ThinkGameful!



POSITIONSPAPIER · GAMING · VERBRAUCHERSCHUTZ · DESIGN-ETHIK

Dark Patterns: wenn Spieldesign *gegen* Spielende arbeitet.

Wie manipulative Gestaltung, verschleierte Währungen und personalisierter Kaufdruck das Free-to-Play-Modell prägen – und welche Regeln Europa im Digital Fairness Act braucht.

THINKGAMEFUL! · THINK TANK FÜR GAMING, GAMIFICATION UND GESELLSCHAFT

STAND: 3. NOVEMBER 2026

LEVEL 00 · KURZFASSUNG

Auf einen Blick

ThinkGameful! fordert, manipulative Gestaltung in Spielen – sogenannte Dark Patterns – als unlautere Geschäftspraxis klar zu verbieten. Dark Patterns sind Gestaltungstricks, die Spielende zu Handlungen bewegen, die sie bei klarem Blick nicht wählen würden: mehr Geld ausgeben, länger spielen, mehr Daten preisgeben.

Das Free-to-Play-Modell hat diese Tricks verbreitet. Spiele sind kostenlos, verdient wird an In-Game-Käufen. Schon 2014 stellte ein Analyseanbieter fest, dass rund 0,15 % der Spielenden die Hälfte der Einnahmen erzeugen. Entsprechend richtet sich Gestaltung oft auf diese kleine Gruppe besonders ausgabefreudiger Menschen aus.

Die Behörden reagieren: Die US-Verbraucherschutzbehörde FTC verpflichtete Epic Games 2022 zu 245 Mio. US-Dollar Erstattungen wegen ungewollter Käufe in *Fortnite*. In Europa beschwerten sich 22 Verbraucherverbände 2024 über virtuelle Währungen, und die EU-Verbraucherschutzbehörden stellten 2025 Grundsätze auf, an die sich Spielefirmen halten sollen.

UNSERE KERNFORDERUNGEN

1. Preise im Spiel immer auch in Euro anzeigen – virtuelle Währungen dürfen echte Kosten nicht verschleiern.
2. Ein ausdrückliches Verbot zentraler Dark Patterns im Digital Fairness Act, mit Beweislastumkehr für große Anbieter.
3. Ein „Fair Design"-Siegel der Branche, das Spiele ohne manipulative Mechaniken für Eltern erkennbar macht.

LEVEL 01 · GRUNDLAGEN

Was Dark Patterns in Spielen sind

Der Begriff stammt aus dem Webdesign. Die Spieleforscher José Zagal, Staffan Björk und Chris Lewis haben ihn 2013 auf Spiele übertragen: Dark Patterns sind Gestaltungselemente, deren Zweck sich „als fragwürdig und vielleicht sogar unethisch" beschreiben lässt, weil sie gegen die Interessen der Spielenden arbeiten (Zagal, Björk & Lewis 2013, Foundations of Digital Games; Übersicht). Sie unterschieden zeitliche, finanzielle und soziale Muster.

TYP	MUSTER	SO FUNKTIONIERT ES
Finanziell	Verschleierte Währung	Preise in „Juwelen" oder „V-Bucks" statt in Euro; Pakete passen nie genau zum Preis eines Gegenstands
Finanziell	Pay to Skip	Absichtlich mühsame Abschnitte, die man gegen Geld überspringen kann
Finanziell	Zufallskäufe	Lootboxen und Gacha-Ziehungen (siehe unser Papier zu Lootboxen)

TYP	MUSTER	SO FUNKTIONIERT ES
Zeitlich	Künstliche Knappheit	Countdown-Angebote, „nur heute“, rotierende Shops
Zeitlich	Spielen nach Termin	Tägliche Belohnungen, die verfallen, wenn man einen Tag aussetzt
Sozial	Gruppendruck	Belohnungen nur, wenn Freunde eingeladen werden oder das Team mitzieht
Interface	Irreführende Knöpfe	Kaufen-Knopf an der Stelle, wo vorher „Weiter“ war; keine Bestätigung
Daten	Erzwungene Einwilligung	Spielen nur nach Zustimmung zu umfassendem Tracking

Die Grenze zu gutem Design

Nicht jede Motivationsmechanik ist manipulativ. Gutes Spieldesign erzeugt Spannung, Ziele und Belohnungen – das ist der Kern dessen, was ThinkGameful! unter „gameful design“ versteht. Die Grenze ist überschritten, wenn eine Mechanik nicht dem Spielerlebnis dient, sondern gezielt Schwächen ausnutzt: Impulsivität, Verlustangst, fehlendes Preisbewusstsein oder das junge Alter der Spielenden.

LEVEL 02 · GESCHÄFTSMODELL

Warum Manipulation sich lohnt

Free-to-Play lebt von wenigen. Die meisten Spielenden zahlen in kostenlosen Spielen nichts. Eine Auswertung des Analyseanbieters Swrve ergab, dass im Januar 2014 nur 1,5 % der aktiven Spielenden überhaupt etwas kauften. Die ausgabefreudigsten 10 % dieser Käufer – also 0,15 % aller Spielenden – erzeugten 50,8 % der Einnahmen (PocketGamer.biz, 26.02.2014). Die Branche nennt diese Gruppe „Wale“.

Diese Verteilung erklärt, warum Dark Patterns wirtschaftlich attraktiv sind. Ein Spiel muss nicht allen gefallen, sondern einige wenige möglichst stark binden. Wer zu diesen wenigen gehört, ist nicht zufällig: Die Forschung zu Lootboxen zeigt, dass Menschen mit Glücksspielproblemen überproportional viel ausgeben (siehe unser Papier zu Lootboxen).

Daten verstärken den Effekt. Moderne Spiele messen, wann, wie lange und wie viel jemand spielt und kauft. Angebote lassen sich so personalisieren: Wer gerade knapp verloren hat oder kurz vor einem Ziel steht, bekommt passende Angebote. Was im Marketing „LiveOps“ heißt, kann aus Sicht der Spielenden eine individuell zugeschnittene Verkaufsstrategie sein, die sie nicht durchschauen.

Kinder geben real Geld aus. Nach Angaben europäischer Verbraucherverbände geben Kinder in Europa im Schnitt 39 € pro Monat für In-Game-Käufe aus (BEUC, 12.09.2024).

LEVEL 03 · FÄLLE

Was Behörden bereits festgestellt haben

FTC gegen Epic Games (2022)

Im Dezember 2022 einigte sich Epic Games mit der FTC auf insgesamt 520 Mio. US-Dollar. 275 Mio. entfielen auf die unerlaubte Datenerhebung bei Kindern unter 13 Jahren, 245 Mio. auf Erstattungen für Spielende, die durch irreführende Gestaltung zu Käufen gebracht wurden. Laut FTC führte eine unklare und widersprüchliche Tastenbelegung dazu, dass ein einzelner Knopfdruck Käufe auslöste – etwa beim Aufwecken des Spiels aus dem Ruhemodus oder während eines Ladebildschirms (NPR, 19.12.2022). Die Datenschutzstrafe war die höchste, die die FTC je wegen eines Regelverstoßes verhängt hat.

Beschwerde europäischer Verbraucherverbände (2024)

Im September 2024 reichten der europäische Verbraucherverband BEUC und 22 Mitgliedsorganisationen aus 17 Ländern Beschwerde bei der EU-Kommission ein. Sie richtete sich gegen Activision Blizzard, Electronic Arts, Epic Games, Mojang, Roblox, Supercell und Ubisoft. Der Kernvorwurf: Premium-Währungen verschleiern die echten Kosten, besonders wenn sie nur in Paketen verkauft werden, die nicht zum Preis eines Gegenstands passen (BEUC).

EU-Verbraucherschutzbehörden und Star Stable (2025)

Im März 2025 veröffentlichte das Netzwerk der EU-Verbraucherschutzbehörden (CPC) Grundsätze für virtuelle Währungen: klare Preisinformation, keine versteckten Kosten, kein Zwang zum Kauf überschüssiger Währung, Rücksicht auf Kinder. Zugleich stellte es fest, dass das Pferdespiel *Star Stable Online* – mit vielen jungen Spielerinnen – in mehreren Punkten gegen EU-Recht verstößt: direkte Kaufaufforderungen an Kinder, Zeitdruck durch befristete Angebote, kinderunfreundliche Währungsinformationen und nicht gekennzeichnete Influencer-Werbung (Lewis Silkin, 26.03.2025).

LEVEL 04 · RECHTSLAGE

Viele Regeln, wenig Klarheit

Dark Patterns in Spielen sind in Europa nicht rechtsfrei. Das Problem ist, dass die Regeln verstreut sind, allgemein formuliert wurden und selten durchgesetzt werden.

REGELWERK	WAS ES ERFASST	GRENZE
Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)	Irreführende und aggressive Praktiken; Anhang I verbietet direkte Kaufaufforderungen an Kinder	Allgemeine Regeln, Nachweis im Einzelfall aufwändig
Verbraucherrechte-Richtlinie	Preisangaben und Informationen vor Vertragsschluss, Widerruf	Virtuelle Währungen nicht ausdrücklich geregelt
Digital Services Act, Art. 25	Verbot manipulativer Oberflächen für Online-Plattformen	Gilt für Plattformen wie App-Stores, nicht für jedes Spiel
DSGVO	Einwilligung in Datenverarbeitung, Datenschutz durch Technikgestaltung	Durchsetzung bei Spielen bisher selten

REGELWERK	WAS ES ERFASST	GRENZE
Jugendschutzgesetz (Deutschland)	Nutzungsrisiken wie Kaufmöglichkeiten in der Altersfreigabe	Regelt Altersgrenzen, nicht die Gestaltung selbst

Ein deutsches Präzedenzurteil

Dass bestehendes Recht greifen kann, zeigt der Bundesgerichtshof. Im Fall *Runes of Magic* (Az. I ZR 34/12, Urteil vom 17.07.2013, bestätigt am 18.09.2014; vzbv) wertete er die Werbung eines Online-Spiels, die Kinder per Du direkt zum Kauf virtueller Ausrüstung aufforderte, als unzulässige Kaufaufforderung an Kinder nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Das Urteil liegt mehr als ein Jahrzehnt zurück; die Praxis in Spielen hat sich seither eher verschärft.

Der Digital Fairness Act

Die EU-Kommission bereitet mit dem Digital Fairness Act ein Gesetz vor, das Dark Patterns, süchtig machende Gestaltung und virtuelle Währungen ausdrücklich regeln soll. Ein Vorschlag wird für Mitte November 2026 erwartet (Wisevoter, 15.10.2026). Die Kommission hat damit die Chance, aus allgemeinen Grundsätzen klare, durchsetzbare Regeln zu machen.

LEVEL 05 · BEWERTUNG

Wenn Design gegen Spielende arbeitet

ThinkGameful! unterscheidet drei Stufen:

1. **Faire Monetarisierung:** Einmalkauf, Erweiterungen, kosmetische Gegenstände zu klar sichtbaren Preisen in Euro. Wer zahlt, weiß, was er bekommt.
2. **Graubereich:** Battle Passes, tägliche Belohnungen, zeitlich begrenzte Events. Sie können Spielspaß erzeugen, aber auch Druck. Entscheidend ist die Gestaltung im Einzelfall – und ob Kinder die Zielgruppe sind.
3. **Manipulation:** Verschleierte Preise, Kaufknöpfe an unerwarteten Stellen, Countdown-Druck, personalisierte Angebote in Momenten der Frustration, gezielte Ansprache von Kindern. Hier arbeitet Design gegen die Menschen, für die es gemacht ist.

Warum Selbstregulierung nicht reicht

Die Branche hat Verhaltenskodizes, und viele Studios arbeiten verantwortungsvoll. Doch solange Manipulation messbar mehr Umsatz bringt, haben faire Anbieter einen Wettbewerbsnachteil. Klare gesetzliche Grenzen schützen deshalb nicht nur Spielende, sondern auch Studios, die auf faire Modelle setzen.

Was wir nicht fordern

Wir fordern kein Verbot von In-Game-Käufen oder Free-to-Play. Kostenlose Spiele machen Gaming für viele Menschen überhaupt erst zugänglich. Unser Ziel ist ein Markt, in dem Spiele durch Qualität verdienen, nicht durch Tricks.

LEVEL 06

Empfehlungen

An die EU (Digital Fairness Act)

1. **Euro-Pflicht:** Jeder Preis in virtueller Währung wird zusätzlich in Euro angezeigt.
2. **Passende Pakete:** Währung muss sich in Mengen kaufen lassen, die genau dem Preis eines Gegenstands entsprechen. Keine erzwungenen Restbeträge.
3. **Schwarze Liste:** Ausdrückliches Verbot zentraler Dark Patterns: Käufe ohne Bestätigung, irreführende Knöpfe, personalisierte Angebote auf Basis von Frustrationssignalen, Countdown-Druck gegenüber Minderjährigen.
4. **Beweislastumkehr:** Große Anbieter müssen nachweisen, dass ihre Kaufprozesse fair gestaltet sind.
5. **Ausgabenlimits und -übersichten:** Spielende sehen jederzeit, wie viel sie in den letzten 30 Tagen ausgegeben haben, und können Limits setzen.

An Deutschland

1. Verbraucherzentralen und Wettbewerbsverbände stärker bei Klagen gegen manipulative Spielegestaltung unterstützen.
2. Die USK sollte Dark Patterns ausdrücklich als Nutzungsrisiko in die Altersfreigabe einbeziehen.

An die Branche

1. Ein unabhängig geprüftes „Fair Design“-Siegel einführen.
2. Ethik-Reviews im Entwicklungsprozess: Jede neue Monetarisierungsmechanik wird vor dem Start auf manipulative Wirkung geprüft.
3. Keine personalisierten Kaufangebote an Minderjährige.

Quellenverzeichnis

Wissenschaftliche Literatur

- Zagal, J. P., Björk, S. & Lewis, C. (2013): Dark Patterns in the Design of Games. *Foundations of Digital Games 2013*. Übersicht: deceptive.design

Behörden, Verbände, Berichte

- NPR (19.12.2022): Fortnite maker Epic Games will pay $520 million to settle privacy and deception cases
- BEUC (12.09.2024): Consumer groups denounce video games' manipulative spending tactics
- Lewis Silkin (26.03.2025): EU bodies act against gaming companies to protect children from in-game purchases
- PocketGamer.biz (26.02.2014): Half of in-game revenue generated by just 0.15% of players
- Wisevoter (15.10.2026): European Commission to Propose New Gaming Regulations
- Bundesgerichtshof, I ZR 34/12 („Runes of Magic"), Urteile vom 17.07.2013 und 18.09.2014. Zusammenfassung: vzbv