

Bericht

des Ausschusses für Konsumentenschutz

über den Antrag 3744/A(E) der Abgeordneten Mag. Ulrike Fischer, Mag. Peter Weidinger, Kolleginnen und Kollegen betreffend „Prüfung eines Maßnahmenpakets gegen problematische Praktiken bei Online-Games“

Die Abgeordneten Mag. Ulrike **Fischer**, Mag. Peter **Weidinger**, Kolleginnen und Kollegen haben den gegenständlichen Entschließungsantrag am 24. November 2023 im Nationalrat eingebracht und wie folgt begründet:

„Online-Gaming, vor allem App-basiertes Mobile Gaming, spielt im Leben vieler Kinder und Jugendlicher eine immer größere Rolle. Seit einiger Zeit ist zu beobachten, dass in vielen Spielen sogenannte ‚In-Game-Käufe‘ angeboten werden. Dabei werden Nutzer:innen während eines Spiels regelmäßig animiert, neue Spielfunktionen einzukaufen, um beispielsweise bessere oder schnellere Spielerfolge zu ermöglichen.

Oft finden solche Käufe in Echtgeld statt, obwohl der Preis im Spiel vermehrt in virtuellen Phantasiewährungen angegeben wird. Insbesondere für Kinder und Jugendliche ist es dabei beinahe unmöglich einen tatsächlichen Überblick über die bereits investierte Gesamtsumme zu behalten. In vielen Fällen führte das zu bösen Überraschungen bei der nächsten Abrechnung bis hin zu erheblichen Verschuldungen. Auch das Phänomen von ‚Lootboxen‘ (auch ‚Mysteryboxen‘ oder ‚Beuteboxen‘ genannt) spielt zunehmend eine Rolle. Dabei wird ein virtueller Behälter in einem Computerspiel erworben, der eine zufällige Sammlung bestimmter Items (zB Charaktere, Waffen oder andere, für das jeweilige Spiel nützliche Gegenstände) enthält. Neben der fehlenden Kostenkontrolle besteht auch keine Möglichkeit realistisch einzuschätzen wie hoch die Gewinnwahrscheinlichkeit beim Kauf einer solchen Lootbox ist, sprich wie hoch die Chance einzuschätzen ist, dass sich zB ein besonders begehrter Spielcharakter in einer solchen Box befindet.

In-Game-Käufe können aus den oben genannten Gründen aus konsumentenpolitischer Sicht mitunter ein Problem darstellen. Die Gaming-Industrie arbeitet mit Marketingmethoden, um Nutzer:innen zu Käufen zu animieren. Der Umstand, dass das Zielpublikum vermehrt Kinder und Jugendliche sind, verschärft die Situation, da sie zumeist aufgrund von wirtschaftlicher Unerfahrenheit besonders vulnerabel und anfällig für diverse Marketingmaßnahmen sind.“

Der Ausschuss für Konsumentenschutz hat den gegenständlichen Entschließungsantrag in seiner Sitzung am 5. Dezember 2023 in Verhandlung genommen. An der Debatte beteiligten sich außer dem Berichterstatter Abgeordneter Mag. Peter **Weidinger** die Abgeordneten Mag. Christian **Drobits**, Fiona **Fiedler**, BEd, Mag. Ulrike **Fischer**, Petra **Wimmer**, Christian **Ries** und Andreas **Kühberger** sowie der Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz Johannes **Rauch** und der Ausschussobmann Abgeordneter Peter **Wurm**.

Bei der Abstimmung wurde der gegenständliche Entschließungsantrag der Abgeordneten Mag. Ulrike **Fischer**, Mag. Peter **Weidinger**, Kolleginnen und Kollegen mit Stimmenmehrheit (für den Antrag: V, G, N, **dagegen**: S, F) beschlossen.

Als Ergebnis seiner Beratungen stellt der Ausschuss für Konsumentenschutz somit den **Antrag**, der Nationalrat wolle die **angeschlossene EntschlieÙung** annehmen.

Wien, 2023 12 05

Mag. Peter Weidinger

Berichterstattung

Peter Wurm

Obmann

