Gaming bei 10- bis 21-Jährigen (DAK/forsa, Stand Juni 2022):

Gar nicht

**9%**

< 1x pro  
Woche

**9%**

1-2 Tage  
pro Woche

**12%**

3-4 Tage  
pro Woche

**19%**

5-6 Tage  
pro Woche

**17%**

7 Tage pro  
Woche

**33%**

Keine  
Angabe

**1%**



## Gaming – Nische oder Massenphänomen?

- Prävalenz von Gaming insgesamt: ca. 53% (Bitkom Research, 2023)

- Prävalenz von Gaming bei 10- bis 21-Jährigen (DAK/forsa, Stand Juni 2022):

| Gar nicht | < 1x pro Woche | 1-2 Tage pro Woche | 3-4 Tage pro Woche | 5-6 Tage pro Woche | 7 Tage pro Woche | Keine Angabe |
|-----------|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------|
| 9%        | 9%             | 12%                | 19%                | 17%                | 33%              | 1%           |

- Im Durchschnitt verbrachten die befragten Kinder/Jugendlichen an **Schul-/Werktagen** fast **2 Stunden** mit Videospiele
- Problematischer Konsum:
  - **12%** der befragten Kinder/Jugendlichen erfüllten die Kriterien des ICD-11 für **riskantes Spielverhalten**,
  - **6%** die der **Gaming Disorder**



## Gaming – Nische oder Massenphänomen?

- Geschlechtereffekt: Fast alle Metriken zu Videospielen sind bei Jungen deutlich ausgeprägter; trotzdem kein rein „männliches Verhaltensmuster“ (mehr)
- Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen ist Gaming ein häufiges Hobby

→ Gaming ist längst kein Nischenhobby mehr, sondern über Bildungs- und Altersgruppen sowie über Geschlechter hinweg ein Massenphänomen

→ Männliche Kinder und Jugendliche sind besonders häufig Nutzer von Videospielen und zeigen besonders häufig problematisches Konsumverhalten



## II. Gaming und Gambling



**Welche Berührungspunkte gibt es zwischen Gaming und Gambling?**





## II. Gaming und Gambling



### Welche Berührungspunkte gibt es zwischen Gaming und Gambling?

- Glücksspieldarstellungen im Gaming
- In-Game-Käufe
- In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel
- E-Sports
- Influencer und Streaming



## II. Gaming und Gambling



### Glücksspieldarstellungen im Gaming



## II. Gaming und Gambling



### Glücksspieldarstellungen im Gaming





## II. Gaming und Gambling

### Glücksspieldarstellungen im Gaming





## II. Gaming und Gambling

### Glücksspieldarstellungen im Gaming

- Lange Geschichte
- Künstlerische Darstellung von Glücksspiel/Casinos (vgl. Film/Fernsehen)
- Einsatz ist in der Regel das Geld der Spielwelt (z.B. „Pokédollars“)
- Mögliche Gewinne:
  - Geld der Spielwelt
  - (Exklusive) Spielinhalte (z.B. bestimmte Pokémon oder Fahrzeuge)
- „Spiel im Spiel“: Das Glücksspiel ist ein Teil des Spiels, der nach Erwerb des Spiels vollumfänglich in Anspruch genommen werden kann, aber nicht muss



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe





## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe

- Alternativ „Mikrotransaktionen“, „DLCs“ (eher Videospiele) oder „In-App-Käufe“ (eher Smartphone-Apps, nicht nur Videospiele)
- Virtuelle Produkte/Leistungen, die (**zusätzlich** zum Preis für das Spiel/die App) mit echtem Geld gekauft werden können, z.B.
  - **Zusätzliche Quests/Spielhandlung** (z.B. The Witcher 3)
  - Bestimmte Gegenstände wie **Waffen** oder **Fahrzeuge** (z.B. GTA Online)
  - Besondere **Kostüme** „Skins“ für spielbare Charaktere (z.B. Fortnite)
  - Wichtiger Unterschied: „**Cosmetics**“ vs. „**Pay2Win**“
- In der Regel können diese Käufe nicht direkt getätigt werden; zuvor muss eine bestimmte „In-Game-Währung“ mit echtem Geld erworben werden; mit dieser In-Game-Währung kann man wiederum die virtuellen Produkte kaufen  
→ **Abstraktion der Ausgaben!**



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe

- Alleine in Deutschland jährlich mehr als 4 Milliarden Euro Umsatz durch In-Game-Käufe in Videospiele (GfK/Data.ai/game/Statista, 2023)
- Auch an sich teure Spiele machen mittlerweile teilweise den Großteil ihres Umsatzes durch In-Game-Käufe
  - In-Game-Käufe sind etwa in den Sportsimulationen von EA, wie FIFA/FC24, sehr beliebt und erwirtschaften mehr Umsatz als Käufe des Gesamtspiels an sich (ca. 70 €)
  - Vom Nettoumsatz des Videospiegel-Giganten Electronic Arts gehen ca. 80% auf „Life Services and other“ zurück (EA Quartalsbericht Q4/FY23)
- Zahlreiche erfolgreiche Spiele setzen daher auf In-Game-Käufe als alleinige Einnahmequelle („**free2play**“-Prinzip), z.B.
  - Fortnite
  - League of Legends
  - Dota2
  - Genshin Impact
  - Clash of Clans



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Eine besonders beliebte Vermarktungsstrategie im Gaming ist die Kombination von In-Game-Käufen mit **simuliertem Glücksspiel**
- Unter simuliertem Glücksspiel versteht man den **Einsatz von klassischen Glücksspielmechanismen** (d.h. Gewinnausschüttungen auf Basis von (tatsächlich oder scheinbar) zufälligen Ziehungen) in einem **virtuellen Raum**



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Die relevanten Unterschiede zu (Online-)Glücksspiel sind:
  - Das simulierte Glücksspiel findet **innerhalb eines Videospieles** oder einer App statt
  - Der **Einsatz** erfolgt in der Regel in Form einer **In-Game-Währung** anstelle von Geld
  - Es erfolgt **keine (unmittelbare) monetäre Gewinnausschüttung**

→ **Altersbegrenzungen und Kontrollen der Zufallsmechanismen** sind somit nicht impliziert



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Die *relevanten?* Unterschiede zu (Online-)Glücksspiel sind:
  - Das simulierte Glücksspiel findet **innerhalb eines Videospieles** oder einer App statt  
*Auch Online-Glücksspiel kann in virtuellen Umgebungen stattfinden*
  - Der **Einsatz** erfolgt in der Regel in Form einer **In-Game-Währung** anstelle von Geld
  - Es erfolgt **keine (unmittelbare) monetäre Gewinnausschüttung**

→ **Altersbegrenzungen und Kontrollen der Zufallsmechanismen** sind somit nicht impliziert





## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Die *relevanten?* Unterschiede zu (Online-)Glücksspiel sind:
  - Das simulierte Glücksspiel findet **innerhalb eines Videospieles** oder einer App statt  
*Auch Online-Glücksspiel kann in virtuellen Umgebungen stattfinden*
  - Der **Einsatz** erfolgt in der Regel in Form einer **In-Game-Währung** anstelle von Geld  
*Die In-Game-Währung wird oftmals mit Geld gekauft → mittelbarer Geldeinsatz*
  - Es erfolgt **keine (unmittelbare) monetäre Gewinnausschüttung**

→ **Altersbegrenzungen und Kontrollen der Zufallsmechanismen** sind somit nicht impliziert



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Die *relevanten?* Unterschiede zu (Online-)Glücksspiel sind:
  - Das simulierte Glücksspiel findet **innerhalb eines Videospieles** oder einer App statt  
*Auch Online-Glücksspiel kann in virtuellen Umgebungen stattfinden*
  - Der **Einsatz** erfolgt in der Regel in Form einer **In-Game-Währung** anstelle von Geld  
*Die In-Game-Währung wird oftmals mit Geld gekauft → mittelbarer Geldeinsatz*
  - Es erfolgt **keine (unmittelbare) monetäre Gewinnausschüttung**  
*Die Gewinne haben einen realen Gegenwert und können teilweise für Geld verkauft werden*

→ **Altersbegrenzungen und Kontrollen der Zufallsmechanismen** sind somit nicht impliziert



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Die *relevanten?* Unterschiede zu (Online-)Glücksspiel sind:
  - Das simulierte Glücksspiel findet **innerhalb eines Videospieles** oder einer App statt  
*Auch Online-Glücksspiel kann in virtuellen Umgebungen stattfinden*
  - Der **Einsatz** erfolgt in der Regel in Form einer **In-Game-Währung** anstelle von Geld  
*Die In-Game-Währung wird oftmals mit Geld gekauft → mittelbarer Geldeinsatz*
  - Es erfolgt **keine (unmittelbare) monetäre Gewinnausschüttung**  
*Die Gewinne haben einen realen Gegenwert und können teilweise für Geld verkauft werden*

→ **Altersbegrenzungen und Kontrollen der Zufallsmechanismen** sind somit nicht impliziert

→ Dies ist vor dem Hintergrund der **jungen Zielgruppe** und deren **intensivem Nutzungsverhalten** problematisch



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Eine besonders bekannte Form des simulierten Glücksspiels sind sog. **Loot Boxen**





## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Eine besonders bekannte Form des simulierten Glücksspiels sind sog. **Loot Boxen**
- „Loot Box“ fungiert in der Regel als Überbegriff für simuliertes Glücksspiel; es muss sich nicht tatsächlich um Schatztruhen handeln
- Oftmals wird das Öffnen von Loot Boxen von aufwendigen Animationen und Soundeffekten begleitet; dies gilt als potenziell suchtfördernd (King & Delfabbro, 2018)
- Besonders kritisiert wird die Kombination von **Loot Boxen** mit dem **pay2win-Prinzip**
  - Mit der Teilnahme an simuliertem Glücksspiel kann sich somit ein Wettbewerbsvorteil erkaufte werden
  - Anders ausgedrückt: Wer „ganz oben“ mitspielen möchte, **muss** simuliertes Glücksspiel betreiben
  - Insbesondere in **kompetitiven Videospiele**n oder **E-Sports-Titeln** ist dies kritikwürdig



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - Schon im jungen Alter kommen Kinder mit In-Game-Käufen in Berührung

„Bei vielen Kleineren, den etwa unter 14-Jährigen sind die Skins sehr sehr sehr beliebt.“

„Meistens eben diese free2play-Games, die am Anfang erst kostenlos sind oder pay2win-Spiele.“



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - Die Ausgaben der Kinder und Jugendlichen können sich schnell hochschaukeln

„Also es fängt an von  
Kleinstbeträgen von 5-10 € im  
Monat, geht aber auch in die  
Extremfälle bis zu vierstelligen  
Summen im Laufe des  
Jahres.“



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - In-Game-Käufe können sehr niedrigschwellig getätigt werden

„Problematisch, oder wenn sie schon einfach die Zahlungsmöglichkeiten schon im Spiel abgespeichert haben, nur noch klicken, Ein-Klick-Käufe tätigen. Dann ist einfach noch ne andere Hemmschwelle da, das einfacher zu kaufen.“

„Und in dem Fall ist es oft wirklich so, dass die Kinder sich die Karten einfach an der Tankstelle, im Supermarkt, kaufen.“





## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - Das Geschäftsmodell erlaubt es den Kindern und Jugendlichen, die In-Game-Käufe oft selbst zu finanzieren...

„Also zum Teil ist es Taschengeld, eben aber auch Geburtstagsgeld, Ostergeld von den Großeltern, oder wenn sie einfach älter werden, mit 16, 17, 18, in dem Bereich, dann ist es oft auch das eigene Konto wo sie es einfach abbuchen lassen. [...] Die Spiele machen es ja sehr sehr raffiniert schon für kleine Kinder. Sie können ja schon 1,99€ investieren, oder 99ct.“



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - ... in Extremfällen werden aber auch unlautere Wege eingeschlagen

„Also wenn’s einfach in den Bereich geht, wo es dann wirklich schon zum problematischen Konsum hingeht, habe ich hier öfters auch schon das Thema gehabt, dass die Kreditkarte der Eltern missbraucht wurde, [...] einfach als Zahlungsmittel hinterlegt wurde und da abgebucht wird. Und [...] wenn die Eltern nicht immer auf die Kreditkartenabrechnung schauen, fällt das erst später auf.“



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):
  - ... in Extremfällen werden aber auch unlautere Wege eingeschlagen

„Ich habe auch ein paar Fälle schon gehabt, da wurde dann das Taschengeld von den Geschwistern genommen, um [...] dieses Bedürfnis, Geld zu investieren, [zu befriedigen].“



## II. Gaming und Gambling



### **In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel: „FC24“ als Negativbeispiel**



## II. Gaming und Gambling

### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel: „FC24“ als Negativbeispiel

- Die Fußballsimulation „FC24“ (ehemals FIFA) des Herstellers Electronic Arts gilt als Musterbeispiel für den unmoralischen Einsatz von simuliertem Glücksspiel:
  - Eine der **beliebtesten Spielereien** der Welt (teilweise >20 Mio. Spieler)
  - Die Spielereihe besitzt eine **unbestrittene Monopolstellung** unter den Fußballsimulationen
  - **Jährlich erscheint ein neues Spiel** („FIFA 20“, „FIFA 21“, „FIFA 22“ etc.) mit wenigen Änderungen/Weiterentwicklungen zum Vorgänger; die letzte Generation wird obsolet
  - Bis vor kurzem **ohne Altersbeschränkung** erhältlich (seit „FC24“ FSK12)
  - Bereits das Basisspiel kostet neu **mind. 70€** (jährlich!)
  - Im **kompetitiven Modus** „Ultimate Team“ kann man sich **große Vorteile** (bessere Spieler etc.) durch Loot Boxen „Kartenpacks“ **erkaufen**
  - Die so erworbenen virtuellen Inhalte (z.B. Spieler) sind zwischen den FIFA-Versionen **nicht übertragbar!**
  - Durch die Darstellung des Weltsports Fußball genießt das Spiel gleichzeitig eine **hohe Akzeptanz bei Außenstehenden/Medien/Eltern**



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel: „FC24“ als Negativbeispiel

- Interview mit einem FIFA-Profi (2020):
  - Steigende Kosten für gute Inhalte (sozusagen abnehmende Gewinnausschüttung)

„Bei FIFA ist es so, dass du jetzt mittlerweile viel mehr Geld reinstecken musst, weil andere Leute auch Geld reinstecken.“



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel: „FC24“ als Negativbeispiel

- Interview mit einem FIFA-Profi (2020):
  - Steigende Kosten für gute Inhalte (sozusagen abnehmende Gewinnausschüttung)
  - **Enorme Kosten für Wettbewerbsfähigkeit**

„Also wenn du, ich sag mal an der Spitze mitspielen willst [...], musst du halt in FIFA schon drei- bis viertausend [Euro] investieren, um überhaupt eine Chance zu haben [...] auf die [E-Sport-]Events zu kommen.“



## II. Gaming und Gambling



### In-Game-Käufe und simuliertes Glücksspiel: „FC24“ als Negativbeispiel

- Interview mit einem FIFA-Profi (2020):
  - Steigende Kosten für gute Inhalte (sozusagen abnehmende Gewinnausschüttung)
  - Enorme Kosten für Wettbewerbsfähigkeit
  - **Abhängigkeit vom „Glücksfaktor“**

„Aber zum größten Teil ist da auch der Glücksfaktor wichtig, weil ich sag mal, wenn du 1.000 € investierst und nichts ziehst und andere 500 € investieren und das Dreifache ziehen, dann ist halt der Glücksfaktor entscheidend.“





## II. Gaming und Gambling



### E-Sport



## II. Gaming und Gambling



### E-Sport

- Simuliertes Glücksspiel als **Eintrittskarte**



## II. Gaming und Gambling

### E-Sport

- Simuliertes Glücksspiel als Eintrittskarte
- **Werbe**fläche für In-Game-Käufe:
  - Rabatte für Loot Boxen während E-Sport-Events
  - Abo-Konzepte („Season Pass“) mit Verknüpfung zu simuliertem Glücksspiel
  - Virtuelle Inhalte mit E-Sport-Bezug, die mit simuliertem Glücksspiel erlangt werden können (z.B. „Skins“ für Charaktere oder Waffen in den Farben/mit den Logos der E-Sport-Teams)



## II. Gaming und Gambling

### E-Sports

- Simuliertes Glücksspiel als Eintrittskarte
- Werbefläche für In-Game-Käufe:
  - Rabatte für Loot Boxen während E-Sport-Events
  - Abo-Konzepte („Season Pass“) mit Verknüpfung zu simuliertem Glücksspiel
  - Virtuelle Inhalte mit E-Sport-Bezug, die mit simuliertem Glücksspiel erlangt werden können (z.B. „Skins“ für Charaktere oder Waffen in den Farben/mit den Logos der E-Sport-Teams)
- **E-Sportwetten**
  - Auch auf die Ausgänge von E-Sport-Events kann gewettet werden
  - Wie im „normalen“ Sport gab es auch im E-Sport schon Wettskandale (z.B. absichtliches Verlieren, „Cheating“)



## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming



## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming

- YouTube, Twitch.tv



## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming

- YouTube, Twitch.tv
- Meist junge, teilweise minderjährige Zielgruppe (SWR-Gamingstudie 2022)



## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming

- YouTube, Twitch.tv
- Meist junge, teilweise minderjährige Zielgruppe (SWR-Gamingstudie 2022)
- Simuliertes Glücksspiel als Inhalt





## II. Gaming und Gambling

**Influencer und Streaming: MontanaBlack (5,3 Mio. Follower)**





## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming

- YouTube, Twitch.tv
- Meist junge, teilweise minderjährige Zielgruppe (SWR-Gamingstudie 2022)
- Simuliertes... **und tatsächliches** Glücksspiel als Inhalte



## II. Gaming und Gambling



### Influencer und Streaming: Knossi (2,3 Mio. Follower)





## II. Gaming und Gambling

### Influencer und Streaming

- YouTube, Twitch.tv
- Meist junge, teilweise minderjährige Zielgruppe (SWR-Gamingstudie 2022)
- Simuliertes... und tatsächliches Glücksspiel als Inhalte  
→ Teilweise durch **ein und dieselben Streamer**



### III. Gaming als sozialer Raum



## Gaming als sozialer Raum mit eigener (unterschätzter?) Dynamik



### III. Gaming als sozialer Raum



## Gaming als sozialer Raum mit eigener (unterschätzter?) Dynamik

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):

„Also, wenn ich jetzt zum Beispiel an meine Jugend zurückdenke, dann habe ich mehr Zeit draußen verbracht, und Fußball gespielt und so weiter [...]. Aber jetzt ist es halt so, die treffen sich zum gemeinsamen Spielkonsolen spielen [...], wo sie sich ja auch dann halt treffen und gemeinsam, also gemeinsam im Team spielen, wo sie [...] zusammen auch sprechen können und so weiter... Halt das, was wir früher draußen gemacht haben, halt alles in der digitalen Welt halt machen.“



### III. Gaming als sozialer Raum



## Gaming als sozialer Raum mit eigener (unterschätzter?) Dynamik

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):

„Und halt die Anerkennung letztendlich auch im Spiel und wenn man sich so halt damit, mit den Spielen und sowas halt auch beschäftigt wird halt deutlich, dass die häufig auch sowas kaufen, weil sie ja dadurch auch nochmal anders gesehen werden im Spiel oder anders halt auftreten. [...] Das ist häufig auch so eine Selbstdarstellungsgeschichte.“



### III. Gaming als sozialer Raum



## Gaming als sozialer Raum mit eigener (unterschätzter?) Dynamik

- Interviews mit Präventionsfachkräften (2020):

„Weil auch der Gruppendruck ist relativ hoch. Weil sie müssen ja mithalten können.[...] Wenn all ihre Freunde besser aussehen als Sie, wollen Sie's wahrscheinlich auch haben. Und da ist auch immer für Eltern auch schwierig, was erlaube ich.“





### III. Gaming als sozialer Raum



## Gaming als sozialer Raum mit eigener (unterschätzter?) Dynamik

- Wie bereits etabliert, ist Gaming längst kein Nischenhobby mehr
- Das Stigma des „nerdigen Gamers“ trifft heute auf Kinder und Jugendliche nicht mehr zu; stattdessen ist Gaming eine Mainstream-Beschäftigung und Raum für sozialen Austausch  
→ **Das Fortnite von heute ist der Bolzplatz von früher**
- Gaming hat sich auch zu einem Ort für soziale Vergleiche entwickelt  
→ **Der Fortnite-Skin von heute ist die Markenklamotte von früher**  
→ **In-Game-Produkte und Leistungen(!) können soziale Anerkennung bringen**  
→ **Simuliertes Glücksspiel bietet als „Gewinnausschüttung“ nicht nur virtuelle Gegenstände, sondern kann den sozialen Status verbessern**
- Das Verständnis der Eltern für diesen sozialen Raum dürfte weitaus geringer sein als für soziale Prozesse in der „analogen Welt“  
→ **Unüberwachter Raum; „freie Bahn“ für rücksichtslose Profitmaximierung und schlechte Vorbilder**



## IV. Gefahren und Regulierung





## IV. Gefahren und Regulierung



### Gefahren

- Erhöhung der Suchtgefahr
- Finanzielle Not (bei Kindern/Jugendlichen und deren Eltern)
- Möglicherweise Senken der Hemmschwelle für (klassisches) Glücksspiel



## IV. Gefahren und Regulierung

### Regulierungsmöglichkeiten (Wittig, 2023)

- Deutschland: Glücksspielelemente relevant für Alterseinstufung (§10b Abs.3 S.2 JuSchG)
- Spanien
  - Regulierung/Einschränkung der Werbung
  - Pflicht zur Bereitstellung von Informationen über Gewinnwahrscheinlichkeiten und bisherige Investitionen
  - Pflicht zur Ermöglichung von selbstgesetzten Begrenzungen
  - Verbot für Minderjährige, gekoppelt an Identitätsprüfungen
- Niederlande
  - Simuliertes Glücksspiel galt bereits unter bestimmten Umständen als Glücksspiel; gekippt durch Raad van State
  - 2022 Gesetzesentwurf, der Lootboxen verbieten soll



## IV. Gefahren und Regulierung

### Regulierungsmöglichkeiten (Wittig, 2023)

- Belgien
  - Quasi-Verbot von Lootboxen (Einstufung als Glücksspiel und keine Möglichkeit der Lizenzierung)
  - Inkonsequente Umsetzung und noch keine gerichtliche Entscheidung
- Dänemark, Frankreich, Irland, Österreich, Polen, Schweden, Vereinigtes Königreich
  - Simuliertes Glücksspiel ist entweder kein Glücksspiel oder
  - Simuliertes Glücksspiel ist nur dann Glücksspiel, wenn unmittelbare monetäre Gewinne erzielt werden können



## IV. Gefahren und Regulierung



### Regulierungsmöglichkeiten (Wittig, 2023)

- China
  - Verbot für Lootboxen, die mit In-Game-Währungen oder echtem Geld gekauft werden können
  - Alle Inhalte von Lootboxen müssen auch anderweitig erhältlich sein
  - Pflicht zur Bereitstellung von Informationen über Gewinnwahrscheinlichkeiten
  - Limitation von Spielzeiten und In-Game-Käufen für Minderjährige
- Südkorea
  - Pflicht zur Bereitstellung von Informationen über Gewinnwahrscheinlichkeiten
  - Limitation von Spielzeiten und In-Game-Käufen für Minderjährige
- USA
  - Mehrere Gesetzesentwürfe und Regulierungsbestrebungen, aber noch keine Regulierung



## IV. Gefahren und Regulierung



### Regulierungsmöglichkeiten

- Grundsätzliches Verbot von simuliertem Glücksspiel (Belgien, China)
- Einstufung von simuliertem Glücksspiel als Glücksspiel (Belgien, Niederlande)
- Regulierung von simuliertem Glücksspiel, z.B.
  - Einführung von Altersgrenzen (Deutschland, Spanien)
  - Einführung von Obergrenzen für In-Game-Käufe oder Loot Box-Nutzungen (China, Südkorea)
  - Pflicht zur Transparenz bei Zufallsmechanismen/Gewinnausschüttungen (Spanien, China, Südkorea)
  - Verbot von „pay2win“-Modellen
- Alternativ: Aufklärung
  - Medienmündigkeit der Kinder und Eltern
  - Eltern zu mehr Kontrolle bewegen
  - Mehr politische und mediale Aufmerksamkeit → Druck auf Spieleentwickler



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!



[benedikt-jonas.iberl@ifk.uni-tuebingen.de](mailto:benedikt-jonas.iberl@ifk.uni-tuebingen.de)