



Informationsrecht

Masterarbeit

In-Game-Käufe im Licht des Verbraucherrechts

vorgelegt von
Daniel Steven Trunk

Betreuende Gutachterin: Prof. Dr. Anne Paschke
Zweite Gutachterin: Claudia Bischof

Langen, den 9. August 2025

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	VI
Abbildungsverzeichnis	VIII
A. Echtes Geld für virtuellen Spielspaß	1
B. Die Monetarisierung von Online-Spielen	3
I. In-Game-Käufe	4
II. In-Game-Währung	6
1. Soft Currency und Hard Currency	7
2. Technische Funktionsweise	7
3. Anwendungsfälle	8
a. Nur eine Hard Currency	8
b. Mehrere Währungen, klare Trennung	9
c. Hybrider Ansatz	9
III. Verbraucherrechtliche Kritik	9
1. Norwegischer Verbraucherrat zu Lootboxen	10
2. Europäisches Parlament zu Verbraucherschutz in Videospiele	10
3. Norwegischer Verbraucherrat zu In-Game-Währungen	11
4. BEUC-Bericht und CPC-Beschwerde	12
5. Schlüsselprinzipien des CPC-Netzwerks	12
6. Verbraucherzentrale Bundesverband	13
C. Der Spielnutzungsvertrag	14
I. Regelungsgegenstand	14
II. Anwendbares Recht	15
III. AGB-Recht	16
1. Wirksame Einbeziehung	17
2. Keine unangemessene Benachteiligung	17
IV. Vorschriften über digitale Produkte	18
1. Eröffnung des Anwendungsbereichs	18
a. Verbrauchervertrag	19
b. Digitales Produkt	19
c. Gegenleistung des Verbrauchers	20
2. Verbraucherrechte bei digitalen Produkten	21
V. Zwischenfazit	22
D. Der In-Game-Kauf gegen Echtgeld	22
I. Fernabsatzrecht	22

1.	Eröffnung des Anwendungsbereichs	22
2.	Vorvertragliche Informationspflichten.....	24
a.	Wesentliche Eigenschaften der Leistung	24
b.	Identität und Kontaktmöglichkeiten des Anbieters	25
c.	Preisangaben.....	26
d.	Gewährleistungsrechte	27
e.	Zusätzliche technische Eigenschaften.....	27
f.	Formale Anforderungen.....	28
g.	Zweckmäßigkeitserwägungen	28
3.	Pflichtinformationen unmittelbar vor der Bestellung.....	29
4.	Vertragsbestätigung	30
5.	Widerrufsrecht.....	30
a.	Ausschluss des Widerrufsrechts	31
α.	Digitaler Inhalt oder digitale Dienstleistung	31
β.	In-Game-Währung als digitaler Inhalt	32
γ.	Technische Umsetzung.....	34
b.	Widerrufsbelehrung	35
c.	Rechtsverstöße in der Praxis	35
6.	Zwischenfazit	36
II.	Gewährleistungsrechte	36
1.	Beschaffenheitsanforderungen von In-Game-Inhalten.....	37
a.	Maßgeblicher Zeitpunkt	37
b.	Eignung für die gewöhnliche Verwendung	38
2.	Verlust des Spielinhalts durch Einstellen des Spiels.....	39
3.	Verlust des Spielinhalts wegen Spielausschlusses.....	40
III.	Zwischenfazit	41
E.	Der Erwerb von Zusatzinhalten durch In-Game-Währungen	41
I.	Positionen in der Literatur und Praxis	42
1.	Rein spielinterner Vorgang.....	42
a.	Spielindustrie	43
b.	Literatur	43
2.	Doppelnatur von In-Game-Währungen	44
3.	Zahlungsmittel.....	45
4.	Zwischenfazit	46
II.	Eigene Bewertung	46
1.	Vertragsschluss.....	46

a.	Willenserklärung des Spieleanbieters	47
b.	Willenserklärung des Spielers	48
c.	Zwischenfazit	48
2.	Rechtliche Einordnung von In-Game-Währung	49
a.	Zahlung eines Preises	49
α.	Begriffsbestimmung	50
β.	Virtuelle Währungen	51
γ.	Vereinbarung einer Zahlungsfunktion	52
δ.	Verkehrserwartung einer Zahlungsfunktion	54
ε.	Stellungnahme	56
b.	Personenbezogene Daten als Gegenleistung	56
3.	Zwischenfazit	57
III.	Hypothetische Betrachtung	57
1.	Pflicht zur Angabe eines Preises	57
2.	Doppeltes Widerrufsrecht.....	58
IV.	Konsequenzen für die Praxis.....	59
F.	Flankierende Verbraucherschutzgesetze	59
I.	Wettbewerbsrecht.....	60
1.	Unlauterkeit von In-Game-Währungen.....	60
a.	Beurteilungsmaßstab.....	61
α.	Durchschnittsverbraucher	61
β.	Vulnerable Verbrauchergruppen.....	61
b.	Vorenthalten wesentlicher Informationen.....	62
c.	Unlautere Beeinflussung von Verbrauchern.....	63
d.	Zwischenfazit	64
2.	Irreführende geschäftliche Handlungen	64
a.	Verschleierung der Kostenpflichtigkeit.....	65
b.	Unklarer Mehrwert.....	65
3.	Aggressive geschäftliche Handlungen	66
a.	Kaufaufforderungen an Kinder	66
b.	Bundling	67
c.	Dark Patterns	69
4.	Zwischenfazit	70
II.	Jugendschutz	70
1.	Alterskennzeichnung	70
2.	Werbeverbote.....	71

3. Besondere Vorgaben für Online-Plattformen.....	71
III. Ausblick	72
G. Fazit.....	73
Literaturverzeichnis	76
Webquellenverzeichnis	82

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
a.F.	alte Fassung
AG	Amtsgericht
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
Alt.	Alternative
BBankG	Gesetz über die Deutsche Bundesbank
BFH	Bundesfinanzhof
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGH	Bundesgerichtshof
BEUC	Bureau Européen des Unions de Consommateurs
CPC	Consumer Protection Cooperation
DDG	Digitale-Dienste-Gesetz
DFA	Digital Fairness Act
DI-RL	Richtlinie über digitale Inhalte
DSA	Digital Services Act
EGBGB	Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche
EGDF	European Game Developer Federation
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EULA	End User License Agreement
Fn.	Fußnote
JMStV	Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

JuSchG	Jugendschutzgesetz
Klausel-RL	Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen
LG	Landgericht
lit.	Buchstabe
MiCAR	Verordnung über Märkte für Krypto- werte
n.F.	neue Fassung
Nr.	Nummer
n.v.	nicht veröffentlicht
OLG	Oberlandesgericht
PAngV	Preisangabenverordnung
Rn.	Randnummer
UGP-RL	Richtlinie über unlautere Ge- schäftspraktiken
UKlaG	Unterlassungsklagengesetz
USK	Unterhaltungssoftware Selbstkon- trolle
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wett- bewerb
VGE	Video Games Europe
vgl.	vergleiche
VRRL	Verbraucherrechte-Richtlinie
vzbv	Verbraucherzentrale Bundesver- band
WDR	Westdeutscher Rundfunk
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Skin aus dem Spiel Rocket League	5
Abbildung 2: Lootbox aus dem Spiel Pokémon TCGP	5
Abbildung 3: Extra-Spielzüge in Candy Crush Saga	6
Abbildung 4: V-Bucks in Fortnite Mobile	8
Abbildung 5: In-Game-Shop in Diablo IV	9

A. Echtes Geld für virtuellen Spielspaß

Die Geschäftsmodelle der Games-Branche unterliegen einem ständigen Wandel. In den 1980er Jahren erfreuten sich die Arcade-Hallen großer Beliebtheit, in welche Spieler einkehrten, um gegen Einwurf von Münzen Spieletitel wie „Pac-Man“ oder „Asteroids“ zu spielen.¹ Mit dem Durchbruch des Computers erreichten Computerspiele schließlich zu Beginn der 1990er Jahre einen Massenmarkt.² Mittlerweile sind Smartphones eine der wichtigsten Gaming-Plattformen.³

Der größte Teil des Umsatzes wird in Deutschland heute mit In-Game-Käufen erzielt.⁴ Der Umsatz des deutschen Computerspiemarktes betrug im Jahr 2018 4,4 Milliarden Euro, wovon 1,9 Milliarden Euro auf In-Game-Käufe entfielen.⁵ Im Jahr 2023 stieg der Gesamtumsatz auf 9,97 Milliarden Euro, der Umsatz mit In-Game-Käufen auf 4,7 Milliarden Euro.⁶ Die Games-Industrie spielt, betrachtet man den Umsatz, damit in einer ganz eigenen Liga und hat viele der klassischen Entertainment-Industrien weit hinter sich gelassen.⁷

Die Einführung von In-Game-Käufen verlief dabei alles andere als reibungslos. Im Jahr 2006 veröffentlichte die Firma „Bethesda“ das Spiel „The Elder Scrolls IV: Oblivion“, das zu diesem Zeitpunkt zu den fortschrittlichsten und besten Rollenspielen überhaupt zählte. Zugleich bot sie den Spielern eine virtuelle Rüstung für ihr Pferd für 2,50 US-Dollar an. Die Spieler waren empört, waren sie es bis dato gewohnt, eher für umfangreiche Spielerweiterungen Geld auszugeben als für eine einfache Verzierung im Spiel.⁸ Dennoch üben In-Game-Käufe einen gewissen Reiz auf Spieler aus. Sie gehen teilweise sogar mit einem gewissen sozialen Ansehen einher.⁹ Aus der Perspektive der Games-Industrie stellen sie eine bedeutende Form der Monetarisierung dar.¹⁰ Sie ermöglichen es Entwicklern, neue Spiele zu entwickeln und Online-Spiele über viele Jahre

¹ Kent, *The Ultimate History of Video Games*, S. 143.

² Nolden, in: Zimmermann/Falk, *Handbuch Gameskultur*, S. 40.

³ Falk, in: Hentsch/Falk, *Games und Recht*, § 1 Rn. 1.

⁴ Zdanowiecki, in: Bräutigam/Rücker, *E-Commerce*, 11. Teil. D. Rn. 1.

⁵ Koubek, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 25.

⁶ *game*, *Jahresreport 2024*, S.5 (Abruf aller Webquellen: 9. August 2025).

⁷ Koubek, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 19; Falk, in: Hentsch/Falk, *Games und Recht*, § 1 Rn. 6.

⁸ Serrano Acosta/Betancourt, *Oblivion Remastered*.

⁹ Nothelfer/Trunk, *SpoPrax 2022*, S. 341 (342).

¹⁰ Anderie, in: Hentsch/Falk, *Games und Recht*, § 17 Rn. 46.

hinweg attraktiv zu halten.¹¹ Darüber hinaus machen sie kostenlose Free-to-Play-Spiele überhaupt erst möglich.¹²

Zugleich genießen In-Game-Käufe einen schlechten Ruf: Anbieter würden gezielt auf Spieler setzen, die sich einen Vorteil erkaufen wollen.¹³ Sie würden Belohnungsreize setzen und sogar eine Nähe zum Glücksspiel aufweisen, um die Zahlungsbereitschaft der Spieler zu steigern.¹⁴ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat mehrfach kritisch über In-Game-Käufe berichtet. Beiträge wie „Coin Master – Abzocke mit Fun“ (Neo Magazin Royale)¹⁵, „In-Game-Käufe – Abzocke ohne Altersbeschränkung“ (ZDF Magazin Royale)¹⁶, „Wie In-Game-Käufe Kinder süchtig und arm machen“ (extra 3)¹⁷ und „Lootboxen: Wie FIFA & Co. an Kindern verdienen“ (WDR Doku)¹⁸ verdeutlichen die gesellschaftliche und rechtspolitische Brisanz des Themas. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit einer Analyse der bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen, um zu prüfen, inwiefern der aktuelle Verbraucherschutz den Gefahren durch In-Game-Käufe gerecht wird.

Diese Ausarbeitung befasst sich mit der verbraucherrechtlichen Behandlung von In-Game-Käufen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Vorgaben und der Anwendbarkeit der Verbraucherrechte-Richtlinie¹⁹ (VRRL). Darüber hinaus werden weitere Vorgaben betrachtet, insbesondere aus der Richtlinie über digitale Inhalte²⁰ (DI-RL), der Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen²¹ (Klausel-RL) und der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken²² (UGP-RL).

¹¹ VGE/EGDF, Transparent and Fair Purchases of In-Game-Content, S. 1.

¹² VGE/EGDF, Transparent and Fair Purchases of In-Game-Content, S. 1.

¹³ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 35 ff.

¹⁴ *Nemitz*, Warum Lootboxen in Deutschland (noch) kein Glücksspiel sind.

¹⁵ *Neo Magazin Royale*, Sendung vom 10.10.2019.

¹⁶ *ZDF Magazin Royale*, Sendung vom 16.9.2022.

¹⁷ *extra 3*, Sendung vom 4.5.2025.

¹⁸ *WDR Doku*, Sendung vom 2.4.2024.

¹⁹ Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates.

²⁰ Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen.

²¹ Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen.

²² Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr

Punktuell streift die Ausarbeitung dabei die Debatte zu Lootboxen, einer besonders umstrittenen Form von In-Game-Käufen. Der Fokus soll jedoch auf den vorgelagerten Fragen liegen, die sich für sämtliche In-Game-Käufe stellen.

Zunächst werden die zentralen Aspekte bei der Monetarisierung von Online-Spielen durch In-Game-Käufe vorgestellt und aktuelle verbraucherrechtliche Vorwürfe erörtert (B.). Es folgen grundlegende Überlegungen zum Spielnutzungsvertrag (C.). Dieser enthält häufig wichtige Regelungen zu In-Game-Käufen. Im Anschluss werden die verbraucherrechtlichen Anforderungen aus VRRRL und DI-RL an In-Game-Käufe erörtert. Hierbei wird zwischen In-Game-Käufen mit Echtgeld (D.) und In-Game-Käufen mittels einer In-Game-Währung (E.) unterschieden. Letztere sind besonders umstritten, da bereits unklar ist, ob ein weiterer Vertrag geschlossen wird. Danach werden flankierende Verbraucherschutzgesetze aus dem Wettbewerbs- und Jugendschutzrecht untersucht (F.). Abschließend folgt ein Fazit zu den erarbeiteten Ergebnissen (G.).

B. Die Monetarisierung von Online-Spielen

Im Bereich der Online-Spiele gibt es verschiedene Vertriebsmöglichkeiten. Die Bedeutung des stationären Einzelhandels nimmt dabei ab.²³ Der Verkauf von Online-Spielen erfolgt weitgehend über das Internet, entweder über Einzelhandelsplattformen oder über Download-Plattformen wie „Steam“ oder den „Epic Games Store“.²⁴ Auch Konsolenspiele sind über angebundene Online-Shops wie den „PlayStation Store“, den „Nintendo eShop“ oder den „Xbox Store“ rund um die Uhr verfügbar. Zugleich erschließen sich durch die Onlinefunktionen der Spiele neue Formen der Monetarisierung. Das Zahlen eines Vollpreises von 50 Euro oder mehr für ein Spiel ist mittlerweile nur noch bei den größten und aufwändigsten Spieleproduktionen üblich. Daneben spielen vor allem Free-to-Play-Spiele eine Rolle. Diese werden üblicherweise ausschließlich digital vertrieben und sind, wie der Name vermuten lässt, kostenlos.²⁵ Sie finanzieren sich

zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken).

²³ *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 2.

²⁴ *Koubek*, Monetarisierung von Computerspielen, S. 210.

²⁵ *Mankowski*, in: Fezer u.a., Lauterkeitsrecht, S 12 Rn. 293b.

durch In-Game-Käufe.²⁶ Dabei werden zumeist kleinere Geldbeträge bezahlt, weswegen auch von Mikrotransaktionen die Rede ist.²⁷

In diesem Abschnitt soll ein Grundverständnis für In-Game-Käufe (I.) sowie für In-Game-Währung (II.) vermittelt werden. Zugleich werden aktuelle verbraucherrechtliche Initiativen vorgestellt (III.).

I. In-Game-Käufe

Als In-Game-Käufe werden Käufe bezeichnet, die direkt innerhalb eines Spiels getätigt werden.²⁸ Dabei handelt es sich häufig um freiwillige Zusatzangebote, die für das Spielen nicht erforderlich sind und die der Spieler gegebenenfalls auch mit spielerischem Aufwand erhalten kann.²⁹ Häufig sind diese Zusatzangebote bereits gegen Zahlung eines eher kleinen Geldbetrags erhältlich.³⁰

In-Game-Käufe haben sich inzwischen sowohl bei kostenlosen als auch bei kostenpflichtigen Online-Spielen etabliert und finanzieren den Betrieb von Online-Spielen mit immer neuen Inhalten zum Teil über viele Jahre. Der Online-Spielmodus von „Grand Theft Auto V“ wird beispielsweise seit 2013 betrieben und erhält dank der In-Game-Käufe kontinuierlich neue Inhalte.³¹

Die Angebote im Spiel können dabei so variieren wie ihre Kosten. Meist geht es um kleinere Einmalzahlungen von weniger als 5 Euro, in Einzelfällen aber auch von 100 Euro und mehr.³² Typische Angebote umfassen optionale Zusatzinhalte, die die Spielerfahrung beeinflussen können wie neue Level oder Fahrzeuge. Bei einigen Spielen werden diese benötigt, um voranzukommen oder besonders gut zu spielen. So basieren beispielsweise Spiele wie „Hearthstone“ oder „Pokémon TCGP“ auf dem Grundgedanken des Kartensammelns, die Spieler erspielen oder kaufen können. Ziel ist es, sich aus den Karten schlagfertige Kartendecks zusammenzustellen und mit diesen gegen andere Spieler anzutreten.

²⁶ *Mankowski*, in: Fezer u.a., *Lauterkeitsrecht*, S 12 Rn. 293b.

²⁷ *Schwiddessen*, CR 2018, S. 444 (445); *Koubek*, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 231; *Maties*, NJW 2020, S. 3685 (3686).

²⁸ *Ehrmann/von Wallis*, in: Hoeren u.a., *MMR-HdB*, Teil 27 Rn. 246.

²⁹ *Mankowski*, in: Fezer u.a., *Lauterkeitsrecht*, S 12 Rn. 293b.

³⁰ *Schwiddessen*, CR 2018, S. 444 (445).

³¹ *Deckert*, *GTA Online 10 Jahre erfolgreich*.

³² *Koubek*, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 231.

Ein weiteres Gestaltungselement vieler Spiele sind sogenannte Skins. Ein Skin ist ein virtueller Gegenstand, der das Aussehen einer Spielfigur, ihre Ausrüstung oder andere Spielelemente verändert.³³ Skins sind rein kosmetischer Natur und bieten in der Regel keine spielerischen Vorteile.³⁴ Wer besonders gut spielt oder über das nötige Kleingeld verfügt, kann sich die besten, seltensten oder beliebtesten Skins leisten.³⁵



Abbildung 1: Skin aus dem Spiel Rocket League (Screenshot: Daniel Trunk)

Bei Lootboxen handelt es sich um eine Art digitale Schatzkiste, die einen virtuellen Gegenstand, beispielsweise einen Skin, enthält.³⁶ Welchen Gegenstand der Spieler aus der Kiste zieht, entscheidet der Zufall.



Abbildung 2: Lootbox aus dem Spiel Pokémon TCGP (Screenshot: Daniel Trunk)

³³ Maties, NJW 2020, S. 3685 (3686); Brüggemann, SpoPrax 2022, S. 249.

³⁴ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 231.

³⁵ Nothelfer/Trunk, SpoPrax 2022, S. 341 (342).

³⁶ Maties, NJW 2020, S. 3685 (3686); Lober/Trunk, MMR 2024, S. 651.

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an virtuellen Verbrauchsgütern, die dem Spieler zusätzliche Handlungsmöglichkeiten im Spielverlauf eröffnen wie etwa Lebensenergie, Zauberkraft, Zeit oder verbrauchbare Ressourcen.³⁷ Im Free-to-Play-Spiel „Candy Crush Saga“, das allein im Jahr 2017 einen Umsatz von 2 Milliarden US-Dollar erzielte,³⁸ können die Spieler virtuelle Goldbarren erwerben. Mit diesen Goldbarren können zusätzliche Spielzüge in den zu lösenden Match-3-Puzzles freigeschaltet werden. In Spielen wie „The Simpsons: Tapped Out“ oder „Clash of Clans“ können die Bauzeiten von Gebäuden durch In-Game-Käufe verkürzt werden. Man nennt dies Pay-to-Skip.³⁹ Meist betragen die Bauzeiten zu Beginn des Spiels nur wenige Minuten. Im weiteren Spielverlauf können diese jedoch mehrere Stunden oder Tage dauern. Spieler, die schnell vorankommen oder sich im Wettbewerb gegen andere durchsetzen wollen, sind in diesen Fällen eher bereit, Geld zu investieren. Besteht die Möglichkeit, sich durch Geldeinsatz Vorteile wie stärkere Spielfiguren zu kaufen, spricht man von Pay-to-Win.⁴⁰



Abbildung 3: Extra-Spielzüge in Candy Crush Saga (Screenshot: Daniel Trunk)

Eine weitere, gerne genutzte Möglichkeit ist das Anbieten eines zeitlich limitierten Season Passes. Bei einem Season Pass werden Spielern während einer fest bestimmten Laufzeit zusätzliche Aufgaben gestellt. Erledigen sie diese, erhalten sie zusätzliche Belohnungen.

II. In-Game-Währung

Viele Spiele verfügen zudem über eine eigene Spielökonomie mit integriertem Währungssystem.⁴¹ In dieser fungieren In-Game-Währungen als zentrales

³⁷ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 235.

³⁸ Makuch, Activision Blizzard Made \$4 Billion On Microtransactions Last Year.

³⁹ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 48; Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 17.

⁴⁰ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 236; Mankowski, in: Fezer u.a., Lauterkeitsrecht, S 12 Rn. 293b.

⁴¹ Anderie, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 27.

Zahlungsmittel für In-Game-Käufe. In-Game-Währungen können aber auch ein elementares Spielelement sein, etwa wenn der Spieler sie im Spiel findet. Viele Spieleanbieter setzen auf In-Game-Währungen, die gegen Echtgeld erworben werden können. Dies macht eine differenzierte Betrachtung in tatsächlicher sowie rechtlicher Hinsicht erforderlich.

1. Soft Currency und Hard Currency

In vielen Spielen kommt ein sogenanntes „Dual Currency Modell“ zum Einsatz.⁴² Dieses umfasst typischerweise eine sogenannte Soft Currency und eine Hard Currency.⁴³ Soft Currency bezeichnet Spielwährungen oder Ressourcen, die durch reguläres Spielen erworben werden können.⁴⁴ Sie sind außerhalb des Spiels regelmäßig nicht handelbar und haben keinen realen Geldwert.⁴⁵ Sie werden erspielt und können im Spielverlauf ausgegeben werden. Demgegenüber steht die Hard Currency, die zumeist gegen Echtgeld erworben wird und dadurch einen Bezug zu realem Geld aufweist.⁴⁶ Sie wird meistens in unterschiedlichen Bundles angeboten, was die Bestimmung eines Wechselkurses erschwert. Häufig wird für den Erwerb besonders begehrter Zusatzinhalte eine Hard Currency benötigt.⁴⁷ In manchen Spielen kann Hard Currency auch durch Spielfortschritt in begrenztem Umfang erspielt werden.

2. Technische Funktionsweise

Technisch betrachtet unterscheiden sich In-Game-Währungen nicht von anderen Inhalten in Online-Spielen. Computerspiele enthalten verschiedene Spielmechaniken, durch die Ressourcen wie In-Game-Währung erzeugt, vernichtet, verschoben oder modifiziert werden können.⁴⁸ In sogenannten „Speichern“ werden Ressourcen in Form von variablen Zahlenwerten aufbewahrt.⁴⁹ Bei Online-Spielen sind dies beispielsweise Datenbanken auf den Servern des Anbieters. Über „Konverter“ können diese Ressourcen in andere Ressourcen

⁴² *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 40; *Saßenbach*, *SpoPrax* 2023, S. 115.

⁴³ *Koubek*, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 38; *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 42 ff.; *Saßenbach*, *SpoPrax* 2023, S. 115.

⁴⁴ *Saßenbach*, *SpoPrax* 2023, S. 115.

⁴⁵ *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 43.

⁴⁶ *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 44.

⁴⁷ *Anderie*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 44.

⁴⁸ *Koubek*, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 31.

⁴⁹ *Koubek*, *Monetarisierung von Computerspielen*, S. 32.

umgewandelt werden.⁵⁰ Ein Beispiel hierfür sind die In-Game-Shops, in denen Spieler ihre In-Game-Währung gegen Items eintauschen.⁵¹ Ein echter „Tausch“ findet hier nicht statt. Stattdessen wird die Währung in das gewünschte Item „konvertiert“.⁵² Die Konvertierungsfunktion ist auch an anderen Stellen im Spiel zu finden, beispielsweise wenn der Spieler mit dem gesammelten Holz eine Hütte bauen oder mit den gesammelten Erfahrungspunkten eine neue Fähigkeit freischalten möchte.⁵³

3. Anwendungsfälle

Anbieter von Online-Spielen binden In-Game-Währungen unterschiedlich in ihr Spiel ein. Im Folgenden werden typische Konstellationen exemplarisch dargestellt.

a. Nur eine Hard Currency

Im Spiel „Fortnite“ gibt es nur eine In-Game-Währung namens „V-Bucks“. Dabei handelt es sich um eine reine Hard Currency, die ausschließlich käuflich erworben werden kann. Sie wird in gestaffelten Paketen angeboten, wobei bei größeren Paketen zusätzliche V-Bucks als Bonus gewährt werden.

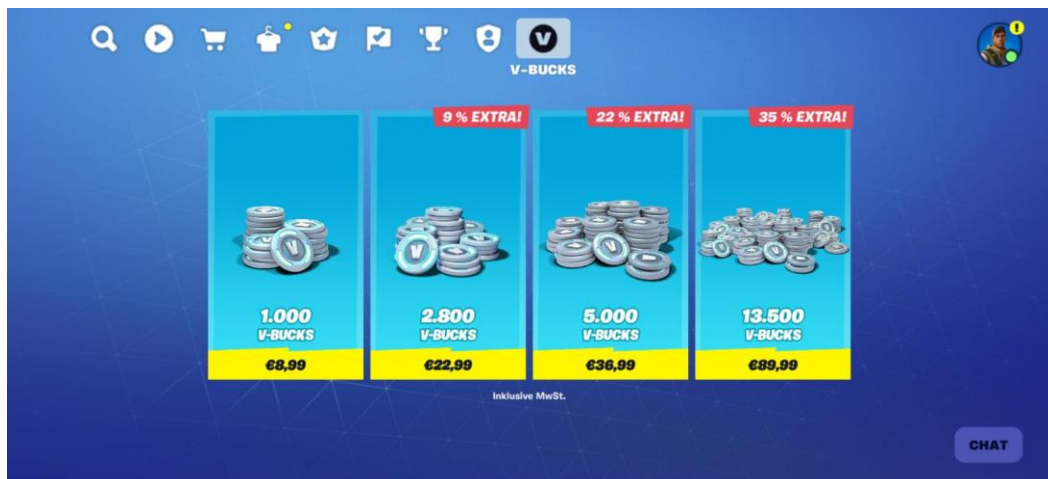


Abbildung 4: V-Bucks in Fortnite Mobile (Screenshot: Daniel Trunk)

⁵⁰ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 32.

⁵¹ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 32; Anderie, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 37.

⁵² Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 33.

⁵³ Koubek, Monetarisierung von Computerspielen, S. 33.

b. Mehrere Währungen, klare Trennung

In der Fußballsimulation „FIFA“ (inzwischen: „EA Sports FC™“) besteht eine klare Trennung zwischen „Fifa Coins“ (Soft Currency), die ausschließlich erspielt oder über den Transfermarkt erhandelt werden können, und „Fifa Points“ (Hard Currency), die nur käuflich zu erwerben sind. Ein Umtausch ist ausgeschlossen. In „Diablo IV“ existiert ein ähnliches Modell: Die käufliche Hard Currency „Platin“ wird in einem vom Spielverlauf separierten In-Game-Shop eingesetzt, während die von besiegten Gegnern fallengelassene Soft Currency „Gold“ im normalen Spielverlauf genutzt wird.

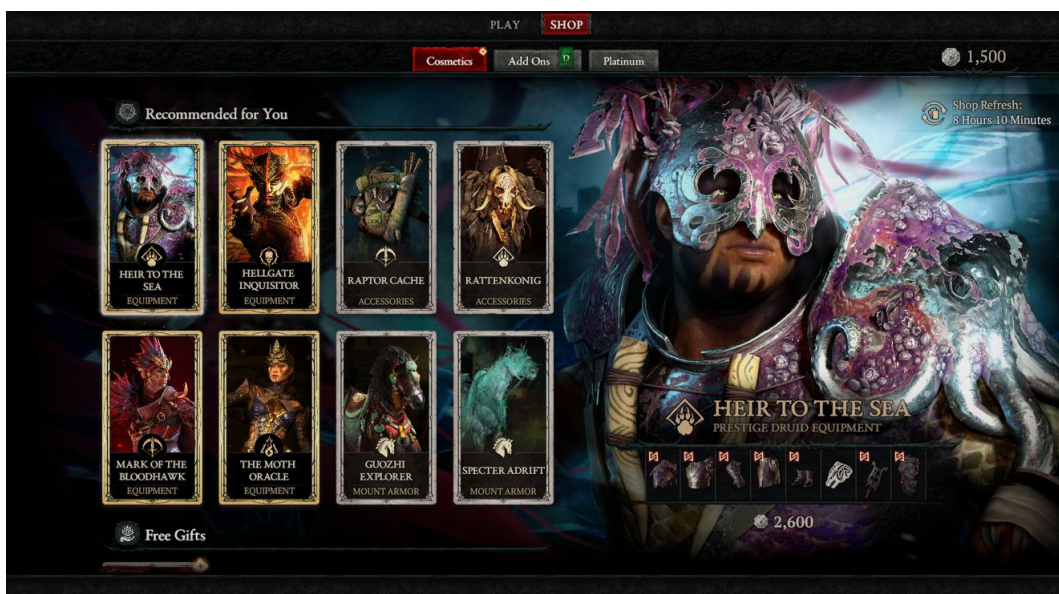


Abbildung 5: In-Game-Shop in Diablo IV (Screenshot: Daniel Trunk)

c. Hybrider Ansatz

In „Helldivers 2“ können Spieler gelegentlich kleine Mengen der Hard Currency „Super Credits“ in versteckten Tresoren finden, der Regelfall ist jedoch der Erwerb mit Echtgeld. Ähnlich verhält es sich in „Clash of Clans“. Die Währung „Juwelen“ lässt sich gelegentlich durch Spielhandlungen erlangen, für größere Mengen ist aber ein Kauf erforderlich.

III. Verbraucherrechtliche Kritik

In-Game-Käufe und In-Game-Währung stehen seit vielen Jahren in der Kritik. Bereits im Jahr 2014 befasste sich die US-amerikanische Zeichentrickserie „South Park“ mit dem Phänomen der Freemium-Spiele. Das Wort „Freemium“

ist eine Wortschöpfung aus den Worten „free“ für gratis und „premium“ und beschreibt das Geschäftsmodell sehr treffend. In der Folge „Freemium Gibt's Nicht Umsonst“ spielt der zehnjährige Grundschüler Stan ein Handyspiel seiner beiden Lieblingscomedians.⁵⁴ Das Spiel wird nach außen hin als kostenlos beworben. Auf humoristische Art und Weise wird jedoch schnell deutlich, dass es vor allem darum geht, bei anfälligen Spielern Trigger zu setzen, um diese zum Kaufen virtueller „Kanada-Dollar“ zu bewegen. Auch in der juristischen Literatur wird das Thema seitdem gelegentlich aufgegriffen. So beschäftigte sich *Bisges* mit dem Erwerb virtueller Schlumpfbeeren im Wert von über 3.000 Euro durch einen Minderjährigen.⁵⁵ In den letzten vier Jahren, insbesondere seit 2024, stehen In-Game-Käufe im Fokus von Verbraucherschützern und Institutionen. Im Folgenden werden einige der bedeutendsten Stellungnahmen, Maßnahmen und Forderungen in gebotener Kürze chronologisch dargestellt.

1. Norwegischer Verbraucherrat zu Lootboxen

Der Norwegische Verbraucherrat „Forbrukerrådet“ veröffentlichte im Mai 2022 einen Bericht mit dem Titel „Insert Coin – How the gaming industry exploits consumers using loot boxes“.⁵⁶ Der Verbraucherrat kritisiert darin vor allem die ausbeuterische Wirkung von Lootboxen. Durch manipulative Designs würden gezielt kognitive Verzerrungen herbeigeführt und Schwächen von Verbrauchern ausgenutzt, was insbesondere bei Minderjährigen problematisch ist.⁵⁷ Auch der Einsatz von In-Game-Währungen würde die realen Kosten von In-Game-Käufen verschleiern.⁵⁸ Hinzu kämen aggressive Vermarktungspraktiken.⁵⁹

2. Europäisches Parlament zu Verbraucherschutz in Videospiele

In dem am 18. Januar 2023 verabschiedeten Entschluss über ein Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Spielen betonte das Europäische Parlament die Notwendigkeit eines wirksamen Verbraucherschutzes.⁶⁰ Es stellte fest, dass das bestehende Verbraucherrecht in der Europäischen Union

⁵⁴ *South Park*, Freemium gibt's nicht umsonst.

⁵⁵ *Bisges*, NJW 2014, S. 183.

⁵⁶ *Forbrukerrådet*, Insert Coin.

⁵⁷ *Forbrukerrådet*, Insert Coin, S. 13.

⁵⁸ *Forbrukerrådet*, Insert Coin, S. 47.

⁵⁹ *Forbrukerrådet*, Insert Coin, S. 18.

⁶⁰ Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)).

(EU), insbesondere das Wettbewerbsrecht, auch für Videospiele gilt.⁶¹ Aggressive oder manipulative Geschäftspraktiken wie „Dark Patterns“, die das Nutzerverhalten unterschwellig beeinflussen, könnten danach bereits heute untersagt sein.⁶² Außerdem wurde eine umfassende Transparenz über die tatsächlichen Kosten bei Käufen in In-Game-Währung gefordert. So sollen Verbraucher, die oft minderjährig sind, vor ungewollten oder überhöhten Ausgaben geschützt werden.⁶³

3. Norwegischer Verbraucherrat zu In-Game-Währungen

In einem weiteren Bericht, veröffentlicht im Juni 2024, fokussierte sich der „Forbrukerrådet“ auf kostenpflichtige In-Game-Währungen. Der Bericht „Getting Played – The True Cost of Virtual Currency“ stellt fest, dass deren Einsatz in mehrfacher Hinsicht verbraucherrechtlich problematisch ist und fordert sogar ein Verbot.⁶⁴ Laut „Forbrukerrådet“ verzerrt der Einsatz von In-Game-Währungen gezielt die Kostenwahrnehmung der Verbraucher.⁶⁵ Ferner bemängelt er, dass Anbieter ihre In-Game-Währungen oft in Bundles mit unterschiedlichen Nachlässen verkaufen, was den Überblick über die realen Kosten erschwere.⁶⁶ Spieler müssten durch die Bundles mehr In-Game-Währung kaufen, als sie für den In-Game-Kauf womöglich benötigen.⁶⁷ Auch Pay-to-Win wird als problematisch gesehen.⁶⁸ Schließlich befasst sich der Bericht mit unfairen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Spieleanbieter, die Verbraucherrechte häufig kategorisch ausschließen.⁶⁹

⁶¹ Ziffer 15 der Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)).

⁶² Ziffer 16 der Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)).

⁶³ Ziffer 22 der Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)).

⁶⁴ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 5.

⁶⁵ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 19 ff.

⁶⁶ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 22 ff.

⁶⁷ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 24.

⁶⁸ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 34.

⁶⁹ *Forbrukerrådet*, Getting Played, S. 43.

4. BEUC-Bericht und CPC-Beschwerde

Wenige Wochen später, am 12. September 2024 reichte der Europäische Verbraucherverband „Bureau Européen des Unions de Consommateurs“ (BEUC) mit 22 seiner unabhängigen Mitgliedsorganisationen eine Beschwerde bei der Europäischen Kommission und dem Consumer Protection Cooperation-Netzwerk (CPC-Netzwerk) ein.⁷⁰ In dieser fordert der BEUC die Einleitung einer koordinierten Aktion gegen Akteure der Games-Industrie aufgrund behaupteter Verstöße gegen EU-Verbraucherrecht. Dabei stützt der BEUC seine Forderung auf einen am selben Tag veröffentlichten Bericht mit dem Titel „Game Over – Consumers fight for fairer in-game purchases“. Im Schwerpunkt geht es ebenfalls um den Einsatz kostenpflichtiger In-Game-Währungen, die der BEUC als „Premium In-Game-Währungen“ bezeichnet.

Der BEUC spricht sich dafür aus, dass das EU-Verbraucherrecht vollumfänglich auf In-Game-Käufe durch Premium-In-Game-Währung Anwendung findet.⁷¹ Für den BEUC folgt daraus, dass bei dieser Form der In-Game-Käufe ebenfalls ein Preis in Echtgeld anzugeben ist, weil dies eine vorvertragliche Pflichtinformation ist.⁷² Auch der BEUC befürchtet durch Premium In-Game-Währungen eine erhebliche Beeinflussung der Verbraucherverhaltens, da reale Preise weniger greifbar sind.⁷³ Dies würde durch Bundles nur noch intransparenter. Zudem kritisiert der BEUC, dass Spieleanbieter ihrer unternehmerischen Sorgfalt bei Kindern und Jugendlichen nicht nachkommen.⁷⁴ In-Game-Käufe sollten standardmäßig deaktiviert sein.⁷⁵ Zudem befasst sich der BEUC mit AGB, die es Spieleanbietern ermöglichen, das Spiel jederzeit einzustellen oder In-Game-Käufe abzuändern, ohne auf Verbraucherinteressen Rücksicht zu nehmen.⁷⁶

5. Schlüsselprinzipien des CPC-Netzwerks

Auf die Beschwerde von BEUC folgend, veröffentlichte die Europäische Kommission am 21. März 2025 eine Pressemitteilung, in der sie über eingeleitete Maßnahmen zum Schutz von Kindern vor schädlichen Praktiken bei

⁷⁰ *Armangau*, EU consumer group denounces in-game currency excitement.

⁷¹ *BEUC*, Game Over, S. 10.

⁷² *BEUC*, Game Over, S. 23.

⁷³ *BEUC*, Game Over, S. 25.

⁷⁴ *BEUC*, Game Over, S. 29.

⁷⁵ *BEUC*, Game Over, S. 29.

⁷⁶ *BEUC*, Game Over, S. 30 ff.

Videospielen informierte.⁷⁷ Aus dieser geht hervor, dass das CPC-Netzwerk unter Koordination durch die Europäische Kommission eine Durchsetzungsmaßnahme gegen den Anbieter des Online-Pferdespiels „Star Stable“ eingeleitet hat. Zeitgleich veröffentlichte das CPC-Netzwerk eine Reihe zentraler Grundsätze („key principles“, nachfolgend „Schlüsselprinzipien“), die die Mindestanforderungen für den Kauf und die Verwendung virtueller Währungen in Online-Spielen skizzieren sollen.⁷⁸

Die Schlüsselprinzipien sind laut Fußnote 1 weder abschließend noch rechtlich bindend. Laut ihnen geht das CPC-Netzwerk davon aus, dass In-Game-Käufe mittels käuflich erworbener In-Game-Währung eine Reihe von Pflichten für den Spieleanbieter auslösen.⁷⁹ Dazu gehört die Pflicht, den Preis in Echtgeld anzugeben, und zwar ohne Anrechnung etwaiger Vergünstigungen durch den Erwerb eines größeren Bundles.⁸⁰ Generell sollten Praktiken zur Verschleierung der realen Kosten vermieden werden.⁸¹ Verbraucher sollten stets in der Lage sein, exakt den Betrag an In-Game-Währung zu erwerben, den sie für einen begehrten Zusatzinhalt benötigen.⁸² Zudem sei der Wert des jeweiligen Zusatzinhaltes stets in Echtgeld anzugeben.⁸³ Für problematisch erachtet das CPC-Netzwerk ferner Praktiken der Spieleanbieter zum Ausschluss des Widerrufsrechts sowie AGB, die zwingende Verbraucherrechte beschränken.⁸⁴ Schließlich widmet sich das CPC-Netzwerk besonders vulnerablen Verbrauchergruppen, die beispielsweise aufgrund ihres Alters für bestimmte Geschäftspraktiken besonders anfällig sind. Diese Anfälligkeit dürften Spieleanbieter nicht ausnutzen.⁸⁵

6. Verbraucherzentrale Bundesverband

Am 4. Juni 2025 veröffentlichte der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) eine Pressemitteilung zu unfairen Praktiken in Online-Spielen.⁸⁶ In dieser berichtet der vzbv von mehreren Abmahnungen gegen Anbieter bekannter Online-

⁷⁷ *Europäische Kommission*, Pressemitteilung vom 21.3.2025.

⁷⁸ *CPC*, Schlüsselprinzipien.

⁷⁹ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 1 ff.

⁸⁰ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 2.

⁸¹ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 3.

⁸² *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 3 ff.

⁸³ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 4 ff.

⁸⁴ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 5 ff.

⁸⁵ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 7 ff.

⁸⁶ *vzbv*, Pressemitteilung vom 4.6.2025.

Spiele aufgrund von manipulativen Designs, unerlaubter Kaufaufforderungen an Kinder sowie irreführender Angebote. Die Maßnahmen wurden anlässlich des BEUC-Berichts in die Wege geleitet, wobei vier der fünf eingeleiteten Verfahren durch Abgabe einer Unterlassungserklärung abgeschlossen wurden. Lediglich in einem Fall wurde Klage erhoben. Der vzbv hat zudem ein eigenes Positionspapier sowie die Teilnahme an der vorbereitenden Konsultation der Europäischen Kommission für den Digital Fairness Act (DFA) angekündigt.

C. Der Spielnutzungsvertrag

Ein zentrales Element zur rechtlichen Bewertung von In-Game-Käufen ist der Spielnutzungsvertrag. Dieser regelt die wechselseitigen Rechte und Pflichten zwischen Anbieter und Spieler zur Teilnahme am Online-Spiel.⁸⁷ Ohne anbieterseitig bereitgestellte Rechenkapazitäten und Spielinformationen sind die meisten Online-Spiele nicht funktionsfähig.⁸⁸ Häufig finden sich diese Regelungen in Endnutzerlizenzvereinbarungen, die als EULA abgekürzt werden.⁸⁹ Die Bezeichnung des Vertragswerks variiert aber von Spiel zu Spiel.

Im Folgenden sollen zunächst zentrale Elemente des Spielnutzungsvertrags vorgestellt werden. Anschließend werden wichtige Einschränkungen zugunsten europäischer Verbraucher aufgezeigt.

I. Regelungsgegenstand

Der Spielnutzungsvertrag kann als ein Rahmenvertrag für alle Vorgänge rund um das Online-Spiel verstanden werden. In ihm findet man detaillierte Regelungen über die Erteilung einer Lizenz zur Nutzung des Online-Spiels und dessen weitere Nutzungsbestimmungen.⁹⁰ Diese umfassen etwa Verhaltensregeln sowie mögliche Sanktions- und Moderationsmöglichkeiten des Anbieters, Kündigungsrechte, Beschränkungen der Haftung und Gewährleistung sowie Regelungen zu Updates. Üblich sind auch Klauseln, die In-Game-Käufe von Spielwährung oder anderen Zusatzinhalte regeln sollen. Diese einzelnen Erwerbsvorgänge, sind vom Spielnutzungsvertrag abzugrenzen.⁹¹ Die Regelungen des

⁸⁷ *Riehm*, RDi 2022, S. 209 (210).

⁸⁸ *Conraths/Krüger*, MMR 2016, S. 310 (311); *Kaufmann*, MMR 2023, S. 739 (741).

⁸⁹ Beispielsweise von Ubisoft, Activision Blizzard oder von Epic Games.

⁹⁰ *Rippert/Weimer*, ZUM 2007, S. 272 (275).

⁹¹ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 5.

Spielnutzungsvertrags haben jedoch Auswirkung auf diese, weil sie die Bedingungen und Nutzungsmöglichkeiten der zu erwerbenden Inhalte, beispielsweise durch eine entsprechende Lizenzklausel regeln. So finden sich in den Nutzungsbedingungen von „Riot Games“, einem der bekanntesten Spieleanbieter der Welt, folgende Regelungen:

4.1. Was sind virtuelle Inhalte? (Virtuelle Inhalte umfassen Dinge wie Spielwährung und virtuelle Güter, wie Champions, Skins, Emotes, Zubehör usw.)

Bei der Nutzung der Riot-Dienste können wir dir die Möglichkeit bieten, eine eingeschränkte Lizenz für den Zugriff auf virtuelle Güter wie Champions, Skins, Emotes usw. („virtuelle Güter“) und spielinterne Währung („Spielwährung“) zu erwerben, die deinem Konto zugeordnet sind (zusammen „virtuelle Inhalte“). [...]

4.4. Um ganz sicher zu gehen: Ich bin nicht Eigentümer meiner virtuellen Inhalte? („Nein!“ riefen alle Juristen.)

Wenn du virtuelle Inhalte von uns erhältst, erteilen wir dir tatsächlich ein persönliches, einfaches, nicht übertragbares, nicht unterlizenzierbares, widerrufliches, eingeschränktes Recht und eine ebensolche Lizenz zur Nutzung dieser virtuellen Inhalte nur in Verbindung mit deiner Nutzung der anwendbaren Riot-Dienste.⁹²

Vergleichbare Regelungen sind in der Branche Standard.⁹³ Dies zeigt die Bedeutung des Spielnutzungsvertrags. Er kann maßgeblich dafür sein, ob ein Spieler aufgrund eines Regelverstößes seinen Zugriff auf erworbene Inhalte verliert oder was er genau mit seinen erworbenen Inhalten machen darf.

II. Anwendbares Recht

Die meisten Spielnutzungsverträge sind nicht passgenau auf den deutschen Markt zugeschnitten. Sie stammen von Spielestudios, die global agieren und ihre Niederlassungen auf der ganzen Welt haben. Diese haben in der Regel ein Interesse daran, dass sich das auf den Spielnutzungsvertrag anwendbare

⁹² Riot Games, Nutzungsbedingungen.

⁹³ Fortnite, EULA; ZeniMax, Nutzungsbedingungen.

Recht nach dem Ort ihrer Hauptniederlassung bestimmt oder aus anderen Gründen besonders günstig ist. Für Verbraucher in Deutschland richtet sich das anwendbare Recht nach der Rom-I-Verordnung.⁹⁴ Danach können die Vertragsparteien das anwendbare Recht grundsätzlich frei wählen (Art. 3 Abs. 1 Rom-I-Verordnung). Zu Gunsten von Verbrauchern sieht Art. 6 Rom-I-Verordnung jedoch vor, dass ihnen der Schutz, den ihnen das zwingende Recht ihres Wohnsitzstaates gewährt, auch dann nicht entzogen werden darf, wenn ein anderes anwendbares Recht gewählt wurde. Das führt dazu, dass deutsche Verbraucher umfassend geschützt werden, und zwar durch alle Normen, die diese unmittelbar oder mittelbar schützen.⁹⁵ Voraussetzung ist lediglich, dass der Anbieter seine Tätigkeit im Wohnsitzstaat des Verbrauchers ausübt oder jedenfalls auch auf diesen Wohnsitzstaat ausrichtet.⁹⁶ Dies wird auf die meisten bekannten Online-Spiele zutreffen. Damit gelten im Falle eines deutschen Verbrauchers alle nicht dispositiven, vertragsrechtlichen Vorschriften, die ihn in seinem Wohnsitzstaat schützen sollen.⁹⁷ In Deutschland sind dies insbesondere die Vorschriften des AGB-Rechts und die Vorschriften über digitale Inhalte.

III. AGB-Recht

Die Regelungen des Spielnutzungsvertrags sind als Allgemeine Geschäftsbedingungen (§ 305 Abs. 1 BGB) einzuordnen, da der Spieleanbieter diese für sämtliche Spieler einseitig vorgibt.⁹⁸ Um wirksam zu sein, müssen diese den Anforderungen der §§ 305 ff. BGB entsprechen. Dazu gehört, dass der Spieleanbieter diese gegenüber dem Spieler wirksam in den Vertrag einbezieht und der Spieler sich mit deren Geltung einverstanden erklärt. Zudem dürfen die AGB den Spieler nicht unangemessen benachteiligen.

⁹⁴ Verordnung (EG) Nr. 593/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Juni 2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I).

⁹⁵ *Martiny*, in: Säcker u.a., MK-BGB, Rn. 64 zu Art. 6 Rom-I-VO.

⁹⁶ LG Hamburg, Urteil vom 2.9.2014 – 327 O 187/14, NJOZ 2015, 535.

⁹⁷ *Bach*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Rn. 26 zu Art. 6 Rom-I-VO.

⁹⁸ *Rippert/Weimer*, ZUM 2007, S. 272 (275); *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 22.

1. Wirksame Einbeziehung

Damit die AGB Bestandteil des Spielnutzungsvertrags werden, muss der Anbieter bei Vertragsschluss ausdrücklich auf sie hinweisen, dem Spieler in zumutbarer Weise von ihrem Inhalt Kenntnis verschaffen und dieser mit ihrer Geltung einverstanden sein (§ 305 Abs. 2 BGB). Grundsätzlich ist es dabei auch möglich, dass die AGB des Spielnutzungsvertrages dem Spieler nicht bereits beim Kauf, sondern erst bei der anschließenden Installation oder beim ersten Spielstart vorgelegt werden.⁹⁹ In der Praxis hat es sich etabliert, Spieler im Rahmen der Registrierung eines Nutzerkontos, das Voraussetzung für die Teilnahme am Online-Spiel ist, auf die verlinkten AGB hinzuweisen. Eine gut sichtbare Verlinkung kann ausreichen, um Verbrauchern in zumutbarer Weise Kenntnis zu verschaffen.¹⁰⁰ Die Spieler müssen sich meist durch Anklicken einer Schaltfläche mit den AGB einverstanden erklären, bevor sie die Registrierung abschließen können. Dieses Verfahren empfiehlt sich zur rechtssicheren Dokumentation.¹⁰¹ Der Spieler kann sich jedoch auch konkludent mit der Einbeziehung der AGB einverstanden erklären.¹⁰² Im Ergebnis werden AGB daher meist im Rahmen der Erstanmeldung für ein Spiel einbezogen.¹⁰³ Nicht Vertragsbestandteil werden schließlich Klauseln, die für den Spieler überraschend sind (§ 305c BGB).

2. Keine unangemessene Benachteiligung

Allgemeine Geschäftsbedingungen dürfen den Spieler nicht entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Sonst sind diese unwirksam (§ 307 Abs. 1 S. 1 BGB). An ihre Stelle tritt dispositives Gesetzesrecht (§ 306 Abs. 2 BGB) oder die Klausel entfällt, wenn eine gesetzliche Ersatzregelung fehlt.¹⁰⁴ Eine unangemessene Benachteiligung liegt nach stetiger Rechtsprechung vor, „wenn der Verwender durch einseitige Vertragsgestaltung missbräuchlich eigene Interessen auf Kosten seines Vertragspartners durchzusetzen versucht, ohne von vornherein auch dessen Belange hinreichend zu

⁹⁹ BGH, Urteil vom 12.1.2017 – I ZR 253/14, GRUR 2017, 397.

¹⁰⁰ BGH, Urteil vom 14.6.2006 – I ZR 75/03, NJW 2006, 2976.

¹⁰¹ Hoeren, in: Graf v. Westphalen u.a., VertrR/AGB-Klauselwerke, Ecommerce-Verträge Rn. 76.

¹⁰² BGH, Urteil vom 14.6.2006 – I ZR 75/03, NJW 2006, 2976; Janal, NJW 2016, S. 3201 (3202).

¹⁰³ Sestner/Kastner, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 27.

¹⁰⁴ BGH, Urteil vom 24.9.2019 – II ZR 192/18, NZG 2020, 64.

berücksichtigen und ihm einen angemessenen Ausgleich zuzugestehen“.¹⁰⁵ Darüber hinaus können Bestimmungen, die nicht klar und verständlich sind, unangemessen benachteiligend sein (§ 307 Abs. 1 S. 2). Beides ist anhand der konkreten AGB und ihres Inhalts im Einzelfall zu prüfen, auch im Hinblick auf die Klauselverbote der §§ 308, 309 BGB.

Viele der Mindestschutzmechanismen, insbesondere das Verbot bestimmter missbräuchlicher Klauseln und das Transparenzgebot, sind im Unionsrecht verankert und gehen auf die Klausel-RL zurück. Als Spieleanbieter kann man daher grundsätzlich davon ausgehen, dass viele Klauseln in der Europäischen Union ähnlich verstanden und ihre Zulässigkeit einheitlich beurteilt wird. Gegenüber deutschen Spielern sollten AGB in deutscher Sprache bereitgehalten werden, da ansonsten ein Verstoß gegen das Transparenzgebot droht.¹⁰⁶

IV. Vorschriften über digitale Produkte

Seit 1. Januar 2022 gibt es mit den §§ 327 – 327u BGB Regelungen zu Verbraucherverträgen über digitale Produkte. Diese setzen die Vorschriften der DI-RL in nationales Recht um und haben so das Kauf- und Gewährleistungsrecht für Videospiele in der Europäischen Union harmonisiert.¹⁰⁷ Daneben sollen Regelungslücken bei der Bereitstellung digitaler Produkte im Verbraucherrecht geschlossen werden.¹⁰⁸ Zuvor gab es im deutschen Vertragsrecht keine wirklich passenden Vertragstypen und Gewährleistungsregeln für digitale Angebote.¹⁰⁹

1. Eröffnung des Anwendungsbereichs

Der Anwendungsbereich umfasst gemäß § 327 Abs. 1 S. 1 BGB Verbraucherverträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen (digitale Produkte) durch einen Unternehmer gegen Zahlung eines Preises. Darüber hinaus erstreckt sich der Anwendungsbereich nach Abs. 3 auf solche Verträge, bei denen vom Verbraucher im Gegenzug bestimmte personenbezogene Daten erhoben werden.

¹⁰⁵ BGH, Urteil vom 25.4.2001 – VIII ZR 135/00, NJW 2001, 2331; BGH, Urteil vom 3.11.1999 – VIII ZR 269/98, NJW 2000, 1110.

¹⁰⁶ KG, Urteil vom 8.4.2016 – 5 U 156/14, MMR 2016, 601.

¹⁰⁷ *Hentsch*, in: Hoeren u.a., MMR-HdB, Teil 22 Rn. 55.

¹⁰⁸ *Schöttle*, MMR 2021, S. 683.

¹⁰⁹ *Riehm*, RDt 2022, S. 209 (210).

a. Verbrauchervertrag

Voraussetzung ist zunächst das Vorliegen eines Verbrauchervertrags, legaldefiniert in § 310 Abs. 3 BGB als Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher. Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§ 13 BGB). Unternehmer sind natürliche oder juristische Personen oder rechtsfähige Personengesellschaften, die das Rechtsgeschäft in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit abschließen (§ 14 BGB). Spieler sind meist Verbraucher. Ein überwiegender Teil von ihnen spielt ein Online-Spiel zu Unterhaltungszwecken und verfolgt damit – mit Ausnahme der vergleichsweise wenigen professionellen E-Sportler¹¹⁰ – keine überwiegend gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Zwecke. Demgegenüber betreiben Spieleanbieter das Online-Spiel meist aus wirtschaftlichem Interesse und somit gewerblich.

b. Digitales Produkt

Der Vertrag muss die Bereitstellung eines digitalen Produktes, also entweder digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen durch den Unternehmer zum Gegenstand haben.

Digitale Inhalte sind Daten, die in digitaler Form erstellt und bereitgestellt werden (§ 327 Abs. 2 S. 1 BGB). Erwägungsgrund 19 der DI-RL nennt beispielhaft Computerprogramme, Anwendungen („Apps“), Video-, Audio- und Musikdateien, digitale Spiele, elektronische Bücher und andere elektronische Publikationen. Sie können selbst ausführbar sein oder nur mittels eines anderen (Computer-)Programms wahrnehmbar.¹¹¹

Digitale Dienstleistungen sind Dienstleistungen, die dem Verbraucher (1.) die Erstellung, die Verarbeitung oder die Speicherung von Daten in digitaler Form oder den Zugang zu solchen Daten ermöglichen, oder (2.) die gemeinsame Nutzung der vom Verbraucher oder von anderen Nutzern der entsprechenden Dienstleistung in digitaler Form hochgeladenen oder erstellten Daten oder

¹¹⁰ Für die Einstufung dieser Personen als Unternehmer: *Horst*, SpuRt 2023, S. 107 (111).

¹¹¹ *Föhlisch*, in: *Borges/Hilber*, BeckOK IT-Recht, Rn. 27 zu § 327 BGB.

sonstige Interaktionen mit diesen Daten ermöglichen. Beispielhaft nennt Erwägungsgrund 19 DI-RL Dienste, die den Zugriff auf Daten ermöglichen, einschließlich Software-as-a-Service, und andere Formen des Daten-Hostings, Textverarbeitung oder Spiele, die in einer Cloud-Computing-Umgebung und in sozialen Medien angeboten werden.

Die Abgrenzung zwischen digitalem Inhalt und digitaler Dienstleistung ist in vielen Fällen schwierig.¹¹² Für die Eröffnung des Anwendungsbereichs ist sie von untergeordneter Bedeutung. Regelmäßig dürften bei einem Online-Spiel beide Varianten zusammenfallen, weil Spieler sowohl Zugriff auf digitale Inhalte erlangen als auch die Serverinfrastruktur nutzen können.¹¹³

c. Gegenleistung des Verbrauchers

Die Gegenleistung des Verbrauchers muss entweder die Zahlung eines Preises (§ 327 Abs. 1 S. 1 BGB) oder die Bereitstellung seiner personenbezogenen Daten sein (§ 327 Abs. 3 BGB). Preis kann gemäß § 327 Abs. 1 S. 2 BGB auch die digitale Darstellung eines Wertes sein. Dieser muss, wie sich aus Art. 2 Nr. 7 DI-RL ergibt, im Austausch für die Bereitstellung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen geschuldet werden. Denkbar sind einmalige Zahlungen, regelmäßige Zahlungen oder eine Kombination aus beidem.¹¹⁴ Ein einfaches Beispiel hierfür ist das Spiel „World of Warcraft“. Dieses muss zunächst gekauft werden. Die Teilnahme am Online-Spiel setzt den Abschluss eines kostenpflichtigen Abonnements voraus.

Für Free-to-Play-Spiele ist § 327 Abs. 3 BGB von besonderer Bedeutung. Auch hier stehen Spielern nunmehr Rechte aus dem Abschnitt der §§ 327 ff. BGB zu, sofern der Spieleanbieter personenbezogene Daten erhebt, die er nicht ausschließlich dazu verarbeitet, um seine vertraglichen Pflichten gegenüber dem Verbraucher oder an ihn gestellte rechtliche Anforderungen zu erfüllen (§§ 327 Abs. 3 i.V.m. § 312 Abs. 1a BGB). Die Verpflichtung zur Bereitstellung von Daten muss nicht als Entgelt für die Leistung zu verstehen sein.¹¹⁵ Free-to-Play-Spiele, bei denen nur die Zusatzprodukte oder Erweiterungen

¹¹² *Föhlisch*, in: Borges/Hilber, BeckOK IT-Recht, Rn. 30 zu § 327 BGB.

¹¹³ *Sestner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 29.

¹¹⁴ BT-Drs. 19/27653, S. 38.

¹¹⁵ *Martens*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 312 Rn. 10a.1.

kostenpflichtig sind, könnten insofern eine Ausnahme darstellen.¹¹⁶ Viele Online-Spiele erheben aber deutlich mehr personenbezogene Daten als zur Vertragserfüllung notwendig.¹¹⁷

2. Verbraucherrechte bei digitalen Produkten

Fällt ein Verbrauchervertrag in den Anwendungsbereich gemäß § 327 BGB, stehen dem Verbraucher diverse gesetzliche Rechte zu. So muss der Unternehmer das digitale Produkt in vertragsgemäßen Zustand und mit den erforderlichen Aktualisierungen bereitstellen (§§ 327b – 327g BGB). Hierzu muss das Produkt sowohl etwaigen subjektiven als auch objektiven Anforderungen entsprechen.¹¹⁸ Ansonsten stehen dem Verbraucher verschiedene Mängelgewährleistungsrechte zu. Diese umfassen neben dem Anspruch auf Nacherfüllung (§ 327i Nr. 1 BGB) das Recht zur Beendigung des Vertrags oder zur Minderung (§ 327i Nr. 2 BGB) sowie Ansprüche auf Schadensersatz und Aufwendungsersatz (§ 327i Nr. 3 BGB).

Einen besonderen Schutz erfahren Verbraucher zudem durch § 327r BGB, der Updates an digitalen Produkten betrifft, die über das zur Aufrechterhaltung der Vertragsmäßigkeit Erforderliche hinaus gehen. Diese sind nur zulässig, wenn diese auf einen vertraglich vereinbarten triftigen Grund zurückzuführen sind, dem Verbraucher keine zusätzlichen Kosten entstehen und dieser über das Update klar und verständlich informiert wird (§ 327r Abs. 1 BGB). Inwieweit die Weiterentwicklung des Spiels zur Aufrechterhaltung der Vertragsgemäßheit erforderlich ist, hängt vom Einzelfall ab. Häufig sind jedoch Änderungen zur Produktpflege wichtig, um das Spiel dauerhaft attraktiv zu halten.¹¹⁹ So hat „GTA Online“ seit dem Release etliche Updates mit neuen Raubüberfällen und anderen Unternehmungen erhalten.¹²⁰ Änderungsrechte sind daher sehr wichtig.

Die Vorschriften in den §§ 327 ff. BGB sind zwingendes Verbraucherrecht. Abweichende Vereinbarungen sind, wenn sie im Vorfeld getroffen werden, unwirksam (§ 327s Abs. 1 BGB). Etwaige Umgehungsversuche sind stets unzulässig (§ 327s Abs. 3 BGB). Dies setzt auch dem Spielnutzungsvertrag Grenzen.

¹¹⁶ Metzger, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 327 Rn. 19.

¹¹⁷ Siehe nur: *noyb*, Like to play alone? Ubisoft is still watching you!.

¹¹⁸ Sestner/Kastner, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 37.

¹¹⁹ Lober/Trunk, MMR 2024, S. 651 (654).

¹²⁰ Sahbegovic, History of GTA Online and how its multiplayer has evolved.

V. Zwischenfazit

Zentrale Rechtsfragen werden im Spielnutzungsvertrag geregelt. Dieser unterliegt, sofern er sich an europäische Verbraucher richtet, zwingenden gesetzlichen Vorschriften aus dem Heimatland des Verbrauchers. Da der Spielnutzungsvertrag einseitig vom Spielanbieter vorgegeben wird, sind dessen Regelungen AGB, die wirksam einbezogen werden müssen und den Verbraucher nicht einseitig benachteiligen dürfen. Darüber hinaus werden die Spieler durch zwingende Vorschriften zu Gewährleistungsrechten und zur Veränderung digitaler Produkte geschützt. Viele gesetzliche Regelungen zum Verbraucherschutz beruhen auf europäischen Richtlinien, die von den Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden müssen.

D. Der In-Game-Kauf gegen Echtgeld

Der In-Game-Kauf mittels Echtgeld ist unstreitig ein echter Vertrag zwischen Spieler und Spieleanbieter. Er ist, wie der Spielnutzungsvertrag selbst, als Verbrauchervertrag einzuordnen. Die daraus resultierenden wichtigsten verbraucherrechtlichen Pflichten sollen daher nachfolgend werden. Diese ergeben sich insbesondere aus dem Fernabsatzrecht, welches ein wesentlicher Bestandteil des Verbraucherrechts ist, sowie aus den Vorschriften über die Bereitstellung digitaler Produkte.

I. Fernabsatzrecht

Auf den In-Game-Kauf findet das Fernabsatzrecht (§§ 312c ff. BGB) Anwendung.¹²¹ Das Fernabsatzrecht ist ein Teilbereich des Verbraucherrechts, der sich mit Verträgen befasst, die über Fernkommunikationsmittel abgeschlossen werden. Es basiert im Wesentlichen auf der VRRG. Darüber hinaus finden sich vereinzelt Vorschriften zu Fernabsatzverträgen in Spezialgesetzen wie der Preisangabenverordnung.

1. Eröffnung des Anwendungsbereichs

In den Anwendungsbereich fallen Verbraucherverträge, bei welchen sich der Verbraucher zur Zahlung eines Preises verpflichtet (§ 312 Abs. 1 BGB) oder

¹²¹ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 49.

personenbezogene Daten bereitstellt oder sich hierzu verpflichtet (§ 312 Abs. 1a BGB). Es gibt mithin Überschneidungen zu dem Anwendungsbereich aus § 327 Abs. 1, Abs. 3 BGB (vgl. Abschnitt C. IV. 1.). Jedoch ist das Fernabsatzrecht nicht auf digitale Produkte beschränkt. Ein Fernabsatzvertrag liegt nur dann vor, wenn Unternehmer und Verbraucher für die Vertragsverhandlungen und den Vertragsabschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden (§ 312c Abs. 1 BGB). Fernkommunikationsmittel sind alle Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags eingesetzt werden können, ohne dass die Vertragsparteien gleichzeitig körperlich anwesend sind (§ 312c Abs. 2 BGB). Davon erfasst sind nicht nur Verträge, die über das Internet geschlossen werden, sondern auch andere Distanzhandelsformen.¹²²

Bei In-Game-Käufen kommt das jeweilige Online-Spiel als Fernkommunikationsmittel im Sinne von § 312c Abs. 2 BGB in Betracht. Das Online-Spiel ist ein digitaler Dienst im Sinne von § 1 Abs. 4 Nr. 1 Digitale-Dienste-Gesetz (DDG). Dieser ist in Art. 1 Abs. 1 Buchstabe b der Richtlinie 2015/1535/EU legaldefiniert und wird in § 312c Abs. 2 BGB beispielhaft als Fernkommunikationsmittel genannt. Seit dem 17. Februar 2024 ersetzt der Begriff des digitalen Dienstes den zuvor verwendeten Begriff des Telemediums.¹²³

Ein digitaler Dienst ist demnach jede elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf des Empfängers erbrachte Dienstleistung, die in der Regel gegen Entgelt angeboten wird.

Bei einem Online-Spiel besteht diese Dienstleistung darin, dass der Spieler auf individuellen Abruf mittels seiner Client-Software Daten mit dem Online-Server des Betreibers austauscht. Die Entgeltlichkeit ergibt sich daraus, dass der Betrieb des Online-Spiels häufig durch den Kauf, Abogebühren, In-Game-Käufe oder anderweitig finanziert werden soll.¹²⁴ Die Voraussetzungen für einen digitalen Dienst treffen auf eine Vielzahl internetbasierter Angebote zu, insbesondere auch auf Online-Spiele.

¹²² *Föhlisch*, in: Hoeren u.a., MMR-HdB, Teil 13.4 Rn. 7; *Gerdemann*, ZUM 2024, S. 680 (681).

¹²³ *Paschke/Wernicke*, in: Taeger/Pohle, ComputerR-HdB, 120.4 Rn. 97.

¹²⁴ *Trunk*, SpoPrax 2023, S. 329; *Anderie*, in: Hetnsch/Falk, Games und Recht, § 17 Rn. 21-26.

Die Einordnung von Online-Spielen als digitale Dienste steht somit in Kontinuität zur vormals geltenden Rechtslage, in der entsprechende Anwendungen dem Begriff des Telemediums unterfielen.¹²⁵

2. Vorvertragliche Informationspflichten

Aus dem Fernabsatzrecht ergibt sich die Pflicht des Unternehmers, den Verbraucher nach Maßgabe von Art. 246a EGBGB über bestimmte Aspekte des Vertrags im Vorfeld zu informieren (§ 312d Abs. 1 S. 1 BGB). Hierzu muss er dem Verbraucher Informationen, die in den §§ 1–3 von Art. 246a EGBGB niedergelegt sind, klar und verständlich vor Abgabe von dessen Willenserklärung bereitstellen (Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB).

Die Darstellungsweise berücksichtigt das gewählte Fernkommunikationsmittel (Art. 246a § 4 Abs. 3 S. 1 EGBGB). Der Katalog mit Informationspflichten geht auf Art. 6 Abs. 1 VRRL zurück und wurde mehrfach erweitert und umfasst mittlerweile 19 Ziffern, wobei nicht alle für digitale Inhalte relevant sind.¹²⁶ Zum Teil werden diese von weiteren Transparenzvorgaben, etwa aus dem DDG oder der Preisangabenverordnung (PAngV) flankiert.

a. Wesentliche Eigenschaften der Leistung

Zunächst schuldet der Unternehmer dem Verbraucher Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Waren oder Dienstleistungen in einem dem Kommunikationsmittel und den Waren oder Dienstleistungen angemessenen Umfang (Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 EGBGB). Wesentliche Merkmale zeichnen aus, dass sie von einem durchschnittlichen Adressaten des Angebots zur vernünftigen Entscheidungsfindung herangezogen werden können.¹²⁷ Wenn diese wesentlichen Eigenschaften offensichtlich oder sich aus den Umständen ergeben, bedarf es keiner gesonderten Erläuterung.¹²⁸

Beim Erwerb von In-Game-Inhalten sind die Anzahl der zu erwerbenden Einheiten und der Verwendungszweck im Spiel wesentlich, sofern dieser nicht von

¹²⁵ *Mankowski*, in: Fezer u.a., Lauterkeitsrecht, S 12 Rn. 163a; *Spindler*, in: Spindler u.a., TMG, § 1 Rn. 89.

¹²⁶ *Janal/Jung*, VuR 2017, S. 332 (337).

¹²⁷ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312a Rn. 18.

¹²⁸ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312a Rn. 18.

sich aus verständlich ist.¹²⁹ Ebenso wesentlich ist, ob ein In-Game-Gegenstand nur eine bestimmte Zeit oder nur ein paar Mal einsetzbar ist.¹³⁰ Im Spiel werden oftmals entsprechende Vorschaubilder oder -videos sowie Erklärungen in Textform präsentiert. So sind im Spiel „Valorant“ Vorschauanimationen zu angebotenen Skins abspielbar.

Die Funktionsweise und der Verwendungszweck von In-Game-Währung sind häufig selbsterklärend. Sie wird benötigt, um weitere Transaktionen im Spiel zu tätigen. Meist wird die In-Game-Währung zu irgendeinem Zeitpunkt im Spiel vorgestellt, sodass Spieler deren Funktionsweise und Zweck einschätzen können. Die Möglichkeit, In-Game-Währung in echtes Geld umzutauschen, kann ein wesentliches Merkmal sein.¹³¹ Den meisten Spielern ist jedoch entweder bereits bekannt oder sie werden durch eine entsprechende Klarstellung in den AGB darüber informiert, dass dies unzulässig und technisch nicht möglich ist.

Bei einem „Season Pass“ ist für Spieler von besonderer Bedeutung, welche Inhalte sie unter welchen Bedingungen freispielen können und wie lange sie hierfür Zeit haben. Zum Teil wird gefordert, dass bei Lootboxen die Gewinnwahrscheinlichkeiten offengelegt werden müssen.¹³² Dies wirft die Frage auf, ob es sich dabei um eine wesentliche Eigenschaft handelt.¹³³

b. Identität und Kontaktmöglichkeiten des Anbieters

Ferner ist über die Identität des Anbieters und die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu informieren (Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und 3 EGBGB). Hierzu muss der Anbieter Informationen über seine Rechtsform sowie die Anschrift der Niederlassung bereitstellen, um dem Verbraucher die Möglichkeit zu geben, etwaige Ansprüche gerichtlich durchsetzen zu können.¹³⁴ Darüber hinaus sind eine E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls weitere Online-Kommunikationsmittel zur Kontaktaufnahme anzugeben. Während in der Vergangenheit die Angabe einer Telefonnummer aufgrund des Wortlauts von Art. 6 VRRL a.F.

¹²⁹ *Janal/Jung*, VuR 2017, S. 332 (337).

¹³⁰ *Rauda*, MMR 2022, S. 705 (706).

¹³¹ *Janal/Jung*, VuR 2017, S. 332 (337).

¹³² Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, ABl. d. EU vom 29.12.2021 – C-526/1 S. 105; *Bringmann/Marks/Löcken*, ZfWG 2024, S 47 (52).

¹³³ *Lober/Trunk*, MMR 2024, S. 651 (654).

¹³⁴ *Taeger/Kremer*, Recht im E-Commerce und Internet, Kap. 5 Rn. 98.

als optional angesehen wurde,¹³⁵ dürfte nach der Anpassung durch die Omnibus-Richtlinie¹³⁶ die Angabe einer Telefonnummer selbst dann erforderlich sein, wenn ein entsprechender Anschluss noch nicht vorhanden ist.¹³⁷

Anbieter geschäftsmäßiger, in der Regel gegen Entgelt angebotener digitaler Dienste sind zudem verpflichtet, bestimmte Informationen wie Name, Anschrift und elektronische Kontaktmöglichkeiten leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar ständig verfügbar zu halten (§ 5 Abs. 1 DDG). Soweit sich die Pflichtinformationen überschneiden, können die vorvertraglichen Informationspflichten auch durch ein ordnungsgemäß implementiertes Impressum erfüllt werden.¹³⁸

c. Preisangaben

Eine für den Spieler zentrale Information ist der Preis. Der Unternehmer muss zunächst über den Gesamtpreis einschließlich aller Steuern und Abgaben informieren (Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 5 EGBGB). Kann dieser aufgrund der Beschaffenheit seines Angebots nicht im Voraus berechnet werden, muss die Art der Preisberechnung angegeben werden. Die Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises ergibt sich zudem aus § 3 Abs. 1 PAngV. Der Gesamtpreis bezeichnet auch dort „den Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware oder Leistung zu zahlen ist“ (§ 2 Nr. 3 PAngV). Beide Pflichten werden als identisch angesehen.¹³⁹

Darüber hinaus muss für den Verbraucher bei Angeboten zum Abschluss eines Fernabsatzvertrags erkennbar sein, ob in der Preisangabe die Umsatzsteuer und sonstigen Preisbestandteile enthalten sind und ob zusätzliche Kosten anfallen (§ 6 Abs. 1 PAngV). Der Hinweis muss räumlich eindeutig dem Preis zugeordnet werden und noch vor Einleitung des Bestellvorgangs wahrnehmbar sein (vgl. *Abb. 4* in Abschnitt B. II. 3. a.).¹⁴⁰ Eine gesetzliche Verpflichtung, die

¹³⁵ EuGH, Urteil vom 10.7.2019 – C-649/17, GRUR 2019, 958; EuGH, Urteil vom 14.5.2020 – C-266/19, NJW 2020, 2389; LG Köln, Urteil vom 13.10.2015 – 33 O 233/14, BeckRS 2015, 112905.

¹³⁶ Richtlinie (EU) 2019/2161 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. November 2019 zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union.

¹³⁷ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312d Rn. 23.

¹³⁸ BGH, Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 228/03, MMR 2007, 40.

¹³⁹ LG Bonn, Urteil vom 17.1.2002 – 14 O 178/01, VuR 2002, 257.

¹⁴⁰ BGH, Urteil vom 4.10.2007 – I ZR 143/04, GRUR 2008, 84.

Umsatzsteuer vor Vertragsabschluss auszuweisen, besteht jedoch nicht. Aufgrund der digitalen Bereitstellung fallen keine Versandkosten an, die sonst ebenfalls anzugeben wären.

d. Gewährleistungsrechte

Gemäß Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 11 EGBGB muss der Unternehmer über das Bestehen des gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für Waren oder digitale Produkte informieren. Eine detaillierte Erörterung ist nicht notwendig. Vielmehr genügt ein Hinweis auf das Bestehen der Gewährleistungsrechte.¹⁴¹ Dies wird bereits von einigen Spieleanbietern etablierter Online-Spiele in ihren AGB umgesetzt.¹⁴² Zum Teil finden sich in AGB jedoch auch Regelungen, die die gesetzlichen Gewährleistungsrechte für Verbraucher beschränken.¹⁴³ Diese sind wegen des zwingenden Charakters der Vorschriften zu Verbraucherverträgen über digitale Produkte unwirksam (§ 327s Abs. 1 BGB). Zugleich kommt der Spieleanbieter so nicht seinen Informationspflichten nach.

e. Zusätzliche technische Eigenschaften

Schließlich ist über die Funktionsweise der digitalen Produkte zu informieren (Art 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 17 EGBGB). Soweit wesentlich, sind Angaben über die Kompatibilität und Interoperabilität der digitalen Produkte zu machen (Art 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 18 EGBGB). Diese Informationen entsprechen häufig den technischen Eigenschaften des Spiels als Ganzes und ergeben sich aus der Produktbeschreibung oder dem Spielnutzungsvertrag. Ein neueres Phänomen ist die Möglichkeit, erworbene Spielinhalte in anderen Spielen zu nutzen. So ist es beispielsweise möglich, Skins aus einem Teil der „Call-of-Duty“-Reihe in einem anderen Teil zu verwenden. Fehlt ein entsprechender Hinweis, dürften die meisten Spieler damit rechnen, dass ein erworbener Spielinhalt nicht auch in anderen Spielen nutzbar ist. Auch bei den Spielen „Fortnite“ und „Rocket League“ von „Epic Games“ können einzelne Inhalte auch im jeweils anderen Spiel genutzt werden. Hierüber wird der Spieler in sämtlichen genannten Beispielen durch Text- und Bildhinweise informiert.

¹⁴¹ *Schirmbacher*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Rn. 76 zu Art. 246a EGBGB.

¹⁴² Zum Beispiel *Travian*, AGB, Ziffer 7 (1).

¹⁴³ *BEUC*, Game Over, S. 32.

f. Formale Anforderungen

Formal verlangt Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB, dass dem Verbraucher die Informationen vor Abgabe von dessen Vertragserklärung in klarer verständlicher Weise zur Verfügung gestellt werden. Hierdurch soll sichergestellt werden, dass der Verbraucher die übermittelten Informationen zur Kenntnis nehmen kann, um eine informierte Entscheidung zu treffen.¹⁴⁴ Die Informationen müssen daher so rechtzeitig bereitgestellt werden, dass der Verbraucher diese noch vor dem Start des Bestellprozesses in Betracht ziehen kann.¹⁴⁵ Zu berücksichtigen ist das gewählte Kommunikationsmittel. Dabei muss beachtet werden, dass die Rechtsprechung in der Vergangenheit strenge Maßstäbe an das Gebot der Klarheit angelegt hat. So gibt es gerichtliche Beschlüsse aus den frühen 2000er Jahren, wonach die Darstellung von Pflichtinformationen in Form von Grafiken unzulässig sei, wenn dies nicht technisch gewährleistet sei.¹⁴⁶ Auch das Einbinden einer Widerrufsbelehrung in einer kleinen Scrollbox wurde für unzulässig gehalten.¹⁴⁷ Angesichts der fortschreitenden technischen Entwicklung scheint diese Rechtsprechung überholt.¹⁴⁸ Insbesondere rechtfertigen moderne Smartphones und Tablets in aller Regel keine Erleichterungen aufgrund angeblich begrenzter Darstellungsmöglichkeiten gemäß Art. 246a § 3 S. 1 EGBGB mehr.¹⁴⁹ Pflichtinformationen können grundsätzlich auch in AGB integriert werden.¹⁵⁰

g. Zweckmäßigkeitserwägungen

In Online-Spielen erscheint es nach alledem zweckmäßig, allgemeine Informationen in den AGB des Spielnutzungsvertrags einzubinden. Hierdurch kann die Benutzeroberfläche übersichtlich und der Programmieraufwand überschaubar gehalten werden. Die für die konkret angebotene Leistung erforderlichen Informationen, einschließlich des Gesamtpreises samt anfallender Umsatzsteuer, lassen sich sinnvollerweise nur auf der Benutzeroberfläche des Spiels darstellen. Dies dürfte mitunter erklären, weshalb sich In-Game-Währungen als

¹⁴⁴ RegE BT-Drs. 14/2658, S. 38.

¹⁴⁵ OLG Köln, Urteil vom 8.5.2015 – 6 U 137/14 – GRUR-RR 2015, 447; LG Bonn, Urteil vom 15.7.2009 – 16 O 76/09, BeckRS 2009, 26248.

¹⁴⁶ OLG Frankfurt, Beschluss vom 6.11.2006 – 6 W 203/06, BeckRS2007, 14343.

¹⁴⁷ OLG Frankfurt, Beschluss vom 9. 5. 2007 – 6 W 61/07, MMR 2007, 603.

¹⁴⁸ *Föhlisch*, in: Hoeren u.a., MMR-HdB, Teil 13.4 Rn. 83.

¹⁴⁹ *Schirnbacher*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Rn. 175 zu Art. 246a EGBGB.

¹⁵⁰ BT-Drs. 12/2658, S. 38.

praktikable Lösung etabliert haben. Bei Online-Shops innerhalb von Spielen, deren Sortiment regelmäßig wechselt, könnte es – vorbehaltlich einer weiterführenden Prüfung (vgl. Abschnitt E.) – genügen, dass die Preisangaben direkt an den Erwerb der In-Game-Währung gekoppelt sind. Dies würde das Schalten neuer Angebote durchaus erleichtern.

Der Spieleanbieter wird in vielen Fällen davon profitieren können, dass die meisten Spielinhalte für die angesprochene Abnehmergruppe aus sich heraus verständlich sind. Viele Spieler können zwischen Skins und funktionellen Inhalten gut unterscheiden, ohne dass es einer Erklärung bedarf. Auch für die Funktionsweise von In-Game-Währung bedarf es keiner zusätzlichen Erklärung. Dennoch muss dies im Einzelfall bestimmt und insbesondere bei der Einführung neuer Zusatzinhalte bedacht werden, denn das Fernabsatzrecht ist auf den In-Game-Kauf gegen Echtgeld uneingeschränkt anwendbar.

3. Pflichtinformationen unmittelbar vor der Bestellung

Zusätzlich sind dem Verbraucher unmittelbar vor Abgabe seiner Bestellung noch einmal einige der in Art. 246a § 1 EGBGB aufgeführten Pflichtinformationen klar und verständlich zur Verfügung zu stellen (§ 312j Abs. 2 BGB). Dies betrifft neben den wesentlichen Eigenschaften insbesondere alle Informationen über anfallende Kosten. Dies wird in vielen Online-Spielen entsprechend umgesetzt, Konfliktpotenzial ergibt sich selten.¹⁵¹

Zu beachten ist zudem die Pflicht zur Implementierung der sogenannten „Button-Lösung“. Danach müssen Anbieter die Bestellsituation bei Verbraucherverträgen im elektronischen Geschäftsverkehr so gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet (§ 312j Abs. 3 S. 1 BGB). Im Falle des Auslösens der Bestellung über eine Schaltfläche schreibt das Gesetz vor, dass der Unternehmer diese Pflicht nur dann erfüllt, wenn diese Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet ist (§ 312j Abs. 3 S. 2 BGB). Unterlässt er dies, läuft er Gefahr, dass der Vertrag nicht wirksam geschlossen wurde

¹⁵¹ Rauda, MMR 2022, S. 705 (706).

(§ 312j Abs. 4 BGB). Auch die Button-Lösung stellt die meisten Online-Spiele vor keine Probleme.¹⁵²

4. Vertragsbestätigung

Mit Abschluss des Fernabsatzvertrags ist dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags, in der der Vertragsinhalt wiedergegeben ist, auf einem dauerhaften Datenträger bereitzustellen (§ 312f Abs. 2 S. 1 BGB). Als dauerhafter Datenträger kommt grundsätzlich jedes Medium in Betracht, das es dem Empfänger ermöglicht, die auf dem Datenträger befindliche Erklärung so aufzubewahren oder zu speichern, dass sie ihm während eines für ihren Zweck angemessenen Zeitraums zugänglich ist, und geeignet ist, die Erklärung unverändert wiederzugeben (§ 126b S. 2 BGB).¹⁵³ In Betracht kommt insbesondere auch eine E-Mail.¹⁵⁴ Diese Bestätigung muss die vorvertraglichen Pflichtinformationen erneut wiedergeben, soweit diese nicht bereits im Vorfeld auf einem dauerhaften Datenträger bereitgestellt worden sind (§ 312f Abs. 2 S. 2 BGB). Die Vertragsbestätigung ist dem Verbraucher innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens jedoch bei Lieferung der Ware beziehungsweise Ausführung der geschuldeten Dienstleistung zur Verfügung zu stellen. Bei In-Game-Käufen erhalten Spieler in der Regel eine Bestellzusammenfassung per E-Mail.

5. Widerrufsrecht

Verbrauchern steht bei Fernabsatzverträgen grundsätzlich ein gesetzliches Widerrufsrecht zu (§ 312g Abs. 1 BGB). Hierdurch können sie sich von dem Vertrag innerhalb einer bestimmten Frist, die normalerweise 14 Tage beträgt (§ 355 Abs. 2 BGB) lösen und die Rückabwicklung der mit dem Unternehmer ausgetauschten Leistungen fordern (§ 355 Abs. 3 BGB). Dies hat zur Folge, dass der Unternehmer das erhaltene Geld an den Verbraucher zurückzahlen muss (§ 357 Abs. 1 BGB). Für den Verbraucher besteht bei der Lieferung digitaler Inhalte, die sich nicht auf einem körperlichen Datenträger befinden, keine Wertersatzpflicht (§ 357a Abs. 3 BGB). Dies ist bei digitalen Inhalten deswegen problematisch, weil der Verbraucher diese gar nicht zurückgeben kann. Er kann

¹⁵² Meyer, NJW 2015, S. 3683 (3689); Bisges, NJW 2014, S. 183 (184).

¹⁵³ Martens, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 312f Rn. 10.

¹⁵⁴ OLG Schleswig, Beschluss vom 25.1.2012 – 2 W 57/11, BeckRS 2012, 9116.

nur den Zugriff zu diesen, sofern noch vorhanden, verlieren. Im Spiel haben diese im Zeitpunkt des Widerrufs jedoch meist ihren Zweck erfüllt.¹⁵⁵ Praktisch bedeutsam ist daher die Möglichkeit, das Widerrufsrecht frühzeitig erlöschen zu lassen.¹⁵⁶

Im Folgenden soll die Möglichkeit eines Ausschlusses des Widerrufsrechts diskutiert werden. Im Anschluss werden die Anforderungen an die Widerrufsbelehrung sowie aktuelle Rechtsverstöße in der Praxis dargestellt.

a. Ausschluss des Widerrufsrechts

Das Widerrufsrecht kann unter bestimmten Voraussetzungen frühzeitig erlöschen. Dabei kommt es zunächst darauf an, zu was für einer Art Leistung sich der Spieleanbieter verpflichtet hat. Schuldet er durch den In-Game-Kauf die Bereitstellung eines digitalen Inhalts, so kann das Widerrufsrecht unter den Voraussetzungen von § 356 Abs. 5 Nr. 2 BGB mit Beginn der Vertragserfüllung frühzeitig erlöschen. Soweit die Leistung des Spieleanbieters aus der Erbringung einer Dienstleistung besteht, ist § 356 Abs. 4 Nr. 2 BGB einschlägig.

α. Digitaler Inhalt oder digitale Dienstleistung

Die Unterscheidung zwischen digitalem Inhalt und digitaler Dienstleistung in § 327 Abs. 2 BGB zeigt, dass nicht vorschnell die Bereitstellung eines digitalen Inhalts angenommen werden kann. Es ist auch möglich, dass der Anbieter eine Dienstleistung schuldet. Bei Dienstleistungen kann das Widerrufsrecht neben weiteren Bedingungen nur dann erlöschen, wenn der Unternehmer seine Dienstleistung vollständig erbracht hat (§ 356 Abs. 4 BGB). Damit unterfallen Verträge über digitale Dienstleistungen seit 2022 qualitativ höheren Anforderungen als Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte.¹⁵⁷ Zudem sieht Erwägungsgrund 30 Satz 10 der Omnibus-Richtlinie vor, dass in Zweifelsfällen die strengeren Bestimmungen über das Widerrufsrecht für Dienstleistungen gelten sollen. Da eine vollständige Leistungserbringung bei digitalen Dienstleistungen häufig erst zum Ende des Vertrags erfolgt, verliert ein Ausschluss des Widerrufsrechts in diesen Fällen an seinem Reiz.¹⁵⁸ So hat das OLG Wien das Angebot eines Streamingdienstes als digitale Dienstleistung eingeordnet und

¹⁵⁵ Rauda, MMR 2022, S. 705 (706).

¹⁵⁶ Ewert, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 19 Rn. 41.

¹⁵⁷ Ewald/Schneider, MMR 2022, S. 709 (711).

¹⁵⁸ Ewald/Schneider, MMR 2022, S. 709 (711); Rauda, MMR 2022, S. 705 (707).

einem Ausschluss des Widerrufsrechts mit Beginn der Vertragsausführung eine klare Absage erteilt.¹⁵⁹ Bei In-Game-Käufen können die Bereitstellung eines Premium-Zugangs mit zeitlich begrenzten Zusatzfunktionen oder die Möglichkeit zur werbefreien Nutzung des Spiels als Dienstleistung einzuordnen sein.¹⁶⁰ Einzelne In-Game-Inhalte wie ein Skin oder ein Verbrauchsgegenstand können aber als digitaler Inhalt verstanden werden. Aus Erwägungsgrund 30 S. 2 der Omnibus-Richtlinie lässt sich entnehmen, dass auch eine fortlaufende Bereitstellung eines digitalen Inhalts möglich ist. Sie führt also nicht dazu, dass es sich um eine digitale Dienstleistung handelt. Der Spieler erhält diese Zusatzinhalte in Form von Daten und audiovisuellen Inhalten sofort. Dieses Verständnis steht in Einklang mit Urteilen zum Widerrufsrecht bei In-Game-Währung.

β. In-Game-Währung als digitaler Inhalt

Das Oberlandesgericht Karlsruhe hat im Jahr 2018 auf die Klage des vzbv gegen einen deutschen Spieleanbieter entschieden, dass es sich bei In-Game-Währung um einen digitalen Inhalt handelt, bei dem unter den Voraussetzungen des § 356 Abs. 5 BGB auf das Widerrufsrecht verzichtet werden kann.¹⁶¹ Es folgte damit der Rechtsauffassung des Landgerichts Karlsruhe in der Vorinstanz.¹⁶² Gegenstand der Klage war, soweit für die vorliegende Frage von Bedeutung, folgender Sachverhalt:

Die Beklagte bot online ein kostenloses Computerspiel an, dessen Refinanzierung über den optionalen Erwerb einer spielinternen Zusatzwährung erfolgte. Diese konnten von den Spielern entweder erspielt oder in unterschiedlicher Anzahl durch Einzahlung von Geld erworben werden. Auf der entsprechenden Bestellseite wurden die Spieler darauf hingewiesen, dass sie mit dem Erwerb der sofortigen Vertragsdurchführung zustimmen und ihre Kenntnis davon bestätigen, dass dadurch ihr Widerrufsrecht erlischt. Technisch erfolgte die Gutschrift der In-Game-Währung in der Weise, dass die entsprechende Anzahl in einer Datenbank der Beklagten gespeichert wurde. Im Spiel wurde den Spielern dann die in der Datenbank hinterlegte Anzahl in Form von kleinen symbolisierten Goldmünzen angezeigt.

¹⁵⁹ OLG Wien, Urteil vom 23.2.2024 – 4 R 185/23i, MMR 2025, 44.

¹⁶⁰ Rauda, MMR 2022, S 705 (707).

¹⁶¹ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁶² LG Karlsruhe, Urteil vom 25.5.2016 – 18 O 7/16, MMR 2017, 51.

Die Klägerin, ein nach § 4 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) qualifizierter Verband, mahnte die Beklagte daraufhin ab. Sie machte geltend, dass das gegenüber Verbrauchern bestehende Widerrufsrecht durch den Erwerb der In-Game-Währung nicht erloschen sei. Es handele sich nicht um einen digitalen Inhalt im Sinne von § 356 Abs. 5 BGB, sondern um ein Zahlungsmittel, da die In-Game-Währung keinen Informationsgehalt habe, lediglich eine Forderung verbriefe und es an einem „Download“ fehle. Demgegenüber war die Beklagte der Ansicht, bei der In-Game-Währung handele es sich um einen digitalen Inhalt, da sie wesentlicher Bestandteil des Computerspiels sei.¹⁶³

Das Landgericht Karlsruhe sah die In-Game-Währung in der ersten Instanz als digitalen Inhalt an.¹⁶⁴ Dieser Auffassung hat sich das OLG Karlsruhe angeschlossen: Gemäß § 312f Abs. 3 BGB (a.F.) seien digitale Inhalte „Daten, die in digitaler Form hergestellt und bereitgestellt werden“.¹⁶⁵ Die Definition aus Art. 2 Nr. 11 VRRL (a.F.) sei weit gefasst.¹⁶⁶ Auf einen Download komme es nicht an, wie sich auch aus Erwägungsgrund 19 der VRRL ergebe.¹⁶⁷ Es handele sich nicht um ein bloßes Zahlungsmittel, da die In-Game-Währung weder abgehoben noch gegen beliebige Leistungen eingetauscht werden könne.¹⁶⁸ Es entstehe auch kein Auszahlungsanspruch, wie dies bei einem Kontokorrentverhältnis der Fall sei.¹⁶⁹ Mit der In-Game-Währung könnten lediglich verschiedene Spielelemente erworben werden, mit denen das Spiel beeinflusst und funktional erweitert werden könne.¹⁷⁰ Die In-Game-Währung habe keinen Verkehrswert außerhalb des Spiels und könne auch nicht aus dem Spiel herausgelöst werden.¹⁷¹ Als Softwarekomponente des Spiels stelle die In-Game-Währung einen bestimmten Wert des Spiels dar, in das sie fest integriert sei und so die Handlungs- und Spielmöglichkeiten erweitere.¹⁷² Daher sei die In-Game-Währung als digitaler Inhalt einzuordnen.

¹⁶³ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁶⁴ LG Karlsruhe, Urteil vom 25.5.2016 – 18 O 7/16, MMR 2017, 51.

¹⁶⁵ Die Vorschrift ist identisch zu § 327 Abs. 2 S. 1 BGB n.F.

¹⁶⁶ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁶⁷ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁶⁸ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁶⁹ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁷⁰ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁷¹ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

¹⁷² OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/16 (n.v.).

Im Jahr 2022 entschied das Landgericht Karlsruhe in einem ähnlich gelagerten Fall, dass es sich bei den sogenannten „Aion-Münzen“ aus dem Computerspiel „Aion“ um digitale Inhalte handele und verwies dabei auf die Ausführungen des OLG Karlsruhe.¹⁷³

y. Technische Umsetzung

Damit das Widerrufsrecht gemäß § 356 Abs. 5 Nr. 2 BGB vorzeitig erlischt, müssen mehrere Voraussetzungen kumulativ erfüllt sein.¹⁷⁴ Der Unternehmer muss mit der Vertragserfüllung begonnen haben. Dies ist bei einem Download der Fall, wenn der Verbraucher die unmittelbare Möglichkeit hat, den Download oder die Übermittlung der digitalen Inhalte zu starten.¹⁷⁵ Bei In-Game-Käufen bedarf es meist keines Downloads. Stattdessen erhält der Spieler meist unmittelbar im Spiel Zugriff auf den erworbenen Inhalt.

Erforderlich ist zudem eine ausdrückliche Zustimmung zur Vertragserfüllung vor Ablauf der Widerrufsfrist sowie die Bestätigung, dass mit deren Beginn das Widerrufsrecht erlischt. Beide Erklärungen können in einer Erklärung zusammengefasst werden, die der Spieleanbieter durch das Betätigen einer Schaltfläche einholt.¹⁷⁶ Sie können sogar beim Betätigen des Bestellbuttons in einem Akt abgegeben werden.¹⁷⁷ Schließlich bedarf es noch einer Vertragsbestätigung gemäß § 312f BGB. In der Vertragsbestätigung ist festzuhalten, dass der Verbraucher vor Ausführung des Vertrags ausdrücklich zugestimmt hat, dass mit der Ausführung vor Ablauf der Widerrufsfrist begonnen wird, und dass er über den Verlust des Widerrufsrechts informiert wurde (§ 312f Abs. 3 BGB). Die technischen Anforderungen von § 356 Abs. 5 Nr. 2 BGB werden in der Praxis jedenfalls von rechtlich beratenen Spieleanbietern ordnungsgemäß umgesetzt.¹⁷⁸

¹⁷³ LG Karlsruhe, Urteil vom 28.1.2022 – 3 O 108/21, MMR 2022, 413.

¹⁷⁴ Peintinger, MMR 2016, S. 3 (4).

¹⁷⁵ Schirmbacher, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, Rn. 53 zu § 356 BGB.

¹⁷⁶ LG Karlsruhe, Urteil vom 28.1.2022 – 3 O 108/21, MMR 2022, 413.

¹⁷⁷ OLG Karlsruhe, Urteil vom 11.7.2018 – 6 U 108/17 (n.v.); LG Karlsruhe, Urteil vom 28.1.2022 – 3 O 108/21, MMR 2022, 413; Sestner/Kastner, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 54; Ewald, in: Taeger/Pohle, ComputerR-HdB, 32.7 Rn. 89.

¹⁷⁸ Ewald/Schneider, MMR 2022, S. 709 (711).

b. Widerrufsbelehrung

Auch über das Widerrufsrecht ist der Verbraucher vor Abschluss des Vertrags zu informieren (Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 1 EGBGB). Die Pflichtinformationen umfassen die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts, gegebenenfalls die vom Verbraucher zu tragenden Kosten der Rücksendung oder einen etwaigen Aufwendungsersatz. Bereitzustellen ist zudem ein gesetzlich vorgeschriebenes Muster-Widerrufsformular. Der Unternehmer kann diesen Pflichten durch Übermittlung der zutreffend ausgefüllten Musterwiderrufsbelehrung nachkommen (Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 2 EGBGB).

Darüber hinaus muss der Verbraucher nach Art. 246a § 1 Abs. 3 EGBGB informiert werden, wenn ihm kein Widerrufsrecht zusteht oder falls dieses vorzeitig erlischt. Besonders relevant für In-Game-Käufe ist hier der Erlöschenstatbestand aus § 356 Abs. 5 BGB.¹⁷⁹

c. Rechtsverstöße in der Praxis

In der Praxis stößt der Ausschluss des Widerrufsrechts zum Teil auf Probleme, die Anlass verbraucherrechtlicher Beschwerden sind. So hat BEUC Klauseln in AGB des Spielnutzungsvertrags moniert, die das Widerrufsrecht ausschließen.¹⁸⁰ So enthielten die englischsprachigen Terms of Service zum Zeitpunkt des BEUC-Berichts folgende Klausel: „ALL PURCHASES AND REDEMPTIONS OF VIRTUAL ITEMS MADE THROUGH THE SERVICE ARE FINAL AND NON-REFUNDABLE EXCEPT WHERE REQUIRED UNDER APPLICABLE LAW.“¹⁸¹

Die Klausel stellt im Prinzip fest, dass alle Käufe nicht erstattbar sind, es sei denn es gibt hiervon eine Ausnahme unter dem jeweils geltenden Recht.

Verbraucher müssen der Klausel zufolge feststellen, welches Recht überhaupt anwendbar ist und welche Ausnahmen denkbar sind. Hierzu bedarf es juristischer Fähigkeiten, die von einem Verbraucher nicht vorausgesetzt werden können. Bereits aus diesem Grund sind Formulierungen wie „soweit gesetzlich

¹⁷⁹ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 51.

¹⁸⁰ *BEUC*, Game Over, S. 30.

¹⁸¹ *BEUC*, Game Over, S. 6.

zulässig“ wegen eines Verstoßes gegen das Transparenzgebot unwirksam und werden nicht wirksam in den Vertrag einbezogen.¹⁸²

Ebenfalls für unzulässig hielt BEUC folgende Klausel von Electronic Arts: „EA Virtual Currency is non-refundable, and you are not entitled to a refund for any unused EA Virtual Currency.“¹⁸³ Dies könnte dahingehend verstanden werden, dass das Widerrufsrecht für die In-Game-Währung wohl erloschen ist. Zugleich erweckt die Klausel jedoch den Anschein, dass Verbraucher generell keine Rückerstattung zu erwarten haben, auch nicht aufgrund eines Widerrufs. Sofern derartige Klauseln verwendet werden sollen, sollten Spieleanbieter zumindest klarstellen, dass das gesetzliche Widerrufsrecht für Verbraucher mit gewöhnlichem Aufenthalt in der Europäischen Union unberührt bleibt. Die Vorgaben der Erlöschenstatbestände sind für einen Ausschluss des Widerrufsrechts zwingend einzuhalten.

6. Zwischenfazit

Das Fernabsatzrecht enthält umfangreiche Vorgaben für In-Game-Käufe. Der Spieler muss durch vorvertragliche Pflichtinformationen zu einer rationalen Kaufentscheidung befähigt werden. Dies betrifft neben den wesentlichen Eigenschaften des Kaufgegenstandes insbesondere Informationen zu anfallenden Kosten. Das gesetzliche Widerrufsrecht ist in vielen Fällen jedoch ausgeschlossen, weil der Spieler bei Abschluss des In-Game-Kaufs auf sein Widerrufsrecht verzichten soll. Dies ist gesetzlich zulässig und schützt Unternehmer davor, bei einem Widerruf digitaler Inhalte ohne Wertersatz dazustehen. Allgemeine Geschäftsbedingungen, die pauschal eine Rückerstattung ausschließen, können jedoch rechtlich beanstandet werden. Insgesamt zeigt sich, dass die rechtlichen Anforderungen aus dem Fernabsatzrecht bei In-Game-Käufen gegen Echtgeld zwar umfangreich sind, in der Praxis aber überwiegend eingehalten werden.

II. Gewährleistungsrechte

Auch bei dem Erwerb von Zusatzinhalten gegen Echtgeld greift das Gewährleistungsregime der §§ 327 ff. BGB (vgl. Abschnitt C. IV.). Konfliktpotenzial besteht insbesondere hinsichtlich der Frage, ob, wie lange und in welchem

¹⁸² Fornasier, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 305 Rn. 84.

¹⁸³ BEUC, Game Over, S. 6.

Umfang Spieleanbieter zur Bereitstellung erworbener Zusatzinhalte verpflichtet sind. Da die Zusatzinhalte außerhalb des Spiels in der Regel nicht existieren, ist ihre Existenz an die Verfügbarkeit des Spiels und das Bestehen des Spielnutzungsvertrags geknüpft. Damit stellt sich die Frage, wie mit Konstellationen zu verfahren ist, in denen der Spieler seinen Zugriff auf den Zusatzinhalt verliert.

1. Beschaffenheitsanforderungen von In-Game-Inhalten

Damit ein digitales Produkt mangelfrei ist, muss es gemäß § 327e Abs. 1 BGB „zur maßgeblichen Zeit“ gewissen subjektiven und objektiven Anforderungen entsprechen. Subjektive Anforderungen werden zwischen den Parteien vereinbart, objektive Anforderungen werden bei vergleichbaren Produkten meist erwartet.¹⁸⁴ Beide Anforderungsgruppen stehen gleichwertig nebeneinander und müssen kumulativ erfüllt sein.¹⁸⁵ Da Spielanbieter und Spieler im Prinzip nie über die Beschaffenheit von Spielinhalten vor Vertragsschluss verhandeln, sind die objektiven Anforderungen von besonderer Bedeutung. Vor allem stellt sich die Frage, ob sich der erworbene Inhalt „für die gewöhnliche Verwendung eignet“ (§ 327 Abs. 3 Nr. 1 BGB).

a. Maßgeblicher Zeitpunkt

Zur Beurteilung der Mangelfreiheit eines digitalen Produktes ist grundsätzlich auf den Zeitpunkt der Bereitstellung nach § 327b BGB abzustellen (§ 327e Abs. 1 S. 2 BGB). Dies ist der Zeitpunkt, in dem das digitale Produkt dem Verbraucher zur Verfügung gestellt oder zugänglich gemacht wird (§ 327b Abs. 3, Abs. 4 BGB). Für den Fall, dass der Unternehmer durch den Vertrag zur fortlaufenden Bereitstellung über einen bestimmten Zeitraum verpflichtet ist, muss das digitale Produkt für den gesamten vereinbarten Zeitraum mangelfrei sein (§ 327e Abs. 1 S. 3 BGB).

Ob bei einem In-Game-Kauf eine solche dauerhafte Bereitstellungspflicht besteht, ist bislang nicht abschließend geklärt und hängt maßgeblich vom Einzelfall ab. Zielt der In-Game-Kauf auf Verbrauchsgüter ab, die sofort aufgebraucht werden, liegt eine dauerhafte Bereitstellung fern. Dies kann zum Beispiel beim

¹⁸⁴ *Föhlisch*, in: Borges/Hilber, BeckOK IT-Recht, Rn. 23 zu § 327e BGB.

¹⁸⁵ *Wendland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327e BGB Rn. 3.

Kauf zusätzlicher Spielzüge zum Lösen eines Puzzles der Fall sein. Schwieriger ist die Einordnung bei nicht-verbrauchbaren Zusatzinhalten wie Skins, Waffen oder Spielmissionen. Diese werden dem Spieler in der Regel für die gesamte Laufzeit des Spielnutzungsvertrags bereitstellt.

Dies entspricht dem Grundgedanken des Erwägungsgrundes 57 der Digitale-Inhalte-Richtlinie:

Diese Kategorie ist dadurch gekennzeichnet, dass die digitalen Inhalte oder digitalen Dienstleistungen dem Verbraucher nur so lange zur Verfügung stehen oder zugänglich sind, wie die festgelegte Vertragslaufzeit andauert oder der unbefristete Vertrag in Kraft ist. [...]. Beispielsweise sollte das Streaming eines Videoclips unabhängig von der tatsächlichen Abspieldauer der audiovisuellen Datei als eine fortlaufende Bereitstellung für einen bestimmten Zeitraum betrachtet werden.¹⁸⁶

Übertragen auf In-Game-Käufe liegt es daher nahe, eine dauerhafte Bereitstellungspflicht immer dann anzunehmen, wenn die Zusatzinhalte nicht sofort verbraucht werden. Dem Spieler muss die Möglichkeit bleiben, den erworbenen Inhalt für die Dauer des Spielnutzungsvertrags weiter zu nutzen. Soweit sich aus den Umständen nichts Abweichendes ergibt, erscheint es sachgerecht, den Bereitstellungszeitraum des Zusatzinhalts an die Laufzeit des Spielnutzungsvertrags zu koppeln.

b. Eignung für die gewöhnliche Verwendung

Die Frage, wann sich ein Zusatzinhalt für die gewöhnliche Verwendung eignet, ist nicht ohne Weiteres zu beantworten. Kriterien können die grafische Gestaltung, Vertonung, Spieletiefe oder auch Funktionalität im Spiel sein.¹⁸⁷ Anders als bei Software bedarf es bei In-Game-Inhalten keines Zubehörs und keiner Anleitung. Sie sind freischaltbarer Bestandteil des Spiels, sodass etwaige Anforderungen an Funktionalität, Kompatibilität, Zugänglichkeit oder Sicherheit regelmäßig eingehalten werden. Spieler dürfen zudem erwarten, dass sie erworbene Spielinhalte, die nicht bloß einen vorübergehenden Vorteil mit sich bringen, dauerhaft nutzen können. Diese dürfen nicht durch technische Fehler oder

¹⁸⁶ Erwägungsgrund 57 DI-RL.

¹⁸⁷ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 40.

Updates verloren gehen. Unklar ist jedoch, wie sich die Einstellung des Spielbetriebs oder ein Spelausschluss auf etwaige Gewährleistungsansprüche an In-Game-Käufen auswirken.

2. Verlust des Spielinhalts durch Einstellen des Spiels

Ein besonders kontroverser Fall ist die Einstellung des gesamten Spiels. Wird das Spiel eingestellt, entfällt zwangsläufig auch der Zugriff auf sämtliche In-Game-Inhalte. Dies betraf unter anderem das Spiel „Harry Potter: Wizards Unite“. Das Entwicklerstudio „Niantic“ gab bekannt, dass Spieler keine Rückerstattungen für vergangene Käufe erhalten sollten, stattdessen aber ihre verbliebene In-Game-Währung noch bis zum Shutdown aufbrauchen könnten.¹⁸⁸ In einem anderen Fall aus dem Jahr 2024 schaltete der Anbieter „Ubisoft“ die Online-Server zu dem Spiel „The Crew“ ab, sodass dieses selbst mit einer Spiel-Disc nicht mehr nutzbar war.¹⁸⁹ Der BEUC kritisiert in seinem Bericht unter anderem AGB, wonach Spieleanbieter den Spielbetrieb jederzeit einseitig einstellen können, ohne den Spielern Ersatz zu schulden.¹⁹⁰ Derartige Klauseln sind gemäß § 327s Abs. 1 BGB unwirksam, da sie die Gewährleistungsrechte der Verbraucher faktisch umgehen: Anstatt für ein mangelfreies Online-Spielerlebnis zu sorgen, könnte ein Spieleanbieter jeden Spieler kündigen, der Ansprüche geltend macht.

Gleichwohl ist jedem Spieleanbieter auch ein berechtigtes Interesse an einer Möglichkeit zur ordentlichen Beendigung des Spielnutzungsvertrags zuzugestehen. Kein Spieleanbieter kann dazu gezwungen werden, sein Spiel bis in alle Ewigkeit weiter zu betreiben. Ob bei einer Vertragsbeendigung Gewährleistungsansprüche der Verbraucher entstehen, die zu einer Rückerstattung führen, ist im Einzelfall zu prüfen. Dabei lassen sich folgende Argumente generell heranziehen:

Zugunsten des Spieleanbieters lässt sich argumentieren, dass der Spieler an allererster Stelle für den maßgeblichen Bereitstellungszeitraum Spaß mit dem Spiel haben soll. Diesen kann er auch gehabt haben, wenn das Spiel irgendwann eingestellt wird. Zugunsten der Spieler lässt sich argumentieren, dass

¹⁸⁸ Freese, Harry Potter: Wizards Unite stirbt.

¹⁸⁹ Beverungen, Ubisoft löscht Spiel aus Bibliothek vieler Gamer.

¹⁹⁰ BEUC, Game Over, S. 31.

diese oft auf den Fortbetrieb des Spiels vertrauen. Sonst hätten sie wenig Anreiz, das Spiel weiterzuspielen oder gar Geld für In-Game-Käufe auszugeben.

Das Amtsgericht Regensburg hat in einer Entscheidung aus dem Jahr 2006 entschieden, dass das Zahlen einer monatlichen Nutzungsgebühr für einen Premium-Account, der erweiterte Spielmöglichkeiten gewährt, nicht dazu führt, dass der Spieler einen dauerhaften Anspruch auf Spielteilnahme hat.¹⁹¹ Der Premium-Account gewähre gerade keinen Anspruch auf Zugang zum Spiel, da dieses auch kostenfrei gespielt werden kann, sondern nur die Möglichkeit, im Spiel anders zu agieren.¹⁹²

Bei Free-to-Play-Spielen legten Instanzgerichte aufgrund der Unentgeltlichkeit einen anbieterfreundlichen Maßstab für Kündigungen zugrunde, indem sie die Vorschriften der Leihe entsprechend anwendeten.¹⁹³ Das Leihvertragsrecht sieht in § 604 Abs. 4 BGB die jederzeitige Beendigungsmöglichkeit des Vertrags vor. Dabei wird jedoch nicht dem Umstand Rechnung getragen, dass der kostenlose Zugang zu einem Online-Spiel aus unternehmerischer Sicht gerade dazu dient, dass Spieler kostenpflichtige Zusatzinhalte erwerben.¹⁹⁴ Die entgeltliche Transaktion erfolgt nur meist erst später. Daher erscheint es ratsam, im Spielnutzungsvertrag eine angemessene Kündigungsfrist festzulegen. Dies sollte auch bei Free-to-Play-Spielen berücksichtigt werden. Insbesondere sollte der Anbieter die Einstellung seines Spiels mit angemessener Vorlaufzeit kommunizieren.

3. Verlust des Spielinhalts wegen Spielausschlusses

Die Frage etwaiger Gewährleistungsansprüche bei In-Game-Käufen stellt sich ferner, wenn Spieler aufgrund von Verstößen gegen den Spielnutzungsvertrag vom Spiel ausgeschlossen werden. Der Spielnutzungsvertrag enthält häufig einschlägige Verhaltensregeln sowie etwaige Sanktionen.¹⁹⁵ Sanktionen reichen von Verwarnungen über temporäre Sperren bis hin zur vollständigen Kündigung des Nutzungsverhältnisses.¹⁹⁶ Nach hier vertretener Auffassung muss eine Kündigung durch den Spieleanbieter grundsätzlich möglich sein, auch mit

¹⁹¹ AG Regensburg, Urteil vom 27.4.2006 – 9 C 3693/05, BeckRS 2006, 144719.

¹⁹² AG Regensburg, Urteil vom 27.4.2006 – 9 C 3693/05, BeckRS 2006, 144719.

¹⁹³ AG Karlsruhe, Urteil vom 19.5.2015 – 8 C 377/14, MMR 2015, 514; ähnlich AG Charlottenburg, Urteil vom 4.5.2012 – 208 C 42/11, MMR 2012, 598.

¹⁹⁴ *Schwiering/Zurel*, MMR 2016, S. 440 (444).

¹⁹⁵ *Hilgert*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 26 Rn. 28 ff.

¹⁹⁶ *Hilgert*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 26 Rn. 32.

der Konsequenz, dass er sich dadurch nicht schadensersatzpflichtig macht. Andernfalls würden Spieler, die gegen die Regeln verstoßen, wirtschaftlich privilegiert. Sie könnten durch provozierte Kündigung des Spielnutzungsvertrags Schadensersatzansprüche geltend machen, obwohl ihnen kein Widerrufsrecht zusteht. Mängelgewährleistungsrechte kommen bei regelkonformen Spielausschluss nicht in Betracht. Es ist objektiv zu erwarten, dass Spielinhalte dauerhaft nur für diejenigen Spieler zugänglich sind, die sich regelkonform verhalten und die nicht vom Spiel ausgeschlossen worden sind. Entsprechend dem Rechtsgedanken des § 314 BGB sollten Sanktionen bei Verstößen jedoch stets verhältnismäßig sein.¹⁹⁷ Kündigungsrechte sollten daher unter Abwägung der wechselseitigen Interessen formuliert und angewendet werden. Dabei sollten auch vorherige Verwarnungen sowie temporäre Sperren in Betracht gezogen werden.¹⁹⁸

III. Zwischenfazit

Auf In-Game-Käufe finden die §§ 327 ff. BGB Anwendung. Hinsichtlich der Gewährleistungsrechte zeigt sich erneut die Bedeutung des Spielnutzungsvertrags als Rahmenvertrag. Gerade bei nicht verbrauchbaren Zusatzinhalten spricht vieles für eine dauerhafte Bereitstellung, die sich an der Laufzeit des Spielnutzungsvertrags orientiert. Problematisch im Bereich der Gewährleistungsrechte können insbesondere Spielabschaltungen oder Nutzersperren sein. Hier ist eine Abwägung zwischen dem Schutz berechtigter Spielerinteressen und der unternehmerischen Freiheit der Anbieter erforderlich. Angemessene und transparente Vertragsregelungen sind unerlässlich.

E. Der Erwerb von Zusatzinhalten durch In-Game-Währungen

Während der unmittelbare Erwerb von Spielinhalten gegen Echtgeld klar als entgeltlicher Vertrag einzuordnen ist, stellt sich die Rechtslage beim Einsatz von In-Game-Währungen als deutlich komplexer dar.

¹⁹⁷ OLG Hamm, Beschluss vom 15.9.2020 – 29 U 6/20, GRUR-RS 2020, 25382.

¹⁹⁸ Hilgert, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 26 Rn. 33.

In-Game-Währungen können entweder durch echtes Geld erworben oder im Spielverlauf erspielt werden. Werden damit zusätzliche Inhalte freigeschaltet, ist unklar, ob auch hier ein entgeltlicher Vertrag i.S.d. §§ 312 ff. BGB vorliegt.

Viele der von BEUC oder dem CPC-Netzwerk erörterten Forderungen basieren auf der Annahme, dass die Verbraucherrechte aus dem Fernabsatzrecht ein weiteres Mal greifen. Die rechtliche Bewertung hängt maßgeblich davon ab, ob es sich bei der In-Game-Währung um ein Zahlungsmittel oder bloß um einen digitalen Inhalt handelt, der im Spiel aufgebraucht werden kann. Dies ist eng mit der Frage verknüpft, ob ein solcher Transaktionsvorgang als zusätzlicher Vertrag nach deutschem Recht zu behandeln ist.

Der folgende Abschnitt untersucht diese Fragen systematisch. Zunächst erfolgt eine Gegenüberstellung der bestehenden Positionen in Literatur und Praxis (I.). Daran schließt sich die eigene rechtliche Einordnung des Erwerbsvorgangs an (II.) Abschließend folgt eine Betrachtung einzelner hypothetischer Rechtsfolgen alternativer, hier nicht vertretener Auffassungen, um deren dogmatische Tragfähigkeit und eine Folgenabschätzung zu ermöglichen (III.).

I. Positionen in der Literatur und Praxis

Die rechtliche Behandlung des In-Game-Kaufs gegen In-Game-Währung ist umstritten. Im Kern haben sich in den vergangenen Monaten vor allem drei Positionen herauskristallisiert.

1. Rein spielinterner Vorgang

Traditionell vertreten Spieleanbieter den Standpunkt, dass das Ausgeben von In-Game-Währung, gleich welcher Natur, Teil des Spiels ist. Das heißt, es werden spielinterne Ressourcen verbraucht, ein Vertrag wird nicht geschlossen. Vorschriften des Fernabsatzrechts sind auf diesen Erwerbsvorgang dann nicht anwendbar. Hierfür gibt es mehrere Erklärungsansätze:

a. Spielindustrie

Die European Game Developer Federation¹⁹⁹ (EGDF) hält In-Game-Währungen für digitale Inhalte.²⁰⁰ In-Game-Währung, so die EGDF, unterscheidet sich in ihrem echten wirtschaftlichen Wert nicht von anderen digitalen Inhalten eines Online-Spiels.²⁰¹ Sowohl In-Game-Währung als auch andere Spielinhalte haben außerhalb des Online-Spiels grundsätzlich keinen realen Geldwert.²⁰² Die Übertragung oder der Austausch außerhalb des Spiels ist meistens untersagt.²⁰³ In-Game-Währung ist nicht mit Gutscheinen beispielsweise für Supermärkte vergleichbar, weil Verbraucher mit Gutscheinen Produkte kaufen können, die in der realen Welt einen Wert haben.²⁰⁴

Die Ansicht der EGDF ist somit sehr ähnlich zu der vom Landgericht und Oberlandesgericht Karlsruhe vertretenen Auffassung zum Ausschluss des Widerrufsrechts (vgl. Abschnitt D. I. 5. a. β.). Sie bezieht sich lediglich auf den nachgelagerten Erwerbsvorgang, mit dem sich die beiden Gerichte bislang, soweit bekannt, nicht befassen haben.

b. Literatur

Die Auffassung findet Unterstützung in der juristischen Literatur. Auch *Sestner/Kastner* und *Rauda* halten In-Game-Währung für Spielgeld und damit für einen digitalen Inhalt.²⁰⁵ Daraus schlussfolgern *Sestner/Kastner*, dass der Verbrauch von In-Game-Währung keine Zahlung eines Preises sein kann.²⁰⁶

Kaufmann begründet dies weiter mit dem fehlenden Rechtsbindungswillen der Parteien.²⁰⁷ Durch den Spielnutzungsvertrag seien etliche spielinterne Handlungen bereits rechtlich abgedeckt.²⁰⁸ Es bedürfe daher bei dem Einsatz von In-Game-Währung, die sowohl erspielt als auch entgeltlich erworben werden

¹⁹⁹ Die European Game Developer Federation ist eine Interessenvertretung der europäischen Spieleentwickler.

²⁰⁰ EGDF, In-Game-Currencies.

²⁰¹ EGDF, In-Game-Currencies.

²⁰² EGDF, In-Game-Currencies.

²⁰³ EGDF, In-Game-Currencies.

²⁰⁴ EGDF, In-Game-Currencies.

²⁰⁵ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 16; *Rauda*, MMR 2022, S. 705 (707).

²⁰⁶ *Sestner/Kastner*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Fn. 11.

²⁰⁷ *Kaufmann*, MMR 2023, S. 739 (742).

²⁰⁸ *Kaufmann*, MMR 2023, S. 739 (742).

kann, keiner weiteren vertraglichen Regelungen.²⁰⁹ Einem rein spielinternen Vorgang könne grundsätzlich kein rechtsgeschäftlicher Charakter beigemessen werden.²¹⁰

2. Doppelnatur von In-Game-Währungen

Der Europäische Verbraucherverband BEUC vertritt die Auffassung, dass kostenpflichtige In-Game-Währungen bei deren Erwerb als digitaler Inhalt und bei deren Verbrauch als digitales Zahlungsmittel beziehungsweise „digitale Darstellung eines Wertes“ einzuordnen sind.²¹¹

Der BEUC begründet dies mit der DI-RL: Danach sollen Verbraucher unabhängig davon, ob sie mit herkömmlichem oder virtuellem Geld bezahlen, von denselben Verbraucherrechten profitieren.²¹² Hierzu stützt sich BEUC auf Erwägungsgrund 23 der DI-RL: Es dürfe keinen Unterschied machen, ob Verbraucher ihren Einkauf mit echtem oder virtuellem Geld machen.²¹³

In-Game-Käufe gegen eine kostenpflichtige In-Game-Währung müssten von der gesamten Bandbreite des EU-Verbraucherrechts profitieren.²¹⁴ Es würde eine Ungleichbehandlung von Verbrauchern drohen, wenn die anwendbaren Vorschriften vom gewählten Zahlungsmittel abhängig seien.²¹⁵ Daher soll das Verbraucherrecht so konsequent angewandt werden, wie es auch in anderen Branchen bei alternativen Zahlungsmitteln üblich ist. Der BEUC nennt als Beispiel Flugbeförderungsverträge, bei denen Verbraucher mit Flugmeilen zahlen können, oder Tokens, die als Zahlungsmittel auf Festivals genutzt werden können.²¹⁶ Auch hier würden das europäische Verbraucherrecht und sektorspezifische Vorgaben Anwendung finden. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die vom BEUC in der Fußnote angeführte Fluggastrechteverordnung²¹⁷ gar

²⁰⁹ Kaufmann, MMR 2023, S. 739 (743).

²¹⁰ Sestner/Kastner, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 18 Rn. 16; Kaufmann, MMR 2023, S. 739 (743).

²¹¹ BEUC, Game Over, S. 10.

²¹² BEUC, Game Over, S. 10.

²¹³ BEUC, Game Over, S. 10.

²¹⁴ BEUC, Game Over, S. 10.

²¹⁵ BEUC, Game Over, S. 11.

²¹⁶ BEUC, Game Over, S. 10.

²¹⁷ Verordnung (EG) Nr. 261/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Februar 2004 über eine gemeinsame Regelung für Ausgleichs und Unterstützungsleistungen für Fluggäste im Fall der Nichtbeförderung und bei Annullierung oder großer Verspätung von Flügen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 295/91.

nicht darauf abstellt, ob ein Fluggast einen Preis für seinen Flug gezahlt hat oder nicht. Zudem besteht ein möglicher Unterschied zu Festivaltokens darin, dass Nutzer hiermit Gegenstände mit einem realen Wert wie etwa Essen oder Getränke erwerben können.

3. Zahlungsmittel

Das CPC-Netzwerk ist der Ansicht, dass käufliche In-Game-Währungen als „digitale Darstellung eines Wertes“ im Sinne der DI-RL gelten, sofern sie ausschließlich dem Erwerb digitaler Inhalte oder Dienstleistungen in Videospiele dienen oder neben dem Zweck als Zahlungsmittel nur einen untergeordneten weiteren Zweck erfüllen.²¹⁸ Diese Käufe seien so zu behandeln, als wäre die Bezahlung mit Echtgeld erfolgt.²¹⁹ Hiervon gibt es, so Fußnote 2, in den Schlüsselprinzipien zwei Ausnahmen:

Erstens sind Kryptowährungen oder ähnliche digitale Währungen, die eine alternative Form der Zahlung unter Verwendung von Verschlüsselungsalgorithmen darstellen, ebenso wie virtuelle Währungen im Sinne der Richtlinie (EU) 2018/843 zur Verhinderung der Nutzung des Finanzsystems zum Zwecke der Geldwäsche und der Terrorismusfinanzierung ausgenommen.²²⁰ Zweitens sollen In-Game-Währungen, die ausschließlich erspielt und nicht käuflich erworben werden können, nicht unter die Schlüsselprinzipien fallen.²²¹

Anders als der BEUC geht das CPC-Netzwerk davon aus, dass es sich bei In-Game-Währungen um keinen digitalen Inhalt, sondern um ein digitales Zahlungsmittel handelt.²²² Die Auffassung steht mithin im Widerspruch zur bisherigen Rechtsprechung der deutschen Gerichte. Ein frühzeitiges Erlöschen des Widerrufsrechts ist unter dieser Annahme weder nach § 356 Abs. 4 BGB noch nach Abs. 5 BGB denkbar.

Auch *Wendland*, *Metzger* und *Staudenmeyer* sind der Auffassung, dass in einem Spiel erlangte Guthaben ein Zahlungsmittel im Sinne der DI-RL sein

²¹⁸ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 1 ff.

²¹⁹ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 1 ff.

²²⁰ *CPC*, Schlüsselprinzipien, Fn. 2.

²²¹ *CPC*, Schlüsselprinzipien, Fn. 2.

²²² *CPC*, Schlüsselprinzipien, Fn. 2.

können.²²³ Entscheidend sei, ob der Gegenleistung nach der Verkehrsauffassung oder der besonderen Vereinbarung der Parteien eine Zahlungsfunktion zukommt.²²⁴ Dies kann beispielsweise durch eine entsprechende Regelung in den AGB vereinbart sein.²²⁵

4. Zwischenfazit

Mit den Ansichten der Spieleindustrie und denen von BEUC und dem CPC-Netzwerk stehen sich drei stark konträre Positionen gegenüber. Der Wille zur Stärkung der Verbraucherrechte bei In-Game-Käufen ist klar erkennbar. Vor diesem Hintergrund ist zu prüfen, ob die vertretenen Positionen mit der geltenden Rechtslage vereinbar sind oder ob sie auf einer überdehnten Auslegung bestehender Vorschriften beruhen.

II. Eigene Bewertung

Damit der In-Game-Kauf mittels In-Game-Währung in den Anwendungsbereich der VRRG fällt, muss es sich um einen Verbrauchervertrag handeln, durch den sich der Verbraucher entweder zur Zahlung eines Preises (§ 312 Abs. 1 BGB) oder zur Bereitstellung personenbezogener Daten (§ 312 Abs. 1a BGB) verpflichtet.

Im Folgenden soll daher zunächst untersucht werden, ob dieser In-Game-Kauf als Vertrag einzuordnen ist (1.) Hierfür ist auch die Frage der rechtlichen Einordnung von In-Game-Währung als Gegenleistung maßgeblich (2.).

1. Vertragsschluss

Das Vorliegen eines Vertrags bestimmt sich nach nationalem Recht,²²⁶ in Deutschland nach den §§ 145 ff. BGB. Ein Vertrag besteht aus zwei Willenserklärungen, genauer einem Antrag (§ 145 BGB) und einer Annahmeerklärung (§ 151 S. 1 1. Hs. BGB). Beide Willenserklärungen müssen alle wesentlichen

²²³ *Wendland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61; *Metzger*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 327 Rn. 14; *Staudenmeyer*, in: Schulze/Staudenmeyer, EU Digital Law, Directive (EU) 2019/770, Art. 3 Rn. 32.

²²⁴ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312 Rn. 40; *Wendland* in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²²⁵ *Wendland* in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²²⁶ *Europäische Kommission*, Digital Fairness Fitness Check 2024, S. 159.

Vertragsbestandteile (*essentialia negotii*) enthalten und inhaltlich miteinander korrespondieren. Diese Grundsätze gelten online und offline.²²⁷ Im Rahmen der Privatautonomie sind die Parteien grundsätzlich frei darin, ob sie einen Vertrag schließen (Abschlussfreiheit) und was sie in diesem regeln (Inhaltsfreiheit).²²⁸ Ob ein Vertrag abgeschlossen wurde und was genau dessen Inhalt ist, ist durch Auslegung im Einzelfall zu ermitteln, wobei auf das Verständnis eines durchschnittlichen Beobachters abzustellen ist (§§ 133, 157 BGB).²²⁹

a. Willenserklärung des Spieleanbieters

Zunächst stellt sich die Frage, ob der Spieleanbieter eine Willenserklärung abgibt, indem er In-Game-Käufe gegen In-Game-Währung in seinem Spiel integriert. Eine Willenserklärung ist eine Willensäußerung im Rechtsverkehr, die auf die Herbeiführung einer privatrechtlichen Rechtsfolge gerichtet ist.²³⁰ Die Willenserklärung muss aus Sicht eines verständigen Adressaten den Willen des Erklärenden erkennen lassen, mit der Erklärung eine rechtliche Bindung zu bewirken.²³¹ Dieser Rechtsbindungswille wird regelmäßig angenommen, wenn die Vereinbarung gegen Vergütung erfolgt.²³² Dies lässt sich auf andersartige Gegenleistungen übertragen, da auch Daten als Gegenleistung rechtlich anerkannt sind.²³³

Insbesondere die Erlangung von Soft Currency erfolgt durch bloße spielerische Handlung. Wird das Spiel einfach gespielt, so fehlt es regelmäßig an einem zusätzlichen Vertragsschluss. Solche Vorgänge sind Bestandteil der normalen Nutzung des Spiels und vergleichbar mit dem Sammeln von Gegenständen oder dem Erreichen neuer Level.

Schwieriger ist die Einordnung beim Einsatz von Hard Currency. Hier ließe sich vertreten, dass der Spieler jedenfalls beim Einlösen erworbener Hard Currency ein ihm eingeräumtes Nutzungsrecht an der In-Game-Währung aufgibt. Im Gegenzug erhält er Zugriff auf neue Spielinhalte. Hierin könnte ein

²²⁷ *Paschke*, in: Heckmann/Paschke, jurisPK-Internetrecht, Kap. 4.2 Rn. 10.

²²⁸ *Busche*, in: Säcker u.a., MK-BGB, Vor § 145 Rn. 10.

²²⁹ BGH, Urteil vom 22.6.1956 – I ZR 198/54, NJW 1956, 1313.

²³⁰ *Wendtland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB § 133 Rn. 4.

²³¹ BGH, Urteil vom 4.8.2010 – XII ZR 118/08, NJW 2010, 3087.

²³² *Bachmann*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 241 BGB Rn. 240.

²³³ *Denga*, GRUR 2022, S. 1113 (1114).

Austauschverhältnis liegen.²³⁴ Ob der Spieleanbieter einen zusätzlichen Vertrag abschließen will, ist fraglich. Er erhält keine zusätzliche Gegenleistung mehr. Die In-Game-Währung des Spielers wird nur in einen anderen Spielinhalt umgewandelt. Sie hätte für den Spieleanbieter auch keinen Wert, da sie ihm nicht im Wege eines Handels gutgeschrieben wird. Er partizipiert nicht am Spiel selbst und könnte die In-Game-Währung ohnehin beliebig vervielfältigen oder löschen. Die Einordnung der In-Game-Währung ist damit ein zentrales Kriterium für die Frage nach dem Vorliegen eines zusätzlichen Vertrags.

Schließlich könnten auf einen Rechtsbindungswillen noch im Spiel verwendete Termini wie etwa „Kaufen“ oder „Kauf durchführen“ hindeuten. Allerdings unterliegen die Verträge keinem Formzwang.²³⁵ Die Gestaltung der Nutzeroberfläche kann daher allenfalls als Indiz herangezogen werden. Das zentrale Kriterium ist die Frage nach der Gegenleistung.

b. Willenserklärung des Spielers

Auch auf Seiten des Spielers stellt sich die Frage, ob das Einlösen von In-Game-Währung als Willenserklärung zu qualifizieren ist. Aus seiner Sicht kann das Entrichten der In-Game-Währung eher als Vergütung verstanden werden, da diese von seinem Guthaben im Spiel abgezogen wird und er sie somit faktisch verliert. Dies könnte einer Leistung im wirtschaftlichen Sinne gleichkommen. Fraglich ist, wie es sich auswirkt, dass der Austausch nur in der virtuellen Spielumgebung passiert. Ein realer Vermögensabfluss findet gerade nicht statt, was gegen einen vergütungstypischen Austausch spricht. Nur wenn die In-Game-Währung als eine Art vorausbezahltes Nutzungsguthaben oder Gutschein eingeordnet wird, könnte man einen Vergütungscharakter annehmen.

c. Zwischenfazit

Ob durch das Einlösen von In-Game-Währung ein gesonderter Vertrag zwischen Spieler und Spieleanbieter zustande kommt, lässt sich nicht abstrakt, sondern nur anhand der konkreten Ausgestaltung beurteilen. Je stärker der Vorgang an einen entgeltlichen Erwerbsvorgang erinnert, desto näher liegt eine Einordnung als rechtsverbindlicher Vertrag. Dabei ist insbesondere zu prüfen,

²³⁴ Kaufmann, MMR 2023, S. 739 (743).

²³⁵ Wendtland, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 125 Rn. 1.

ob ein wirtschaftlich bewertbarer Leistungsaustausch vorliegt und ob sich die Parteien rechtlich binden wollen.

Wird eine Hard Currency verwendet, die zuvor mit Echtgeld erworben wurde, lässt sich vertreten, dass der Spieler beim Bezahlen mit dieser eine rechtsverbindliche Willenserklärung abgeben möchte. Dies hängt davon ab, wie die In-Game-Währung rechtlich zu behandeln ist. Bei einer rein spielinternen Soft Currency hingegen fehlt es an einem Austauschverhältnis.

2. Rechtliche Einordnung von In-Game-Währung

Ob dem Einsatz von In-Game-Währung ein Vergütungscharakter zukommt, hängt entscheidend davon ab, wie diese Währung rechtlich zu qualifizieren ist. Denn erst wenn der Einsatz als wirtschaftlich bewertbare Gegenleistung verstanden werden kann, liegt auch ein entgeltlicher Leistungsaustausch im Sinne eines Vertragsverhältnisses nahe. Die rechtliche Einordnung der In-Game-Währung beeinflusst damit maßgeblich die Frage, ob durch deren Einsatz ein neuer Vertrag zustande kommt. Zugleich finden die Vorgaben des Fernabsatzrechts, allen voran die §§ 312 ff. BGB nur auf solche Verträge Anwendung, in denen der Verbraucher sich zur Zahlung eines Preises oder zur Bereitstellung personenbezogener Daten verpflichtet.

a. Zahlung eines Preises

Im Folgenden soll untersucht werden, ob der Spieler beim Einsatz einer In-Game-Währung einen „Preis“ im Sinne von § 312 Abs. 1 BGB bezahlt. Typischerweise versteht man darunter die Zahlung von Geld.²³⁶ Allerdings hat sich der Gesetzgeber bewusst gegen die Verwendung des Begriffs „Geld“ in § 312 Abs. 1 BGB entschieden.²³⁷ Daraus ergibt sich die Frage, ob unter den Begriff „Preis“ auch In-Game-Währungen fallen können.

In den §§ 327 ff. BGB fällt die Zahlung mittels einer digitalen Wertdarstellung explizit unter den Begriff der Zahlung eines Preises (§ 327 Abs. 1 S. 2 BGB). Im Anwendungsbereich der VRRL, insbesondere in den §§ 312 ff. BGB wird der Begriff der „digitalen Darstellung eines Wertes“ hingegen nicht verwendet. Er

²³⁶ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312 Rn. 39; *Martens*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 312 Rn. 9b.

²³⁷ *Martens*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 312 Rn. 9b.

gilt jedoch auch für § 312 Abs. 1 BGB.²³⁸ Ausweislich Erwägungsgrund 32 der Omnibus-Richtlinie war es das Ziel des Gesetzgebers, einen einheitlichen Anwendungsbereich von VRRL und DI-RL sicherzustellen.²³⁹ Daher ist § 312 Abs. 1 BGB richtlinienkonform dahingehend auszulegen, dass auch die digitale Darstellung eines Wertes als Preis zu verstehen ist.²⁴⁰

α. Begriffsbestimmung

Die digitale Darstellung eines Wertes (§ 327 Abs. 1 S. 2 BGB) wird im BGB nicht weiter konkretisiert. Auch in der DI-RL fehlt eine Legaldefinition. Näheres zu dem Begriff lässt sich Erwägungsgrund 23 DI-RL entnehmen:

Verbraucher verwenden digitale Darstellungen eines Werts wie elektronische Gutscheine oder E-Coupons, um für verschiedene Waren oder Dienstleistungen im digitalen Binnenmarkt zu bezahlen. Solche digitalen Darstellungen eines Werts gewinnen im Zusammenhang mit der Bereitstellung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen immer mehr an Bedeutung und sollten daher als Zahlungsweise im Sinne dieser Richtlinie betrachtet werden. Zu diesen digitalen Darstellungen eines Werts sollten auch virtuelle Währungen gezählt werden, soweit sie nach nationalem Recht anerkannt sind. Eine Differenzierung nach Zahlungsweisen könnte zu Diskriminierung führen und Unternehmen einen ungerechtfertigten Anreiz bieten, digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen vermehrt im Austausch gegen digitale Darstellungen eines Werts anzubieten. Da digitale Darstellungen eines Werts jedoch einzig und allein den Zweck haben, als Zahlungsmethode zu dienen, sollten sie selbst nicht als digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen im Sinne dieser Richtlinie angesehen werden.²⁴¹

Dem gesetzgeberischen Willen nach sollen somit elektronische Gutscheine und E-Coupons sowie bestimmte virtuelle Währungen einer Echtgeldzahlung gleichgestellt sein. Erfasst sind somit auch Rabatt- und Treuepunkte, Kryptowährungen sowie Wertgutscheine.²⁴²

²³⁸ *Martens*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 312 Rn. 9b.

²³⁹ Erwägungsgrund 32 Richtlinie (EU) 2019/2161.

²⁴⁰ BT-Drs. 19/27653, S. 35.

²⁴¹ Erwägungsgrund 23 DI-RL.

²⁴² *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312 Rn. 40; *Martens*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB § 312 Rn. 9b.

Es ist somit Folgendes zu untersuchen: Stellen In-Game-Währungen eine virtuelle Währung dar, oder sind sie mit elektronischen Gutscheinen oder E-Coupons vergleichbar? Für die Beantwortung der letzteren Frage kommt es darauf an, ob die Vertragsparteien eine Zahlungsfunktion vereinbart haben²⁴³ oder ob dies der gängigen Verkehrserwartung entspricht.²⁴⁴

β. Virtuelle Währungen

Zunächst soll untersucht werden, ob In-Game-Währungen „virtuelle Währungen“ im Sinne von Erwägungsgrund 23 DI-RL sind.

Dabei fällt zunächst das Kriterium „soweit sie nach nationalem Recht anerkannt sind“ auf. Laut *Metzger* und *Wendland* erfordert das Kriterium keine Anerkennung als gesetzliches Zahlungsmittel gemäß § 14 Abs. 1 S. 2 Bundesgesetz über die Deutsche Bundesbank (BBankG), da die Regelung sonst faktisch leerliefe.²⁴⁵ Selbst weit verbreitete virtuelle Währungen wie „Bitcoin“ oder „Ether“ sind in keinem EU-Mitgliedsstaat als gesetzliches Zahlungsmittel anerkannt.²⁴⁶ Die Formulierung sei daher so zu verstehen, dass die Mitgliedstaaten Zahlungen mit virtuellen Währungen vom Anwendungsbereich der nationalen Umsetzungsvorschriften ausnehmen könnten.²⁴⁷

Dem lässt sich jedoch der Wortlaut von Erwägungsgrund 23 entgegenhalten. Dieser gibt zu erkennen, dass ein aktiver gesetzgeberischer Akt der Anerkennung erforderlich ist. Der deutsche Gesetzgeber hat virtuelle Währungen im Umsetzungsgesetz jedoch nicht ausdrücklich erwähnt.²⁴⁸ In-Game-Währungen unterscheiden sich aber auch darüber hinaus von den Währungen, die der Gesetzgeber sonst finanzrechtlich reguliert.

In-Game-Währungen sind regelmäßig keine Kryptowerte. Zu Kryptowerten enthält unter anderem die Verordnung über Märkte für Kryptowerte (MiCAR)²⁴⁹

²⁴³ *Wendehorst*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 312 Rn. 40; *Wendland* in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²⁴⁴ *Wendland* in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²⁴⁵ *Metzger*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 327 Rn. 14; *Wendland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²⁴⁶ *Metzger*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 327 Rn. 14; *Wendland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²⁴⁷ *Metzger*, in: Säcker u.a., MK-BGB, § 327 Rn. 14; *Wendland*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB, § 327 Rn. 61.

²⁴⁸ BT-Drs. 19/27653, S. 38.

²⁴⁹ Verordnung (EU) 2023/1114 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 31. Mai 2023 über Märkte für Kryptowerte und zur Änderung der Verordnungen (EU)

Regelungen. Nach Art. 3 Abs. 1 Nr. 5 MiCAR sind Kryptowerte als „digitale Darstellungen eines Werts oder eines Rechts, der bzw. das unter Verwendung der Distributed-Ledger-Technologie oder einer ähnlichen Technologie elektronisch übertragen oder gespeichert werden kann“ definiert. Wird eine zentrale Datenbank des Anbieters genutzt, fehlt es jedoch an der dezentralen Speicherung oder Übertragbarkeit.²⁵⁰ Da In-Game-Währungen in der Regel ausschließlich in der Datenbank des Spieleanbieters gespeichert werden, zählen sie nicht zu den Kryptowerten.

Schließlich sind In-Game-Währungen auch keine virtuellen Währungen im Sinne der 5. EU-Geldwäscherichtlinie.²⁵¹ Virtuelle Währungen müssen danach von natürlichen oder juristischen Personen als Tauschmittel akzeptiert und auf elektronischem Wege übertragen, gespeichert und gehandelt werden können. Die meisten In-Game-Währungen können nicht auf elektronischem Weg übertragen oder gehandelt werden. Sie sind an das Spiel des Anbieters gebunden und können nur gegenüber diesem eingesetzt werden.

Es ist daher unwahrscheinlich, dass der Gesetzgeber In-Game-Währungen als virtuelle Währungen im Sinne von Erwägungsgrund 23 DI-RL verstehen wollte.

y. Vereinbarung einer Zahlungsfunktion

Sodann stellt sich die Frage, ob In-Game-Währungen mit Wertgutscheinen vergleichbar sind. Dies kann angenommen werden, wenn verabredet wurde, dass die In-Game-Währung eine Zahlungsfunktion haben soll. Hierfür können die Regelungen des Spielnutzungsvertrags herangezogen werden.

In den Nutzungsbedingungen von „Riot Games“ findet sich beispielsweise Folgendes:

Virtuelle Inhalte. Wenn du klickst, um virtuelle Inhalte zu kaufen oder zu verdienen oder diese geschenkt bekommst, erhältst du nur eine Lizenz für den Zugriff auf virtuelle Inhalte. Du hast kein Eigentum an den von dir freigeschalteten virtuellen Inhalten und darfst diese nicht an eine andere

Nr. 1093/2010 und (EU) Nr. 1095/2010 sowie der Richtlinien 2013/36/EU und (EU) 2019/1937.

²⁵⁰ *Lehmann/Völkel*, in: Kalss/Krönke/Völkel, Crypto-Assets, Rn. 17 zu Art. 3 MiCAR.

²⁵¹ Richtlinie (EU) 2018/843 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Mai 2018 zur Änderung der Richtlinie (EU) 2015/849 zur Verhinderung der Nutzung des Finanzsystems zum Zwecke der Geldwäsche und der Terrorismusfinanzierung und zur Änderung der Richtlinien 2009/138/EG und 2013/36/EU.

Person übertragen. Virtuelle Inhalte haben keinen monetären Wert, sind im Allgemeinen spielspezifisch und du kannst virtuelle Inhalte nicht gegen irgendeine Art von „echtem“ Geld eintauschen.²⁵²

Danach erhalten die Spieler eine Lizenz in Form eines nicht übertragbaren Nutzungsrechts an dem jeweiligen Spielinhalt. Dieser soll keinen monetären Wert haben, ausschließlich im konkreten Spiel nutzbar und nicht gegen Echtgeld eintauschbar sein.

Die aktuelle EULA von „Epic Games“ für „Fortnite“ in Deutschland sieht unter Ziffer 4 Folgendes vor:

Weder die Spielwährung noch der Inhalt können gegen Geld oder einen monetären Wert von Epic oder einer anderen Person eingetauscht werden, es sei denn, dass dies durch geltendes Recht vorgeschrieben ist. Spielwährung und Inhalt haben keinen Gegenwert in realer Währung und dienen nicht als Ersatz für reale Währung. Weder Epic noch eine andere natürliche oder juristische Person ist verpflichtet, Spielwährung oder Inhalte in Wertgegenstände, wie unter anderem reale Währung, umzutauschen.²⁵³

Als weiteres Beispiel soll Abschnitt 2 (E) der Nutzungsbedingungen von „Zenimax“ dienen:

Ungeachtet der Art, wie Sie virtuelle Währung erhalten, und nur vorbehaltlich der gesetzlichen Verpflichtungen (gemäß der Beschreibung in Abschnitt 1), hat virtuelle Währung keinen Wert in echter Währung und ist nicht für echte Währung, Waren oder Dienste auf andere Personen übertragbar, zurückgebbar, tauschbar oder erstattbar. Durch den Erwerb virtueller Währung bestätigen Sie und erklären sich damit einverstanden, dass alle virtuellen Währungen eine limitierte, nicht ausschließliche, nicht übertragbare Lizenz für Ihren persönlichen, privaten, nicht kommerziellen Gebrauch von Diensten darstellen, die sich nach diesen Nutzungsbedingungen richten. Da es sich um eine Lizenz handelt, haben Sie keinerlei Inhaberrechte, Rechtstitel oder andere Ansprüche. Der Saldo einer virtuellen Währung, der auf Ihrem Konto oder in Ihrer

²⁵² Riot Games, Nutzungsbedingungen.

²⁵³ Fortnite, EULA.

Mitgliedschaft angezeigt wird, ist kein echter Währungssaldo und stellt keinen Geldwert dar.²⁵⁴

In Spielnutzungsverträgen fehlt es somit häufig an einer Vereinbarung, dass die In-Game-Währung, ganz gleich ob Hard Currency oder Soft Currency, eine Zahlungsfunktion haben soll. Beim Erwerb von In-Game-Währung erhalten Spieler nur ein urheberrechtliches Nutzungsrecht an dieser. Außerhalb der virtuellen Spielumgebung wird diesem kein realer Wert beigemessen.

Dies ist in anderen Geschäftsfeldern anders: So hat beispielsweise beim PAYBACK-Treuepunkte-Programm laut Ziffer 2.2 der Teilnahmebedingungen jeder PAYBACK-Punkt einen Gegenwert von 1 Cent.²⁵⁵ Der Anbieter von Erlebnisgeschenken „Jochen Schweizer“ unterscheidet zwischen Erlebnisgutscheinen und Wertgutscheinen.²⁵⁶ Zwar schließt auch „Jochen Schweizer“ eine Auszahlung in Echtgeld aus, doch wird der monetäre Wert des Gutscheins als solcher nicht in Frage gestellt.

δ. Verkehrserwartung einer Zahlungsfunktion

Somit stellt sich die Frage, ob der Verkehr der In-Game-Währung eine Zahlungsfunktion beimisst. Einigkeit besteht, dass erspielte Soft Currency keine Zahlungsfunktion innehat (vgl. Abschnitt E. I.). Bei Hard Currency gibt es Argumente für und gegen eine Zahlungsfunktion.

Für die Annahme einer Zahlungsfunktion spricht, dass sie im Spiel zur Bezahlung von virtuellen Inhalten genutzt werden kann: Der Spieler verfügt über ein Guthabenkonto, von dem die Hard Currency bei Nutzung abgezogen wird. Damit stellt sich der In-Game-Kauf dar wie ein Online-Kauf mittels Guthabenkarte.

Dagegen spricht, dass das Ausgeben von In-Game-Währung ausschließlich eine im Spiel relevante Aktion – und zwar das Konvertieren der In-Game-Währung in den gewünschten Inhalt – auslöst. Außerhalb der virtuellen Spielumgebung hat dies keine Auswirkungen. Hierin liegt ein wesentlicher Unterschied zu den in Erwägungsgrund 23 der DI-RL genannten Beispielen: In-Game-Währung kann nicht genutzt werden, um für verschiedene Waren oder Dienstleistungen

²⁵⁴ *ZeniMax*, Nutzungsbedingungen.

²⁵⁵ *PAYBACK*, Teilnahmebedingungen.

²⁵⁶ *Jochen Schweizer*, Allgemeine Geschäftsbedingungen.

im digitalen Binnenmarkt zu bezahlen. Sie sind meist an ein bestimmtes Spiel gebunden, ausschließlich dort verwendbar und nicht frei handelbar.

Außerhalb der virtuellen Spielumgebung stellt das Einlösen der In-Game-Währung auch keine wirtschaftlich relevante Handlung dar. Der Spieler erleidet nur zu dem Zeitpunkt einen Vermögensverlust, in dem er die In-Game-Währung mit Echtgeld erwirbt. Umgekehrt erzielt der Spielebetreiber keinen zusätzlichen Vermögenszuwachs, wenn ein Spieler mit In-Game-Währung bezahlt.

Diese Erwägung steht im Einklang mit der Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs zur „Vermietung“ virtuellen Landes gegen eine Spielwährung in einer Online-3D-Weltsimulation. Der BFH sah in der Vermietung im Jahr 2021 keine steuerbare Leistung, da die Spielwährung keine wirtschaftlich relevante Gegenleistung darstellt.²⁵⁷ Erst wenn diese zurück in ein gesetzliches Zahlungsmittel getauscht wird, fällt die Umsatzsteuer an.²⁵⁸ Bei dem Einlösen einer Guthabekarte für Waren in einem Online-Shop fällt dagegen Mehrwertsteuer an.

Zudem dienen In-Game-Währungen nicht – wie in Erwägungsgrund 23 beschrieben – nur der Bezahlung, sondern sind häufig auch spielinterne Ressourcen mit eigenständigem Nutzen: Das Berufungsgericht Amsterdam hat in einem Urteil aus dem Jahr 2023 festgestellt, dass virtuelle Goldmünzen in einem Online-Spiel neben der Bezahlungsfunktion einen weiteren Zweck haben, nämlich den Spielspaß zu erhöhen.²⁵⁹ Die Goldmünzen seien der Fantasie der Macher entsprungen und können beim Spieleanbieter nicht gegen Geld umgetauscht werden.²⁶⁰ Sie seien vergleichbar mit Monopoly-Geld und Spielgeld in vielen anderen Computerspielen.²⁶¹ Das Berufungsgericht Arnhem-Leeuwarden stellte 2024 ergänzend zu dem Spiel „RuneScape“ fest: „Die Coins bleiben Teil des Spiels, das in einer Fantasiewelt mit einer fiktiven Wirtschaft stattfindet.“²⁶²

²⁵⁷ BFH, Urteil vom 18.11.2021 – V R 38/19, MMR 2022, 659.

²⁵⁸ BFH, Urteil vom 18.11.2021 – V R 38/19, MMR 2022, 659.

²⁵⁹ Berufungsgericht Amsterdam, Urteil vom 30.5.2023 – 21/00312 bis 21/00318, ECLI:NL:GHAMS:2023:1499.

²⁶⁰ Berufungsgericht Amsterdam, Urteil vom 30.5.2023 – 21/00312 bis 21/00318, ECLI:NL:GHAMS:2023:1499.

²⁶¹ Berufungsgericht Amsterdam, Urteil vom 30.5.2023 – 21/00312 bis 21/00318, ECLI:NL:GHAMS:2023:1499.

²⁶² Berufungsgericht Arnhem-Leeuwarden, Urteil vom 26.3.2024 – 22/1782, ECLI:NL:GHARL:2024:2166.

Auch das Landesgericht Wien hat den Einsatz von „Fifa Points“ als bestimmungsgemäße Verwendung bereits erworbener Inhalte eingeordnet.²⁶³

ε. Stellungnahme

Insgesamt überzeugt die Annahme einer Verkehrserwartung einer Zahlungsfunktion bei In-Game-Währungen nicht. Zwar kann Hard Currency im Spiel genutzt werden, um virtuelle Inhalte zu erwerben, doch ist diese Funktion auf die virtuelle Welt begrenzt. Zudem fehlt es regelmäßig an einer wirtschaftlich relevanten Vermögensverschiebung. Anders als bei herkömmlichen Treueprogrammen oder Wertgutscheinen fehlt es damit an einem tatsächlichen Geldwert, der die Funktion einer Zahlung im Rechtsverkehr rechtfertigen könnte. Auch die zitierten Urteile aus Amsterdam, Arnhem-Leeuwarden und Wien betonen die Einbettung der virtuellen Währungen in die Spielwelt als Teil des Spielerlebnisses und nicht als eigenständiges Zahlungsmittel. Der Ansatz, sämtliche In-Game-Käufe mittels einer In-Game-Währung in den Anwendungsbereich der VRRL zu ziehen, mag auf den ersten Blick verbraucherfreundlich erscheinen. Nach hier vertretener Auffassung ist er jedoch nicht von dem Anwendungsbereich der geltenden Gesetze gedeckt. Er steht zudem im Widerspruch zu ergangener Rechtsprechung.

Überzeugender ist es, In-Game-Währung aufgrund ihrer technischen Eigenschaften und Funktionsweise und entsprechend der bisherigen deutschen Rechtsprechung zum Ausschluss des Widerrufsrechts als digitalen Inhalt einzuordnen. Der Spieler ist im Zeitpunkt der vermögensrelevanten Transaktion auf der ersten Ebene mittels Echtgeld durch die Vorschriften des Fernabsatzrechts geschützt.

b. Personenbezogene Daten als Gegenleistung

In-Game-Währung ist zudem kein personenbezogenes Datum, das der Spieler als Gegenleistung nach § 312 Abs. 1a BGB bereitstellt. Es handelt sich dabei vielmehr um eine rein spielinterne Ressource, die dem Nutzerkonto zugeordnet wird, ohne Rückschluss auf die Identität des Spielers zuzulassen.

²⁶³ LG Wien, Urteil vom 26.3.2025 – 10 Cg 93/23d – 31 (n.v.).

3. Zwischenfazit

Der Einsatz von In-Game-Währung stellt einen Grenzfall dar, da es sowohl Argumente für eine Einordnung als Gegenleistung im Sinne des § 312 Abs. 1 BGB als auch Argumente dagegen gibt. Die rechtliche Einordnung der In-Game-Währung ist maßgeblich dafür, ob deren Einsatz als vergütungspflichtige Leistung im Sinne des Vertragsrechts anzusehen ist. Erst wenn der Einsatz als wirtschaftlich relevante Gegenleistung verstanden wird, kann von einem entgeltlichen Leistungsaustausch im Sinne von § 312 Abs. 1 BGB gesprochen werden.

In-Game-Währungen können typischerweise nur innerhalb des Spiels verwendet werden, ohne dass eine reale wirtschaftliche Vermögensverschiebung stattfindet. Die Spielwährung dient somit vor allem der Erweiterung des Spielerlebnisses und ist funktional mit dem Erwerb zusätzlicher Level oder anderer Zusatzinhalte vergleichbar. Damit spricht vieles dafür, In-Game-Währungen nicht als digitale Darstellung eines Wertes, sondern als digitalen Inhalt einzuordnen. Somit unterliegt der In-Game-Kauf durch Einsatz von In-Game-Währung nicht (nochmals) den verbraucher-schützenden Vorgaben der §§ 312 ff. BGB.

III. Hypothetische Betrachtung

Wenn man entgegen der hier vertretenen Auffassung davon ausgehen wollte, dass In-Game-Währung eine digitale Darstellung eines Wertes ist, ergäben sich daraus einige weitreichende Konsequenzen. Im Folgenden sollen zwei besonders hervorzuhebende Aspekte näher betrachtet werden.

1. Pflicht zur Angabe eines Preises

Im Falle eines zusätzlichen Fernabsatzvertrags müssten alle vorvertraglichen Informationspflichten erneut erfüllt werden. Sowohl BEUC als auch das CPC-Netzwerk leiten daraus ab, dass der zu entrichtende Preis sowohl in In-Game-Währung als auch in Euro angegeben werden müsse, da dies eine wesentliche Eigenschaft des Zusatzinhalts sei.²⁶⁴ Der BEUC-Bericht untermauert dies mit einem CPC-Verfahren gegen „TikTok“.²⁶⁵ „TikTok“ hatte sich gegenüber der Europäischen Kommission verpflichtet, beim Versenden von Geschenken, die mit

²⁶⁴ BEUC, Game Over, S. 23; CPC, Schlüsselprinzipien, S. 4 ff.

²⁶⁵ BEUC, Game Over, S. 23.

„TikTok Coins“ erworben werden, deren realen Wert in lokaler Währung anzugeben.²⁶⁶ Das Verfahren ist jedoch nur bedingt vergleichbar, da Content Creator ihre Coins auf „TikTok“ in Diamanten umwandeln können, um sich diese als Echtgeld auszahlen zu lassen.²⁶⁷

Die Forderung erscheint widersprüchlich: Zahlt der Spieler mit der In-Game-Währung, stellt dies die Gegenleistung dar – der Spieler muss also kein weiteres Mal mit Euro zahlen. Es wirkt daher inkonsequent, die In-Game-Währung zunächst als Preis zu qualifizieren, um dann auf Rechtsfolgenebene die Angabe eines Euro-Preises zu verlangen. Eine solche Angabe suggeriert vielmehr, der Zusatzinhalt habe einen realen monetären Wert. Sollte der Spieleanbieter dennoch dieser Forderung nachkommen wollen, empfiehlt sich eine Formulierung, die diesen Anschein möglichst vermeidet.

Zudem dürften nach Auffassung des CPC-Netzwerks keine Ermäßigungen oder Boni aus Bundles bei der Berechnung des „Realwerts“ berücksichtigt werden.²⁶⁸ Auch hierfür fehlt jedoch eine gesetzliche Grundlage. Selbst wenn man unterstellt, dass ein „realer Preis“ anzugeben sei, wäre dies der Betrag, den der Spieler nach Abzug eventueller Ermäßigungen tatsächlich entrichtet hat. Hinzu kommt: Hat der Spieler die In-Game-Währung erspielt, was laut CPC eine Anwendbarkeit des Fernabsatzrechts nicht ausschließt,²⁶⁹ lägen die realen Kosten bei 0 Euro.

2. Doppeltes Widerrufsrecht

Darüber hinaus hätten Spieler mindestens zwei Widerrufsrechte: eines beim Erwerb der In-Game-Währung und ein weiteres beim Einlösen der In-Game-Währung. Geht man davon aus, dass das Widerrufsrecht beim Erwerb von In-Game-Währung ausgeschlossen werden kann, erscheint es fragwürdig, wenn beim nachgelagerten Erwerbsvorgang erneut ein Widerrufsrecht entstehen soll. Die Forderung des CPC-Netzwerks, dass das Widerrufsrecht beim Kauf von In-Game-Währung nicht ausgeschlossen werden darf,²⁷⁰ widerspricht der nationalen Rechtsprechung. Spieleanbieter, die dieser Forderung nachkommen

²⁶⁶ CPC, Schlüsselprinzipien, S. 5.

²⁶⁷ TikTok, Richtlinie für virtuelle Gegenstände.

²⁶⁸ CPC, Schlüsselprinzipien, S. 2.

²⁶⁹ CPC, Schlüsselprinzipien, S. 2.

²⁷⁰ CPC, Schlüsselprinzipien, S. 5.

möchten, müssen auf einen vom Gesetzgeber für digitale Inhalte zugeschnittenen Erlöschenstatbestand verzichten.

IV. Konsequenzen für die Praxis

Nach hier vertretener Auffassung hat sich die seit Jahren vorherrschende Praxis, In-Game-Käufe gegen In-Game-Währung nicht als Fernabsatzverträge zu behandeln, auch mit Geltung der DI-RL nicht grundlegend verändert. Entsprechende Urteile auf Unionsebene existieren noch nicht, sind aber perspektivisch zu erwarten. Das CPC-Netzwerk und jüngste Aktivitäten von Verbraucherorganisationen zeigen, dass In-Game-Käufe in den kommenden Monaten weiter im Fokus stehen. Dies sorgt für Rechtsunsicherheit bei den Spielbetreibern. Hinzu kommt, dass die Schlüsselprinzipien selbst nicht angreifbar sind, da sie nicht rechtsverbindlich sind. Das heißt, im Zweifelsfall muss ein betroffener Spieleanbieter auf eine Abmahnung oder behördliche Anordnung reagieren, und das gegebenenfalls kurzfristig. Ein Spiel anzupassen ist jedoch sehr aufwendig und bedarf viel Zeit. Es ist daher auszugehen, dass jedenfalls einige Spieleanbieter den Forderungen des CPC-Netzwerks nachkommen werden, um weitere Maßnahmen abzuwenden. Wer dies nicht will oder kurzfristig umsetzen kann, sollte sich auf entsprechende außergerichtliche und gerichtliche Verfahren einrichten, denn diese scheinen aktuell unumgänglich.

Eine Überprüfung der eigenen Online-Spiele sowie des Spielnutzungsvertrags unter verbraucherrechtlichen Gesichtspunkten ist, sofern noch nicht erfolgt, dringend zu empfehlen.

F. Flankierende Verbraucherschutzgesetze

Aus der fehlenden Anwendbarkeit der VRRL auf In-Game-Käufe mittels In-Game-Währung folgt nicht, dass Spieler nur beim Kauf einer In-Game-Währung geschützt sind. Im Gegenteil gibt es weitere Gesetze, insbesondere das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und bestehende Vorschriften im Jugendschutz, die auch auf In-Game-Käufe Anwendung finden. Diese sollen nachfolgend näher betrachtet werden.

I. Wettbewerbsrecht

Aufgrund der vorgebrachten Vorwürfe, dass In-Game-Käufe Verbraucher täuschen und ihnen das Geld aus der Tasche ziehen, liegt es nahe, die Praktiken der Spieleanbieter wettbewerbsrechtlich zu beurteilen. Das UWG, das unter anderem Vorgaben der UGP-RL umsetzt, verfolgt das Ziel, ein hohes Verbraucherschutzniveau sicherzustellen.²⁷¹ Es zielt auf unlautere geschäftliche Handlungen ab (§ 1 Abs. 1 S. 1 UWG). Unter einer geschäftlichen Handlung versteht das Gesetz gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen unmittelbar und objektiv zusammenhängt. Das Anbieten eines Online-Spiels sowie von In-Game-Käufen sind geschäftliche Handlungen im Sinne des UWG.²⁷² Ob dieses unlauter ist, hängt von der konkreten Gestaltung und der angesprochenen Zielgruppe ab. Nachfolgend kann daher nur der allgemeine rechtliche Rahmen betrachtet werden. Eine einzelfallbezogene Prüfung aller Geschäftspraktiken würde den Rahmen dieser Ausarbeitung sprengen.

Zunächst soll der Vorwurf der allgemeinen Unzulässigkeit von In-Game-Währung behandelt werden. Anschließend werden aktuelle Geschäftspraktiken untersucht, denen nachgesagt wird, dass sie Spieler in die Irre führen oder unter Druck setzen.

1. Unlauterkeit von In-Game-Währungen

Der zentrale Vorwurf gegenüber In-Game-Währung ist, dass diese für Kostentransparenz gegenüber Verbrauchern sorgt.²⁷³ Der BEUC sieht in In-Game-Währungen eine Irreführung durch das Vorenthalten wesentlicher Informationen.²⁷⁴ Die entsprechenden Regelungen finden sich in §§ 5a, 5b UWG. Zudem ordnet der BEUC In-Game-Währung als unlautere, wesentliche Beeinflussung der Verbraucher nach der Verbrauchergeneralklausel des § 3 Abs. 2 UWG ein. Beides bedarf einer genaueren Betrachtung. Dabei muss zwischen dem

²⁷¹ Erwägungsgrund 1 der UGP-Richtlinie.

²⁷² *Busch*, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 23.

²⁷³ *CPC*, Schlüsselprinzipien, S. 2 ff;

²⁷⁴ *BEUC*, Game Over, S. 23.

durchschnittlichen Verbraucher und besonders schutzbedürftigen Verbrauchern unterschieden werden, da für Letztere gesteigerte Rücksichtspflichten bestehen.²⁷⁵

a. Beurteilungsmaßstab

Zunächst muss klar sein, aus wessen Sicht die Unlauterkeit einer geschäftlichen Handlung zu beurteilen ist.

α. Durchschnittsverbraucher

Gemäß § 3 Abs. 4 S. 1 1. Alt. UWG ist zur Beurteilung von geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern auf den durchschnittlichen Verbraucher abzustellen. Nach der Rechtsprechung und wie in Erwägungsgrund 18 der UGP-RL dargelegt, ist der Durchschnittsverbraucher durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständig.²⁷⁶ Ihm wird daher ein gewisses Maß an Erfahrung im Umgang mit digitalen Produkten zu attestieren sein. Richtet sich eine geschäftliche Handlung gezielt an eine bestimmte Verbrauchergruppe, ist nach § 3 Abs. 4 S. 1 2. Alt. UWG auf das durchschnittliche Mitglied dieser Gruppe abzustellen. Meist fehlt es bei In-Game-Käufen jedoch an einer gezielten Ansprache. Im Folgenden wird, soweit nicht anders geäußert, das Leitbild eines Durchschnittsverbrauchers nach § 3 Abs. 4 S. 1 1. Alt. UWG zugrunde gelegt.

β. Vulnerable Verbrauchergruppen

Gegenüber vulnerablen Verbrauchergruppen kann ein strengerer Maßstab anzulegen sein. Gemäß § 3 Abs. 4 S. 2 UWG sind geschäftliche Handlungen, die voraussichtlich und für den Unternehmer vernünftigerweise vorhersehbar das wirtschaftliche Verhalten einer eindeutig identifizierbaren Gruppe von Verbrauchern wesentlich beeinflussen, aus der Perspektive eines durchschnittlichen Mitglieds dieser Gruppe zu beurteilen.²⁷⁷ Voraussetzung ist, dass diese Gruppe auf Grund von Alter, geistiger oder körperlicher Beeinträchtigung oder einer ausgeprägten Leichtgläubigkeit in besonderem Maße schutzbedürftig ist. Für Spieleanbieter sind zwei Gruppen besonders relevant: Zum einen sind dies Kinder und Jugendliche, die altersbedingt nicht über die gleiche geschäftliche

²⁷⁵ Köhler, WRP 2012, S. 22 (24).

²⁷⁶ EuGH, Urteil vom 16.7.1998 – Rs. C-210-96, NJW 1998, 3183; BGH, Urteil vom 18.10.2001 – I ZR 193/99, GRUR 2002, 550; BGH, Urteil vom 5.11.2015 – I ZR 182/14, GRUR 2016, 521.

²⁷⁷ BGH, Urteil vom 12.12.2013 – I ZR 192/12, GRUR 2014, 686.

Reife und Entscheidungsfähigkeit wie Erwachsene verfügen.²⁷⁸ Zum anderen gibt es eine signifikante Schnittmenge zwischen Spielern mit exzessivem Ausgabeverhalten und Symptomen einer Computerspielsucht.²⁷⁹ In solchen Fällen liegt eine geistige Beeinträchtigung nahe, die wie auch die Spielsucht unter § 3 Abs. 4 S. 2 UWG zu subsumieren ist.²⁸⁰

Die objektive Vorhersehbarkeit kann sich für den Spieleanbieter aus empirischen Daten²⁸¹ und Nutzerdaten wie dem angegebenen Alter, Transaktionsverläufe oder Spielzeiten ergeben. Zeigen diese Daten ein auffälliges Kaufverhalten oder hat der Anbieter Kenntnis von der Nutzung durch junge Spieler, ist eine Beeinflussung vulnerabler Verbrauchergruppen objektiv vorhersehbar. Ein differenzierter, die besonderen Schutzbedürfnisse dieser Gruppen berücksichtigender Umgang ist dann nicht nur rechtlich geboten, sondern Ausdruck seiner unternehmerischen Verantwortung. Dennoch scheint es verfehlt, eine überwiegende Nutzung von Online-Spielen durch Kinder pauschal zu unterstellen.²⁸² Die Spieler in Deutschland sind im Durchschnitt 38,2 Jahre alt.²⁸³ 78 % der Spieler sind mindestens 18 Jahre alt.²⁸⁴ Es bedarf daher stets einer Betrachtung des konkreten Online-Spiels.

b. Vorenthalten wesentlicher Informationen

Nachdem der rechtliche Beurteilungsmaßstab festgelegt wurde, ist zu prüfen, ob dem Verbraucher durch den Einsatz von In-Game-Währungen wesentliche Informationen vorenthalten werden. Wesentliche Informationen sind, soweit sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben, alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung (§ 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG) sowie deren Gesamtpreis (§ 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG). Diese Informationen entsprechen den Informationspflichten aus dem Fernabsatzrecht (vgl. Abschnitt D. I. 2.). Aufgrund der unterschiedlichen Anknüpfungspunkte ist von einem Nebeneinander der Regelungen auszugehen.²⁸⁵ Wie bereits in der hypothetischen Betrachtung dargestellt, fehlt es bei Zahlungen in In-Game-Währung an einem realen Zahlungsbetrag

²⁷⁸ Köhler, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 3 Rn. 5.22.

²⁷⁹ Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 80 ff.

²⁸⁰ Spengler, WRP 2015, S. 1187 (1190); Mankowski, in: Fezer u.a., Lauterkeitsrecht, S 12 Rn. 293d.

²⁸¹ Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 82.

²⁸² BEUC, Game Over, S. 29.

²⁸³ game, Jahresreport 2024, S. 6.

²⁸⁴ game, Jahresreport 2024, S. 6.

²⁸⁵ Köhler/Feddersen, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 5b Rn. 5.2d.

in Euro (vgl. Abschnitt E. IV. 1.). Die In-Game-Währung selbst ist die Gegenleistung. Die Angabe eines Geldwerts würde einen nichtvorhandenen real-monetären Wert suggerieren. Sofern Spieleanbieter dieser Forderung nachkommen wollen, sollten sie daher dafür Sorge tragen, dass die Angabe eines Preises in Echtgeld nicht missverständlich ist. Gegen ein Vorenthalten der realen Kosten spricht auch, dass die Shopseite, über die die In-Game-Währung bezogen werden kann, meist mit nur wenigen Klicks erreichbar ist.²⁸⁶ Das ermöglicht es den Spielern, die Umrechnung einfach selbst vorzunehmen.²⁸⁷

c. Unlautere Beeinflussung von Verbrauchern

Das Anbieten von In-Game-Währung an Verbraucher ist nach § 3 Abs. 2 UWG unlauter, wenn es nicht der unternehmerischen Sorgfalt entspricht und geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen. Es handelt sich um einen Auffangtatbestand.²⁸⁸ Die unternehmerische Sorgfalt ist in § 2 Abs. 1 Nr. 9 UWG legaldefiniert als „der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, von dem billigerweise angenommen werden kann, dass ein Unternehmer ihn in seinem Tätigkeitsbereich gegenüber Verbrauchern nach Treu und Glauben unter Berücksichtigung der anständigen Marktgepflogenheiten einhält“. Dies ist grundsätzlich anhand der berechtigten Erwartungen des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen.²⁸⁹ Die berechtigten Erwartungen lassen sich durch eine umfassende Abwägung der Interessen des Unternehmers und der angesprochenen oder erreichten Verbraucher ermitteln.²⁹⁰

Durch die Einbindung der In-Game-Währung wird die Kaufentscheidung von realem Geld auf ein abstraktes Guthabensystem verlagert. Diese Entkopplung vom Echtgeldempfinden kann Spontankäufe fördern. Allerdings kann auch durch eine Kartenzahlung eine Entkopplung vom Echtgeldempfinden eintreten.²⁹¹ Selbst Guthabensysteme existieren in vielen Branchen, etwa im Mobilfunkbereich, bei Geschenkkarten oder im öffentlichen Personennahverkehr. Es

²⁸⁶ *Bodensiek*, MMR 2022, S 722 (724).

²⁸⁷ *Bodensiek*, MMR 2022, S. 722 (724).

²⁸⁸ *Köhler*, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 3 Rn. 3.5.

²⁸⁹ EuGH, Urteil vom 7.9.2016 – C-310/15, GRUR 2016, 1180.

²⁹⁰ *Köhler*, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 3.19

²⁹¹ *Kujovic*, Die Psychologie von Bargeld.

müssen daher weitere Umstände hinzutreten, die die Preistransparenz für Verbraucher erschweren.

Solche Umstände könnten sein, dass der tatsächlich zu entrichtende Geldbetrag für einen Zusatzinhalt stets erst bestimmt wird, wobei es keinen klaren oder einheitlichen Umrechnungskurs gibt. Bundles, Rabatte und Boni können die reale Vergleichbarkeit verkomplizieren. Dies kann gerade bei vulnerablen Verbrauchergruppen problematisch sein. Die meisten Spieler dürften sich aktuell daran orientieren, welches Bundle sie mindestens kaufen müssen, um über ausreichend In-Game-Währung zu verfügen. Es trifft zu, dass dies eine auf den Cent genaue Berechnung des Preises für den In-Game-Kauf erschwert.

Spieleanbieter verfügen gegebenenfalls über nachvollziehbare wirtschaftliche und technische Interessen an der Implementierung von In-Game-Währungen. Diese ermöglichen insbesondere die effiziente Abwicklung zahlreicher Mikrotransaktionen, ohne dass für jeden einzelnen Kauf ein externer Zahlungsdienstleister eingebunden werden muss. Darüber hinaus erlauben sie eine flexible Preisgestaltung, ohne dass grundlegende Spielfunktionen zur Erwerbbarkeit der Währung angepasst werden müssen.

Die bloße Einbindung einer In-Game-Währung führt mithin nicht zwingend zu einem Verstoß gegen § 3 Abs. 2 UWG. Die Einbindung einer In-Game-Währung bewegt sich allerdings nur so lange im Rahmen des Zulässigen, wie sie nicht übermäßig auf eine psychologische Beeinflussung abzielt. Zusätzliche Angaben zur Kostentransparenz könnten das Risiko einer Unlauterkeit zudem abschwächen. Die In-Game-Ökonomie sollte nicht durch mehrere unnötige In-Game-Währungen mit komplexen Wechselkursen verkompliziert werden.

d. Zwischenfazit

In-Game-Währungen sind wettbewerbsrechtlich nicht per se unlauter. Unlauterkeit kann jedoch im Zusammenspiel mit weiteren manipulativen Praktiken entstehen. Dies gilt insbesondere gegenüber schutzbedürftigen Gruppen.

2. Irreführende geschäftliche Handlungen

§ 5 UWG erfasst sowohl irreführende Angaben über die Kostenpflichtigkeit eines Angebots als auch über dessen wirtschaftlichen Wert. Zwei typische

Erscheinungsformen der Irreführung bei In-Game-Käufen sollen im Folgenden näher betrachtet werden.

a. Verschleierung der Kostenpflichtigkeit

Zunächst stellt sich die Frage, ob Verbraucher durch die Möglichkeit zu In-Game-Käufen über die „wahren Kosten“ der Nutzung des Spiels getäuscht werden. Nach Nr. 20 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG ist das Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen stets unzulässig, wenn für diese tatsächlich Kosten anfallen. Dies kann insbesondere bei Free-to-Play Spielen relevant sein.²⁹² Insoweit kommt es entscheidend auf das konkrete Angebot beziehungsweise das Fehlen weiterer Informationen an. Auch darüber hinaus darf der Spieleanbieter nicht über das zu zahlende Entgelt täuschen (§ 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG). Gerade im Rahmen von Free-to-Play Spielen ist vielen Spielern klar, dass sich diese in irgendeiner Form, sei es durch Werbung oder In-Game-Käufe, finanzieren müssen.²⁹³ Eine Täuschung kann jedoch vorliegen, wenn der Spielverlauf faktisch auf kostenpflichtige Inhalte angewiesen ist.²⁹⁴ Problematisch könnte ferner sein, wenn Spieler erst im Laufe des Spielfortschritts erkennen, dass sie ohne zusätzliche In-Game-Käufe nicht wettbewerbsfähig sind. Dies lässt sich wohl bejahen, wenn die In-Game-Käufe im Rahmen des Spiels eine deutlich wichtigere Rolle spielen, als dies aufgrund der Anpreisungen des Anbieters und der beim Kauf verfügbaren Informationen zu erwarten war.²⁹⁵ Auch bei größeren Spielproduktionen, für die der Spieler bereits einen Kaufpreis entrichtet hat, kann eine übermäßige In-Game-Monetarisierung überraschend sein.²⁹⁶ Richtet sich das Spiel gezielt an Kinder oder Jugendliche, gilt dies umso mehr.

b. Unklarer Mehrwert

Angebote von In-Game-Käufen dürfen zudem nicht verwirrend sein. Der vzbv monierte in seinem Praxischeck unter anderem das sogenannte „Bankenrausch Starterpaket“ im Spiel „Monopoly Go“.²⁹⁷ Dieses wurde mit „370 % MEHR!“

²⁹² Spengler, WRP 2015, S. 1187 (1191).

²⁹³ Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 29.

²⁹⁴ Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 29.

²⁹⁵ Ehinger/Schadomsky, K&R 2018, S. 145 (148); Nickel/Feuerhake/Schelinski, MMR 2018, S. 586 (590).

²⁹⁶ Ehinger/Schadomsky, K&R 218, S. 145 (148).

²⁹⁷ vzbv, Praxischeck, S. 5.

beworben, ohne dass klar war, worauf sich diese Angabe bezieht. Ähnlich problematisch wertete der vzbv das „Starterpaket“ im Spiel „Clash of Clans“, das mit „10x Wert“ beworben wurde, wobei unklar blieb, wie dieser Wert berechnet wird.²⁹⁸ Unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über das Vorhandensein eines Preisvorteils können eine irreführende geschäftliche Handlung gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG darstellen. Beim Werben mit einem Preisvorteil muss die Bezugnahme auf den Vergleichspreis klar und bestimmt sein.²⁹⁹ Die Werbung darf nicht mehrdeutig sein.³⁰⁰ Dies lässt sich auf die vom vzbv monierten umgekehrten Fälle des Bewerbens eines Mehrwerts übertragen. Der Unterschied besteht lediglich darin, dass der Spieler kein Geld gegenüber einem anderen Angebot spart, sondern vermeintlich mehr gegenüber einem anderen Angebot bekommt. Der Mehrwert muss daher für Spieler nachvollziehbar, gegebenenfalls aufgeschlüsselt und selbstverständlich wahr sein.

3. Aggressive geschäftliche Handlungen

Neben irreführenden Handlungen können In-Game-Käufe auch unter dem Aspekt aggressiver geschäftlicher Handlungen rechtlich problematisch sein. § 4a UWG schützt Verbraucher vor aggressiven geschäftlichen Handlungen, die ihre Entscheidungsfreiheit beeinträchtigen. Die Vorschrift adressiert insbesondere solche Maßnahmen, bei denen Unternehmen psychologischen Druck ausüben oder gezielt die Unerfahrenheit bestimmter Zielgruppen ausnutzen. Im Folgenden sollen drei relevante Erscheinungsformen näher betrachtet werden, die wiederholt beanstandet wurden.

a. Kaufaufforderungen an Kinder

Eine besondere Form der aggressiven geschäftlichen Handlung, die nach der schwarzen Liste des UWG stets verboten ist, ist die „in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben [...] oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen“ (§ 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Anhang zu § 3 UWG Nr. 28). Der vzbv sieht in der Verwendung des Imperativs „Zugreifen!“ in Verknüpfung mit einem Kaufangebot

²⁹⁸ vzbv, Praxischeck, S. 5.

²⁹⁹ BGH, Urteil vom 17.3.2011 – I ZR 81/09, GRUR 2011, 1151.

³⁰⁰ *Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 5 Rn. 3.92.

eine unmittelbare Kaufaufforderung.³⁰¹ Und in der Tat ist die Rechtsprechung bei Kaufaufforderungen an Kinder tendenziell streng.³⁰² In der Entscheidung des Falles zu „Runes of Magic“ sah der BGH in der durchgängigen Verwendung der direkten Ansprache in der zweiten Person Singular und kindertypischer Begrifflichkeiten eine Werbung, die sich in erster Linie an Kinder richtete.³⁰³

Die werbende Äußerung muss einen Produktbezug haben. Eine bloß indirekte oder mittelbare Aufforderung in der Weise, dass Kinder erst aus sonstigen Umständen darauf schließen sollen, ein Produkt zu kaufen, reicht nicht aus.³⁰⁴ In der Entscheidung zu „Runes of Magic“ hat der BGH es für ausreichend erachtet, dass der In-Game-Shop über einen nachgelagerten Link geöffnet werden konnte.³⁰⁵ Ob das Unmittelbarkeitskriterium erfüllt ist, wenn Spieler zunächst eine vorgelagerte In-Game-Währung erwerben müssen, ist fraglich. Folgt man der Auffassung, dass ein In-Game-Kauf mittels In-Game-Währung stets ein eigenständiger Kaufvertrag ist, ist jedes Bewerben von Zusatzinhalten gegen In-Game-Währung eine Kaufaufforderung. Von der Verwendung des Imperativs ist bei In-Game-Käufen nach alledem nur mit Vorsicht Gebrauch zu machen.

b. Bundling

Das CPC-Netzwerk fordert, dass Spieleanbieter keine Bundles anbieten dürfen, die nicht den tatsächlichen Preisen der angebotenen Inhalte entsprechen, da dies eine aggressive geschäftliche Handlung sei.³⁰⁶ Geschäftliche Handlungen sind aggressiv, wenn sie im konkreten Fall geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers durch Belästigung, Nötigung einschließlich körperlicher Gewalt oder unzulässiger Beeinflussung erheblich zu beeinträchtigen (§ 4a Abs. 1 S. 2 UWG). Das bloße Bundling ist weder eine Belästigung noch wird ein Verbraucher hierdurch genötigt. Allenfalls eine unzulässige Beeinflussung ist denkbar. Diese liegt vor, wenn der Unternehmer eine Machtposition gegenüber dem Verbraucher zur Ausübung von Druck in einer Weise ausnutzt, die die Fähigkeit des Verbrauchers zu einer informierten Entscheidung wesentlich einschränkt (§ 4a Abs. 1 S. 3 UWG).

³⁰¹ *vzbv*, *Praxischeck*, S. 4.

³⁰² *Spengler*, *WRP* 2015, S. 1187 (1189).

³⁰³ BGH, *Versäumnisurteil vom 17.7.2013 – I ZR 34/12*, *NJW* 2014, 1014.

³⁰⁴ *Köhler*, in *Köhler /Feddersen*, *UWG*, *Anhang zu § 3 Abs. 3 Rn. 28.8 mwN.*

³⁰⁵ BGH, *Versäumnisurteil vom 17.7.2013 – I ZR 34/12*, *NJW* 2014, 1014.

³⁰⁶ *CPC*, *Schlüsselprinzipien*, S. 4.

Der Begriff der Machtposition wird im Interesse eines effektiven Verbraucherschutzes weit ausgelegt.³⁰⁷ Sie setzt voraus, dass der Unternehmer im konkreten Fall in der Lage ist, auf den Verbraucher Druck auszuüben, um ihn zu einer bestimmten geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen.³⁰⁸ Eine Machtposition kann sich beispielsweise daraus ergeben, dass Spieler, um konkurrenzfähig zu bleiben, auf In-Game-Käufe angewiesen sind.³⁰⁹ Auch bei Spielern, die bereits erheblichen Zeit- und Ressourcenaufwand in ein Spiel investiert haben, lässt sich eine psychologische Bindung beobachten, die unter dem Begriff der „Sunk Cost Fallacy“ bekannt ist.³¹⁰ Der bereits erbrachte Aufwand steigert die subjektive Rechtfertigung weiterer Ausgaben.³¹¹ Diese kognitive Verzerrung kann die Entscheidungsfreiheit einschränken und Abhängigkeiten fördern. Dies gilt umso mehr bei den schutzbedürftigen Verbrauchergruppen.³¹²

Liegt eine Machtposition vor, müsste diese zur Ausübung von Druck ausgenutzt werden. Der Handelnde müsste bei dem Verbraucher den Eindruck erwecken, ihm entstünden Nachteile, falls er die von ihm erwartete geschäftliche Entscheidung nicht trifft.³¹³ Bei Bundles könnte sich der Druck daraus ergeben, dass Spieler den gewünschten Zusatzinhalt nicht ohne die In-Game-Währung kaufen können. Diese kann aber gegebenenfalls nicht exakt in der Menge erworben werden, die für den Kauf erforderlich ist. Allerdings ist es auch bei Guthabekarten generell üblich, dass deren Käufer einen vom Anbieter bestimmten Wert kaufen können. So können Käufer von Spotify-Geschenkkarten zwischen einem, drei, sechs oder zwölf Monaten Spotify-Premium wählen. Nur bei der teuersten Geschenkkarte, spart sich der Nutzer effektiv einen Monat. Die Tatsache, dass es bei größeren Bundles mehr In-Game-Währung gibt als bei kleineren Bundles, scheint vor diesem Hintergrund nicht unlauter. Dies wird in anderen Anwendungsfällen, man denke nur an Vorteilspackungen beim Lebensmitteldiscounter, nicht in Frage gestellt und bewegt sich im Rahmen der Vertragsfreiheit.

³⁰⁷ Köhler/Lettl, WRP 2003, S. 1019 (1046); Glöckner/Henning-Bodewig, WRP 2005, S. 1311 (1333).

³⁰⁸ Köhler/Alexander, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 4a Rn. 1.57a.

³⁰⁹ Spengler, WRP 2015, S. 1187 (1190); Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 213 ff.

³¹⁰ Leiser/Caruana, EuCML 2021, S. 237 (240).

³¹¹ Busch, Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, S. 72.

³¹² Spengler, WRP 2015, S. 1187 (1190).

³¹³ Köhler/Alexander, in: Köhler/Feddersen, UWG, § 4a Rn. 1.59.

Auch das Überbleiben eines Restbetrags von In-Game-Währung sollte gegenüber einem durchschnittlich kritischen Verbraucher nicht dazu führen, dass dieser zu Nachkäufen verleitet wird. Das Bundling von In-Game-Währung ist mithin keine aggressive geschäftliche Handlung.

c. Dark Patterns

Unzulässiger Druck im Sinne von § 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG kann in der Verwendung manipulativer Techniken oder Gestaltungen liegen, die geschäftliche Entscheidungen von Verbrauchern in eine bestimmte Richtung lenken.³¹⁴ Diese Praktiken werden als „Dark Patterns“ bezeichnet.³¹⁵ Im Zusammenhang mit In-Game-Käufen können ablaufende Countdowns Druck auf Spieler ausüben.³¹⁶ Der vzbv sieht in der Möglichkeit, Wartezeiten mittels In-Game-Kauf zu verkürzen, ein „Dark Pattern“.³¹⁷ Der Anbieter konstruiere mit der Wartezeit Unannehmlichkeiten für Spieler, da der Spielfortschritt gehemmt sei.³¹⁸ Hartnäckige Pop-Ups oder Push-Benachrichtigungen können Verbraucher zu Entscheidungen verleiten, die sie sonst nicht getroffen hätten. Diese Geschäftspraktik wird als „Nagging“ (Deutsch: nerven) bezeichnet und kommt auch bei Online-Spielen zum Einsatz.³¹⁹ Weitere „Dark Patterns“ können die optische Gestaltung der Benutzeroberfläche betreffen. So sieht der vzbv das Anpreisen von Angeboten in bunten Farben, mit Scheinwerfern oder Konfetti als problematisch an.³²⁰ Auch das optische Hervorheben von Auswahlmöglichkeiten kann ein „Dark Pattern“ sein. Es gibt viele weitere. Hervorzuheben ist das Bußgeld der Federal Trade Commission gegen „Epic Games“ in Höhe von 245 Millionen Euro aufgrund von „Dark Patterns“ im Spiel „Fortnite“. Gegenstand dieses Verfahrens war unter anderem das sogenannte „Roach-Motel-Pattern“, eine Gestaltung der Benutzeroberfläche, wonach es einfach ist, sich anzumelden, aber schwer zu kündigen.³²¹

Die zunehmende Verbreitung von „Dark Patterns“ zeigt, wie wichtig eine differenzierte rechtliche Bewertung von Designentscheidungen geworden ist. Im

³¹⁴ Gertz/Martini/Seeliger/Timko, LTZ 2023, S. 3 (6); Bodensiek, MMR 2022, S 722 (723).

³¹⁵ Leiser/Caruana, EuCML 2021, S. 237; Bodensiek, MMR 2022, S. 722 (723).

³¹⁶ vzbv, Weiterführende Informationen, S. 3;

³¹⁷ Europäische Kommission, Dark Patterns S. 4.

³¹⁸ Leiser/Caruana, EuCML 2021, S. 237 (240).

³¹⁹ Europäische Kommission, Dark Patterns, S. 52.

³²⁰ vzbv, Weiterführende Informationen, S. 7.

³²¹ Europäische Kommission, Dark Patterns, S. 52.

Rahmen des geltenden Wettbewerbsrechts dürften viele der monierten Praktiken unzulässig sein. Dies gilt umso mehr bei schutzbedürftigen Verbrauchergruppen. Der kreative Gestaltungsspielraum der Spieleanbieter endet dort, wo gezielte Beeinflussung die rationale Entscheidungsfreiheit der Verbraucher untergräbt.

4. Zwischenfazit

Das Wettbewerbsrecht verfügt bereits über vielfältige Instrumente, um unlauteren Geschäftspraktiken bei In-Game-Käufen entgegenzutreten. Sowohl die Irreführungstatbestände des § 5 UWG als auch das Verbot aggressiver geschäftlicher Handlungen nach § 4a UWG lassen sich auf typische Ausprägungen der Monetarisierung digitaler Spiele anwenden. Das Wettbewerbsrecht eignet sich, um „Dark Patterns“ in Spielen anzugehen.

II. Jugendschutz

Daneben könnten In-Game-Käufe durch Vorgaben des Jugendschutzes reguliert sein. Der gesetzliche Jugendmedienschutz in Deutschland zählt zu den strengsten Rechtsordnungen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor entwicklungsbeeinträchtigenden und jugendgefährdenden Medienangeboten.³²² Auf nationaler Ebene sind insbesondere das Jugendschutzgesetz (JuSchG) sowie der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) hervorzuheben. Welche gesetzlichen Grundlagen einschlägig sind, hängt vor allem davon ab, ob die Spiele beziehungsweise Medien auf einem Trägermedium oder digital vertrieben werden.³²³ Daneben gibt es mit dem Digital Services Act (DSA)³²⁴ verhältnismäßig neue Vorgaben für Anbieter sogenannter Vermittlungsdienste, die dem Schutz von Kindern und Jugendlichen dienen.

1. Alterskennzeichnung

Von besonderer Bedeutung ist in Deutschland die sogenannte Altersfreigabe. Nur Spiele, die über ein Alterskennzeichen verfügen, dürfen auf einem

³²² Hentsch/von Petersdorff, MMR-Beil. 2020, S. 3.

³²³ Hentsch/von Petersdorff, MMR-Beil. 2020, S. 3 (4).

³²⁴ Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste).

Datenträger Minderjährigen zugänglich gemacht werden (§ 12 Abs. 1 JuSchG). Dieses Kennzeichen erhalten Spieleanbieter von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) durch Jugendschutzsachverständige im Rahmen eines Freigabeverfahrens.³²⁵ Im Rahmen dieses Freigabeverfahrens sind Risiken durch Kauffunktionen sowie durch nicht altersgerechte Kaufappelle zu berücksichtigen (§ 10b Abs. 3 S. 2 JuSchG). Seit 2023 wird auf In-Game-Käufe zudem mittels sogenannter Deskriptoren hingewiesen.³²⁶ Gegenüber rein online vertriebenen Spielen gilt der JMStV, der aktuell noch keine Pflicht zur Alterskennzeichnung vorsieht.³²⁷ Nur Spiele, die mit gekennzeichneten Trägermedien-Spielen inhaltsgleich sind, müssen auf die Alterskennzeichnung hinweisen (§ 12 Abs. 1 JMStV). Für Vertriebsplattformen von Apps und digitalen Spielen gelten wiederum strengere Anforderungen.³²⁸ Auf diesen benötigen alle Spiele eine Kennzeichnung nach Maßgabe von § 14a Abs. 1 JuSchG. Da die meisten Online-Spiele über relevante Plattformen vertrieben werden, bedarf auch der Großteil der online verfügbaren Spiele einer Alterskennzeichnung. Diese berücksichtigt mittlerweile auch Risiken durch In-Game-Käufe.

2. Werbeverbote

Zudem greifen unter dem JMStV besondere Verbote bei der Werbung. Werbung darf Kinder und Jugendliche weder seelisch noch körperlich beeinträchtigen (§ 6 Abs. 2 S. 1 JMStV). Darüber hinaus darf sie keine direkten Kaufaufrufe an Kinder oder Jugendliche erhalten (§ 6 Abs. 2 S. 2 Nr. 1 JMStV). An Kinder oder Jugendliche gerichtete Werbung darf weder deren Unerfahrenheit ausnutzen noch deren Interessen schaden (§ 6 Abs. 4 JMStV).

3. Besondere Vorgaben für Online-Plattformen

Ergänzend sieht der DSA in Art. 28 vor, dass Anbieter von Online-Plattformen, die für Minderjährige zugänglich sind, geeignete und verhältnismäßige Maßnahmen zum Schutz von Minderjährigen treffen müssen. Der Terminus „Online-Plattformen“ umfasst auch Online-Spiele, welche den Spielern die Möglichkeit bieten, Informationen wie nutzergenerierte Inhalte oder Nachrichten öffentlich

³²⁵ *Ehinger/Schadomski*, K&R 2018, S. 145 (146).

³²⁶ *Secker/von Petersdorff*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht, § 15 Rn. 21.

³²⁷ *Lober/Jäkel-Gottmann*, MMR-Beil. 2020, S. 8 (9).

³²⁸ *Liesching* in: Liesching, BeckOK JugendschutzR, Rn. 1 zu § 14a JuSchG.

zu verbreiten.³²⁹ Die Europäische Kommission hat am 14. Juli 2025 entsprechende Leitlinien zum Jugendschutz auf Online-Plattformen veröffentlicht.³³⁰ Die Leitlinien betonen die Notwendigkeit, wirtschaftliche Transaktionen auf eine altersgerechte Weise transparent zu gestalten.³³¹ Die Preise sollten immer auch in nationaler Währung angegeben werden.³³² Darüber hinaus sollen Minderjährige, wenn sie auf Online-Plattformen oder deren Teile und Funktionen zugreifen, die als kostenlos beworben werden, nicht mit In-App- oder In-Game-Käufen konfrontiert werden, die notwendig erscheinen, um den Dienst zu nutzen.³³³ Schließlich soll sichergestellt werden, dass Minderjährige keinen Praktiken ausgesetzt sind, die zu übermäßigen oder unerwünschten Ausgaben oder süchtigem Verhalten führen können.³³⁴ Dies umfasst ausdrücklich auch Lootboxen.³³⁵

III. Ausblick

Die Schlüsselprinzipien des CPC-Netzwerks sowie die Leitlinien der Europäischen Kommission zu Art. 28 DSA machen deutlich, dass die verbraucherrechtlichen Anforderungen für In-Game-Käufe zunehmend strenger werden. Mit dem geplanten DFA strebt die Europäische Kommission eine weitergehende Regulierung von In-Game-Käufen an. Ähnlich wie die Omnibus-Richtlinie zielt der DFA auf eine Verbesserung des Verbraucherschutzes durch Anpassung der UGP-RL, der VRRL und der Klausel-RL ab.³³⁶ Grundlage für den DFA bildet der sogenannte „Digital Fairness Fitness Check“, dessen Ergebnisse im Oktober 2024 veröffentlicht wurden. Die Studie identifiziert zahlreiche Bereiche mit Regelungsdefiziten und soll als konzeptioneller Ausgangspunkt für den DFA dienen.³³⁷ Der „Digital Fairness Fitness Check“ zeige auf, dass nur die wenigsten Spiele sämtliche Preise von In-Game-Käufen in Euro ausweisen.³³⁸ Zudem enthielten 90 % aller analysierten Spiele werbliche Ansprachen, die im Einzelfall als unmittelbare Kaufaufforderung gegenüber Minderjährigen zu werten sein

³²⁹ *Trunk*, *SpoPrax* 2023, S 329 (332); *Holzner* in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, Art. 3 Rn. 89; *Lober/Trunk*, *MMR* 2025, S. 565 (566).

³³⁰ *Europäische Kommission*, Pressemitteilung vom 14.7.2025.

³³¹ *Europäische Kommission*, Art.28-Leitlinien S. 42.

³³² *Europäische Kommission*, Art.28-Leitlinien S. 43.

³³³ *Europäische Kommission*, Art.28-Leitlinien S. 43.

³³⁴ *Europäische Kommission*, Art.28-Leitlinien S. 43.

³³⁵ *Europäische Kommission*, Art.28-Leitlinien S. 43.

³³⁶ *Busch/Twigg-Flesner*, *EuCML* 2024, S. 234.

³³⁷ *Steinrötter*, *MMR* 2025, S. 81 (82).

³³⁸ *Europäische Kommission*, *Digital Fairness Fitness Check* 2024, S. 159 ff.

könnten.³³⁹ Darüber hinaus benennt die Europäische Kommission Transparenzdefizite hinsichtlich des Widerrufsrechts und der wahren Kosten von In-Game-Käufen.³⁴⁰

Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass der DFA spürbare Auswirkungen auf die Gestaltung und Vermarktung von Online-Spielen und In-Game-Käufen haben wird.³⁴¹ Gegebenenfalls dient der DFA gar als Vehikel, um bis dato nicht begründete Forderungen der CPC-Schlüsselprinzipien normativ abzusichern.

G. Fazit

In-Game-Käufe sind aus der Realität vieler Spiele heute kaum mehr wegzudenken. Sie haben sich als das zentrale Monetarisierungsmodell etabliert. Obwohl diese Form der Monetarisierung jung ist, unterliegt sie bereits einem rechtlich differenzierten Rahmen.

Die rechtliche Beurteilung von In-Game-Käufen richtet sich nach den allgemeinen Vorschriften des Verbraucherrechts. Spezielle Regelungen existieren insbesondere im Jugendschutz. Ziel dieser Arbeit war es, In-Game-Käufe aus verbraucherrechter Perspektive zu analysieren. Im Fokus standen die Anforderungen des Fernabsatzrechts, ergänzt durch lauterkeitsrechtliche und jugendschutzrechtliche Wertungen. Als besonders komplex stellte sich die Einordnung von In-Game-Käufen mittels einer In-Game-Währung heraus. Dies sorgt aktuell für die größte Rechtsunsicherheit. Grundsätzlich besteht für die Spieler in der EU jedoch bereits heute an vielen Stellen Schutz bei In-Game-Käufen.

Regeln aus dem Spielnutzungsvertrag müssen den Verbraucherschützenden Bestimmungen im Wohnsitzland des Spielers standhalten. Deutsche Spieler werden insbesondere durch das AGB-Recht, das in Teilen auf EU-Recht basiert, sowie durch diverse Umgehungsverbote geschützt.

Das Fernabsatzrecht mit seinen Informationspflichten und seinem Widerrufsrecht ist ein probates Mittel für einen starken Verbraucherschutz. Es gilt uneingeschränkt für In-Game-Käufe gegen Echtgeld. Hinzu kommen neue Gewährleistungsrechte für digitale Inhalte. Bei In-Game-Käufen durch eine In-Game-

³³⁹ *Europäische Kommission*, Digital Fairness Fitness Check 2024, S. 159 ff.

³⁴⁰ *Europäische Kommission*, Digital Fairness Fitness Check 2024, S. 159 ff.

³⁴¹ *Perez Lima*, DFA and the Games Industry.

Währung kommt eine erneute Anwendbarkeit des Fernabsatzrechts nach hier vertretener Auffassung nicht in Betracht. Dies ist mit Blick auf die bisherige deutsche Rechtsprechung konsequent. Spieler haben danach kein wiederauflebendes Widerrufsrecht und auch die Informationspflichten sind weniger umfangreich. Zum Teil können sie aufgrund wettbewerbsrechtlicher Vorgaben bestehen.

Neben dem Fernabsatzrecht bieten auch das Lauterkeitsrecht und der Jugendschutz flankierende Schutzmechanismen. Das UWG trägt dem Umstand Rechnung, dass bestimmte Verbrauchergruppen wie Minderjährige oder Spieler mit suchtähnlichem Verhalten besonders schutzbedürftig sind. Es genügt, dass der Anbieter deren Anfälligkeit vorhersehen kann; eine gezielte Ansprache ist nicht erforderlich. In solchen Fällen ist die geschäftliche Handlung an einem strengeren Maßstab zu messen.

Die bloße Implementierung einer In-Game-Währung ist lauterkeitsrechtlich in der Regel nicht verboten. Problematisch wird es erst, wenn weitere Umstände hinzutreten, die auf die geschäftlichen Entscheidungen von Verbrauchern in unangemessener Weise Einfluss nehmen. Spieleanbieter sind verpflichtet, unternehmerische Sorgfalt zu wahren. Irreführende Anpreisungen, manipulative Designs oder unangemessener Druck sind bereits heute unzulässig.

Für Minderjährige greifen ergänzend die Regelungen des Jugendschutzes. Kaufaufforderungen gegenüber Minderjährigen sind verboten. Nahezu alle Spiele müssen über die Existenz von In-Game-Käufen im Vorfeld informieren. Dem Schutz Minderjähriger tragen auch die Art. 28 Leitlinien Rechnung, die jedenfalls auf solche Spiele anzuwenden sind, die eine Online-Plattform im Sinne des DSA sind.

Die Kommission scheint den Auftrag des Europäischen Parlaments zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen verstanden und ernst genommen zu haben. Der geplante Digital Fairness Act wird voraussichtlich weitere Transparenzpflichten, Verbote manipulativer Designs und Regelungen zu unfairen Klauseln enthalten. Ob es jedoch neuer gesetzlicher Vorschriften bedarf oder ob nicht vielmehr die konsequente Anwendung und Durchsetzung des bestehenden Rechtsrahmens ausreichend ist, bleibt fraglich.

Festzuhalten ist: Der bestehende verbraucherrechtliche Rahmen enthält bereits heute zahlreiche Regelungen für In-Game-Käufe. Diese müssen jedoch auch konsequent angewendet werden, um Spieler hinreichend zu schützen.

Literaturverzeichnis

Bisges, Marcel: Schlumpfbeeren für 3000 Euro – Rechtliche Aspekte von In-App-Verkäufen an Kinder, NJW 2014, S. 183-186.

Bodensiek, Kai: Dark Patterns oder Game Design, MMR 2022, S. 722-724.

Borges, Georg/Hilber, Marc (Hrsg.), BeckOK IT-Recht, 18. Aufl., München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *Borges/Hilber, BeckOK IT-Recht*].

Bräutigam, Peter/Rücker, Daniel (Hrsg.), E-Commerce – Rechtshandbuch, München 2017 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *Bräutigam/Rücker, E-Commerce*].

Bringmann, Carsten/Marks, Elena/Löcken, Fabian: Gambling vs. Gaming – Teil 2: Die Regulierung von Lootboxen als rechtspolitische Herausforderung und Chance, ZfWG 2024, S. 47-52.

Brüggemann, Lennart: Skin Betting auf E-Sport – Eine glücksspielrechtliche Betrachtung, SpoPrax 2022, S. 249-253.

Busch, Christoph/Twigg-Flesner, Christian: A Roadmap for Regulating Subscriptions in the Digital Fairness Act, EuCML 2024, S. 234-241.

Busch, Max: Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen, Göttingen 2022.

Conraths, Timo/Krüger, Stefan: Das virtuelle Hausrecht des Online-Spiel-Betreibers – Wirksame Rechtsschutzmöglichkeit für Online-Spiel-Anbieter abseits des Vertragsrechts, MMR 2016, S. 310-313.

Denga, Michael: Digitale Souveränität durch Datenprivatrecht?, GRUR 2022, S. 1113-1120.

Ehinger, Patrick/Schadomsky, Lukas: Der In-Game-Kauf von Lootboxen – jugendgefährdendes Glücksspiel oder bloßes Transparenzproblem?, K&R 2018, S. 145-149.

Ewald, Konstantin/Schneider, Leonie: Update erforderlich – das neue digitale Verbraucherschutzrecht, MMR 2022, S. 709-713.

Fezer, Karl-Heinz/Büscher, Wolfgang/Obergfell, Inés (Hrsg.), *Lauterkeitsrecht – Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)*, Bd. 1: Internationales Lauterkeitsrecht; Lauterkeitsrechtliche Spezialthemen, Geschichte, Systematik, Grundlagen, §§ 1 bis 3 UWG, 3. Aufl., München 2016 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Fezer u.a., Lauterkeitsrecht].

Gerdemann, Simon: Die E-Commerce-Regeln des Digitalen-Dienste-Gesetzes – Altes TMG in neuen Schläuchen?, ZUM 2024, S. 680-685.

Gertz, Michael/Martini, Mario/Seeliger, Paul/Timko, Christina: Dark Patterns – eine interdisziplinäre Analyse, LTZ 2023, S. 3-10.

Glöckner, Jochen/Henning-Bodewig, Frauke: EG-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken: Was wird aus dem „neuen“ UWG?, WRP 2005, S. 1311-1335.

Hau, Wolfgang/Poseck, Roman (Hrsg.), BeckOK BGB, 74. Aufl., München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Hau/Poseck, BeckOK BGB].

Heckmann, Dirk/Paschke, Anne (Hrsg.), *juris Praxiskommentar Internetrecht – Das Recht der Digitalisierung*, 8. Aufl., Saarbrücken 2024 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Heckmann/Paschke, jurisPK-Internetrecht].

Hentsch, Henner/Falk, Felix (Hrsg.), *Games und Recht – Praxishandbuch*, Baden-Baden 2023 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Hentsch/Falk, Games und Recht].

Hentsch, Henner/von Petersdorff, Lorenzo: Gesetzlicher Jugendschutz in der Games-Branche – Die USK als One-Stop-Shop für alle Anbieter von Computerspielen, MMR-Beil. 2020, S. 3-8.

Hoeren, Thomas/Sieber, Ulrich/Holznagel, Bernd (Hrsg.), *Handbuch Multimedia-Recht – Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs*, Loseblattsammlung Stand 6/2024, München 2024 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Hoeren u.a., MMR-HdB].

Horst, Valentin: Die Macht des Publishers im E-Sport, SpuRt 2023, S. 107-112.

Janal, Ruth: Die AGB-Einbeziehung im „M-Commerce“, NJW 2016, S. 3201-3205.

- Janal, Ruth/Jung, Jonathan*: Spezialregelungen für Verträge über digitale Inhalte in Theorie und Praxis, VuR 2017, S. 332-340.
- Kalss, Susanne/Krönke, Christoph/Völkel, Oliver* (Hrsg.), *Crypto-Assets – MiCAR, DLT-Pilotregelung, MiFID II, Prospekt-VO, MAR, E-Geld-RL, Geldwäsche-RL, Steuerrecht, KMAG-E, Kommentar*, München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *Kalss/Krönke/Völkel, Crypto-Assets*].
- Kaufmann, Adrian*: Erwerb von Lootboxen und vertragstypologische Erfassung der Leistungspflichten – Charakteristika des Vertragsschlusses über zufallsabhängige virtuelle Inhalte, MMR 2023, S. 739-743.
- Kent, Steven*: *The Ultimate History of Video Games, Volume 1*, New York 2021 [zitiert: *Kent, The Ultimate History of Video Games*].
- Köhler, Helmut*: „Fachliche Sorgfalt“ – Der weiße Fleck auf der Landkarte des UWG, WRP 2012, S. 22-32.
- Köhler, Helmut*: Kopplungsangebote neu bewertet – Zugleich Besprechung der „Plus Warenhandelsgesellschaft“-Entscheidung des EuGH, GRUR 2017, S. 177-183.
- Köhler, Helmut/Feddersen, Jörn* (Hrsg.), *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*, 43. Aufl., München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *Köhler/Feddersen, UWG*].
- Köhler, Helmut/Lettl, Tobias*: Das geltende europäische Lauterkeitsrecht, der Vorschlag für eine EG-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken und die UWG-Reform, WRP 2003, S. 1019-1057.
- Koubek, Jochen*: *Monetarisierung von Computerspielen*, Baden-Baden 2020.
- Leiser, Mark/Caruana, Mireille*: Dark Patterns: Light to be found in Europe’s Consumer Protection Regime, EuCML 2021, S. 237-252.
- Liesching, Marc* (Hrsg.), *BeckOK Jugendschutzrecht*, 5. Aufl., München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *BeckOK JugendschutzR*].

- Lober, Andreas/Jäkel-Gottmann, Florian*: Überblick über die Spruchpraxis zur Alterskennzeichnung, MMR-Beil. 2020 Heft 08, S. 8-13.
- Lober, Andreas/Trunk, Daniel*: Games im neuen Plattformrecht der EU, MMR 2025, S. 565-569.
- Lober, Andreas/Trunk, Daniel*: Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651-655.
- Maties, Martin*: Lootboxen aus zivilrechtlicher Sicht, NJW 2020, S. 3685-3691.
- Meyer, Susanne*: Gratis Spiele im Internet und ihre minderjährigen Nutzer, NJW 2015, S. 3686-3691.
- Nickel, Moritz/Feuerhake, Jan/Schelinski, Tobias*: Lootboxen in Computerspielen – Legitimes Geschäftsmodell oder illegales Glücksspiel?, MMR 2018, S. 586-591.
- Nolden, Nico*: Geschichte, in: *Zimmermann, Olaf/Falk, Felix* (Hrsg.), Handbuch Gameskultur – Über die Kulturwelten von Games, Berlin 2020, S. 39-45 [zitiert: *Nolden*, in: *Zimmermann/Falk*, Handbuch Gameskultur].
- Nothelfer, Nepomuk/Trunk, Daniel*: Die Verletzung der Wettkampftintegrität im eSport durch Umgehen spielinterner Ranking-Systeme, SpoPrax 2022, S. 341-346.
- Müller-Terpitz, Ralf/Köhler, Markus* (Hrsg.), DSA, Digital Services Act – Kommentar, München 2024 [zitiert: *Bearbeiter*, in: *Müller-Terpitz/Köhler*, DSA].
- Peintinger, Stefan*: Widerrufsrechte beim Erwerb digitaler Inhalte – Praxisvorschläge am Beispiel des Softwarekaufs unter Berücksichtigung von SaaS-Verträgen, MMR 2016, S. 3-8.
- Rauda, Christian*: Verbraucherrechtliche „Dauerbrenner“ in der Games-Branche – Informationspflichten, Widerrufsrecht, Auto-Renewals und AGB-Kontrolle bei den Pionieren des Digitalvertriebs, MMR 2022, S. 705-709.
- Riehm, Thomas*: Verträge über digitale Dienstleistungen, RD 2022, S. 209-216.

Rippert, Stephan/Weimer, Katharina: Rechtsbeziehungen in der virtuellen Welt, ZUM 2007, S. 272-282.

Säcker, Franz Jürgen/Rixecker, Roland/Oetker, Hartmut/Limberg, Bettina (Hrsg.), Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Bd. 1: Allgemeiner Teil, §§ 1-240a, AllgPersönlR, StiftRG, ProstG, AGG, 10. Aufl., München 2025; Bd. 3: Schuldrecht – Allgemeiner Teil II, 9. Aufl., München 2022; Bd. 13: Internationales Privatrecht II; Internationales Wirtschaftsrecht; Einführung zum Bürgerlichen Gesetzbuche (Art. 50-253); WBVG, 9. Aufl., München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Säcker u.a., MK-BGB].

Saßenbach, Christian: Milliardenmarkt „Soft Currency Handel“ – Rechtswidrige Umgehung des Spielökosystems des Spielepublishers?, SpoPrax 2023, S. 115-120.

Schöttle, Hendrik: Software als digitales Produkt – Was bringen die gesetzlichen Neuregelungen?, MMR 2021, S. 683-690.

Schulze, Reiner/Staudenmeyer, Dirk (Hrsg.), EU Digital Law – Article-by-Article Commentary, Baden-Baden 2020 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Schulze/Staudenmeyer, EU Digital Law].

Schwiddessen, Sebastian: Lootboxen nach deutschem Glücksspiel- und Jugendmedienschutzrecht (Teil 1), CR 2018, S. 444-463.

Schwiering, Sebastian/Zurel, Burak: Gaming & Recht – Zwei Bereiche wachsen zusammen!, MMR 2016, S. 440-445.

Spengler, Achim: Die lauterkeitsrechtlichen Schranken von In-App-Angeboten, WRP 2015, S. 1187-1195.

Spindler, Gerald/Schmitz, Peter/Liesching, Mark (Hrsg.), Telemediengesetz mit Netzwerkdurchsetzungsgesetz, Kommentar, 2. Aufl., München 2018 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Spindler u.a., TMG].

Spindler, Gerald/Schuster, Fabian (Hrsg.), Recht der elektronischen Medien, Kommentar, 4. Aufl., München 2019 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien].

Steinrötter, Björn: Digital Fairness by Design, MMR 2025, S. 81-82.

Taeger, Jürgen/Kremer, Sascha: Recht im E-Commerce und Internet, 2. Aufl., Frankfurt am Main 2021.

Taeger, Jürgen/Pohle, Jan (Hrsg.), Computerrechts-Handbuch – Informationstechnologie in der Rechts- und Wirtschaftspraxis, Loseblattsammlung Stand 3/2025, München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Taeger/Pohle, ComputerR-HdB].

Trunk, Daniel: Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) und der eSport, SpoPrax 2023, S. 329-333.

von Westphalen, Friedrich Graf/Pamp, Rüdiger/Thüsing, Gregor (Hrsg.), Vertragsrecht und AGB-Klauselwerke, Loseblattsammlung Stand 3/2025, München 2025 [zitiert: *Bearbeiter*, in: Graf v. Westphalen u.a., VertrR/AGB-Klauselwerke].

Webquellenverzeichnis

Armangau, Romane: EU consumer group denounces in-game currency encitement, 12.9.2024, <https://www.euronews.com/next/2024/09/12/real-life-money-for-in-game-products-eu-consumers-group-files-complaints>
[zitiert: *Armangau*, EU consumer group denounces in-game currency encitement].

BEUC: GAME OVER – Consumers fight for fairer in-game purchases, 12.9.2024, https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2024-068_A_legal_assessment_of_premium_in-game_currencies.pdf
[zitiert: *BEUC*, Game Over].

Beverungen, Jasmin: Ubisoft löscht ein Spiel aus der Bibliothek vieler Gamer, das sie vorher auf Disc verkauft haben – Jetzt werden sie in den USA dafür verklagt, 12.11.2024, <https://mein-mmo.de/ubisoft-the-crew-klage-disc/> [zitiert: *Beverungen*, Ubisoft löscht Spiel aus Bibliothek vieler Gamer].

Consumer Protection Cooperation Network: The Consumer Protection Cooperation Network’s Key Principles On In-Game Virtual Currencies, 21.3.2025, https://commission.europa.eu/document/download/8af13e88-6540-436c-b137-9853e7fe866a_en?filename=Key+principles+on+in+game+virtual+currencies.pdf [zitiert: *CPC*, Schlüsselprinzipien].

Deckert, Micha: GTA Online: Nach fast zehn Jahren immer noch erfolgreich, 4.3.2023, <https://www.play3.de/2023/03/04/gta-online-10-jahre-erfolgreich/> [zitiert: *Deckert*, GTA Online 10 Jahre erfolgreich].

Epic Games: Endnutzer-Lizenzvereinbarung von Fortnite, 6.4.2025, <https://www.fortnite.com/eula> [zitiert: *Fortnite*, EULA].

Europäische Kommission: Annex to the Communication of the Commission: Approval of the content on a draft Communication from the Commission – Guidelines on measures to ensure a high level of privacy, safety and security for minors online, pursuant to Article 28(4) of Regulation (EU) 2022/2065, 14.7.2025, abrufbar unter <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/commission-publishes-guidelines-protection-minors>
[zitiert: *Europäische Kommission*, Art. 28-Leitlinien].

Europäische Kommission: Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en> [zitiert: *Europäische Kommission*, Dark Patterns].

Europäische Kommission: Commission Staff Working Document – Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, 3.10.2024, https://commission.europa.eu/document/download/707d7404-78e5-4aef-acfa-82b4cf639f55_en?filename=Commission%20Staff%20Working%20Document%20Fitness%20Check%20on%20EU%20consumer%20law%20on%20digital%20fairness.pdf [zitiert: *Europäische Kommission*, Digital Fairness Fitness Check 2024].

Europäische Kommission: Maßnahmen zum Schutz von Kindern vor schädlichen Praktiken bei Videospiele, 21.3.2025, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_25_831 [zitiert: *Europäische Kommission*, Pressemitteilung vom 21.3.2025].

Europäische Kommission: Kommission veröffentlicht Leitlinien zum Jugendschutz, 14.7.2025, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/library/commission-publishes-guidelines-protection-minors> [zitiert: *Europäische Kommission*, Pressemitteilung vom 14.7.2025].

European Games Developer Federation: In-Game-Currencies (2024), 13.9.2024, <https://www.egdf.eu/documentation/7-balanced-protection-of-vulnerable-players/consumer-protection/in-game-currencies-2023/> [zitiert: *EGDF*, In-Game-Currencies].

extra 3: Wie In-Game-Käufe Kinder süchtig und arm machen, 4.5.2025, <https://www.youtube.com/watch?v=c94hcWVo3fY> [zitiert: *extra 3*, Sendung vom 4.5.2025].

Forbrukerrådet: Getting Played – The true cost of virtual currency, 12.9.2024 <https://storage02.forbrukerradet.no/media/2024/08/get-played-240523-2.pdf> [zitiert: *Forbrukerrådet*, Getting Played].

Forbrukerrådet: Insert Coin – How the gaming industry exploits consumers using loot boxes, 31.4.2022, <https://storage02.forbrukerradet.no/media/2022/05/2022-05-31-insert-coin-publish.pdf> [zitiert: *Forbrukerrådet*, Insert Coin].

Freese, Patrick: Harry Potter: Wizards Unite stirbt – Nachfolger von Pokémon Go am Ende, 3.11.2021, <https://mein-mmo.de/harry-potter-wizards-unite-stirbt-ende/> [zitiert: *Freeze*, Harry Potter: Wizards Unite stirbt].

game – Verband der deutschen Games-Branche e. V.: Jahresreport der deutschen Games-Branche 24, <https://www.game.de/guides/jahresreport-der-deutschen-games-branche-2024/> [zitiert: *game*, Jahresreport 2024].

Jochen Schweizer: Allgemeine Geschäftsbedingungen der Jochen Schweizer GmbH (Stand 10/2024), https://www.jochen-schweizer.de/agb/JS_AGB//bdank, [zitiert: *Jochen Schweizer*, Allgemeine Geschäftsbedingungen].

Kujovic, Lisa-Marie: Die Psychologie von Bargeld: Wie es die Ausgabegewohnheiten beeinflusst, 27.7.2023, <https://cashmaster.com/de-de/news-und-events/die-psychologie-von-bargeld-wie-es-die-ausgabegewohnheiten-beeinflusst/> [zitiert: *Kujovic*, Die Psychologie von Bargeld].

Makuch, Eddie: Activision Blizzard Made \$4 Billion On Microtransactions Last Year, 8.2.2018, <https://www.gamespot.com/articles/activision-blizzard-made-4-billion-on-microtransac/1100-6456669/> [zitiert: *Makuch*, Activision Blizzard Made \$4 Billion On Microtransactions Last Year].

Nemitz, Nora: Warum Lootboxen in Deutschland (noch) kein Glücksspiel sind, Jahresreport der deutschen Games-Branche 24, 19.1.2024, <https://netzpolitik.org/2024/gaming-warum-lootboxen-in-deutschland-noch-kein-glueckspiel-sind/> [zitiert: *Nemitz*, Warum Lootboxen in Deutschland (noch) kein Glücksspiel sind].

noyb: Like to play alone? Ubisoft is still watching you!, 24.4.2025, <https://noyb.eu/en/play-alone-ubisoft-still-watching-you> [zitiert: *noyb*, Like to play alone? Ubisoft is still watching you!].

Serrano Acosta, Francisco Alberto/Betancourt, Oliver: Oblivion angered many players with detail almost 20 years ago, and it has made the same mistake again with the remaster, 25.4.2025, <https://en.as.com/meristation/news/oblivion-angered-many-players-with-a-detail-almost-20-years-ago-and-it-has-made-the-same-mistake-again-with-the-remaster-n/> [zitiert: *Serrano Acosta/Betancourt*, Oblivion Remastered].

PAYBACK: Teilnahmebedingungen für das PAYBACK Programm (Stand 1/2025), <https://www.payback.de/info/payback-tnb> [zitiert: *PAYBACK*, Teilnahmebedingungen].

Perez Lima, Veronica: Digital Fairness Act: A Potential Game Changer for the European Games Industry, <https://www.fluxdigitalpolicy.com/fluxexplains/digital-fairness-act-a-potential-game-changer-for-the-european-games-industry> [zitiert: *Perez Lima*, DFA and the Games Industry].

Sahbegovic, Alan: History of GTA Online and how its multiplayer has evolved in the last 10 years, 20.9.2023, <https://www.sportskeeda.com/gta/history-gta-online-multiplayer-evolved-last-10-years> [zitiert: *Sahbegovic*, History of GTA Online and how its multiplayer has evolved].

South Park: Freemium Gibt's Nicht Umsonst, 5.11.2024, <https://www.south-park.de/folgen/jy5lbq/south-park-freemium-gibt-s-nicht-umsonst-staffel-18-ep-6> [zitiert: *South Park*, Freemium gibt's nicht umsonst].

Riot Games: Riot Games Nutzungsbedingungen (Stand 12/2024), <https://www.riotgames.com/de/terms-of-service-DE> [zitiert: *Riot Games*, Nutzungsbedingungen].

TikTok: Richtlinie für virtuelle Gegenstände (Stand 7/2025), <https://www.tiktok.com/legal/page/global/coin-policy-eea/de> [zitiert: *TikTok*: Richtlinie für virtuelle Gegenstände].

Travian Games: Allgemeine Geschäftsbedingungen, <https://agb.traviangames.com/terms-de.pdf> [zitiert: *Travian*, AGB].

Verbraucherzentrale Bundesverband: Game Over: Wie Gaming-Anbieter Nutzer:innen manipulieren, 4.6.2025, <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/game-over-wie-gaming-anbieter-nutzerinnen-manipulieren> [zitiert: *vzbv*, Pressemitteilung vom 4.6.2025].

Verbraucherzentrale Bundesverband: Manipulatives Design in Online-Games & auf Spiele-Plattformen, 11.3.2025, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-03/25-03-11_Weiterf%C3%BChr_Infos_vzbv_Mainpulative_Praktiken_Online-Spiele.pdf [zitiert: *vzbv*, Weiterführende Informationen].

Verbraucherzentrale Bundesverband: Unfaire Praktiken und manipulatives Design in Online-Games & auf Spiele-Plattformen – Ein Praxischeck, 11.3.2025, <https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-01/vzbv->

Praxischeck_Manipulative_unfaire_Praktiken_Online-Spiele.pdf [zitiert: *vzbv*, Praxischeck].

Video Games Europe/European Game Developer Federation: Transparent and Fair Purchases of In-Game-Content (Stand 4/2024), <https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2025/02/EGDF-VGE-Transparent-Fair-Purchases-of-In-Game-Content-2024.pdf.pdf> [zitiert: *VGE/EGDF*, Transparent and Fair Purchases of In-Game-Content].

WDR Doku: Lootboxen: Wie FIFA & Co an Kids verdienen, 2.4.2024, <https://www.youtube.com/watch?v=CFjDWj8l294> [zitiert: *WDR Doku*, Sendung vom 2.4.2024].

ZDF Magazin Royale: Coin Master – Abzocke mit Fun, 10.10.2019, <https://www.youtube.com/watch?v=hTeTjx4k9jQ> [zitiert: *Neo Magazin Royale*, Sendung vom 10.10.2019].

ZDF Magazin Royale: In-Game-Käufe – Abzocke ohne Altersbeschränkung, 16.9.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=U3oNkqHlbVg> [zitiert: *ZDF Magazin Royale*, Sendung vom 16.9.2022].

ZeniMax: ZeniMax Media-Nutzungsbedingungen, 12.11.2024, <https://www.zeni-max.com/de/legal/terms-of-service> [zitiert: *ZeniMax*, Nutzungsbedingungen].

Alle Webquellen wurden zuletzt am 9. August 2025 abgerufen.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen sowie keine unzulässige fremde Hilfe in Anspruch genommen habe. Zudem wurde die Arbeit nicht unter unkenntlichem Einsatz generativer KI erbracht. Außerdem versichere ich, dass ich die allgemeinen Prinzipien wissenschaftlichen Arbeitens und Veröffentlichens, wie sie in den Leitlinien guter wissenschaftlicher Praxis der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg festgelegt sind, befolgt habe.

Weiterhin erkläre ich, dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegt wurde.

Langen, den 9. August 2025

Ort und Datum

Unterschrift