

MANIPULATIVES DESIGN IN ONLINE-GAMES & AUF SPIELE-PLATTFORMEN

Diese weiterführenden Informationen stellen beispielhaft manipulative Designs dar, die im Zusammenhang mit dem „Praxischeck „Unfaire Praktiken und manipulatives Design in Online-Games & auf Spiele-Plattformen““ gefunden wurden und ordnen diese ein.

11. März 2025

GAMING-SPEZIFISCHE¹ „DARK PATTERNS“²

1. Druck durch „Time Patterns“³

1.1. Aufforderung zum täglichen Spielen

Roblox/Adopt me!⁴ „*Spiele jeden Tag, um bessere Preise zu erhalten.*“

Fortnite: „*Schließe täglich 3 Aufträge ab, um Bonus-EP⁵ zu erhalten.*“ (siehe Abbildung 1)

- ✦ Mit der Aufforderung, jeden Tag zu spielen, verbunden mit der Aussicht, bessere Preise zu erhalten oder schneller im Spiel voranzukommen, werden Nutzer:innen dazu verleitet, das Spiel jeden Tag zu besuchen.

¹ Gaming-spezifische „Dark Patterns“ sind manipulative Praktiken, die sich vorwiegend, aber nicht ausschließlich, im Marktsegment des Online-Gaming finden. Durch die zunehmende Integration von Spielelementen in Bereiche außerhalb des Gaming („Gamification“) finden sich diese Mechanismen inzwischen auch verstärkt in anderen digitalen Marktsegmenten wie sozialen Netzwerken, Online-Marktplätzen oder Buchungsplattformen.

² Die im Folgenden beispielhaft genannten manipulativen Designs und Praktiken sind nach Auffassung des vzbv zum Teil als potentielle Verstöße gegen § 25 des Digital Services Act (DSA) und/oder das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu werten. Der vzbv hat rechtliche Schritte gegen alle fünf untersuchten Spiele-Anbieter eingeleitet. Da das „Dark Patterns“-Verbot des DSA nur für Online-Plattformen greift und keine Entsprechung im UWG bzw. der UGP-RL hat, kann manchen manipulativen Geschäftspraktiken in Online-Spielen nicht mit Rechtsdurchsetzung begegnet werden. Die bereits bestehende Vorschrift der aggressiven geschäftlichen Handlung im Sinne des § 4 a UWG wird sehr eng ausgelegt. Damit bergen Rechtsverfahren zu „Dark Patterns“ (wie zum Beispiel nicht optisch gleich gestaltete Auswahlmöglichkeiten) enorme prozessuale Risiken.

³ „Time Patterns“ ist ein Sammelbegriff für Mechanismen, die die Nutzungsdauer der Spieler:innen zugunsten des Spiele-Herstellers bzw. der Plattform beeinflussen können.

⁴ Die angeführten Beispiele basieren auf einem Praxischeck von folgenden fünf Spiele-Apps bzw. Spiele-Plattformen. Folgende Hersteller bzw. Plattformen und Spiele wurden untersucht: Epic Games (Fortnite), Roblox (Adopt Me!), Scopely (Monopoly Go), Supercell (Clash of Clans), Sybo ApS (Subway Surfers). Der Praxischeck erfolgte im Rahmen der Teilnahme des vzbv an der BEUC-Aktion „Game Over“. Er wurde zwischen dem 23.07. und dem 23.09.2024 durchgeführt. Die Auswertung erfolgte anhand eines vorher entwickelten Prüflitfadens, der sich an festgelegten Prüfpunkten orientiert. Geprüft wurden die zum Testzeitpunkt aktuellsten Versionen der Spiele auf einem Samsung Galaxy S23 (Android 14). Der Download der Spiele fand über den Google Play Store bzw. den Epic Games Store statt. Die Anbietersauswahl folgte der BEUC-Aktion „Games Over“ und hat zunächst die drei kostenlosen Angebote daraus berücksichtigt. Ergänzt wurde die Anbietersauswahl um die populären Spiele-Apps „Monopoly Go“ und „Subway Surfers“, die bereits durch den Einsatz von manipulativen und unfairen Praktiken aufgefallen sind.

⁵ Ermöglicht einen schnelleren Fortschritt im Spiel.

Abbildung 1: Fortnite, Aufforderung zum täglichen Spielen.



Abbildung 2: Subway Surfers, Aufforderung zum täglichen Anmelden.



- ❖ Dadurch können Nutzer:innen, insbesondere Minderjährige, zu unerwünschten Verhaltensweisen bewegt werden und der gesetzte Anreiz kann zu einem übermäßigen Konsum des Spieles führen.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

1.2. Countdowns

Roblox: „Starter Pack Royal Egg: Angebot endet in **1 Days, 11 h, 58 min**“⁶

Subway Surfers: „*Sieh dir mehr Werbevideos an, um mehr Belohnungen zu verdienen, **bevor die Zeit abläuft!***“

⁶ Das Angebot ist kombiniert mit einer unmittelbaren Kaufaufforderung: Das heißt, das Angebot wird präsentiert, ohne dass Nutzer:innen den Shop aus eigenem Antrieb heraus angesteuert hätten.

Abbildung 3: Clash of Clans, Countdown zum Sonderangebot.



- ❖ Zwei Countdown-Typen werden in den geprüften Spielen auffällig: Countdowns, die anzeigen, wie lange Angebote noch verfügbar sind und Countdowns, die angeben, ab wann Sachen verfügbar sind.
- ❖ Countdowns lassen den Eindruck entstehen: Wer nicht (rechtzeitig) online ist, verpasst etwas (FOMO).⁷ Spieler:innen sollen immer wieder einen Grund haben, ins Spiel zurückzukehren bzw. es nicht zu verlassen.
- ❖ In den Spielen finden sich immer wieder mehrere Countdowns an unterschiedlichen Stellen: Allgegenwärtige Countdowns erzeugen ein ständiges Gefühl von Dringlichkeit.
- ❖ Ablaufende Timer nutzen das psychologische Prinzip der Verlustangst aus. Menschen sind motivierter, Maßnahmen zu ergreifen, um nichts zu verpassen.⁸
- ❖ Die künstliche⁹ **Knappheit digitaler Güter** folgt dem gleichen Prinzip.
- ❖ Countdowns bauen Druck auf Spieler:innen auf und wollen sie dazu bringen, möglichst viel Zeit im Spiel zu verbringen und/oder potentiell unüberlegte Kaufentscheidungen zu treffen. Besonders jüngere Spieler:innen können davon beeinflusst werden.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

⁷ Der Begriff FOMO (engl.): Fear of missing out beschreibt die Angst etwas Spannendes zu verpassen. Vgl. <https://www.darkpattern.games/pattern/53/fear-of-missing-out.html> Diese Angst können neben Countdowns beispielsweise auch „Lageberichte“ schüren, die nach dem Einloggen ins Spiel aufploppen. Sie stellen dar, was ist passiert ist, während Nutzer:innen weg waren.

⁸ Vgl. https://www.oxera.com/insights/agenda/articles/bits-of-advice-the-true-colours-of-dark-patterns/#_ftn1

⁹ Der Einsatz von Countdowns ist eine bewusste unternehmerische Entscheidung. Die „Künstlichkeit“ von Countdowns wird beispielsweise deutlich, wenn ablaufende Timer anzeigen, ab wann ein Geschenk einlösbar ist. Der Anbieter könnte das Geschenk erst am nächsten Tag offenbaren – ohne einen Countdown und dessen psychologische Wirkung.

1.3. „Pay-to-Skip“¹⁰

Clash of Clans: Bei Aktivitäten wie „Verbesserungen“, „Bauarbeiten“ an Gebäuden oder „Ausbildungen“ von Soldat:innen zeigt ein ablaufender Timer an, wie lange diese „dauern“. Spieler:innen können die Dauer durch die Zahlung von In-Game-Währung (hier: Juwelen) reduzieren: „*Möchtest du die **Verbesserung von Kanone abschließen?** 1 Juwel“ (siehe Abbildung 4)*

Abbildung 4: Clash of Clans, Wartezeit überspringen.



- ❖ Auf die tatsächlichen Echtgeld-Kosten werden Spieler:innen nicht hingewiesen.
- ❖ Der gewünschte Spielfortschritt wäre ohne „Pay-to-Skip“ erst nach Ablauf einer **künstlichen Wartezeit** möglich.¹¹
- ❖ Mit der künstlichen Wartezeit konstruiert der Anbieter Unannehmlichkeiten für Spieler:innen. Deren Spielfortschritt wird gehemmt und Belohnungen können erst nach Ende der Wartezeit eingelöst werden. Damit entsteht ein Anreiz mehr Geld im Spiel auszugeben.¹² Die Verwendung von In-Game-Währung entfremdet zudem von den tatsächlichen Kosten.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

2. Verwirrung durch In-Game-Währung

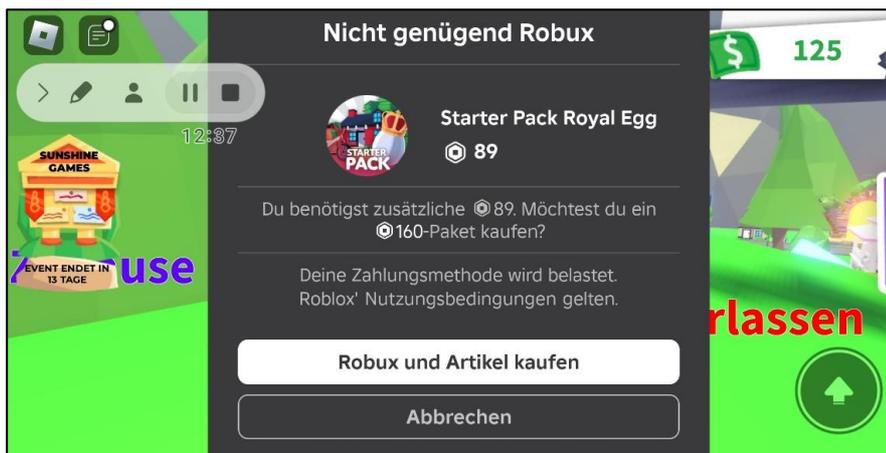
Roblox: Die Anzahl an In-Game-Währung (IGW) in den angebotenen IGW-Paketen stimmt nicht mit den Kosten für angebotene virtuelle Güter überein (fehlende Gleichwertigkeit). Nutzer:innen werden so gezwungen, mehr IGW zu kaufen, als für den Erwerb des gewünschten virtuellen Gegenstandes erforderlich ist. Es bleibt ein Restbetrag (siehe Abbildung 5).

¹⁰ „Pay-to-Skip“ bedeutet, dass Nutzer:innen gegen Bezahlung eine Wartezeit überspringen können. Vgl. <https://www.darkpattern.games/pattern/34/pay-to-skip.html>.

¹¹ Im Rahmen des PraxiscHECKS konnte die Wartezeit bis zu einer Stunde betragen.

¹² Vgl. <https://www.darkpattern.games/pattern/34/pay-to-skip.html>

Abbildung 5: Adopt me (Roblox), fehlende Gleichwertigkeit zwischen dem IGW-Paket und den Kosten für virtuelle Gegenstände.



Roblox: Bei den beworbenen virtuellen Gegenständen stehen keine Informationen zum tatsächlichen Echtgeld-Wert zur Verfügung.

- ❖ Alle getesteten Spiele verwenden IGW und bieten lediglich festgelegte IGW-Pakete an. Das heißt, die Anzahl der IGW ist für Nutzer:innen nicht frei wählbar. Zudem gibt es in der Regel keinen festen Umrechnungskurs in Echtgeld.
- ❖ Die fehlende Gleichwertigkeit zwischen IGW-Paketen und Kosten für virtuelle Gegenstände führt zu einem Restbetrag, der Spieler:innen dazu animieren kann, weitere Käufe zu tätigen, die sie nicht unbedingt intendiert hatten.
- ❖ Durch mehrere IGW pro Spiel entstehen mehrere Umrechnungsebenen. Eine Umrechnung in Euro ist erschwert.
- ❖ Gamer:innen werden ihre Rechte vorenthalten, da Anbieter über ihre AGB mitunter festlegen, dass sie den Wert virtueller Güter wie der IGW jederzeit ändern können.
- ❖ In-Game-Währung verschleiert die Echtgeld-Kosten von In-Game-Käufen. Die Angabe von Preisen in IGW ohne jegliche Bezugnahme zu realen Preisen kann Spieler:innen zu Kaufentscheidungen veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet zum Geldausgeben.

3. Hyper-Engaging „Dark Patterns“ (HEDP)¹³

3.1. Zufällige oder unklare Inhalte (wie Lootboxen)

¹³ HEDP nutzen die Aufmerksamkeitsressourcen von Nutzer:innen aus, indem sie – algorithmisch unterstützt – konstant die bewusste Aufmerksamkeit in Anspruch nehmen. Esposito/ Cathoud Ferreira (2024) stellen hierzu fest: HEDP „manipulieren das Dopamin-System des Gehirns, um Gewohnheiten zu schaffen und Verhalten zu verstärken [...] Dopamin ist ein Hormon, das eine wichtige Rolle für die Motivation und bei der Bildung von Gewohnheiten spielt. Es verknüpft das Verlangen nach einer Wiederholung mit der [positiven] Erinnerung an erfolgte Sättigung und Vergnügen. [...] Die Aktivierung des Dopamin-Systems veranlasst die Person, das zu wiederholen, was sie zuvor bereits getan hat, um die angenehme Belohnung erneut zu erhalten.“ In: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/038CED800E0CAD86EC5B5216E0AA88DD/S1867299X24000084a.pdf>

Subway Surfers Geheimkisten: Es werden zwar Wahrscheinlichkeiten für bestimmte Inhalte angegeben,¹⁴ doch diese sind für Nutzer:innen nicht hilfreich: „20 Prozent Wahrscheinlichkeit für 1-3 Marken“ (siehe Abbildung 6)

Roblox: Im „Starter Pack Royal Egg“ bleiben die konkreten Inhalte in Unklaren. Das Werbeversprechen lautet: „Garantiert **ungewöhnliches oder besseres Haustier**“ (siehe Abbildung 6).

Subway Surfers: „Erhalte **bis zu 10.000 Münzen**“ für das Schauen von Werbevideos.¹⁵

Abbildung 7: Adopt me (Roblox), unklare Inhalte.



Abbildung 6: Subway Surfers, unklare Wahrscheinlichkeiten für bestimmte Inhalte.



- ❖ Teilweise werden Wahrscheinlichkeiten genannt, die für Nutzer:innen nicht hilfreich sind.
- ❖ Unbekannte Belohnungen oder unbekannte Inhalte von Lootboxen können in der Hoffnung auf begehrte Items¹⁶ das Belohnungssystem des Gehirns aktivieren und Dopamin ausschütten.¹⁷
- ❖ Die Problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

¹⁴ Die Konsolenhersteller Microsoft, Sony und Nintendo verpflichten Entwickler inzwischen die Gewinnchancen von in ihren Konsolen-Spielen enthaltenen Lootboxen offenzulegen. Vgl.: <https://www.heise.de/news/Playstation-Xbox-Switch-Entwickler-muessen-Lootbox-Gewinnchancen-offenlegen-4490887.html>.

¹⁵ Bei den acht Werbevideos, die im Rahmen des Praxischecks angesehen wurden, erhielt die Nutzerin maximal 800 Münzen.

¹⁶ Vgl. <https://www.darkpattern.games/pattern/38/gambling-loot-boxes.html>

¹⁷ Dopamin ist ein Botenstoff zwischen Nervenzellen. Positive Erlebnisse schütten Dopamin aus. „Situationen, die mit Belohnungen einhergehen, werden gewissermaßen durch das Dopamin gelikt und dann im Suchtgedächtnis abgespeichert als etwas, das mit Belohnung verbunden ist.“ Wissenschaftler:innen vermuten daher, dass Dopamin eine zentrale Rolle bei der Entstehung von Suchtverhalten spielt. In: <https://www.aok.de/pk/magazin/koerperpsyche/sucht/von-dopamin-und-suchtverhalten-bis-zu-dopamin-detox/>.

3.2. Aktivitätszeichen und Push-Nachrichten

Rote Aktivitätszeichen (siehe Abbildung 1) laden Spieler:innen dazu ein, auf Icons (zum Beispiel für den Shop) zu klicken. Sie deuten an, dass es etwas Neues gibt.

Alle getesteten Spiele fragen über die Einstellungen des mobilen Endgerätes ab, ob Push-Nachrichten zugelassen werden.

Abbildung 8: Clash of Clans, Abfrage Benachrichtigungen.



- ❖ Spiele-Anbieter können Spieler:innen mit „Fake-Notifications“ wie Vorschlägen zu neuen Beiträgen oder Informationen zu unwichtigeren Updates zurück in das Spiel bzw. auf die Plattform locken.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

3.3. Ton- und Lichteffekte bei der Angebotspräsentation

Clash of Clans: Der Anbieter verwendet bunte Farben, Schweinwerfer erstrahlen und es regnet Konfetti, wenn ein Sonderangebot (erstmalig) im Shop präsentiert wird (siehe Abbildung 9).

Abbildung 9: Clash of Clans, Konfetti und Lichter bei der Angebotspräsentation.



Abbildung 10: Monopoly Go, Feuerwerk und Geschenke.



Subway Surfers: Aufwendige Öffnungszeremonie für die „Geheimkisten“ (Belohnung für das tägliche Einloggen): Die Kiste ist mit Fragezeichen versehen und befindet sich im Mittelpunkt des Screens, wo sie auf und ab hüpft. Es erstrahlen Scheinwerfer. Mit einem Tipp darauf öffnet sie sich und aus der Kiste taucht das Geschenk auf.

- ❖ Spieler:innen sollen durch ausgeprägte visuelle sowie Ton- und Lichteffekte assoziieren: Der Erhalt des Kaufangebots oder der Belohnung ist ein freudiges Ereignis. Es soll mit positiven Erlebnissen verknüpft werden.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

3.4. Automatisiertes Würfeln („Auto-Play“)

Monopoly Go: Der Anbieter ermöglicht „**Non-Stop-Gaming**“ mit dem „Auto-Würfel“. Dabei müssen Spieler:innen nicht mehr klicken, um zu würfeln, sondern „*tippen, um zu stoppen*“ (siehe Abbildung 11).

Abbildung 11: Monopoly Go, Auto-Play.



- ❖ Durch die Umkehrung des Spielmechanismus ist das fortwährende Spielen der „Normalzustand“. Für die Beendigung muss gehandelt werden.¹⁸

¹⁸ HEDPs können die Fähigkeit der Nutzer:innen behindern, rationale Entscheidungen zu treffen. Sie können sie zu automatischen Handlungen und Verhaltensweisen zwingen. Vgl. Esposito/Cathoud Ferreira (2024).

- ❖ Die hohe Ereignisfrequenz und Kontinuität kann Spieler:innen im Spiel halten. Das Brettspiel und das Geldverdienen als laufender positiver Nebeneffekt erledigen sich durch das automatische Würfeln „von alleine“. Damit erschwert diese Praktik den Abbruch des Spiels. Das Spiel kann quasi ununterbrochen fortgesetzt werden.¹⁹
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

3.5. Belohnungssysteme

Subway Surfers: „**Sieh dir 10 Werbeclips im Spiel an, um Belohnungen zu erhalten**“.

Subway Surfers: Tägliches Einloggen führt zu Belohnung.

Monopoly Go: „**Sammle Sticker, um Belohnungen zu erhalten.**“ (siehe Abbildung 12).

Abbildung 12: Monopoly Go, Belohnungssystem Sticker.



- ❖ Belohnungssysteme in Spielen sprechen (mit ihren teilweise unbekanntem Inhalt) das Belohnungssystem des Gehirns an. Mit dem Spiel wird eine positive Belohnungserwartung assoziiert (Dopamin).²⁰
- ❖ Spielende wissen nicht immer, was der Algorithmus an Belohnungen für sie bereithält: Das ist ähnlich zum Glückspiel. Die jeweilige Belohnung kann sehr unterschiedlich ausfallen.

¹⁹ Vgl. Meyer et al (2010): https://gerhard.meyer.uni-bremen.de/index_dateien/Sucht_6_2010__Messinstrument.pdf

²⁰ Vgl. <https://www.aok.de/pk/magazin/koerper-psyche/sucht/von-dopamin-und-suchtverhalten-bis-zu-dopamin-detox/>

- ❖ Gerade junge Nutzer:innen möchten im Spiel vorankommen. Angebote wie Belohnungen gegen Werbung können Druck auf ausüben, mehr Werbung anzusehen, um den Spielfortschritt zu fördern.
- ❖ Belohnungssysteme bieten die Möglichkeit zur gleichen Zeit an mehreren Spielen teilzunehmen.²¹ Sie sind ein zusätzliches Progressionssystem – neben dem regulärem Spielfortschritt – und können Spieler:innen im Spiel halten.
- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

WEITERE „DARK PATTERNS“ IN GAMES

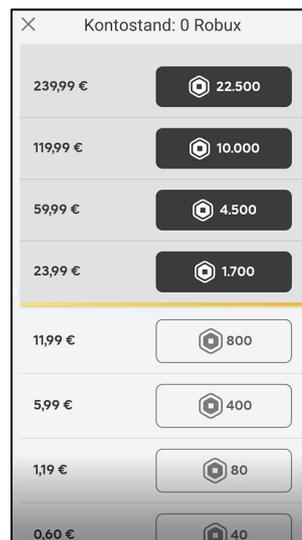
Neben manipulativen Design-Praktiken, die speziell im Gaming-Sektor auffällig werden, finden sich in Online-Spielen auch „Dark Patterns“, die bei anderen digitalen Angeboten zum Beispiel auf Online-Marktplätzen oder in sozialen Netzwerken verbreitet sind.

1. Hervorhebungen von Auswahlmöglichkeiten

Roblox: Teurere Robux²²-Pakete im Shop werden farblich hervorgehoben oder sind mit Zusätzen wie „am beliebtesten“ versehen (siehe Abbildung 13).

- ❖ Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben.

Abbildung 13: Roblox, Hervorhebung teurerer IGW-Pakete.



2. Lange Klickwege

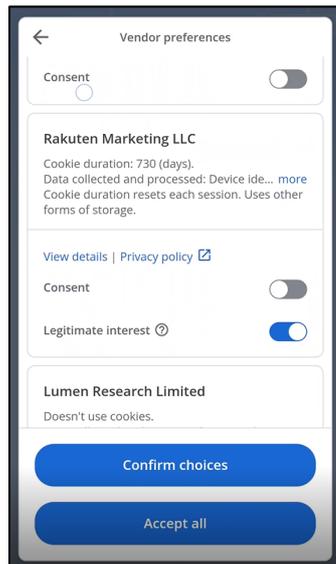
Subway Surfers: Nutzer:innen müssen die Zwecke der Datenverarbeitung sowie die Drittanbieter und Werbepartner, mit denen Daten geteilt werden, bei der Rechtsgrundlage „berechtigtes Interesse“ einzeln abwählen (siehe Abbildung 14).

²¹ Vgl. Meyer et al (2010): https://gerhard.meyer.uni-bremen.de/index_dateien/Sucht_6_2010__Messinstrument.pdf

²² IGW

Die problematische Praktik verleitet zu umfangreicher Datenpreisgabe.

Abbildung 14: Subway Surfers, Voreinstellungen Datenschutz.



3. Mehrfache Aufforderungen

Monopoly Go: Der Anbieter versucht mehrfach Spieler:innen dazu zu verleiten, Freund:innen zum Spiel hinzuzufügen, Kontakte zu verknüpfen oder sich mit Facebook-Log-In anzumelden (siehe Abbildungen 15 und 16).

Die problematische Praktik verleitet zu umfangreicher Datenpreisgabe.

Abbildung 16: Monopoly Go, Aufforderung zum Hinzufügen von Kontakten.



Abbildung 15: Monopoly Go, Aufforderung zum Hinzufügen von Kontakten.



4. Streichpreise

Fortnite: Im Epic Games Store wird ein Verkaufspreis einem durchgestrichenen höheren Preis gegenübergestellt. Dies erweckt den Eindruck einer Preisersparnis. Zusätzlich wird teilweise eine negative Prozentangabe (-33 %) angezeigt (siehe Abbildung 17).

- Die problematische Praktik verleitet potentiell zum Geldausgeben.

Abbildung 17: Fortnite mit Streichpreisen im Shop.

