

# Faktenblatt Gaming – Gambling

## Für Spielende und Eltern

Die Grenze zwischen Computerspielen und Glücksspielen löst sich auf. In Games sind zunehmend Glücksspiele integriert und Glücksspiele sehen wie Games aus. Es vermischen sich die beiden Aspekte Geschicklichkeit (Games) und Glück (Glücksspiel). Für die Spielenden ist nicht immer klar, wofür in Games genau bezahlt werden muss. Wer hingegen die Mechanismen besser kennt, kann seine Geldausgaben und seinen Zeitaufwand besser kontrollieren.

## Glücksspiel in Games

E-Games<sup>1</sup> enthalten zunehmend Glücksspiel- und Bezahlmechanismen. Damit steigt das Risiko für Schulden und Abhängigkeit. In der Folge wird erklärt, welche Glücksspielelemente in Games anzutreffen sind und wie Spielende Geld in den Spielen ausgeben.

Im E-Sport<sup>2</sup> begegnen sich professionelle Computerspielende in einem Game. Auf **Ereignisse im E-Sport** kann wie auf Resultate im realen Sport **gewettet** werden. Bei Games sind allerdings die Resultate noch schwieriger voraussagbar als im Sport, sodass vorwiegend der Zufall und nicht das Geschick entscheidet. Die nur scheinbare Voraussagbarkeit zeigt die Nähe zu den Glücksspielen auf.

In Games können sogenannte Skins (dekorative Outfits, um einen Avatar oder seine Ausrüstung zu personalisieren) innerhalb des Spiels gekauft werden. Damit kann nur das Aussehen und nicht der Spielerfolg beeinflusst werden. Es bleiben Investitionen auf kosmetischer Ebene. Skins können aber auch als virtuelles Geld bei Glücksspielen (Roulette, Poker etc.) innerhalb des Games verwendet werden (**skin betting**). So wird indirekt und unmerklich Geld in glücksspielähnlicher Form ausgegeben.



**Gratis**spiele scheinen nichts zu kosten. Häufig kommt man hingegen in höheren Levels nur weiterhin gut voran, wenn man bezahlt. Dadurch hat man mehr Erfolg, als Spielende, welche nicht bezahlen (**pay to win**). Haben Spielende wenig Erfolg oder Zeit, können sie herausfordernde

<sup>1</sup> Onlinevideo- oder Onlinecomputerspiele auf PC, Konsole oder Mobiltelefon

<sup>2</sup> E-Sport steht für den englischen Ausdruck «electronic sport». Der Begriff bezeichnet international das kompetitive Spielen von Computer-, Video- oder Mobiltelefonspielen.

Situationen während dem Spiel mit Geld lösen oder sich eine bessere Chance erkaufen. Mit zusätzlichen erkauften Leben, besseren Waffen oder Abkürzungen geht es einfacher. Das kann zu Abhängigkeit und Schulden führen.

**Lootboxes** (Schatzkiste) sind ebenfalls Glücksspielelemente innerhalb eines Games. Sie sind mit einem Briefchen Paninibildchen (Fussballerabziehbildchen zum Sammeln) vergleichbar, dessen Inhalt beim Kauf nicht bekannt ist. Für eine Lootbox muss bezahlt werden. Diese enthält Objekte (Ausrüstung, Kampfesstärke, Skins etc.), welche zum Spielerfolg beitragen können. Diese Inhalte sind zum Kaufzeitpunkt aber noch nicht bekannt. Häufig suchen Spielende ein notwendiges Objekt, finden aber in einer Lootbox nur ähnliche. Dies entspricht einem Fastgewinn, einem sogenannten Near Miss von Geldspielautomaten (nur drei Zitronen geschafft, anstatt die nötigen vier). Das Game kennt die Wünsche der Spielenden aufgrund ihres Verhaltens: In einzelnen Games werden die Inhalte nicht zufällig, sondern aufgrund des bisherigen Spielverlaufes (Big Data) individuell definiert. Es ist für Spielende hilfreich, sich pro Spielepisode ein Geldlimit für Lootboxen zu setzen.



Einfach erkennbar sind **Geldspielgelegenheiten** (Poker, Roulette) zur Unterhaltung innerhalb von Games. Diese funktionieren mit virtueller Währung, bei der das Bewusstsein oft fehlt, dass es indirekt um echtes Geld geht. Teilweise machen die Game-Anbietenden künstliche Wartepausen im Spiel und verführen die Spielenden so dazu, während der Wartezeit ein Glücksspiel zu spielen. Auch hier lenkt ausschliesslich der Zufall und nicht das Geschick das Resultat.

**Social Games** in Sozialen Plattformen sollen die Spieler an die Glücksspieloptik und -funktionalität gewöhnen und Spass machen. Es kann kein reales Geld eingesetzt oder gewonnen werden. Die Gewinnquoten sind in diesen Spielen aber oft höher als in wirklichen Glücksspielen. Das führt zu einer verzerrten Wahrnehmung und damit zum Eindruck, dass man mit richtigem Glücksspiel Geld verdienen könnte. Casinos nutzen Social Games als Marketinginstrument, um Leute zu ihren echten Geldspielen zu locken.



Generell muss man bei E-Games damit rechnen, dass die Spielverlaufsdaten missbraucht werden, um im Game Produkte anzubieten. Ebenso wird damit häufig der zukünftige Spielverlauf individuell gesteuert. Mit geschickten Methoden wird die spielende Person dazu verführt, mehr Geld als geplant auszugeben und länger als gewollt zu spielen. Die Bezahlung läuft unkompliziert via eingetragene Kreditkarte oder Telefonrechnung der Eltern. Kinder und Jugendliche entscheiden unter Einfluss der elaborierten Games oft irrational und geben grosse Summen aus. Eltern tendieren dazu, die Wirkung von Games auf ihre Kinder zu unterschätzen. Die Kontrolle und Limitierung ist technisch anspruchsvoll, aber notwendig.

## Glücksspiele sehen aus wie Games

Die Glücksspiele gleichen in Design und Mechanik zunehmend den Gratisspielen und Games, welche vornehmlich gerne von jungen Spielerinnen gespielt werden. Das Ziel ist es, diese Millennials neu ans Glücksspiel heranzuführen. Dazu werden E-Game-Elemente in die Glücksspiele eingebaut:

- Umsetzen einer Mission wie in Shooter- oder Abenteuergames
- Rangfolgen der Spielenden (Leaderboards)
- Geschicklichkeitsspiel im Geldspiel (wie umgekehrt die Lootbox)
- Livefunktion, Demofunktion
- Soziale Interaktion, Chat- und Kommentarfunktion
- zweite Chance etc.



So wird beispielsweise eine Schatzsuche auf einer Abenteuerinsel vorgeschaltet. Auf dieser muss sich die spielende Person mit einer Karte orientieren und mit lokalen Leuten befreunden, um Goldnuggets zu sammeln. Diese können dann als Spielbonus oder für Gratisspiele an virtuellen Geldspielautomaten verwendet werden. Auf diese Weise können Spielende in eine Unterhaltungswelt tauchen, in welcher sich Geld- und Geschicklichkeitsspiele unmerklich mischen. Dadurch sind Geldausgabe und Spielzeit schwierig zu kontrollieren. Die Werbung erfolgt über Social Media, indem Spielerfolge geteilt werden können. Das motiviert die Spielenden und gleichzeitig versuchen die Spieleanbieter damit, befreundete Personen der Spielenden für das Spiel zu gewinnen.

Die Vermischung von Gaming und Gambling birgt Risiken, welcher sich die Spielenden und ihre Eltern oft nicht vollumfänglich bewusst sind. Der Sog der Angebote macht die Kontrolle schwierig. Hilfreich ist es, Geld- und Zeitlimiten zu setzen und sich bei der Durchsetzung technisch unterstützen zu lassen (Timer, Einzahlungslimiten).

Quellen:

[www.grea.ch/sites/default/files/rapport\\_jhal\\_20200525-v1.0.pdf](http://www.grea.ch/sites/default/files/rapport_jhal_20200525-v1.0.pdf)

C. Al Kurdi, L. Notari, et H. Kuendig, « Jeux d'argent sur Internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo », GREA & Addiction Suisse, Lausanne, 2020.

Impressum: Herausgeber & © Version 1.0, Juni 2020:  
Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssuchte, Christian Ingold, Leiter Prävention