

Spiele im Wandel des 21. Jahrhunderts – digitale springende Monster ersetzen die springenden Kinder auf der Straße

Arne Lietz

Wie das allgemeine Leben, so änderten sich im Rahmen der „digitalen Revolution“ in den letzten 30 Jahren auch die Spielgewohnheiten grundlegend. Wenn mir meine Großeltern erzählten, dass sie noch mit Kreiseln gespielt haben, klang das für mich bereits damals wie aus fernen Zeiten. Ich kannte sie noch aus alten Spielkisten der Familie – bekam sie aber nicht mehr zum Laufen. Ob die Jugend im Jahr 2017 überhaupt einen Kreisel kennt, wage ich zu bezweifeln.

Ich bin im Jahre 1976 geboren und kenne noch draußen spielen mit dem Ball auf dem Bolzplatz, Gummihopse auf dem Hof, Verstecken spielen, Springen auf dem Straßenpflaster oder das klassische „Rumstromern“ und Höhlen bauen. Viele dieser Dinge sind mittlerweile fast gänzlich aus dem Stadtbild und den Hinterhöfen verschwunden. Die heutigen Kinder und Jugendlichen scheinen einen neuen Armfortsatz in Form von kleinen, flachen, leuchtenden Kästen bekommen zu haben. Kennen Sie eine Jugendliche oder einen Jugendlichen aus Ihrem Umfeld, der nicht einmal innerhalb einer Stunde auf sein digitales Gerät schaut? Für die heutige Generation ist „online sein“ Alltag. Die Fahrt in den Urlaub und die bisherige Freude auf die Spielinfrastruktur, beispielsweise einen Spielplatz oder einen Bolzplatz, geht heutzutage mit der Frage einher, ob es WLAN, also kabelloses Internet gibt.

Die heutige Jugend ist digital und mobil. Die Kinder und Jugendlichen wachsen als sogenannte „digital natives“ auf. Das Spielen auf digitalen Endgeräten, sei es am PC, einer Konsole, dem Tablet oder dem Smartphone, hat längst Einzug in fast alle Kinderzimmer gehalten. Ist das gut oder schlecht? Wie bewertet man diese Entwicklung? Ziehen wir eine Generation von

Stubenhockern mit Mangel an sozialer Interaktion groß? Eine Bestandsaufnahme ist nicht so einfach. Ich möchte es wagen und dabei ebenfalls grob umreißen, wie die Veränderung der Spielewelt Auswirkungen auf Gesetzgebungsprozesse hat.

Digitale Spiele nehmen rasant zu

Technik ist heute zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Laut einer Jugendstudie aus dem Jahr 2016 besitzen 74 Prozent aller 12- bis 19-Jährigen einen eigenen PC oder Laptop. Sogar 95 Prozent der befragten Jugendlichen gaben an, ein eigenes Smartphone mit Touchscreen und Internetzugang zu besitzen. Mit der Einführung des ersten iPhones im Jahr 2007 gewannen Smartphones erste nennenswerte Marktanteile. Heute beherrschen sie laut dem Statistikportal statista den Mobilfunkmarkt mit 49 Millionen Smartphone-Nutzern allein in Deutschland. Dass diese Endgeräte weit mehr als die herkömmlichen Mobiltelefone leisten können, machen sich Spieleproduzenten gern zu Nutze. Das mobile Spielen hat so im letzten Jahrzehnt rasant an Bedeutung gewonnen und in dieser Altersgruppe alle anderen Plattformen überholt. 93 Prozent der 10- bis 18-Jährigen spielen am Computer und Videospiele – im Schnitt 104 Minuten täglich. Jungen 122, Mädchen 82 Minuten. Sie lösen damit das klassische Fernsehen ab, das zu meiner Kindheit und Jugend noch Nachmittags- und Wochenendprogramme für Kinder und Jugendliche vorhielt.

Sichtbar sind diese Veränderungen hin zum digitalen Spielen auch im Alltag in Deutschland und anderen Ländern Europas und der Welt zu erleben. Erst kürzlich fuhr ich aus Magdeburg zurück nach Wittenberg. Ich kam dabei an zwei Jugendlichen und zwei Erwachsenen vorbei, die unabhängig voneinander saßen und alle sichtbar mit Onlinespielen beschäftigt waren. Während laut dem Statistikportal statista an PC und Konsole Action- und Rollenspiele in der Gunst der Spieler vorne liegen, werden auf dem Smartphone vor allem „Casual Games“ gespielt.

„Casual Games“ sind digitale Spiele, die sich durch eine geringe Gesamtkomplexität, intuitive Eingabemethoden und schnelle Erfolgsergebnisse auszeichnen. Während auf dem PC Spiele wie *Tetris* zu dieser Kategorie gezählt werden können, sind es auf dem Smartphone Spiele wie *Angry Birds*, *Candy Crush Saga*, *Farmville* oder das 2016 veröffentlichte *Pokemon GO*. Bei diesen Spielen muss man beispielsweise Türme mit kleinen Vögeln zum Einsturz bringen, Süßigkeitenpaare bilden oder Monster auf der Straße sammeln – die Bandbreite der Smartphonespiele ist groß und spricht damit eine breite Spielerschaft an. Beim Spiel *Farmville* schlüpft man in die Rolle eines Bauern, muss Obst und Gemüse ernten sowie Tiere pflegen. Spielt man es zu selten, verfaulen die Früchte und man muss von Neuem starten, um einen großen Bauernhof aufzubauen. Das „Handelsblatt“ berichtete, dass die Bauernhofsimulation zu Höchstzeiten bis zu 400 Millionen Nutzer weltweit besaß.¹ Paradox, betrachtet man die Branche der Landwirtschaft, die seit Jahren mit dem Mangel an Auszubildenden zu kämpfen hat. Ähnliche Erfolge erzielte das Spiel *Candy Crush Saga*. Durch vertikales und horizontales Bewegen von digitalen Süßigkeiten, müssen Paare gebildet und Punkte erzielt werden. Die Nutzerzahlen und der Umsatz stiegen ebenso in den Millionenbereich – im Juli 2013 brach die Spiele-App den Rekord für den höchsten Umsatz im App Store an einem Tag. Der Spielehersteller verdiente 633.000 US-Dollar innerhalb von 24 Stunden.² Doch wie kann so eine Summe erzielt werden, wenn das Spiel kostenlos im App Store angeboten wird?

Kostenfreie Spiele – Entwickler als Wohltäter?

Allein in Deutschland steigerte sich der jährliche Umsatz des Segments „Mobile Games“ auf etwa 349 Millionen Euro, Tendenz stark steigend. Europäische Zahlen sind schwierig zu bekommen, es handelt sich aber um einen Milliardenmarkt. Das Geschäftsmodell, das hier zum Tragen kommt, heißt „free-

to-play“. Während das grundlegende Spiel kostenlos ist, können Zusatzinhalte innerhalb der App kostenpflichtig bezogen werden. Diese geben dem Spieler Vorteile gegenüber anderen Spielern, individualisieren das Spiel, schalten Werbung innerhalb der App ab oder lassen den Spielerfolg schneller erzielen. Verliert man beispielsweise bei *Candy Crush Saga* eine Runde und hat keine Leben mehr zur Verfügung, muss man 30 Minuten warten, bis man einen erneuten Versuch starten kann. Möchte man nicht warten, kann man alternativ Leben im „Candy Laden“ mit mehreren Goldbaren kaufen. Ist dabei ein Level zu schwer, kann man Hilfsmittel benutzen. Hierfür werden auch Goldbaren fällig. Die virtuelle Währung der Goldbaren hat einen Umrechnungskurs zu echtem Geld: 15 Goldbaren kosten derzeit 1,99 Euro. Kleine Eurobeträge, die im Spiel wahre Wunder bewirken können und gleichzeitig den Umsatz der Spieleentwickler steigern. Also eine Win-win-Situation? Nicht ganz.

Während damals beim Spielen auf der Straße schon einmal eine Hose aufgescheuert wurde und geflickt werden musste, können die heutigen Kinder und Jugendlichen sich sogar verschulden. Denn gerade sie fallen vermehrt auf die beschriebene Verkaufsstrategie herein und geraten in die Kostenfalle. Die Verbraucherzentrale Bundesverband merkte das Geschäftsmodell „free-to-play“ innerhalb ihres Projekts *Verbraucherrechte in der digitalen Welt* an.³ Die Kinderfreundlichkeit sei zudem oftmals nicht gegeben, da innerhalb der Spiele Werbung beispielsweise für Online-Casinos oder Flirt-Chats geschaltet wird. Der Verbraucherzentrale Bundesverband verklagte sogar den Spielehersteller Gameforge, da er in seinem Spiel *Runes of Magic* Kinder direkt zum Tätigen von In-App-Käufen animiert habe. Streitpunkt war der Slogan: „Schnapp Dir die günstige Gelegenheit und verpasse Deiner Rüstung & Waffen das gewisse ‚Etwas‘“. Der Bundesgerichtshof (BGH) bestätigte im September 2014 das zuvor ergangene Urteil, dass durch das Duzen eine jüngere Zielgruppe angesprochen werden soll. „Der Schutz der Kinder gebiete es, dass auch im Internet eine gewisse Zurückhaltung gewahrt werde“, so der BGH.

Candy Crush Saga und *Runes of Magic* sind nicht die einzigen Branchenvertreter, die free-to-play als Geschäftsmodell für sich entdeckt haben. Es ist im Bereich der Mobile Games mittlerweile erste Geldquelle der Spieleentwickler geworden. Doch nicht nur In-App-Käufe bescheren den Unternehmen Umsatz. Auch mit Daten lässt sich Geld verdienen.

Handyspiele werden zu Datenkraken

Das Smartphone macht das Telefon so „klug“, weil man mit ihm nicht nur telefonieren, sondern auch Kurznachrichten schreiben, im Internet surfen, soziale Netzwerke besuchen, Fotos und Videos aufnehmen, Spiele spielen, Routen planen und vieles mehr kann. Bei der täglichen Smartphone-Benutzung entstehen dadurch Massen an Datensätzen, die auch für App-Entwickler teils nötig und sogar umsatzsteigernd sind. Logisch ist, dass die App der lokalen Verkehrsbetriebe die Berechtigung haben möchte, meinen Standort bei Benutzung der App abzugreifen. So kann sie mir anzeigen, wie ich von meinem derzeitigen Standort zu meinem Ziel kommen kann. Fraglich ist dagegen, warum Spieleentwickler Zugriff auf den privaten Facebook-Account der Spielenden haben möchten. Daran stößt sich auch die Verbraucherzentrale Bundesverband. Im Projekt *Verbraucherrechte in der digitalen Welt* wurde bemängelt, dass Spieler Belohnungen erhalten, wenn sie die Spiele-App mit ihren Accounts in sozialen Medien wie *Facebook* und *Twitter* verbinden. Oft sei nicht klar, welche Daten übertragen und zu welchen konkreten Zwecken diese genutzt werden, so Carola Elbrecht von der Verbraucherzentrale Bundesverband. Um Klarheit zu bekommen, hilft ein Blick in die AGBs der Apps. Beim Beispiel *Candy Crush Saga* verpflichtet man sich in den AGBs, die eigenen Daten, etwa bei einer Facebook-Verknüpfung, zu pflegen und richtig zu halten. Ein Verstoß dagegen könnte zur Sperrung und zum Verlust des Guthabens führen. Dies ist wichtig für den Folgepunkt in den AGBs. Dieser regelt, dass die Daten „[...] zur Vermarktung von

und Werbung für unsere Dienstleistungen oder verbundene Produkte“ genutzt werden können. Wer dies für drastisch hält, hat die Datenschutzbestimmungen des lang erwarteten und im Sommer 2016 erschienenen Smartphone-Spiels *Pokémon GO* nicht im Blick.

Das Spiel *Pokémon GO* von der Google-Tochter Niantic Inc. basiert auf einer gleichnamigen Kinder- und Jugendserie, die in den 1990er und 2000er Jahren weltweit große Erfolge feierte. Man verfolgte den Jungen Ash Ketchum, der sogenannte Pokémons, kleine Taschen-Monster, fängt, sie trainiert und mit ihnen gegen andere Pokémon-Trainer kämpft. Wovon viele Kinder und Jugendliche träumten, sollte 2016 Realität werden. Mit dem Smartphone und der App *Pokémon GO* wird man selbst Pokémon-Trainer und fängt in seiner städtischen Nachbarschaft, auf dem Dorf oder in der Natur die kleinen Figuren. Nicht nur durch die populäre TV-Serie wurde der Veröffentlichung des Spiels entgegengesehen, auch die Tatsache, dass es eines der ersten „Augmented Reality“-Spiele war, steigerte den Spielhype. „Augmented Reality“ meint dabei, dass die Realität mit dem Virtuellen erweitert wird.

Im Falle von *Pokémon GO* sieht der Spieler auf seinem Handydisplay die Umgebung, die seine Kamera widerspiegelt, und fängt mit Bällen erscheinende Pokémons. Real existierende Gebäude und Bauwerke sind im Spiel ebenfalls integriert. Der Berliner Zoo wurde beispielsweise mit drei sogenannten PokéStops markiert, an denen mit Lockmodulen besonders viele Pokémons gefangen werden können. So weit, so gut. Ein kostenloses Spiel mit Nostalgiefaktor für Mittdreißiger, das wegen der notwendigen Bewegung durch das Abschreiten von Straßen, Parks oder der Natur sogar für reale Bewegung der Spieler sorgt. Darüber hinaus hat das Spiel eine weitere Nebenkompente, da sich Spielende auf der Straße treffen, gegeneinander antreten und ins Gespräch kommen können und damit sogar soziale Kontakte entstehen. Über diese Art von Spielen finden Menschen zusammen, die sich ansonsten im Alltag bisher nie begegnet wären und sich teilweise sogar zu regionalen Gruppen zusammenschließen. Das positive

Bild wird jedoch durch einen Blick in die Datenschutzbestimmungen getrübt. Um *Pokemon GO* zu spielen, muss man sich bei einem sogenannten „Pokémon Trainer Club“ registrieren oder sich mit einem Google-Konto anmelden. Neben dem üblichen verklausulierten Einverständnis zur Datenweitergabe an Dritte und zu Analyse-, Personalisierungs- und Marketingmaßnahmen macht besonders ein Passus stutzig, mit dem sich die Betreiber das Recht einräumen lassen, personenbezogene Informationen aus Sicherheitsgründen nach eigenem Ermessen mit Regierungen, Ermittlungsbehörden und sonstigen staatlichen Stellen oder Privatpersonen zu teilen. Dort steht:

„Wir arbeiten mit der Regierung, mit Strafverfolgungsbehörden oder privaten Beteiligten zusammen, um das Gesetz durchzusetzen und einzuhalten. Wir könnten jegliche Informationen über Sie (oder über das von Ihnen ermächtigte Kind), die sich in unserem Besitz oder Kontrollbereich befinden, an Regierungen oder Strafverfolgungsbehörden oder private Beteiligte offenlegen, wenn wir es nach unserem eigenen Ermessen für notwendig und angemessen erachten: (a) um auf Ansprüche, Gerichtsprozesse (einschließlich Vorladungen) zu reagieren; (b) um unser Eigentum, unsere Rechte und unsere Sicherheit, sowie das Eigentum, die Rechte und die Sicherheit von Dritten oder der allgemeinen Öffentlichkeit zu schützen; und (c) um jegliche Aktivität, die wir als illegal, unethisch oder rechtlich anfechtbar erachten, aufzudecken und zu stoppen.“⁴

Im Vergleich zum damaligen Gummiband bei Gummihopse oder dem Lederball beim Straßenfußball werden die heutigen neuen Spielgeräte damit zum einem strafrechtlich relevanten, ja eventuell sogar ins geheimdienstliche gehende Objekt. Gerade weil das Spiel auf die reale Bewegung des Spielers und die Erkundung der Gegend aufbaut, weiß die App, wo sich der Spieler bei Ausführung der App aufhält, und kann Bewegungsprofile nachzeichnen. Das hat massive verbraucherschutzrechtliche Konsequenzen und greift sogar in die Persönlichkeitsrechte der

Spielenden ein. Die Verbraucherzentrale Bundesverband nahm sich der Sache an und mahnte deswegen die Google-Tochter wegen ihrer Datenschutzbestimmungen ab. Sie erreichte, dass das Unternehmen bei über fünfzehn beanstandeten Punkten eine Unterlassungserklärung abgegeben hat und sich künftig an deutsche Verbraucherstandards hält. Mit der europäischen Datenschutzverordnung und ihrem Artikel 8 (Bedingungen für die Einwilligung des Kindes in Bezug auf Dienste der Informationsgesellschaft) für den sich die Bundesregierung auf EU-Ebene immer wieder stark gemacht hatte, wurde nun erstmals eine Regelung geschaffen, die die besondere Schutzbedürftigkeit Minderjähriger hervorhebt und insofern erweiterte Verpflichtungen vorsieht. Damit ist mittlerweile die europäische Gesetzgebung befasst und tangiert also auch meine parlamentarische Arbeit im Europaparlament.

Diese Zeilen lassen die Vermutung zu, dass das (digitale) Spielen im Jahr 2017 zu einer Kostenfalle wird und Jugendliche zu einem gläsernen Menschen für Unternehmen mutieren. Gibt es denn noch positive Aspekte der heutigen Spielekultur und Hoffnungsschimmer für die Zukunft?

Durch Spielen zum Marathonläufer?

Blickt man in die Zukunft, prognostiziert man in der Spielekultur einen Anstieg von Spielen im Augmented- und Virtual-Reality-Bereich. *Pokémon GO* war erst der Beginn der Augmented-Reality-Ära auf dem Smartphone. Andere Franchises wie *Harry Potter* wollen nachziehen und Spiele entwickeln. Da diese Spiele, im Gegensatz zu Computern im Kinderzimmer, auf die Bewegung des Spielers aufbauen, sehen Ärzte eine Möglichkeit der körperlichen Ertüchtigung. Regelmäßige Bewegung trainiert Herz und Muskeln und fördert Geschicklichkeit und Beweglichkeit. Studien der American Heart Association belegen, dass die Teilnehmer nach dem Pokémon-Go-Spiel im Durchschnitt

2.000 Schritte mehr pro Tag liefern.⁵ Mehr noch, da das Jagen der digitalen Monster meist in Gruppen stattfindet und auch gegeneinander gespielt wird, ergeben sich besonders bei diesem Spiel neue soziale Kontakte. Das Thema hat sogar ganz handfest wirtschaftliche Gesichtspunkte – beispielsweise beim Tourismus. Touristische Orte genießen ein gesteigertes Besuchsinteresse, da dort vermehrt die bereits beschriebenen PokéStops platziert wurden und mehr Pokémon gefangen werden können.

Dass Jugendliche in ihrer Freizeit mehr denn je am Computer spielen, ist nicht verwerflich. Es gibt aber zunehmend Studien, die belegen, dass die heutigen Jugendlichen sich nicht mehr genug bewegen und vermehrt an Fettleibigkeit leiden. Darüber hinaus ist die Gesundheit der Jugendlichen durch die Strahlung und elektromagnetische Felder der Endgeräte in Gefahr und führte dazu, dass nationale Studien die Europäische Kommission auffordern, dieses Thema zu behandeln und einheitliche Standards festzulegen. Hier sollen auch Erfahrungen insbesondere aus anderen EU-Mitgliedstaaten einfließen. Das sind Themen für den Verbraucherschutz, der nicht nur national, sondern auch auf europäischer Ebene gehandhabt wird.

Durch die Abschaffung der Roaming-Gebühren, was ein erfolgreiches Beispiel der Europapolitik ist, werden Kinder und Jugendliche auf Auslandsreisen verstärkt online sein. Diese Tatsache kommt auch dem noch jungen, auf digitalen Hilfsmitteln basierenden Spiel *Geocaching* – einer digital unterstützten Schnitzeljagd – zugute. Dabei werden Handys oder GPS-Geräte für die eigene geographische Verortung benötigt, mit denen Verstecke in der Natur und in Städten auffindig gemacht werden können. Vor Ort angekommen, müssen meist gut verschlossene Aufbewahrungsbehältnisse gefunden werden, in denen dann thematische oder eigene kleine Dinge hinterlassen bzw. getauscht werden können. Der Fund wird zudem durch Eintrag in einem Logbuch oder parallel im Internet bekannt gegeben. Dieses alte Spiel ist seit der Freischaltung der GPS-Signale für den nichtmilitärischen Bereich seit dem ersten Versteck

am 3. Mai 2000 digital geworden und erfreut eine wachsende große internationale Gemeinschaft, die daraufhin sogar ganze Wochenendausflüge oder Urlaube plant.

Digitale Spiele als Wirtschaftsstandort

Digitale Spiele und insbesondere die hohe Zunahme der digitalen Online-Glücksspiele für Erwachsene haben auch praktische Auswirkungen auf Europa und einige andere Länder.

Hervorheben möchte ich Malta, das Unternehmen auf diesem Markt besondere Steuervorteile verschaffte und die kleine Insel mit 400.000 Einwohnern zum Mekka der digitalen Spielewelt werden ließ. Als Sachsen-Anhalter sei mir die Fußnote erlaubt, dass Playmobil vor Ort produziert und in den letzten Tagen das millionste Luther-Playmobil produziert wurde.

Mehrere Tausend zusätzliche Arbeitskräfte sind nun auf Malta anzutreffen, was wahrscheinlich noch durch den möglicherweise eintretenden BREXIT zunehmen wird. Damit verändern sie den sehr kleinen Mietmarkt auf der Insel, der dadurch bereits jetzt merklich angewachsen ist. Die digitale Spielewirtschaft ist bereits heute ein großer Wirtschaftsbereich, der mittlerweile Forschungs- und Entwicklungsprojekte an Universitäten und Instituten mit sich bringt und im globalen Wettbewerb immer wichtiger wird.

Die digitalen Spiele verändern also nicht nur die Bewegungsabläufe der heutigen Kinder und Jugendlichen, sondern prägen auch ihren Blick auf die Welt. Das birgt Chancen, wenn beispielsweise Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz oder soziale Handlungen in Spiele eingebaut und belohnt werden würden. Auch wenn die digitalen Spiele nicht mehr wegzudenken sind, sollten die Familien die Kinder weiterhin dazu anregen, auch einmal ohne Smartphone loszuziehen, um sich selber, ihre direkte Nachbarschaft und Umwelt, aber auch ihre Zeitgenossen kennenzulernen und mit ihnen zu spielen. Beim Beschäftigen mit dem Thema war ich überrascht, dass es auch neue Bücher

für Straßenspiele und zum Höhlenbauen gibt. Spiele, die mich jedenfalls sehr positiv geprägt und mir unvergessliche und schöne Erinnerungen eingebracht haben. Wichtig wird beim Spielen so oder so bleiben, dass die Phantasie angeregt wird und der Spieltrieb ausgelebt werden kann. Spielen sollte dabei allen Generationen gemein bleiben – egal ob digital oder nicht!

Anmerkungen

- 1 Zynga hofft auf Smartphone-Spiele, in: Handelsblatt, 04.03.2014.
- 2 June Thomas: Candy Crush Brings In \$ 633,000 Per Day, Analysis Finds, in: The Huffington Post, 07.08.2013. Online: www.huffingtonpost.com/2013/07/08/candy-crush-addict-reward_n_3561658.html (28.05.2018)
- 3 Vgl. Untersuchung von Kinder-Apps. Ein Bericht des Projekts „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes, 22.08.2013. Online: www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/Kinder-Apps-Untersuchungsbericht_2013-08-22.pdf (28.05.2018).
- 4 Vgl. Ingo Dachwitz: Datenschutzerklärung von „Pokémon Go“: Großzügige Erlaubnis zur Datenweitergabe an staatliche Stellen. Online: <https://netzpolitik.org/2016/datenschutzerklaerung-von-pokemon-go-grosszuegige-erlaubnis-zur-datenweitergabe-an-staatliche-stellen/> (15.02.2018).
- 5 Vgl. Pokémon Go may help you take steps toward better health, in: American Heart Association News, 08.03.2017. Online: <https://news.heart.org/pokemon-go-may-help-you-take-steps-toward-better-health/> (28.05.2018).