



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT



verbraucherzentrale

PC-SPIELE IM PRAXISTEST

Mangelnde Informationen und schlechter Kundenservice als Spielverderber?

Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen – August 2019

INHALT

ABBILDUNGEN UND TABELLEN	4
ZUSAMMENFASSUNG	5
1 HINTERGRUND, ZIELSETZUNG UND STUDIENDESIGN	7
1.1 Hintergrund	7
1.2 Zielsetzung der Studie	8
1.3 Methode	8
1.4 Studiendesign Teil A: Prüfung von Verbraucherinformationen	8
1.5 Studiendesign Teil B: Kundenservice-Test	9
1.6 Auswahl der Spiele	10
2 TEIL A: ERGEBNISSE DER PRÜFUNG VON VERBRAUCHERINFORMATIONEN	12
2.1 Systemvoraussetzungen	13
2.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen in deutscher Sprache	14
2.3 In-Game-Käufe	14
2.4 Alterskennzeichnung	16
2.5 Altersverifikation	18
2.6 Jugendschutz bei In-Game-Käufen	19
2.7 Widerrufsrecht	20
2.8 Ausschluss des Widerrufsrechts	22
3 TEIL B: ERGEBNISSE DES KUNDENSERVICE-TESTS	23
3.1 Vorabinformation: Unerwartete Account-Sperrungen	23
3.2 In-Game-Käufe: Anfrage zur Möglichkeit, im Spiel (weiteres) Geld auszugeben	24
3.3 Jugendschutz: Rückerstattung von Käufen, die durch Minderjährige getätigt wurden	25
3.4 Technischer Support: Anfrage wegen eines technischen Problems im Spiel	26
3.5 Widerruf: Rückgabe innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist	27
3.6 Kundenservice allgemein	28
4 FAZIT	30
QUELLENVERZEICHNIS	32

ABBILDUNGEN UND TABELLEN

1	Aufbau der Untersuchung	10
2	Ausgewählte Spiele	11
3	Ergebnis der Prüfung – Systemvoraussetzungen	13
4	Ergebnis der Prüfung – AGB in deutscher Sprache	14
5	Möglichkeiten zum Erwerb von In-Game-Währung und Zusatzinhalten in PC-Spielen	15
6	Übersicht Alterseinstufungen nach USK und Angabe von Alterskennzeichnungen auf den Spiele-Webseiten	17
7	Ergebnis der Prüfung – Altersverifikation	19
8	Ergebnis der Prüfung – Jugendschutz bei In-Game-Käufen	20
9	a Ergebnis der Prüfung – Widerrufsrecht zum Spiel selbst	21
	b Ergebnis der Prüfung – Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtiger In-Game-Währung	21
	c Ergebnis der Prüfung – Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtigen Zusatzinhalten (DLCs)	21
10	Ergebnis der Prüfung – Ausschluss des Widerrufsrechts	22
11	Ergebnis der Prüfung – Rückerstattung von Käufen, die durch Minderjährige getätigt wurden	26
12	Ergebnis der Prüfung – Technischer Support: Anfrage wegen eines technischen Problems im Spiel	27
13	Ergebnis der Prüfung – Widerruf: Rückgabe innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist	28
14	Ergebnis der Prüfung – Kundenservice allgemein	29

ZUSAMMENFASSUNG

Das Marktwächter-Team der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz hat im Rahmen einer qualitativen Studie 14 beliebte Online PC-Spiele aus Verbrauchersicht untersucht – je sieben kostenpflichtige und sieben kostenlose Spiele: Call of Duty: WWII, Dota 2, FIFA 19, Fortnite: Battle Royale, GTA 5, Hearthstone, League of Legends, Minecraft, PUBG, Tom Clancy's Rainbow Six Siege, Realm Royale, Rocket League, Warframe und World of Tanks.

Im ersten Teil der Untersuchung wurde überprüft, ob den potentiellen Nutzern vor dem Erwerb eines PC-Spiels relevante Verbraucherinformationen auf den Internetauftritten der Spiele zur Verfügung gestellt werden. Dafür wurden die verfügbaren Informationen, beispielsweise zu In-Game-Käufen, Alterskennzeichnungen oder zum Widerrufsrecht, mittels Internetrecherche erhoben und geprüft.

Im zweiten Teil der Untersuchung spielten die Kundenservices der Spiele-Anbieter eine zentrale Rolle. In verschiedenen Szenarien wurde analysiert, wie der jeweilige Kundenservice mit Anfragen und Problemen von Verbrauchern umgeht. Dafür wurden pro Szenario jeweils drei ähnlich klingende, schriftliche Anfragen gestellt und die Reaktionen im Anschluss mit einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

... INFORMATIONEN ZU IN-GAME-KÄUFEN UND JUGENDSCHUTZ UNZUREICHEND

In allen 14 untersuchten Online PC-Spielen kann echtes Geld ausgegeben werden, entweder für eine Spielwährung, digitale Zusatzinhalte oder für beides. Ein wirklich klarer, transparenter Hinweis auf die Möglichkeit, im Spiel In-Game-Käufe zu tätigen, findet sich aber vor dem Kauf bzw. vor der Registrierung bei keinem der geprüften Spiele.

Des Weiteren gab es im Untersuchungszeitraum bei den geprüften Online PC-Spielen keine einheitliche Alterskennzeichnung: Auf drei Spiele-Webseiten findet sich gar keine Kennzeichnung und manche Anbieter (5 von 14) geben lediglich die US-amerikanische Alterskennzeichnung (ESRB) an. Weniger als die Hälfte

der Anbieter (6 von 14) gibt die Alterskennzeichnung der deutschen Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) auf ihren Spiele-Webseiten an.

Im Rahmen der erstmaligen Anmeldung zu den Spielen zeigt sich zudem, dass in vielen Fällen die Altersverifikation leicht zu umgehen ist. Zwar fragen die meisten Spiele-Anbieter das Alter der Spieler ab, aber bis auf eine Ausnahme nutzt keiner der Anbieter eine Verifikation, die über die schlichte Eingabe des Geburtsdatums oder die Bestätigung des Mindestalters hinausgeht.

Zudem sind in keinem der überprüften PC-Spiele strikte jugendschützende Einstellungen und Mechanismen erkennbar, die hohe In-Game-Käufe durch Minderjährige unterbinden könnten. Sind die Bezahlraten erst einmal hinterlegt, beispielsweise durch den Kauf eines Spiels, so sind weitere Einkäufe scheinbar grenzenlos möglich. Eltern müssen grundsätzlich selbst aktiv werden und sich informieren, ob eine elterliche Freigabe oder Kontrolle für das jeweilige PC-Spiel existiert.

... TEILS INTRANSPARENTE UND FEHLERHAFT VERTRAGSINFORMATIONEN

Die Angabe von Systemvoraussetzungen lässt sich bei fast allen getesteten Spielen finden (13 von 14). Nur in einem Fall sind keine Systemvoraussetzungen angegeben. Dies kann darin begründet liegen, dass dort keine nennenswerten Voraussetzungen an die Hard- und Software zu erfüllen sind.

Obwohl Anbieter verpflichtet sind, (vor)vertragliche Informationen in deutscher Sprache zur Verfügung zu stellen, wenn sie sich an deutsche Verbraucher richten, finden sich bei der Mehrheit der untersuchten Spiele (10 von 14) entweder Teile der Produktbeschreibung, einzelne Absätze oder sogar vollständige Allgemeine Geschäftsbedingungen nur in englischer Sprache.

Auch der gesetzlichen Informationspflicht über das Widerrufsrecht sowie den Ausschluss des Widerrufsrechts kommen die Spiele-Anbieter häufig nicht oder nicht in korrekter Form nach. Eine Widerrufsbelehrung muss nicht nur beim Kauf eines kostenpflichtigen Spiels er-

6 | Zusammenfassung

folgen, sondern auch beim Kauf von In-Game-Währung oder digitalen Zusatzinhalten.



KUNDENSERVICE MEHRHEITLICH SCHNELL UND HILFREICH, ABER VERBESSERUNGSFÄHIG

Bei einer vergleichsweise einfachen Anfrage wegen eines technischen Problems gab nur die Hälfte der überprüften Kundenservices (6 von 12) eine hilfreiche Antwort oder konnte das Problem lösen. Die andere Hälfte dagegen konnte entweder nur mit wenig hilfreichen Informationen dienen oder reagierte überhaupt nicht.

Unabhängig davon, ob die Anbieter das Widerrufsrecht wirksam ausgeschlossen haben, wurden Widerrufsfragen innerhalb der gesetzlichen Frist an die Kundenservices adressiert. Das Ergebnis: Gekaufte In-Game-Währung zu widerrufen, scheint in den geprüften Spielen nahezu unmöglich. Dies ist rechtens, wenn der Anbieter den Nutzer vor dem Kauf darüber belehrt, dass das Widerrufsrecht ausgeschlossen ist. Dies war bei einigen der getesteten Anbietern jedoch nicht der Fall.

Bei dem Versuch einen unautorisierten Kauf eines Minderjährigen zu widerrufen und die ausgegebenen Geldbeträge zurückzufordern, scheint es keine einheitliche Vorgehensweise zu geben: Bei drei ähnlich formulierten Anfragen beim gleichen Anbieter kam es vor, dass der Kundenservice unterschiedlich reagierte – manchmal wurde das Geld zurückerstattet, manchmal nicht.

Betrachtet man die Kundenservices der Spiele-Anbieter allerdings über alle geprüften Szenarien hinweg, so zeigt sich, dass bis auf wenige Ausnahmen die Anbieter üblicherweise innerhalb von maximal 48 Stunden auf die simulierten Verbraucheranfragen reagierten und zufriedenstellende Antworten gaben. Teilweise auch mit weiteren hilfreichen Informationen, beispielsweise, dass eine elterliche Freigabe-Möglichkeit bei minderjährigen Spielern vorhanden sei. Es gibt jedoch auch Spiele-Anbieter, die auf einzelne oder alle Anfragen gar nicht reagierten oder ausschließlich in englischer Sprache antworteten. Zum Teil waren auch die Antworten der Kundenservices bei mehreren gleichen Anfragen inkonsistent.

1 HINTERGRUND, ZIELSETZUNG UND STUDIENDESIGN

1.1 HINTERGRUND

In Deutschland spielten im Jahr 2018 rund 34 Millionen Verbraucher¹ Computerspiele.² Die Spieler generieren Milliarden-Umsätze für die Spiele-Branche, dabei ist insbesondere im Bereich der In-Game-Käufe in den vergangenen Jahren eine erhebliche Umsatzsteigerung zu verzeichnen.³ Solche Mikrotransaktionen spielen für die Finanzierung von Spielen eine immer wichtigere Rolle.⁴ Gleichzeitig bieten die kostenpflichtigen Zusatzinhalte Potenzial für vielfältige Verbraucherprobleme: Ist es beispielsweise für jeden potenziellen Spieler ersichtlich, ob während des Spielens eines kostenlosen oder auch kostenpflichtigen Spiels (weiteres) Geld im Spiel ausgegeben werden kann oder sogar muss? Falls ja, in welcher Höhe? Wie können Eltern minderjähriger Spieler sich und ihre Kinder davor schützen, dass diese (un)absichtlich In-Game-Käufe tätigen? Und wo finden Eltern Informationen darüber, ab welchem Alter ein PC-Spiel geeignet ist?

Die mediale Berichterstattung⁵ und zahlreiche Beschwerden⁶ im Frühwarnnetzwerk⁷ der Verbraucherzentralen lassen darauf schließen, dass Eltern Minderjähriger über die unterschiedlichen Optionen, in digitalen Spielen Geld auszugeben, nicht ausreichend Bescheid wissen. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die

1 Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

2 Statista 2019

3 Verband der deutschen Games-Branche 2018a

4 Vgl. Verband der deutschen Games-Branche 2018b; Games Wirtschaft 2018; Computer Base 2017; Heise 2018

5 Vgl. Spiegel 2017; GameStar 2018; GameStar 2017a; GameStar 2017b

6 Zahlreiche Fälle aus dem Segment Digitale Güter behandeln (versehentliche) Vertragsschlüsse durch Minderjährige in digitalen Spielen, die zu hohen Belastungen der Kreditkarte der Eltern führten.

7 Beim Frühwarnnetzwerk (FWN) des Marktwächters handelt es sich um ein Erfassungs- und Analysesystem für besonders auffällige Sachverhalte aus der Verbraucherberatung. Grundlage stellt eine ausführliche Sachverhaltsschilderung durch Beratungskräfte dar, die eine Kategorisierung sowie eine anschließende qualitative Analyse ermöglicht. Daher ist zu beachten, dass die Daten des FWN somit nur einen Ausschnitt darstellen und eine Quantifizierung bzw. ein Rückschluss auf die Häufigkeit des Vorkommens in der Verbraucherberatung oder in der Bevölkerung insgesamt nicht möglich ist.

Frage nach möglichen Maßnahmen zur Altersverifikation, wenn sich minderjährige Spieler dort anmelden wollen. Informationen über die unterschiedlichen Möglichkeiten von In-Game-Käufen müssten aus Sicht des Verbraucherschutzes⁸ seitens der Spiele-Anbieter kommuniziert werden, um eine informierte Entscheidung über die Anschaffung eines digitalen Spiels treffen zu können. Inwiefern die Spiele-Anbieter darüber informieren, wird in der vorliegenden Untersuchung betrachtet. Zudem werden oben genannte Aspekte des Kinder- und Jugendmedienschutzes (im Folgenden: Jugendschutz) berücksichtigt.

Über das Frühwarnnetzwerk beschwerten sich Verbraucher außerdem regelmäßig über Probleme mit dem Kundenservice, wenn sie vom Widerrufsrecht Gebrauch machen wollen oder in einem Spiel technische Probleme auftreten. So berichten Verbraucher zum Beispiel, dass sie vom Kundenservice keine oder nur unzureichende Hilfestellung zu ihren Problemen erhalten haben. Auch dieser Aspekt wird in der vorliegenden Untersuchung näher beleuchtet.

Auch die Befragungsergebnisse im Rahmen der Marktwächter-Untersuchung „Online PC- und Konsolenspiele – Erfahrungen und Erwartungen von Verbrauchern“ (2018)⁹ belegen folgende Verbraucherprobleme: Im Rahmen der onlinerepräsentativen Befragung gaben knapp drei von zehn der Online PC- und Konsolenspieler (28 %) an, die Erfahrung gemacht zu haben, dass vor dem Kauf eines Spiels nicht angegeben wurde, dass das Spiel kostenpflichtige Zusatzinhalte enthält. Ebenfalls 28 Prozent dieser Spieler haben bereits die Erfahrung gemacht, dass wichtige Informationen über notwendige Systemvoraussetzungen oder ein Online- oder Registrierungszwang nur unzureichend bzw. gar nicht genannt wurden. Laut dieser Untersuchung wünscht sich außerdem die große Mehrheit der Spieler (91 %) einen kundenorientierten Support. Dieser ist insbesondere für die Fehlerbehebung wichtig. So bestätigten jeweils zwei von fünf befragten Online PC- und Konso-

8 Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen 2018

9 Marktwächter 2018a

8 | Hintergrund, Zielsetzung und Studiendesign

lenspielern, dass es nach der Installation (40 %) oder später durch ein Update (41 %) zu technischen Problemen kam, die den Spielspaß beeinträchtigten.

1.2 ZIELSETZUNG DER STUDIE

Im Rahmen der vorliegenden qualitativen Untersuchung sollen im ersten Schritt detaillierte Kenntnisse darüber gewonnen werden, ob den Verbrauchern auf den Webseiten der Spiele-Anbieter relevante Informationen über z. B. notwendige Systemanforderungen sowie Hinweise zu In-Game-Käufen vor und/oder nach Kauf bzw. Registrierung zur Verfügung gestellt werden. Ebenso wird überprüft, inwiefern über das Widerrufsrecht und dessen möglichen Ausschluss informiert wird. Zudem wird auch überprüft, ob Angaben im Rahmen des Jugendschutzes seitens der Anbieter zur Verfügung gestellt werden, z.B. eine Alterskennzeichnung oder Maßnahmen zur Altersverifikation.

In einem zweiten Schritt werden die Kundenservices der Spiele-Anbieter eine zentrale Rolle spielen. Es wird geprüft, wie der jeweilige Kundenservice reagiert, wenn Verbraucher den Spiele-Anbieter mit Anfragen und Problemen aus unterschiedlichen verbraucherrelevanten Themenbereichen konfrontieren.

Die zentralen Fragen der Untersuchung lauten daher:

- Stellen die Spiele-Anbieter umfassende Informationen vor dem Erwerb des Spiels für die Verbraucher zur Verfügung?
- Wie reagieren Spiele-Anbieter, wenn Verbraucher den Kundenservice mit unterschiedlichen Problemen kontaktieren?

1.3 METHODE

Als methodischer Ansatz wurde eine qualitative (Inhalts-)Analyse von Verbraucher- und Kundenservice-Informationen durchgeführt. Um der Vielfalt des Spiele-Marktes und der Verbraucherprobleme gerecht zu werden, erfolgte eine detaillierte Prüfung unterschiedlicher kostenloser und kostenpflichtiger Spiele (siehe Kapitel 1.6) zu unterschiedlichen Verbraucherproblemen. Eine solche Prüfung generiert detailreiche Daten-

mengen, für die sich eine qualitative Auswertung anbietet, da diese eine tiefgehende Analyse ermöglicht. Ein qualitativer Forschungsansatz beinhaltet zudem eine offene Herangehensweise, in deren Rahmen auch unerwartete Ergebnisse betrachtet, berücksichtigt und bewertet werden können.

Die Datenerhebung erfolgte in zwei Schritten und wurde durch das Marktforschungsunternehmen Globis Consulting im Auftrag des Marktwächters Digitale Welt durchgeführt. Der Erhebungszeitraum umfasste die Monate von November 2018 bis April 2019.

Die Methode kombiniert eine qualitative Inhaltsanalyse¹⁰ der schriftlichen Inhalte der Verbraucherinformationen mit denjenigen schriftlichen Inhalten, die im Zuge des Kundenservice-Tests entstanden. Die Inhalte wurden dokumentiert, gesichtet und geprüft. Die Verbraucherinformationen wurden im Rahmen einer einmaligen Recherche erhoben. Die Inhalte, die im Zuge des Kundenservice-Tests erhoben wurden, entstanden durch (mehrfache) schriftliche Anfragen beim Kundenservice im Zeitverlauf. Zu jedem Thema wurden drei unterschiedliche Anfragen an die jeweiligen Kundenservices gestellt. Die genaue Vorgehensweise wird an den entsprechenden Stellen im Folgenden jeweils skizziert. Die Erhebung der Daten wurde durch den Dienstleister durchgeführt, die Auswertung der Inhalte erfolgte durch das Marktwächter-Team.

1.4 STUDIENDESIGN TEIL A: PRÜFUNG VON VERBRAUCHERINFORMATIONEN

Der erste Teil der Untersuchung konzentriert sich darauf, ob Verbrauchern vor der Entscheidung für den Kauf eines PC-Spiels bzw. vor der Registrierung bei einem PC-Spiel folgende relevante Informationen auf der deutschen Webseite des Spiels zur Verfügung gestellt werden. Folgende Fragen werden in diesem Teil beantwortet:

Allgemeine Verbraucherinformationen

Stellen die Spiele-Anbieter den Verbrauchern allgemeine Informationen im Rahmen des Kaufprozesses (bei kostenpflichtigen Spielen) bzw. der Registrierung (bei

.....
¹⁰ Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring 2015

kostenlosen Spielen) des Spiels zur Verfügung, z. B. zu technisch notwendigen Systemvoraussetzungen oder zum Thema Widerruf?

In-Game-Käufe

Sind die Spiele mit einer Kennzeichnung versehen, dass In-Game-Käufe möglich sind? Wie gehen die Anbieter bei In-Game-Käufen mit dem Widerrufsrecht um? Wird über das Widerrufsrecht aufgeklärt? Findet ein ausdrücklicher Ausschluss des Widerrufsrechts statt? Welche Rückgabemöglichkeiten gibt es bei In-Game-Käufen?

Jugendschutz

Existieren Jugendschutzmechanismen, beispielsweise in Form von Informationen über eine Alterseinstufung für das jeweilige Spiel oder in Form von Alterskontrollen, wenn die Anmeldung für ein Spiel erfolgt bzw. erfolgen soll?

Auf Basis der Erkenntnisse aus diesem ersten Teil wurden Szenarien konstruiert, die die Grundlage für den Kundenservice-Test bilden.



1.5 STUDIENDESIGN TEIL B: KUNDENSERVICE-TEST

Im zweiten Teil der Untersuchung wurde ein Kundenservice-Test mit verschiedenen Problemszenarien durchgeführt. Hier ging es um die Reaktionen der Spiele-Anbieter auf Probleme bzw. Fragestellungen der Verbraucher zum jeweiligen Spiel. Basierend auf den Erkenntnissen des Teils A dieser Untersuchung, auf realen Fällen aus dem Frühwarnnetzwerk sowie aus der bereits genannten Verbraucherbefragung von PC- und Konsolenspielern wurden klassische Verbraucheranfragen konzipiert und an die Kundenservices der Spiele-Anbieter adressiert:

In-Game-Käufe

Es wurde beim Kundenservice angefragt, ob es möglich ist, im Spiel (weiteres) Geld auszugeben.

Jugendschutz

Minderjährige sind noch nicht voll geschäftsfähig. Ohne Zustimmung eines Erziehungsberechtigten dürfen sie keine Geldbeträge ausgeben, die sie nicht mit ihrem Taschengeld bestreiten können.¹¹ Dies gilt erst recht für In-Game-Käufe über mehrere hundert Euro. Es wurde daher eine Bitte an den jeweiligen Kundenservice formuliert (nach Ablauf der gesetzlichen Widerrufsfrist)¹², den Betrag für das Spiel (bei kostenpflichtigen Spielen) und die bereits getätigten In-Game-Käufe (bei kostenpflichtigen und kostenlosen Spielen) zurückzuerstatten, da ein Minderjähriger ohne Zustimmung der Eltern diese Käufe getätigt habe. Hierfür gaben sich die Anfragenden als Erziehungsberechtigte aus.

Widerruf

Hier wurde geprüft, inwiefern die Verbraucherschützenden Widerrufsregeln praktisch umgesetzt werden. Dazu wurden die Beträge kurz nach dem Erwerb des Spiels (bei kostenpflichtigen Spielen) bzw. der In-Game-Währung oder Zusatzinhalte (bei allen Spielen, die diese anbieten) widerrufen und die jeweiligen Beträge zurückgefordert. Diese Anfragen erfolgten unabhängig davon, ob der Anbieter das Widerrufsrecht (korrekt) ausgeschlossen hatte oder nicht, da der Fokus der Untersuchung auf der Reaktion der Kundenservices lag.

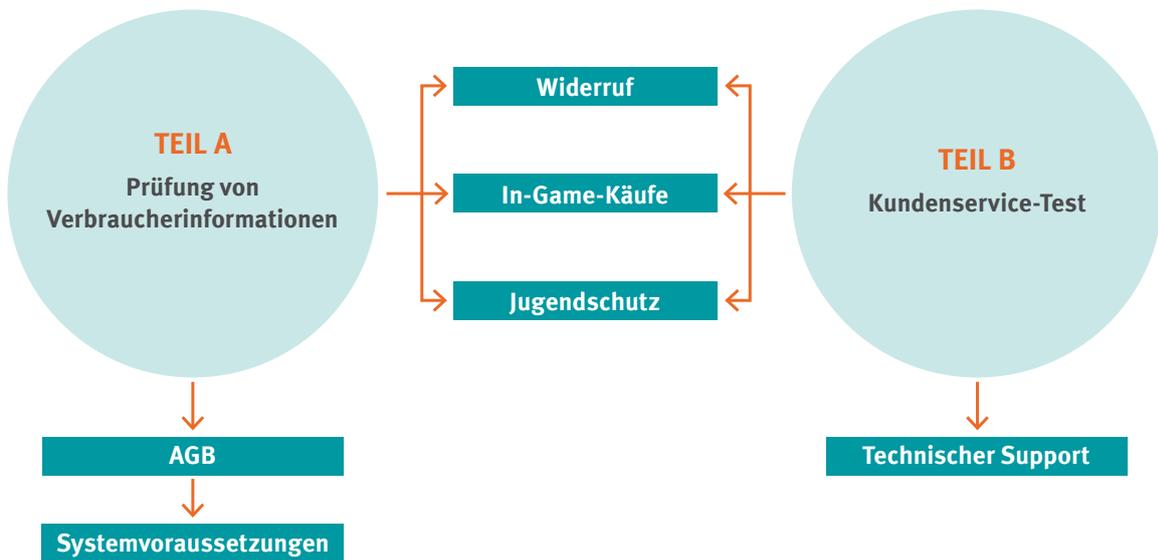
Technischer Support

In PC-Spielen kann es zu technischen Problemen kommen. Für solche Fälle können Spieler den Kundenservice kontaktieren, um Hilfestellung zu erhalten. Es wurde daher ein technisches Problem simuliert (Deinstallation des Soundkarten-Treibers) und der Kundenservice angefragt, das Problem zu lösen. In diesem Szenario ging es darum zu prüfen, inwieweit die Kundenservices Hilfestellung bei der Lösung technischer Probleme bieten. Zu diesem Zweck wurde der Kundenservice mindestens zweimalig kontaktiert und zur Problemlösung aufgefordert. Die Rückmeldungen wurden anschließend auf ihre Wirksamkeit hin überprüft.

¹¹ Dies ist im sogenannten Taschengeldparagraf (§ 110 BGB) geregelt. Die Höhe des Taschengeldes richtet sich nach dem jeweiligen Alter von Minderjährigen. Empfehlungen zur Höhe des Taschengeldes finden sich im Internet (vgl. Deutsches Jugendinstitut 2017).

¹² Die Anfragen wurden nach Ablauf der gesetzlichen Widerrufsfrist von 14 Tagen gestellt, damit die Anfragen nicht mit der gesetzlichen Widerrufsfrist kollidieren.

1 AUFBAU DER UNTERSUCHUNG



1.6 AUSWAHL DER SPIELE

Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich ausschließlich auf „Online PC-Spiele“¹³. Diese wurden im Rahmen der Erhebung online und ohne physische Trägermedien durch den Dienstleister erworben und gespielt.¹⁴ Es wurden PC-Spiele ausgewählt, um eine Vergleichbarkeit frei von unterschiedlichen technischen Basisvoraussetzungen zu ermöglichen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden 14 PC-Spiele betrachtet. Die Auswahl basierte auf den GAME-Charts der Jahre 2017 und 2018¹⁵, der JIM-Studien aus 2017¹⁶ und 2018¹⁷ sowie dem BIU E-Sports-Bericht aus 2017¹⁸. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Spiele über eine längere Zeit als beliebt bzw. erfolgreich bezeichnet werden können und zudem wurde je Anbieter bzw. Publisher nur jeweils ein Spiel berücksichtigt, um einen möglichst umfassenden Überblick über den (deutschen)

Spielmarkt zu ermöglichen. Um zu erfahren, ob es Unterschiede zwischen kostenlosen (Free-to-Play) und kostenpflichtigen PC-Spielen (Pay-to-Play) in Bezug auf Verbraucherinformationen und Kundenservice gibt, wurden beide Spiel-Typen berücksichtigt.

¹³ Dies sind digitale Spiele, die auf dem PC gespielt werden und für die eine Internetverbindung erforderlich ist.

¹⁴ Aus forschungsökonomischen Gründen wurde auf eine Prüfung von Spiele-Apps sowie Konsolenspielen verzichtet.

¹⁵ Verband der deutschen Games-Branche 2019

¹⁶ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2017

¹⁷ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2018a

¹⁸ Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware 2017

2 AUSGEWÄHLTE SPIELE

	Spiel	Anbieter
Kostenlos 	Fortnite: Battle Royale	Epic Games
	League of Legends	Riot Games
	Hearthstone	Blizzard Entertainment
	World of Tanks	Wargaming
	Dota 2	Valve
	Realm Royale	Hi-Rez Studios
Kostenpflichtig 	Warframe	Digital Extreme
	PUBG	Bluehole Inc.
	GTA 5	Rockstar Games
	Minecraft	Mojang AB; Microsoft
	FIFA 19	Electronic Arts
	Call of Duty: WWII	Activision
Tom Clancy's Rainbow Six Siege	Ubisoft	
Rocket League	Psyonix ¹⁹	

¹⁹ Der Anbieter Psyonix wurde im Mai 2019 von Epic Games aufgekauft.

2 TEIL A: ERGEBNISSE DER PRÜFUNG VON VERBRAUCHERINFORMATIONEN

Im ersten Schritt der Untersuchung wurde geprüft, welche Informationen Verbrauchern vor dem Kauf bzw. Download eines PC-Spiels zur Verfügung gestellt werden. Die Anbieter sind verpflichtet, bestimmte Informationspflichten gegenüber Verbrauchern vor Vertragsschluss einzuhalten.

Dazu gehören unter anderem:

❖ **Informationen über Systemvoraussetzungen** | Die Anbieter müssen angeben, welche Hard- und Softwarevoraussetzungen beim PC gegeben sein müssen, um ein Spiel in vollem Umfang nutzen zu können.²⁰

❖ **Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) in deutscher Sprache** | Sofern der Anbieter eigene AGB hat, müssen diese den Verbrauchern in deutscher Sprache zur Verfügung gestellt werden.²¹ Der Anbieter muss bei Vertragsschluss einen ausdrücklichen Hinweis auf die AGB geben. Verbraucher müssen die Möglichkeit haben, die AGB in zumutbarer Weise zur Kenntnis zu nehmen und sie müssen die AGB anerkennen.²²

❖ **In-Game-Käufe** | Anbieter sind verpflichtet, über den Gesamtpreis der Waren und Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben zu informieren.²³ Eine gesetzliche Verpflichtung, dass die Anbieter außerhalb der Allgemeinen Geschäftsbedingungen über die Möglichkeit von In-Game-Käufen informieren müssen, gibt es bei Online PC-Spielen bislang nicht, da diese Käufe optional sind und nicht zwingend getätigt werden müssen.

❖ **Alterskennzeichnung und Altersverifikation** | Die USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) weist daraufhin, dass Anbieter bei online veröffentlichten PC-Spielen die Alterskennzeichnung angeben müssen, wenn das ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleiche Spiel bereits auf einem physischen Datenträger vertrie-

ben wird und nach § 12 Jugendschutzgesetz gekennzeichnet ist.²⁴ Eine entsprechende Regelung zur Alterskennzeichnung wie beim Vertrieb von Spielen auf physischen Trägermedien existiert für ausschließlich online veröffentlichte PC-Spiele (noch) nicht.²⁵ Hier gelten die Regelungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV), deren Einhaltung die zentrale Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) kontrolliert. Die Anbieter haben dafür Sorge zu tragen, dass Kinder und Jugendliche entwicklungsgefährdende Angebote nicht wahrnehmen können. Insoweit sind sie verpflichtet, technische oder sonstige Vorkehrungen zu treffen, die eine Wahrnehmung der entwicklungsgefährdenden Angebote unmöglich machen oder wesentlich erschweren.²⁶

❖ **Jugendschutz bei In-Game-Käufen** | Bei In-Game-Käufen besteht keine gesetzliche Pflicht, nach der Anbieter bei Vertragsschluss Sicherheitsmechanismen einrichten müssen, um die Käufe von Minderjährigen ohne Einwilligung der Eltern zu unterbinden. Gleichwohl erscheint es im Interesse von Verbrauchern wie Anbietern sinnvoll, hier wirksame Jugendschutzmechanismen wie eine Altersverifikation und Möglichkeiten für Passwortsperren vorzuhalten. Diese könnten verhindern, dass ungenehmigte Vertragsschlüsse durch Minderjährige, die nach deutschem Recht unwirksam sind, wieder rückabgewickelt werden müssen.

❖ **Widerrufsrecht** | Die Anbieter müssen die Verbraucher über die Bedingungen, Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts informieren.²⁷

❖ **Ausschluss des Widerrufsrechts** | Das Widerrufsrecht kann bei digitalen Inhalten wie digitalen Spielen oder digitalen Zusatzinhalten vorzeitig erlöschen, wenn

20 Art. 246a Nr. 14, 15 EGBGB

21 Kammergericht Berlin, Urteil vom 8. April 2016, AZ 5 U 156/14

22 § 305 Abs. 2 BGB

23 Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 4 EGBGB; MüKoBGB/Wendehorst, 8. Aufl. 2019, BGB § 312d Rn. 25-27

24 USK 2019c

25 Viele Spiele sind trotzdem mit dem Prüfzeichen der freiwilligen Selbstkontrolle USK versehen, das Teil der International Age Rating Coalition (IARC) ist (vgl. Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle 2019a).

26 Auer-Reinsdorff et al. 2016; § 29 Rn. 48, 49; §§ 5, 23, 24 JMStV; §§ 27, 28 JuSchG

27 §§ 312g Abs. 1, 355 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 2, S. 1 Nr. 1 EGBGB, MüKoBGB/Wendehorst, 8. Aufl. 2019, BGB § 312d Rn. 41.

der Anbieter mit der Ausführung des Vertrags begonnen hat. Dazu muss die Zustimmung der Verbraucher eingeholt werden, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und der Verbraucher damit sein Widerrufsrecht verliert.²⁸

2.1 SYSTEMVORAUSSETZUNGEN

Hintergrund

Die Anbieter müssen angeben, welche Hard- und Softwarevoraussetzungen beim PC gegeben sein müssen, um ein Spiel in vollem Umfang nutzen zu können.

Ergebnis der Prüfung

Bei 13 von 14 geprüften Spielen lassen sich die notwendigen Systemvoraussetzungen für das Spiel vor der Registrierung bzw. vor dem Kauf des Spiels in den FAQs, Hilfeseiten oder auch auf der Seite der Vermittlungsplattform im Rahmen des Kauf- oder Anmeldeprozesses recherchieren. (s. Abbildung 3)

Bei einem Spiel werden die Systemvoraussetzungen nicht explizit angeführt. Dies lässt sich vermutlich damit erklären, dass diese sehr niedrighschwellig sind und in der Regel auf jedem Standard-PC erfüllt werden sollten.

Fazit

Insgesamt kommen die meisten Spiele-Anbieter damit ihrer Pflicht nach, die Systemvoraussetzungen vor dem Kauf bzw. der Registrierung des Spiels konkret zu benennen.

3 ERGEBNIS DER PRÜFUNG Systemvoraussetzungen



Die notwendigen Systemvoraussetzungen für das Spiel lassen sich vor der Registrierung bzw. vor dem Kauf des Spiels auf der Website recherchieren.



Die Systemvoraussetzungen werden nicht explizit angeführt.

Basis: 14 untersuchte PC-Spiele

²⁸ § 356 Abs. 5 BGB

2.2 ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN IN DEUTSCHER SPRACHE

Hintergrund

Die Anbieter müssen, wenn sie sich an deutsche Verbraucher richten, die AGB und Produktbeschreibungen in deutscher Sprache anbieten.

Ergebnis der Prüfung

Bei zehn von 14 geprüften Spielen fanden sich entweder Teile der Produktbeschreibung, einzelne oder sogar alle Texte der AGB nur in englischer Sprache (s. Abbildung 4).

Fazit

Anbieter, die ihre Spiele in Deutschland anbieten, müssen den Verbrauchern wesentliche Vertragsinformationen in deutscher Sprache zur Verfügung stellen. Tut ein Anbieter dies nicht, kann der Verbraucher von diesen keine Kenntnis erhalten. Im konkreten Fall der untersuchten digitalen Spiele kommt noch hinzu, dass die Anbieter die Nutzer meist mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Rechtstexten konfrontierten, die dann teilweise in deutscher Sprache verfasst waren und teilweise auf weitere englischsprachige Texte verwiesen. Dies ist für den durchschnittlichen Verbraucher verwirrend und unzureichend, da Verbraucher davon ausgehen dürfen, nur mit deutschsprachigen Vertragsinformationen konfrontiert zu werden.

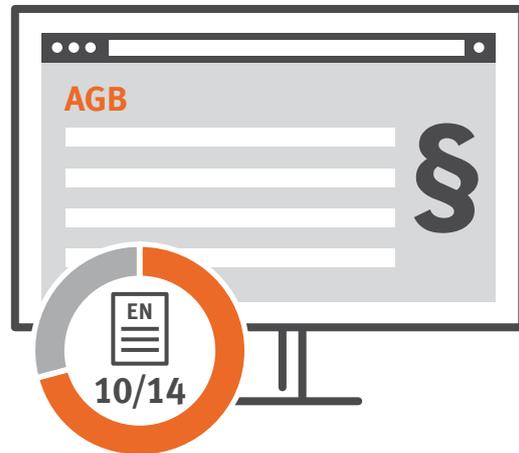
2.3 IN-GAME-KÄUFE

Hintergrund

Die EU-Kommission hatte im Jahr 2014 insbesondere zum Schutz von Kindern in einem Positionspapier gefordert, dass es in App-Stores keine Irreführung von Verbrauchern bei Spielen geben darf, die als „free“ oder „kostenlos“ beworben werden. Über eine Kennzeichnung möglicher In-App-Käufe bei Spiele-Apps hat sich die EU-Kommission mit den Anbietern von App-Stores geeinigt. Diese ist inzwischen flächendeckend umgesetzt.²⁹

29 Europäische Kommission 2014

4 ERGEBNIS DER PRÜFUNG AGB in deutscher Sprache



AGB teilweise oder komplett nur in englischer Sprache vorhanden

Basis: 14 untersuchte PC-Spiele

Anders ist die Situation bei Online-PC-Spielen geregelt: Die Anbieter sind zwar verpflichtet, über den Gesamtpreis von kostenpflichtigen Spielen zu informieren. Eine gesetzliche Verpflichtung, über die Möglichkeit von In-Game-Käufen zu informieren, gibt es bei Online-PC-Spielen jedoch bislang nicht, da diese Käufe optional sind und nicht zwingend getätigt werden müssen.

Ergebnis der Prüfung

Enthält das Spiel In-Game-Käufe?

Alle 14 überprüften PC-Spiele enthalten In-Game-Währungen bzw. In-Game-Käufe für Zusatzinhalte.

Bei fünf der 14 Spiele waren vor dem Kauf bzw. vor der Registrierung keine Informationen über eine mögliche In-Game-Währung bzw. Einkäufe im Spiel zu finden.

Bei den anderen neun Spielen ließen sich zwar Informationen über eine In-Game-Währung bzw. Einkäufe recherchieren, jedoch waren hierfür Kenntnisse über das Spiel notwendig. So werden Verbraucher beispielsweise im Support- oder Hilfebereich fündig, wenn sie explizit danach suchen – vorausgesetzt sie kennen beispielsweise bereits den Namen der In-Game-Währung.

Kann/muss man im Spiel Geld ausgeben?

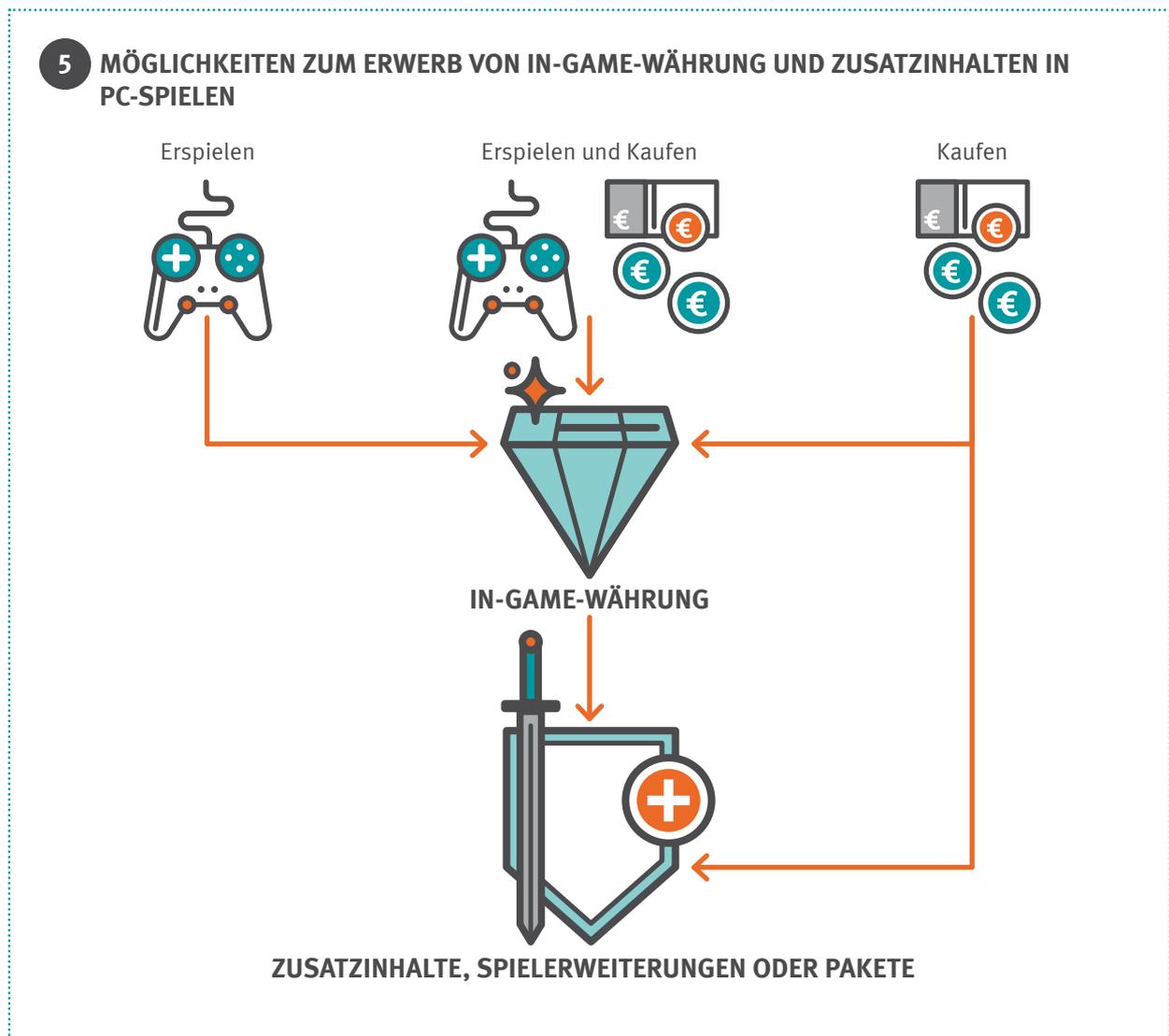
Die 14 untersuchten PC-Spiele eint, dass es in allen geprüften Spiele-Versionen möglich ist, Echtgeld zu investieren, entweder für die In-Game-Währung(en) (IGW) und/oder für digitale Zusatzinhalte³⁰ (Downloadable Content, kurz: DLC), Pakete mit DLCs und IGW oder Spielerweiterungen.

In fünf Spielen kann die IGW ausschließlich erspielt werden. In neun Spielen kann hierfür Echtgeld ausgegeben werden:

...❖ **In einem Spiel** ist der Einkauf ausschließlich mit Echtgeld möglich.

...❖ **In acht Spielen** kann IGW sowohl erspielt als auch direkt mit Echtgeld gekauft werden.³¹

...❖ Mit der In-Game-Währung können Spieler dann **in allen 14 Spielen** Zusatzinhalte einkaufen. Für einzelne Zusatzinhalte, Spielerweiterungen oder Pakete³² kann man außerdem **in zwölf Spielen** direkt Echtgeld ausgeben.



³⁰ Z.B. Waffen, Ausrüstung, Kleidung, aber auch ganze Spielwelten oder deren Erweiterungen.

³¹ In sieben von 14 Spielen sind mindestens zwei unterschiedliche In-Game-Währungen verfügbar.

³² Pakete enthalten häufig sowohl IGW als auch DLCs.

Fazit

So vielfältig die Spiele gestaltet sind, so vielfältig erscheinen auch die Möglichkeiten, Geld auszugeben. Diese sind vom jeweiligen Spiel abhängig, in allen Spielen kann aber Echtgeld ausgegeben werden. Eine transparente, deutliche Kennzeichnung über die Möglichkeit, im Spielverlauf (weiteres) Geld auszugeben suchen Verbraucher jedoch bei allen 14 Spielen auf der Startseite des Spiels oder im Kauf-/Registrierungsprozess vergeblich. Dies war sowohl bei kostenpflichtigen Spielen als auch bei den kostenlosen Spielen der Fall. Verbraucher, die das Spiel noch nicht kennen oder Erziehungsberechtigte, die sich über ein Spiel und mögliche Geldausgaben im Spiel informieren möchten, finden keine leicht zugänglichen Informationen und können so schnell den falschen Schluss ziehen, dass im Spiel keine weiteren Geldausgaben möglich sind. Eine eigene, weitere Recherche – auch außerhalb der Spieleseiten – ist in diesen Fällen zwingend notwendig, da die Regeln und Möglichkeiten bezüglich der In-Game-Käufe sehr unterschiedlich und unübersichtlich sind.

2.4 ALTERSKENNZEICHNUNG

Hintergrund

Eine gesetzliche Verpflichtung zur Alterskennzeichnung wie beim Vertrieb von Spielen auf physischen Trägermedien existiert für ausschließlich online vertriebene PC-Spiele (noch) nicht.

Laut Informationen der USK sind die Spiele-Anbieter bei online vertriebenen Spielen verpflichtet, auf eine bereits vorhandene Alterskennzeichnung deutlich hinzuweisen, wenn diese Inhalte bereits eine Kennzeichnung für physische Trägermedien erhalten haben.³³

33 Anbieter von reinen Online-Spielen können sich freiwillig dazu entscheiden, ihren Titel bei der USK zur Alterskennzeichnung einzureichen.

Ergebnis der Prüfung – vor Kauf/Registrierung

••• Zwei der geprüften 14 Spiele sind laut Recherchen auf der Seite der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK)³⁴ mit einer Alterseinstufung ab 0 Jahren, zwei Spiele ab 6 Jahren, vier sind ab 12 Jahren, zwei ab 16 und drei Spiele ab 18 Jahren versehen. Ein Spiel ist in der geprüften Version lediglich online verfügbar und verfügt über keine USK-Alterskennzeichnung.

••• Auf den Webseiten der Spiele selbst zeigt sich, dass vor dem Anmeldeprozess bei einem von 14 Spielen keine Informationen über eine Alterseinstufung zu finden sind, obwohl bei diesem Spiel ein Bereich „Elterliche Kontrolle“ vorhanden ist (s. Abbildung 6).

••• Bei neun von 14 Spielen finden sich die USK-Kennzeichnungen im Zuge des Kauf- bzw. Registrierungsprozesses (z.B. auf der Vermittlungsplattform oder der Webseite des Spiels). Zwei dieser Anbieter nennen zudem auf der Spiele-Webseite die Alterskennzeichnung der PEGI³⁵, einer dieser beiden zusätzlich auch noch die ESRB-Kennzeichnung.

••• Fünf Anbieter³⁶ von 14 informieren auf der Startseite ihrer Spiele-Webseite ausschließlich mit einem alternativen Alterskennzeichnungssystem aus dem US-amerikanischen Raum (ESRB³⁷). Informationen über dieses Bewertungssystem sind für Interessierte lediglich nach zusätzlichen Recherchen auf Englisch zugänglich.

••• Auf den Startseiten der Spiele-Webseiten finden sich die Informationen über die Alterskennzeichnung üblicherweise wenig prominent platziert ganz unten auf den Seiten. Im Vergleich dazu ist es bei Spielen auf physischen Trägermedien verpflichtend, die USK-Kennzeichnung auf dem Cover deutlich sichtbar zu platzieren.

34 Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle 2019b

35 Die PEGI (Pan European Game Information) ist eine Organisation, die seit dem Jahr 2003 die Alterseinstufungssysteme von aktuell 35 Ländern in Europa zusammengeführt hat. Ähnlich wie die USK oder die ESRB berücksichtigt die Alterskennzeichnung der PEGI die Alterseignung eines Spiels und gibt eine Empfehlung ab (vgl. Pan European Game Information 2019).

36 Einer dieser fünf Anbieter gibt auf der Vermittlungsplattform die USK-Kennzeichnung an.

37 Entertainment Software Rating Board 2019

6 ÜBERSICHT ALTERSEINSTUFUNGEN NACH USK UND ANGABE VON ALTERSKENNZEICHNUNGEN AUF DEN SPIELE-WEBSEITEN

(Stand: April 2019)

Name des Spiels	USK-Alterseinstufung	Alterskennzeichnungssystem auf Spiele Webseite
Hearthstone	ab 0	USK
League of Legends	ab 12	USK*
Realm Royale	ab 12	USK**
World of Tanks	ab 12	USK
Call of Duty: WWII	ab 18	USK
GTA 5	ab 18	USK
Fortnite: Battle Royale	nicht vorhanden	keins
Dota 2	ab 12	keins***
Tom Clancy's Rainbow Six Siege	ab 18	keins***
FIFA 19	ab 0	ESRB: Everyone 10+
Rocket League	ab 6	ESRB: Everyone***
Minecraft	ab 6	ESRB: Fantasy Violence 10+
PUBG	ab 16	ESRB: Teen Violence Blood
Warframe	ab 16****	ESRB: Mature 17+

* Auf der deutschen Webseite des Spiels findet sich zudem die PEGI-Kennzeichnung (12).

** Auf der deutschen Webseite des Spiels finden sich zudem die PEGI- (12) und die ESRB-Kennzeichnung (Teen).

*** Die USK-Kennzeichnung ist auf der Vermittlungsplattform Steam bzw. der Ubisoft-eigenen Plattform zu finden.

**** Die USK-Kennzeichnung gilt ausschließlich für die Spielkonsolen-Version, nicht für die PC-Version.

Fazit

Obwohl Spiele-Anbieter beim Verkauf ihrer Spiele auf physischen Datenträgern wie CD-ROMs/DVDs gesetzlich verpflichtet sind, eine Alterskennzeichnung anzugeben, besteht diese Pflicht bei ausschließlich online vertriebenen Spielen nicht. Eine Verpflichtung der Alterskennzeichnung besteht aber dann bei Online-PC-Spielen, wenn die inhaltsgleiche Version auch auf physischen Datenträgern verkauft wird.

Die Prüfung der Alterskennzeichnung hat gezeigt: Einige Anbieter geben die Einstufung der deutschen USK an. Fünf von zehn Anbietern geben auf den Spiele-Webseiten die US-amerikanischen Einstufung an, obwohl für dieses Spiel auch eine USK-Einstufung vorliegt.

Informationen über das amerikanische ESRB-System sind lediglich in englischer Sprache zugänglich. Insbesondere für Eltern ist es so mit Zusatzaufwand verbunden, festzustellen, ob ein Spiel für ihr Kind geeignet ist oder nicht.

In der KIM-Studie 2018³⁸ gaben insgesamt 78 Prozent³⁹ der Erziehungsberechtigten an, beim Kauf von Computerspielen auf die Alterseinstufung zu achten. Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse stellt sich die Frage, warum nicht auch eine einheitliche Alterskennzeichnung für Online-Spiele ohne physische Datenträger in Deutschland existiert.

2.5 ALTERSVERIFIKATION

Hintergrund

Die Anbieter haben dafür Sorge zu tragen, dass Kinder und Jugendliche entwicklungsgefährdende Angebote nicht wahrnehmen können. Insoweit sind sie verpflichtet, technische oder sonstige Vorkehrungen zu treffen, die eine Wahrnehmung der entwicklungsgefährdenden

Angebote unmöglich machen oder wesentlich erschweren, zum Beispiel durch eine Altersverifikation.

Ergebnis der Prüfung

...❖ **Von den 14 geprüften Spielen nutzen elf** eine Altersverifikation als einen Mechanismus des Jugendschutzes (**s. Abbildung 7**). Dieser greift vor allem im Rahmen des Kauf- bzw. Anmeldeprozesses und wird beispielsweise in Form eines eigenen Eingabefensters umgesetzt. Drei Spiele nutzen keinerlei Altersabfrage: Ein Spiel hat keine USK-Einstufung, ein Spiel ist mit USK 12 eingestuft, ein weiteres mit USK 6.

...❖ **Bei zehn der elf Spiele** ist eine Umgehung des Jugendschutzmechanismus „Altersabfrage“ möglich, indem im Eingabefenster entweder ein falsches Geburtsdatum eingegeben oder aber bestätigt wird, das Mindestalter zum Spielen erreicht zu haben.

...❖ **Ein Spiel (USK 18) Spiel** verlangt die Eingabe der Personalausweisnummer im Rahmen des Registrierungsprozesses. Hier wird also eine gültige Personalausweisnummer einer volljährigen Person benötigt, was ein Mittel sein kann, um Falschangaben auszuschließen oder den Zugang für Minderjährige zumindest zu erschweren.

Fazit

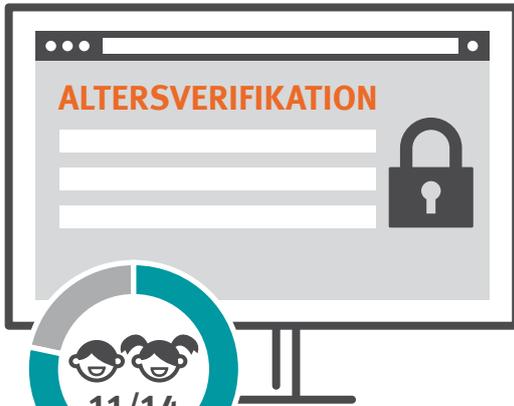
Bis auf eine Ausnahme nutzt keiner der Spiele-Anbieter eine Altersverifikation, die über eine schlichte Abfrage des Alters hinausgeht. Die Altersabfrage ist insbesondere wichtig, um den gesetzlichen Vorgaben nachzukommen und Eltern darin zu unterstützen, ihre Kinder vor Inhalten zu schützen, die für sie noch nicht geeignet sind. Denn in der KIM-Studie 2018 gab die deutliche Mehrheit der befragten Erziehungsberechtigten⁴⁰ (75 %) an, dass ihr Kind keine Spiele spielen darf oder dürfte, für die es laut Altersbeschränkung zu jung ist.

38 Untersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-jähriger. Befragt wurden 1.231 Kinder zwischen sechs und 13 Jahren und deren Hauptzieher in ganz Deutschland. In: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2018b.

39 Basis: n = 1.231 Hauptzieher; Aussage: „Wir achten beim Kauf von Computer- bzw. Konsolenspielen auf die Altersbeschränkung“. 46 Prozent stimmten der Aussage voll und ganz zu, 32 Prozent stimmten überwiegend zu. In: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2018b, S. 57.

40 Basis: n = 1.231 Hauptzieher; Aussage: „Mein Kind darf/dürfte keine Spiele spielen, für die es laut Altersbeschränkung zu jung ist.“ 51 Prozent stimmten der Aussage „voll und ganz“ zu, 24 Prozent stimmten „überwiegend“ zu. In: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2018b, S. 57.

7 ERGEBNIS DER PRÜFUNG
Altersverifikation



Altersverifikation bei Kauf bzw. Anmeldeprozess, z. B. durch eigenes Eingabefenster



Umgehung des Jugendschutzmechanismus bei "Altersabfrage" möglich



Eingabe der Personalausweisnummer zur Verifikation

Basis: 14 untersuchte PC-Spiele

2.6 JUGENDSCHUTZ BEI IN-GAME-KÄUFEN

Hintergrund

Es wurde geprüft, ob im Rahmen von In-Game-Käufen im Speziellen Jugendschutzmechanismen greifen, um In-Game-Käufe durch Minderjährige zu verhindern, damit diese nicht ohne Zustimmung der Eltern unbegrenzt Einkäufe tätigen können.

Ergebnis der Prüfung

Bei keinem der geprüften PC-Spiele sind verlässliche Jugendschutzmechanismen im Zusammenhang mit In-Game-Käufen erkennbar.

Sind die Bezahltdaten einmal hinterlegt, so sind weitere Einkäufe anscheinend ohne erneute Eingabe von Bezahlinformationen möglich. Bei zwei der 14 getesteten Spiele (USK 0 und USK 6) muss bei jedem neuen Kauf die Kartenprüfnummer der Kreditkarte erneut eingegeben werden (s. Abbildung 8).⁴¹

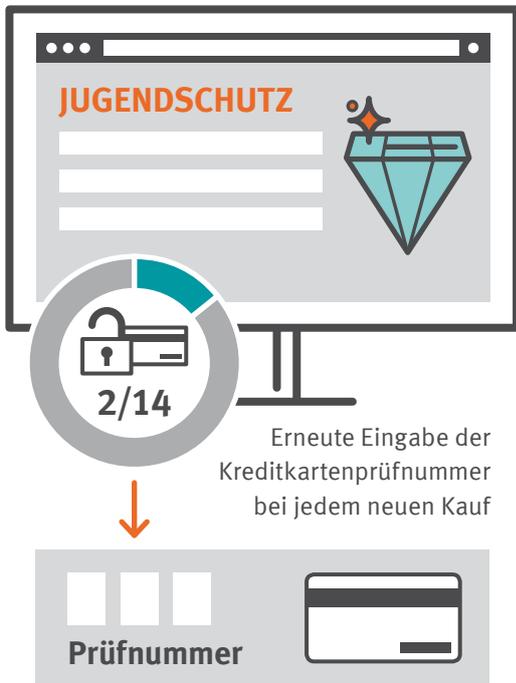
Bei einem Spiel wird ein minderjähriger Spieler bei der Registrierung für das Spiel bei Eingabe seines tatsächlichen Geburtsdatums aufgefordert, dass ein Elternteil einen Account anlegen soll. Bei diesem Spiel ist auch die Einrichtung einer elterlichen Freigabe möglich, die eine Kontrolle über Käufe im Spiel ermöglicht.

Fazit

Wie die Verbraucherzentralen aus Verbraucherbeschwerden wissen, geben gerade Minderjährige bei In-Game-Käufen immer wieder mehrere hundert oder tausend Euro in Online-Spielen aus. Im Rahmen der Untersuchung konnten in keinem PC-Spiel strikte jugendschützende Einstellungen und Mechanismen entdeckt werden, die verlässlich hohe In-Game-Käufe durch Minderjährige unterbinden könnten, wenn die Altersverifikation leicht umgehbar ist (siehe Kapitel 2.5). Dies bedeutet für Erziehungsberechtigte, dass sie grundsätzlich nur durch weitere Recherchen in Erfahrung bringen können, ob eine Funktion wie etwa die „elter-

⁴¹ Dies setzt voraus, dass der Account für das jeweilige Spiel nicht als Account unter elterlicher Kontrolle oder Freigabe eingerichtet wurde. Eine solche Einstellung ist bei vielen Spiele-Anbietern möglich.

8 ERGEBNIS DER PRÜFUNG Jugendschutz bei In-Game-Käufen



Basis: 14 untersuchte PC-Spiele

liche Freigabe“ oder „elterliche Kontrolle“ existiert. Diese sollte aus Verbraucherschutzsicht prominent auf den Seiten der Spiele selbst oder im Kaufprozess aufzufinden sein. Auch muss Erziehungsberechtigten klar sein, dass schon die einmalige Eingabe von Bezahlinformationen bedeuten kann, dass diese dauerhaft für In-Game-Käufe genutzt werden können. Dies war auch bei der deutlichen Mehrheit der hier geprüften Spiele der Fall.

2.7 WIDERRUFSRECHT

Hintergrund

Die Anbieter sind verpflichtet, die Verbraucher vor dem Kauf über ihr Widerrufsrecht zu informieren. Dies muss in eindeutig erkennbarer Form während des Buchungsprozesses geschehen, sodass der Hinweis nicht ohne weiteres übersehen werden kann. Die gesetzlichen Informationspflichten über das Widerrufsrecht bestehen

nicht nur beim Kauf der Spiele, sondern auch bei jedem Kauf von In-Game-Währung und kostenpflichtigen Zusatzinhalten gegen Geld.

Ergebnis der Prüfung

Im Rahmen der Untersuchung wurde daher erfasst, wie die Anbieter der untersuchten Spiele im Kaufprozess für das Spiel selbst (sieben Spiele), für In-Game-Währung (neun Spiele) und für DLCs (elf Spiele) über das Widerrufsrecht informiert haben.

Widerrufsbelehrung zum Spiel selbst

Hier wurden die sieben kostenpflichtigen Spiele überprüft.

... Von diesen haben **lediglich zwei** in gesetzlich vorgeschriebener Form über das Widerrufsrecht belehrt (**s. Abbildung 9a**).

... **Bei einem Spiel** erfolgte gar keine Widerrufsbelehrung.

... **Bei drei Spielen** fand sich eine Widerrufsbelehrung nur in den AGB, ohne den erforderlichen Hinweis im Rahmen des Buchungsprozesses.

... **In einem Fall** fand sich zwar eine eigenständige Widerrufsbelehrung, die allerdings nicht im Rahmen des Buchungsprozesses wahrnehmbar war, sondern nur in der Fußzeile der Bestellwebseite.

Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtiger In-Game-Währung

... Der Erwerb von In-Game-Währung war in **neun von 14 Spielen** möglich.

... **Zwei Anbieter** erfüllten die gesetzlichen Informationspflichten (**s. Abbildung 9b**).

... **Bei fünf Anbietern** erfolgte gar keine Belehrung.

... **Bei zwei weiteren** waren die Informationen zum Widerrufsrecht nur in den AGB zu finden.

Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtigen Zusatzinhalten (DLCs)

... Von den geprüften Spielen war bei **elf von 14** Spielen der Kauf von Zusatzinhalten möglich.

…❖ **Fünf dieser Anbieter** informierten die Verbraucher beim Erwerb der Zusatzinhalte gar nicht über ihr Widerrufsrecht (s. **Abbildung 9c**).

…❖ **Bei fünf weiteren Anbietern** befanden sich die Informationen zum Widerrufsrecht nur in den AGB. Beim Bestellprozess selbst fehlten diese jedoch.

…❖ **Lediglich ein Anbieter** kam seinen gesetzlichen Verpflichtungen korrekt nach.

Fazit

Die gesetzlichen Informationspflichten zum Widerrufsrecht werden von den geprüften Spiele-Anbietern überwiegend nicht erfüllt. Das Zusammenwirken von unterschiedlichen Faktoren führt im Ergebnis zur Aushöhlung des Widerrufsrechts. In einigen Fällen erfolgte eine Widerrufsbelehrung, genügte aber nicht der gesetzlichen vorgeschriebenen Form. Hierdurch können Verbraucher die Bedeutung des Ausschlusses des Widerrufsrechts nicht richtig einschätzen, der für ihre Kaufentscheidung aber relevant sein könnte.

9b ERGEBNIS DER PRÜFUNG Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtiger In-Game-Währung



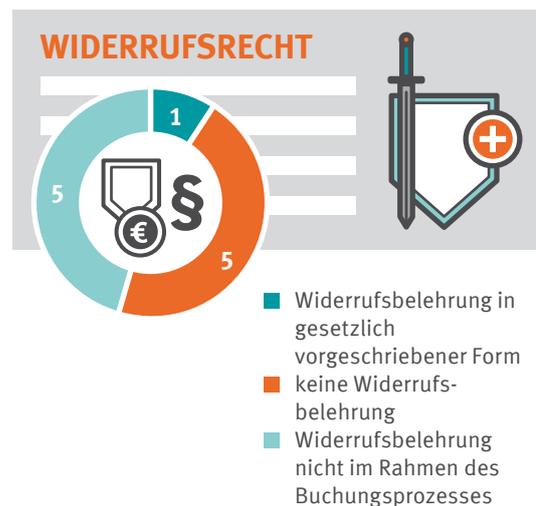
Basis: Neun untersuchte PC-Spiele, in denen der Erwerb von In-Game-Währung möglich war

9a ERGEBNIS DER PRÜFUNG Widerrufsrecht zum Spiel selbst



Basis: Sieben untersuchte kostenpflichtige Spiele

9c ERGEBNIS DER PRÜFUNG Widerrufsbelehrung zu kostenpflichtigen Zusatzinhalten (DLCs)



Basis: Elf untersuchte PC-Spiele, in denen der Erwerb von Zusatzinhalten möglich war

2.8 AUSSCHLUSS DES WIDERRUFSRECHTS

Hintergrund

Das Widerrufsrecht kann bei digitalen Inhalten vorzeitig erlöschen, wenn der Anbieter mit der Ausführung des Vertrags begonnen hat, dem Verbraucher also die Möglichkeit verschafft, auf das Spiel oder die Inhalte zuzugreifen. Dazu muss vorab die Zustimmung des Verbrauchers eingeholt werden, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und der Verbraucher damit sein Widerrufsrecht verliert. Im Rahmen der Erhebung wurde daher ebenfalls überprüft, ob die Anbieter die gesetzlichen Voraussetzungen für einen wirksamen Widerrufsabschluss eingehalten haben.

Ergebnis der Prüfung

13 von 14 Anbietern wollten das Widerrufsrecht ausschließen (s. Abbildung 10): Zehn dieser Anbieter haben das Widerrufsrecht wirksam ausgeschlossen. Bei drei Anbietern war der Widerrufsabschluss unwirksam, da dieser nicht den gesetzlichen Vorgaben entsprach.

Ein Anbieter hat keinerlei Angaben zu einem möglichen Widerrufsabschluss gemacht.

Fazit

Auch wenn Anbieter bei digitalen Inhalten das Widerrufsrecht ausschließen können, müssen sie dennoch in korrekter Form über das Erlöschen des Widerrufsrechts informieren und die ausdrückliche Zustimmung der Verbraucher einholen. Dies war bei vier der getesteten Spiele nicht der Fall.

10 ERGEBNIS DER PRÜFUNG Ausschluss des Widerrufsrechts

WIDERRUFSRECHT AUSGESCHLOSSEN



wollen Widerrufsrecht ausschließen



Widerrufsrecht wirksam ausgeschlossen



Widerrufsrecht unwirksam ausgeschlossen

Basis: 14 untersuchte PC-Spiele

3 TEIL B: ERGEBNISSE DES KUNDENSERVICE-TESTS

Pro Spiel wurden drei Accounts mit unterschiedlichen (fiktiven) Identitäten eingerichtet, über die jeweils eine schriftliche Anfrage zu einem Szenario gestellt wurde. Um die Kommunikation und den Service dokumentieren und analysieren zu können, wurden – wenn möglich – ausschließlich schriftliche Kommunikationswege wie E-Mail, Kontaktformulare oder Chats genutzt. Die drei Anfragen je Szenario wurden sprachlich leicht abgewandelt, beinhalteten aber jeweils die gleiche Fragestellung.

Wurde die erste Anfrage nicht nach spätestens 48 Stunden⁴² beantwortet, erfolgte eine zweite Anfrage. Wurde die zweite Anfrage nach weiteren 48 Stunden nicht beantwortet⁴³, galt dieser Vorgang als abgeschlossen und die Anfrage als nicht beantwortet.

Erhielt der Anfragende bei einem ersten Kontakt bzw. der ersten Antwort, die daraus resultierte, kein zufriedenstellendes Ergebnis bzw. keine plausible Antwort, erfolgte ein zweiter und gegebenenfalls auch ein dritter Kontaktversuch.

Die Reaktionen der Spiele-Anbieter wurden erfasst bzw. dokumentiert und im Anschluss mit Hilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Bewertung der Antworten erfolgte unter Berücksichtigung der vorher recherchierten Informationen aus Teil A der Untersuchung.

Zusätzlich wurden grundständige Service-Aspekte wie Schnelligkeit, Lösungsorientierung bei der Problembearbeitung, Verständlichkeit bzw. Konsistenz der Antworten bei jeder Anfrage berücksichtigt.

.....
42 Wie eine Kundenservice-Befragung der Marktwächter zeigt, wünschen sich 70 Prozent der befragten Verbraucher eine Problemlösung zwischen einem und drei Tagen (vgl. Marktwächter 2018b).

43 Eine automatische Eingangsbestätigung galt nicht als Antwort. Jede inhaltliche Reaktion wurde als Antwort gewertet.



3.1 VORABINFORMATION: UNERWARTETE ACCOUNT-SPERRUNGEN

Hintergrund

Im Verlauf des Service-Tests wurden einige Test-Accounts von den Spiele-Anbietern gesperrt. Es wurde um Klärung der Angelegenheit mit folgendem oder ähnlichem Wortlaut gebeten:

„Sehr geehrte Damen und Herren, nachdem ich [...] bei Ihnen das Spiel [Spielname] kaufte, dieses auch schon spielte und außerdem In-Game Items kaufte, wurde mir, aus nicht genannten Gründen, der Kaufbetrag (allerdings nur für das Spiel) rückerstattet und mir der Zugang gesperrt. Bitte nennen Sie mir die Gründe dafür. Vielen Dank.“

Ergebnis

❖ Sperrung Spiel 1:

Der Kundenservice des Spieleanbieters reagierte mit Antworten, die nicht zur Frage passten. So wurde bei einem Test-Spieler geantwortet, dass das Konto nicht gesperrt sei. Der zweite Klärungsversuch beim gleichen Test-Spieler bezog sich darauf, dass der technische Support leider der falsche Ansprechpartner sei und dass man sich doch besser an den Anbieter direkt wenden solle. Der dritte Versuch, die Angelegenheit zu klären, wurde dann wieder vom Kundenservice des Spiele-Anbieters beantwortet. Dieser antwortete, dass der Kaufpreis für das gekaufte Spiel zurückerstattet wurde. Die anderen Test-Spieler erhielten beim gleichen Spiel lediglich Antworten in englischer Sprache, dass das Problem auf Englisch erklärt werden müsse, damit eine Antwort erfolgen könne.⁴⁴

.....
44 Nachtrag: Einige Wochen nach Ablauf des Erhebungszeitraums war es wieder möglich, auf die vormals gesperrten Accounts in diesem Spiel zuzugreifen.

... ❖ Sperrung Spiel 2:

Beim zweiten Spiel wurde als Begründung für die Sperrung genannt, Spieler hätten gegen die Regeln des Spiels verstoßen. So erhielt einer der Tester die Antwort, er habe die IGW des Spiels außerhalb des normalen Spielflusses weitergegeben, was einen Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen darstelle. Einem anderen Test-Spieler wurde mitgeteilt, dass angeblich ein mehrfacher Zahlungsausfall vorliege.

... ❖ Sperrung Spiel 3:

Beim dritten gesperrten Spiel erhielten die Test-Spieler eine Nachricht, dass ihre Accounts gesperrt wurden aufgrund verdächtigen Verhaltens und Missbrauchs alternativer Accounts.

Fazit

Häufig behalten sich die Anbieter die Sperrung von Spiele-Accounts in den AGB vor, um etwa gegen Betrüger und Missbrauch vorzugehen. Derartige Klauseln sind allerdings nicht immer wirksam, wenn sie Verbraucher etwa unangemessen benachteiligen. Auch fehlen transparente Verfahren und Überprüfungsinstanzen, die es Betroffenen ermöglichen, gegen unberechtigte Sperrungen vorzugehen.

Im Testszenario konnten plausible Gründe für die Sperrungen der Accounts bei drei von 14 Spielen nicht in Erfahrung gebracht werden. Weder haben Test-Spieler wie vom Kundenservice behauptet gegen die AGB verstoßen noch lagen Zahlungsausfälle vor. Bei Spiel 1 wurde die Bitte, Gründe für die Sperrung des Spielerzugangs zu nennen, nicht verstanden, umgangen oder die Antworten erfolgten ausschließlich auf Englisch. Bei den Spielen 2 und 3 waren die Antworten der Spiele-Anbieter aus Tester-Sicht nicht plausibel oder nachvollziehbar. Dies deckt sich auch mit Erfahrungen von Verbrauchern, deren Beschwerden über eine ähnliche Vorgehensweise (bei anderen Spielen und Anbietern) im Frühwarnnetzwerk vorliegen.

Aufgrund der für die Tester unerwarteten Sperrungen konnten diese drei Spiele nicht in allen Prüfungsszenarien berücksichtigt werden. Dies wird im Folgenden an den entsprechenden Stellen jeweils vermerkt.



3.2 IN-GAME-KÄUFE: ANFRAGE ZUR MÖGLICHKEIT, IM SPIEL (WEITERES) GELD AUSZUGEBEN

Hintergrund

Im Teil A der Untersuchung wurde festgestellt, dass eine Kennzeichnung der Spiele bezüglich der Möglichkeiten, im Spiel selbst Geld auszugeben, entweder fehlte oder nur mit Wissen über den Namen z.B. von In-Game-Währungen aufwendig recherchierbar war (siehe 2.3). Vor diesem Hintergrund wurde eine Anfrage an den Kundenservice aller 14 geprüften Spiele formuliert, um zu erfahren, welche Informationen die Kundenservices zum Thema In-Game-Käufe bereitstellen. Zum Vergleich: Bei Spiele-Apps aus den App-Stores von Apple und Google ist es mittlerweile eine Pflichtangabe, ob eine Spiele-App die Möglichkeit von In-App-Käufen enthält. Dies wird durch die App-Store-Betreiber eingefordert.⁴⁵

Szenario

Anfrage an den Kundenservice, ob es (abgesehen vom Kaufpreis bei kostenpflichtigen Spielen) Kosten im Spiel selbst gibt, die auf den Käufer/Spieler zukommen können, z. B.:

„Sehr geehrte Damen und Herren, mein Sohn möchte gerne das Spiel [Name des Spiels] spielen und fragt mich, ob er sich dafür registrieren darf. Er hat mir gesagt, dass das Spiel kostenlos ist. Nun wollte ich mich darüber informieren, ob dies stimmt. Ich konnte auf Ihrer Homepage keine Informationen zu Folgekosten finden. Könnten Sie mir bitte Informationen über mögliche Folgekosten schicken, die auf uns zukommen können? Vielen Dank.“

Ergebnis

Es liegen auswertbare Informationen zu allen 14 Spielen⁴⁶ vor:

45 Vgl. Apple 2019; Google 2019

46 Wenn der Kundenservice mindestens einmal pro Spiel diese Antwort gab, wurde sie hierbei gezählt.

... ❖ **Elf der 14 Anbieter** gaben an, dass es im Spiel möglich sei, (weiteres) Geld auszugeben, dass dies aber nicht notwendig sei, um Spaß zu haben und/oder Fortschritte zu erreichen. Der Kundenservice eines weiteren Anbieters antwortete, dass die Möglichkeit von In-Game-Käufen plattformabhängig⁴⁷ sei und schickte allgemeine Informationen zum Thema.

... ❖ **Zwei Spiele-Anbieter** reagierten auf keine der drei Anfragen – trotz zweimaliger Kontaktaufnahme.

... ❖ **Vier von 14 Spiele-Anbietern** antworteten mit zusätzlichen Informationen, unter anderem informativen Links, über die sich die Verbraucher weiter über In-Game-Käufe oder damit zusammenhängende Aspekte, wie z.B. die elterliche Freigabe bei minderjährigen Spielern informieren können.

... ❖ **Der Kundenservice eines Spiels** antwortete bei allen drei Anfragen ausschließlich in englischer Sprache. Der Kundenservice eines weiteren Spiels schrieb auf Deutsch, dass sie keine Antwort in deutscher Sprache anbieten könnten und dass sie, um möglichst schnell weiterzuhelfen, auf Englisch antworten würden.

... ❖ **Bei einem Spiel** musste zweimal nachgefragt werden, bevor eine Antwort vom Kundenservice kam – eine der drei Anfragen blieb gänzlich erfolglos.

Fazit

Mehrheitlich kommunizierten die Spiele-Anbieter klar, dass es möglich, jedoch nicht zwingend erforderlich sei, im Spiel (weiteres) Geld zu investieren. Eine klare Kennzeichnung aller Online-Spiele mit einem Hinweis, dass In-Game-Käufe möglich sind, wäre wünschenswert, damit solche Nachfragen beim Kundenservice nicht notwendig sind. So können sich Eltern frühzeitig ein Bild davon machen, ob mit (weiteren) Kosten im Spiel zu rechnen ist.

.....
 47 Plattform-Abhängigkeit bedeutet in diesem Zusammenhang, dass es beispielsweise beim Spielen der Version eines digitalen Spieles auf dem PC nicht möglich ist, In-Game-Währung mit Echtgeld zu kaufen. Auf einer Konsole kann dies beispielsweise möglich sein. Es ist also häufig von der Plattform abhängig, welche digitalen Inhalte (IGW und/oder DLCs) genau für Geld erworben werden können.



3.3 JUGENDSCHUTZ: RÜCKERSTATTUNG VON KÄUFEN, DIE DURCH MINDERJÄHRIGE GETÄTIGT WURDEN

Hintergrund

Die Beschwerden im Frühwarnnetzwerk zeigen, dass Minderjährige immer wieder ohne Wissen und Zustimmung ihrer Eltern hohe In-Game-Käufe tätigen (siehe auch Kapitel 2.6). Daher wurde geprüft, wie die Spiele-Anbieter reagieren, wenn Eltern angeben, dass ihre Kinder ohne ihr Wissen und ihre Zustimmung In-Game-Käufe getätigt haben und dass sie die ausgegebenen Geldbeträge zurückfordern. Im Sinne des Jugendschutzes können Eltern erwarten, dass die Spiele-Anbieter in einem solchen Fall den Vertragsschluss mit Minderjährigen rückgängig machen, da dieser ohne elterliche Zustimmung unwirksam ist.

Szenario

Anfrage an den Kundenservice, bereits getätigte In-Game-Käufe durch einen Minderjährigen, die ohne die Zustimmung der Eltern erfolgten, zu erstatten und den Account zu löschen⁴⁸, z. B.:

„Sehr geehrte Damen und Herren, mit Erschrecken habe ich festgestellt, dass mein Sohn, 10 Jahre, bei Ihnen einen Account angelegt hat und dies ohne meine Zustimmung. Ich bin davon ausgegangen, dass eine solche Anmeldung gar nicht möglich ist, wenn eine Altersabfrage existiert. Ich möchte nun, dass Sie den Account umgehend löschen und mir das Geld, das mein Sohn im Spiel bereits ausgegeben hat, zurückerstatten. Dabei handelt es sich im Einzelnen um folgende Beträge: [Auflistung]. Bitte bestätigen Sie mir die Löschung des Accounts und die Rückzahlung des Kaufpreises. Vielen Dank im Voraus.“

.....
 48 Die Anfragen wurden nach Ablauf der gesetzlichen Widerrufsfrist von 14 Tagen gestellt (sofern nicht ohnehin ausgeschlossen), damit die Anfragen nicht mit der gesetzlichen Widerrufsfrist kollidieren.

Ergebnis

Für dieses Szenario liegen verwertbare Daten von elf der 14 Spiele-Anbieter vor⁴⁹:

...❖ **Vier der elf Anbieter** erstatteten die Beträge ohne weitere Informationen anzufragen (s. **Abbildung 11**). Es fiel auf: Bei einem dieser Spiele wurde auf zwei von drei Anfragen nicht reagiert, auf eine Anfrage wurde direkt mit einer Rückerstattung geantwortet. Bei einem weiteren dieser Spiele bekamen zwei Test-Spieler eine Erstattung, einer erhielt keine Reaktion. Ein Anbieter reagierte widersprüchlich innerhalb der drei Anfragen der Test-Accounts. So wurde zweimal die Rückerstattung abgelehnt, einmal wurde die Rückerstattung eingeleitet.

...❖ **Drei der elf Spiele-Anbieter** zeigten eine Bereitschaft zur Rückerstattung und forderten hierfür weitere Informationen zum Account beim Nutzer an (z. B. Benutzernamen, Teilinformationen der Kreditkartennummer, E-Mail-Adresse, mit der der Account angelegt wurde).

...❖ **Zwei Spiele-Anbieter** lehnten jegliche Rückerstattung ab – mit Verweis auf eine abgelaufene Frist.⁵⁰ Auf die Situation, dass ein Minderjähriger ohne Einwilligung der Eltern Käufe getätigt hatte, gingen die Kundenservices dieser beiden Anbieter nicht ein.

...❖ **Bei einem weiteren Spiel** wurde zwei Test-Spielern die Löschung des Accounts beschrieben und zur Rückerstattung an die Vermittlungsplattform verwiesen.

...❖ **Ein Spiele-Anbieter** reagierte auf keine der drei Anfragen.

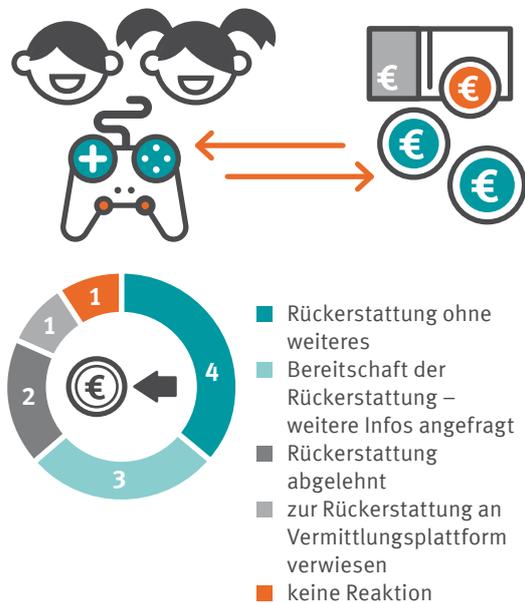
Fazit

Die Reaktionen der Spiele-Anbieter erwecken den Anschein, dass bei einigen Anbietern keine einheitliche Vorgehensweise zur Lösung solcher Fälle existiert. So erhielten einige Test-Spieler eine Rückerstattung oder die Bereitschaft dazu als Reaktionen, die somit auf den Jugendschutz eingehen, andere jedoch nicht. Für die Verbraucher bedeutet dies im Grunde, dass es vom

49 Von den drei gesperrten Spielen konnten keine verwertbaren Ergebnisse berücksichtigt werden.

50 In einem Fall wurden vom Kundenservice des Spiele-Anbieters weitere Informationen angefragt.

11 ERGEBNIS DER PRÜFUNG Rückerstattung von Käufen, die durch Minderjährige getätigt wurden



Basis: Verwertbare Daten von elf Spiele-Anbietern

Zufall abhängt, ob ein Kundenservice-Mitarbeiter die Beträge erstattet oder nicht, wenn Minderjährige unerlaubt Spiele kaufen und/oder In-Game-Käufe tätigen. Im Ergebnis sind die Verträge mangels elterlicher Zustimmung zwar unwirksam. Dennoch müssen Eltern in solchen Fällen bei den jeweiligen Anbietern ihre Rückzahlungsansprüche durchsetzen, was sich in der Praxis nicht immer einfach gestaltet.

3.4 TECHNISCHER SUPPORT: ANFRAGE WEGEN EINES TECHNISCHEN PROBLEMS IM SPIEL

Hintergrund

Die Fälle aus dem Frühwarnnetzwerk zeigen, dass Spieler immer wieder mit technischen Spielfehlern konfrontiert sind, die den Spielspaß beeinträchtigen. Die Verbraucher beklagen sich in diesem Zusammenhang auch über einen wenig hilfreichen Kundenservice. Zu-

dem wünschte sich die große Mehrheit der befragten Verbraucher (91 %) einen kundenorientierten Support (siehe Kapitel 1.1).

Vor diesem Hintergrund wurde eine Anfrage an den Kundenservice formuliert, die ein simuliertes technisches Problem thematisierte. Dieses Problem wurde durch die Deinstallation des Soundkarten-Treibers simuliert. Für technisch versierte Support-Mitarbeiter ist dies ein leicht zu behobender technischer Fehler, der sich zudem mit in der Praxis häufig eingesetzten technischen Analyse-Tools einfach erkennen lässt.

Szenario

Es wurde eine Anfrage an den Kundenservice formuliert, da (angeblich) die Tonausgabe des Spiels nicht funktionierte. Es erfolgten pro Spiele-Account zwei Anfragen an den Kundenservice, das Problem zu lösen.

„Sehr geehrte Damen und Herren, ich habe das Spiel [Name des Spiels] gekauft und kann es zwar spielen, allerdings habe ich keinen Ton. Kann mir Ihr technischer Kundensupport bitte bei der Lösung des Problems helfen? Ohne Ton macht das Spiel keinen Spaß und ich kann damit nichts anfangen.“ (1. Anfrage)

Ergebnis der Prüfung

Für dieses Szenario liegen verwertbare Daten von zwölf der 14 Spiele vor⁵¹.

...❖ **Sechs der Spiele-Anbieter** stellten plausible, lösungsorientierte Fragen und gaben Lösungshinweise oder nutzten ein eigenes Analysetool zur Problemlösung (s. **Abbildung 12**).⁵²

...❖ **Vier der Spiele-Anbieter** gaben zwar Lösungshinweise, diese waren inhaltlich allerdings nicht zielführend bzw. für die Thematik unbrauchbar. Entweder re-

⁵¹ Von zwei der drei gesperrten Spiele konnten hier keine verwertbaren Ergebnisse berücksichtigt werden.

⁵² Während des Austauschs mit dem Kundenservice zu dieser Thematik wurden seitens eines Anbieters alle Accounts zu einem weiteren Spiel gesperrt.

12 ERGEBNIS DER PRÜFUNG

Technischer Support: Anfrage wegen eines technischen Problems im Spiel



- plausible, lösungsorientierte Fragen und Lösungshinweise oder Nutzung eines eigenen Problem-Analyse-Tools
- zwar Lösungshinweise – inhaltlich aber nicht zielführend oder unbrauchbar
- keine Reaktion

Basis: Verwertbare Daten von zwölf Spiele-Anbietern

agierte der Kundenservice auf Nachfragen plötzlich nicht mehr oder der Kundenservice antwortete lediglich auf Englisch.⁵³

...❖ **Zwei Anbieter** reagierten auf keine unserer Anfragen.

Fazit

Laut der Untersuchung „Online PC- und Konsolenspiele – Erfahrungen und Erwartungen von Verbrauchern“⁵⁴ aus dem Jahr 2018 wünscht sich die große Mehrheit der Spieler (91 %) einen kundenorientierten Support, insbesondere wenn es um die Behebung von Fehlern geht. Der vorliegende Praxistest zeigt, dass dies nicht immer der Fall ist. Bei einem vergleichsweise einfachen technischen Problem gab nur die Hälfte der getesteten Kundenservices eine hilfreiche Antwort oder konnte das Problem lösen. Die andere Hälfte dagegen konnte

⁵³ Ein Anbieter verlinkt lediglich auf englischsprachige Hilfeseiten. Ein weiterer Anbieter antwortete grundsätzlich auf Englisch. Die Antworten könnten dann als potentiell hilfreiche Lösungsansätze gewertet werden, wenn die Verbraucher Englisch verstehen, ein Übersetzungsprogramm aus dem Internet einsetzen oder auch jemanden aus ihrem Umfeld bitten könnten, für sie zu übersetzen.

⁵⁴ Marktwächter 2018a

entweder nur mit wenig hilfreichen Informationen dienen oder reagierte gar nicht.

3.5 WIDERRUF: RÜCKGABE INNERHALB DER GESETZLICHEN WIDERRUFSFRIST

Hintergrund

Die gesetzlichen Informationspflichten über das Widerrufsrecht bestehen nicht nur beim Kauf der Spiele, sondern auch bei jedem Kauf von In-Game-Währung und kostenpflichtigen Zusatzinhalten gegen Geld. Unabhängig davon, ob die Anbieter das Widerrufsrecht (wirksam) ausgeschlossen hatten, wurden Widerrufsfragen an die Kundenservices adressiert. Beispielhaft wurde hier der Widerruf von gekaufter In-Game-Währung betrachtet.

Szenario

Der Kauf von In-Game-Währung wurde innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist beim Kundenservice schriftlich widerrufen.

Ergebnis

Für dieses Szenario liegen verwertbare Daten von sieben⁵⁵ der 14 Spiele-Anbieter vor.

❖ **Drei Anbieter** reagierten auf die Anfrage und wiesen auf den rechtmäßigen Widerrufsabschluss hin. Eine Rückerstattung wurde daher zu Recht verweigert (s. **Abbildung 13**).

❖ **Drei Anbieter** verweigerten eine Rückerstattung rechtswidrig. Sie hatten das Widerrufsrecht nicht wirksam ausgeschlossen. Eine Rückerstattung wurde mit dem Hinweis auf eigene Nutzungsrichtlinien dennoch verwehrt.

❖ **Ein weiterer Anbieter**, der das Widerrufsrecht korrekt ausgeschlossen hatte, reagierte auf keine der drei Anfragen.

⁵⁵ Neun Spiele bieten den Kauf von In-Game-Währung(en) an. Die Accounts von zweien dieser Spiele wurden im Verlauf der Erhebung gesperrt (siehe auch Kapitel 2.3).

13 ERGEBNIS DER PRÜFUNG

Widerruf: Rückgabe innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist



Basis: Verwertbare Daten von sieben Spiele-Anbietern

Fazit

Die hier geprüften sieben Spiele-Anbieter wollen keine Widerrufsmöglichkeit nach dem Kauf von In-Game-Währung anbieten und schließen den Widerruf aus. Allerdings zeigt sich, dass einige Anbieter den gesetzlichen Informationspflichten hierbei nicht vollständig nachkommen und beispielsweise nur in den AGB über den Ausschluss des Widerrufsrechts informieren. Anbieter, die das Widerrufsrecht nicht korrekt ausgeschlossen haben, wären rechtlich aber zur Rückerstattung der Beträge für In-Game-Käufe verpflichtet.

3.6 KUNDENSERVICE ALLGEMEIN

Betrachtet man die einzelnen Spiele im Kundenservice-Test über alle Szenarien hinweg, so zeigten einige der von uns geprüften Spiele-Anbieter einen guten Kundenservice:

❖ **Es ist positiv anzumerken**, dass einige Anbieter bei Anfragen weitere hilfreiche Informationen in ihrer Antwort ergänzten, beispielsweise darauf hinwiesen, dass eine elterliche Freigabemöglichkeit oder Zustimmung bei minderjährigen Spielern empfohlen ist.

...❖ **Bis auf wenige Ausnahmen** reagierten die Spiele-Anbieter üblicherweise in einem Zeitraum von maximal 48 Stunden auf die Anfragen.

Einige Anbieter boten hingegen ein insgesamt wenig verbraucherfreundliches Verhalten:

...❖ **Die Kundenservices von zwei kostenpflichtigen Spielen fielen besonders negativ auf:** Der Kundenservice eines Anbieters reagierte auf keine der Anfragen.⁵⁶ Ein weiterer Anbieter reagierte lediglich einmal bei insgesamt zwölf Anfragen und lediglich in englischer Sprache.

...❖ **Der Kundenservice eines weiteren kostenpflichtigen Spiels** beantwortete ebenfalls alle Anfragen ausschließlich in englischer Sprache.⁵⁷

...❖ **Wie bereits erwähnt wurden drei Spiele** ohne nachvollziehbare Begründungen während des Erhebungszeitraums gesperrt.

14 ERGEBNIS DER PRÜFUNG

Kundenservice allgemein



Der Großteil der Kundenservices reagierte innerhalb 48 Stunden.



Einige Anbieter reagierten überhaupt nicht auf die Anfragen oder nur in englischer Sprache.

⁵⁶ Aus vier Testsituationen mit jeweils drei Anfragen: Jugendschutz, In-Game-Währung, technischer Support und Widerruf.

⁵⁷ Einige der Antworten kamen direkt von der Vermittlungsplattform, die auf Deutsch antwortete.

4 FAZIT

Die Untersuchung der Verbraucherinformationen bei insgesamt 14 Spielen im Rahmen des Kaufs bzw. der Registrierung von Online PC-Spielen hat gezeigt:

SYSTEMVORAUSSETZUNGEN

Die Angabe von Systemvoraussetzungen lässt sich bei allen getesteten Spielen finden. Nur in einem Fall wurden keine Systemvoraussetzungen angegeben, dies liegt aber wohl darin begründet, dass hier keine nennenswerten Voraussetzungen an die Hardware zu erfüllen sind.

AGB IN DEUTSCHER SPRACHE

Bei der Mehrzahl der untersuchten Spiele fanden sich entweder Teile der Produktbeschreibung, einzelne oder sogar alle Texte der AGB nur in englischer Sprache, obwohl Anbieter diese vertraglichen Informationen auch in deutscher Sprache zur Verfügung stellen müssen.

IN-GAME-KÄUFE

Eine klare, transparente Kennzeichnung über mögliche In-Game-Käufe im Spiel findet sich bei den geprüften Spielen nicht. Gerade für Eltern ist diese Information aber wesentlich – hier wäre eine verpflichtende Kennzeichnung von In-Game-Käufen – analog zur Kennzeichnung von In-App-Käufen in Spiele-Apps – wünschenswert.

ALTERSKENNZEICHNUNG

Bei der Alterskennzeichnung der Spiele sieht es nicht viel anders aus: Viele Spiele-Anbieter stellen keine USK-Information zur Verfügung, einige nutzen eine Alterskennzeichnung nach dem amerikanischen System. Verbraucher – insbesondere Eltern – müssen in diesen Fällen zunächst aufwendig recherchieren, um zu erfahren, ab welchem Alter ein Spiel geeignet ist. Eine gesetzlich verpflichtende Alterskennzeichnung ausschließlich online erwerbbarer Spiele an prominenter Stelle – so wie es auch bei PC-Spielen auf physischen

Datenträgern der Fall ist – fehlt bisher gänzlich, ist für den Jugendschutz aber unabdingbar.⁵⁸

ALTERSVERIFIKATION

Im Rahmen der erstmaligen Anmeldung zu den Spielen zeigte sich außerdem: Zwar fragen die meisten Spiele-Anbieter das Alter der Spieler ab, allerdings lassen sich in vielen Fällen ohne weiteres falsche Angaben machen. In einem Fall war die Angabe der Personalausweisnummer verpflichtend. Im Sinne des Jugendschutzes wäre eine Altersabfrage, die sich nicht umgehen lässt, notwendig, denn nur dadurch können Minderjährige vor entwicklungsgefährdenden Inhalten geschützt werden.

WIDERRUFSRECHT

Eine Widerrufsbelehrung muss nicht nur beim Kauf eines kostenpflichtigen Spiels erfolgen, sondern auch beim Kauf von In-Game-Währung und Zusatzinhalten. Die Untersuchung zeigte, dass nur wenige Anbieter korrekt über das Widerrufsrecht und den Ausschluss des Widerrufs belehren. Mehrheitlich wurde gar nicht oder in nicht gesetzeskonformer Weise über das Widerrufsrecht und den Ausschluss des Widerrufsrechts belehrt.

⁵⁸ Auch die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz sieht in einem aktuellen Positionspapier einen Handlungsbedarf, dass „Dienste-Anbieter ihre Verantwortung stärker wahrnehmen [müssen].“ So wäre beispielsweise ein erster Schritt die klare Alterskennzeichnung bei allen digitalen Spielen an prominenter Stelle (z.B. auf der Startseite des Spiels/Anbieters).

Die Anfragen an den Kundenservice im Rahmen eines Praxistests lassen folgende Schlüsse zu:

... IN-GAME-KÄUFE

Bei der Anfrage an die Kundenservices, ob es möglich sei, (weiteres) Geld im Spiel auszugeben, kommunizierten die meisten Anbieter klar, dass es zwar möglich, jedoch nicht zwingend erforderlich sei.

... JUGENDSCHUTZ BEI IN-GAME-KÄUFEN

Bei dem Szenario zu nicht autorisierten Käufen durch Minderjährige wurde offenbar, dass die Anbieter hier häufig keine klare Linie verfolgen. So erhielten einige Test-Spieler desselben Spiels als Reaktion eine Rückerstattung des Spielpreises, andere jedoch nicht. Aus Verbrauchersicht ist es problematisch, wenn unautorisierte Käufe durch Minderjährige nicht erfolgreich reklamiert werden können.

... TECHNISCHER SUPPORT

Laut der Untersuchung „Online PC- und Konsolenspiele“ aus 2018 wünscht sich die große Mehrheit der Spieler (91 %) einen kundenorientierten Support, insbesondere wenn es um die Behebung von Fehlern geht. Bei einer vergleichsweise einfachen Anfrage wegen eines technischen Problems gab nur die Hälfte der getesteten Kundenservices bei der vorliegenden Studie eine hilfreiche Antwort oder konnte das Problem lösen. Die andere Hälfte dagegen konnte entweder nur mit wenig hilfreichen Informationen dienen oder reagierte gar nicht.

... WIDERRUFSRECHT

Gekaufte In-Game-Währung zu widerrufen, scheint in den geprüften Spielen nahezu unmöglich. Dies ist rechtens, wenn der Anbieter den Nutzer vor dem Kauf darüber belehrt, dass das Widerrufsrecht ausgeschlossen ist. Dies war bei einigen der getesteten Anbietern jedoch nicht der Fall.

... KUNDENSERVICE ALLGEMEIN

Bis auf wenige Ausnahmen reagierten die Spiele-Anbieter üblicherweise in einem Zeitraum von maximal 48 Stunden auf die Anfragen. Dennoch gab es auch Anbieter, die entweder gar nicht oder auf einzelne Anfragen nicht reagierten. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Kundenservices auch bei gleichen Anfragen nicht immer konsistent antworteten. Für die Spieler wären einheitliche konsistente Reaktionen auf die gleichen Fallkonstellationen aber wünschenswert. Teilweise reagierten die Kundenservices ausschließlich in englischer Sprache, was Verbraucher vor Probleme stellen kann. Bei Spielen, die sich (auch) an deutsche Verbraucher richten, sollte auch ein deutschsprachiger Kundenservice bereitgestellt werden.

QUELLENVERZEICHNIS

Literatur

Apple (2019): Zusätzliche App-Funktionen mit In-App-Käufen und -Abonnements kaufen. <https://support.apple.com/de-de/HT202023>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Auer-Reinsdorff, A., Conrad, I., Bierehoven, C., Bischof, E., Eckhardt, J., Fischl, T., Grapentin, S., Hassemer, I.M., Hausen, D., Helmes, P. & Hertneck, D. (Eds.) (2016): Handbuch IT-und Datenschutzrecht. 2. Auflage. Beck.

Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) (2017): BIU Fokus: eSports Aus der Nische ins Stadion. https://www.game.de/wp-content/uploads/2017/08/game_Fokus_eSports_2017.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Computer Base (2017): Ubisoft & Take Two: 40 bis 50 Prozent des Umsatzes durch Zusatzkäufe. <https://www.computerbase.de/2017-11/ubisoft-take-2-mikrotransaktionen-dlc/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Deutsches Jugendinstitut (DJI) (2017): Empfehlungen zum Taschengeld. <https://www.dji.de/themen/jugend/taschengeld.html>. Zuletzt aufgerufen am 16. Juli 2019.

Entertainment Software Rating Board (2019): ESRB Ratings. <https://www.esrb.org/ratings/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Europäische Kommission (2014): In-App-Käufe: besserer Schutz der Nutzer von Online-Spielen dank des gemeinsamen Vorgehens von Europäischer Kommission und Mitgliedstaaten. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_de.htm. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

GameStar (2017a): Videospielabhängigkeit – Teil 2: Machen Lootboxen süchtig? <https://www.gamestar.de/artikel/videospielabhaengigkeit-teil-2-machen-lootboxen-suechtig,3320891.html>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

GameStar (2017b): Psychotricks im Ingame-Store – Wie Free2Play-Entwickler unsere Kaufentscheidungen manipulieren. <https://www.gamestar.de/artikel/psychotricks-im-ingame-store-wie-free2play-entwickler-unsere-kaufentscheidungen-manipulieren,3318627.html>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

GameStar (2018): Pay2Win oder nicht? – Wir überprüfen die wichtigsten Spiele der letzten Monate. <https://www.gamestar.de/artikel/pay2win-oder-nicht-unser-nachtest-der-wichtigsten-spiele-der-letzten-monate,3327343.html>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Games Wirtschaft (2018): Deutscher Spiele-Markt wächst 2017 auf 3,3 Milliarden Euro. <https://www.gameswirtschaft.de/wirtschaft/deutscher-spiele-markt-umsatz-2017/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Google (2019): In-App-Käufe in Android-Apps. https://support.google.com/googleplay/answer/1061913?hl=de&ref_topic=2450225. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Heise (2018): Trotz enttäuschender Battlefield-2-Verkaufszahlen: EA bekennt sich zu Mikrotransaktionen. <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Trotz-enttaeuschender-Battlefront-2-Verkaufszahlen-EA-bekennt-sich-zu-Mikrotransaktionen-3958212.html>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Marktwächter (2018a): PC- und Konsolenspieler erwarten kundenorientierten Support bei Problemen mit Spielen. <https://ssl.marktwaechter.de/pressemeldung/pc-und-konsolenspieler-erwarten-kundenorientierten-support-bei-problemen-mit-spielen>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Marktwächter (2018b): Kundenservice – Repräsentative Bevölkerungsbefragung. https://www.marktwaechter.de/sites/default/files/downloads/36726_q8425_vzbv_kundenservice_fin_01.11.18.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12., überarbeitete Auflage. Beltz.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2017): JIM-Studie 2017: Jugend, Information, (Multi-) Media. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018a): JIM-Studie 2018: Jugend, Information, Medien. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018b): KIM-Studie: Kindheit, Internet, Medien. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2018/KIM-Studie2018_Web.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Münchener Kommentar zum BGB, (MüKo/Wendehorst) (2019): Wendehorst, Christiane. Band 3. 8. Auflage 2019. C.H. Beck Verlag.

Pan European Game Information (PEGI) (2019): Home. <https://pegi.info/de>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Spiegel Online (2017): Abzocke in Videospiele: Zahlen, spielen, noch mal zahlen. <https://www.spiegel.de/netzwelt/games/lootboxen-und-pay2win-was-koennen-spieler-gegen-abzocke-tun-a-1178061.html>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Statista (2019): Anzahl der Computerspieler in Deutschland von 2013 bis 2019 (in Millionen). <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/712928/umfrage/anzahl-der-computerspieler-in-deutschland/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) (2019a): International Age Rating Coalition. <https://usk.de/alle-lexikonbegriffe/iarc/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) (2019b): Die USK. <http://www.usk.de/die-usk/ueber-uns/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) (2019c): <https://usk.de/fuer-unternehmen/pflichten-fuer-anbieter/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Verband der deutschen Games-Branche (game) (2018a): Deutscher Games-Markt 2018. https://www.game.de/wp-content/uploads/2018/08/180905_game_Platat_Infografik_Deutscher-Markt_A1-hoch_Web.pdf. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Verband der deutschen Games-Branche (game) (2018b): Deutscher Games-Markt mit deutlichem Wachstumssprung. <https://www.game.de/deutscher-games-markt-mit-deutlichem-wachstumssprung/>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Verband der deutschen Games-Branche (game) (2019): Marktdaten. <https://www.game.de/marktdaten/#Charts>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (2018): Nicht nur bei Free to Play: Wenn Gamer in Spielen zahlen sollen. <https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/digitale-welt/apps-und-software/nicht-nur-bei-free-to-play-wenn-gamer-in-spielen-zahlen-sollen-18158>. Zuletzt aufgerufen am 8. Juli 2019.

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V.
Seppel-Glückert-Passage 10
55116 Mainz
Tel. (06131) 2848-0
Fax (06131) 2848-25
E-Mail: marktwaechter@vz-rlp.de

Vorstand: Ulrike von der Lühe

Autoren: Maximilian Heitkämper, Dr. Christine Korn,
Manfred Schwarzenberg

Titelbild: shutterstock/aurielaki

Gestaltung: Henrike Ott, Visuelle Kommunikation

Stand: August 2019

© Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale