



Free-to-Play

(Geld-)Probleme bei kostenlosen Videospiele

Free-to-Play

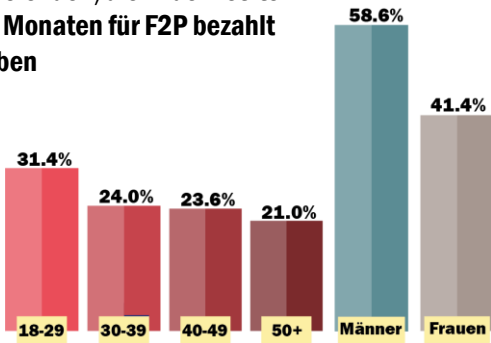
Auf dem weltweiten Videospiegelmarkt sind die meisten Spiele kostenlos. Sie können auf das Handy oder auf den Computer heruntergeladen werden, sie sind in sozialen Netzwerken verfügbar oder können auf Plattformen gespielt werden. Doch obwohl sie als kostenlos bezeichnet werden, kann dieser Begriff hinterfragt werden.

Kostenlose Spiele generieren jedes Jahr 80% der Einnahmen aus Videospiele - diese beliefen sich im Jahre 2018 auf über 100 Milliarden Dollar - und ihre Monetisierung basiert oft auf Mikrotransaktionen. Im Gegensatz zu den klassischen Spielen erfordern diese „free-to-play“(F2P)-Spiele keinen Erstkauf von mehreren Dutzend Franken oder ein monatliches Abonnement, sondern bieten die Möglichkeit, optionale Käufe im Spiel zu tätigen.

Wie aus diesen kostenlosen Spielen Geld gewonnen wird, hängt vom Spiel ab und es existieren mehrere Möglichkeiten. Beispielsweise können Spielende bezahlen, um einen Gegenstand zu erhalten, der sehr selten oder schwer zu beschaffen ist und der es ermöglicht, schneller im Spiel voran zu kommen (z.B. Gardenscapes). Weiter können sie Geld ausgeben, um Gegenstände zu kaufen, die ihnen Vorteile gegenüber anderen Spielern bringen (z.B. Call of Duty, World of Tanks), einzigartige Fähigkeiten für ihren Avatar kaufen (z.B. Fortnite, the Sims), zusätzliche Spielzeit in Spielen mit täglich begrenzter Spieldauer (z.B. Candy Crush), reduzierte Wartezeiten beim Bau ihres Dorfes (z.B. Elvenar) oder neue Spieler für ihr Team erstehen (z.B. FIFA).

In diesem Faktenblatt geht es um „free-to-play“-Spielende, die in den letzten 12 Monaten für kostenlose Spiele Geld ausgegeben haben.

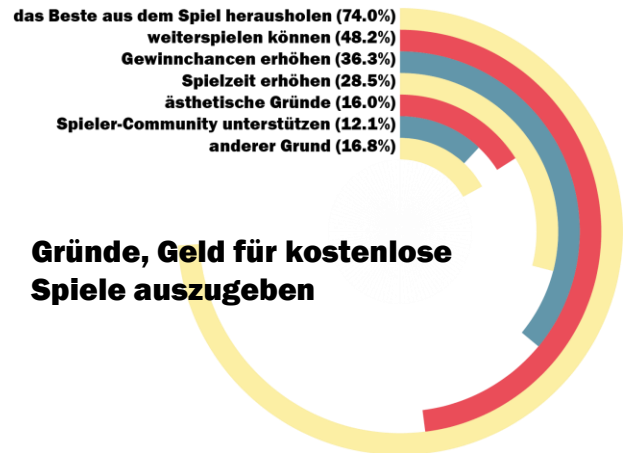
Geschlecht und Alter der Spielenden, die in den letzten 12 Monaten für F2P bezahlt haben



Es bezahlen mehr Männer (58.6%) als Frauen (41.4%) für „free-to-play“-Spiele. Betreffend Alter machen die 18- bis 29-Jährigen fast einen Drittel der Spieler aus, die für F2P bezahlt haben, aber auch viele 30- bis 39-Jährige und 40- bis 49-Jährige haben für diese Spiele Geld ausgegeben (24.0% bzw. 23.6%).

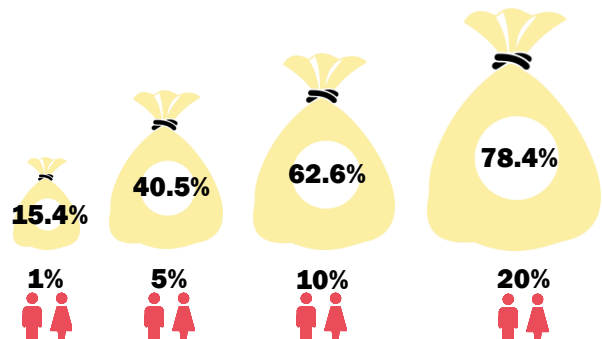
Anteil der Gesamtausgaben für F2P-Spiele für 1%, 5%, 10% und 20% der Spieler, die in den letzten 12 Monaten am meisten ausgegeben haben

Die Analysen bezüglich Ausgaben zeigten, dass das 1%, der Spielenden mit den höchsten Ausgaben 15.4% der Gesamtausgaben ausmachten, die 5% der Spielenden mit den höchsten Ausgaben 40.5%, die 10% mit den höchsten Ausgaben 62.6% und die 20% mit den höchsten Ausgaben 78.4% der Gesamtausgaben ausmachten.



Gründe, Geld für kostenlose Spiele auszugeben

Der Fragebogen beinhaltete sieben Kategorien mit Gründen, wieso für Spiele bezahlt wurde, die kostenlos gespielt werden können. Die am häufigsten genannten Gründe waren „um das Beste aus dem Spiel herauszuholen“ (74.0%), gefolgt von "um weilerspielen zu können" (48.2%) und "um die Gewinnchancen zu erhöhen" (36.3%).



Der ePGSI-Score wurde signifikant durch ein tiefes Einkommen (unter 4'500.-CHF), sowie die verbrachten Stunden im Internet vorhergesagt. Je mehr Stunden Online verbracht wurden, desto höher war der ePGSI-Score. Weiter sagten verschiedene Gründe, für kostenlose Spiele zu bezahlen, den ePGSI-Score voraus: „um die Gewinnchancen zu erhöhen“, „aus ästhetischen Gründen“ und „zur Unterstützung der Spieler-Community“. Diese Gründe sagten einen höheren ePGSI-Score voraus. Die Ausgaben hingen ebenfalls mit dem ePGSI-Score zusammen: je mehr Geld Spieler ausgaben, desto höher war ihr ePGSI-Score.

Faktoren, die mit mehr Problemen einhergehen (Multiple lineare Regression – ePGSI)

Individuelle Faktoren



Im Internet verbrachte Stunden



Ausgaben in den letzten 12 Monaten



Haushaltseinkommen <4500

Gründe



Gewinnchancen erhöhen



Spieler-Community unterstützen



Ästhetische Gründe



Weiterspielen können

Spielende, die ebenfalls Geldspiele betätigen

Unter den Spielenden, die Geld für «free-to-play»-Spiele ausgaben, zeigen diejenigen Spielenden, welche auch Online-Geldspiele betätigen unterschiedliche Verhaltensweisen als diejenigen, die keine Online-Geldspiele (OGS) betätigen. OGS-Spielende geben häufiger und im Durchschnitt mehr Geld aus. OGS-Spieler kaufen zudem häufiger «Lootboxen» («Überraschungstruhen», die Zubehör für das Videospiel enthalten, für welches Spielende bezahlen können, aber nicht müssen; ähnelt dem Geldspielsystem) gekauft.

Vgl. Forschungsberichte «Jeux d'argent sur Internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo» (Al Kurdi, Notari, & Kuendig, 2020) und «Free-to-Play -Spiele : (Geld-)Probleme bei kostenlosen Videospiele» (Notari & Studer, 2020).

für weitere Informationen über diese Elemente und über den Zusammenhang zwischen Videospiele und Geldspielen.



Fazit

Allgemein konnte festgestellt werden, dass unter Spielenden, die für kostenlose Videospiele bezahlt haben, weniger Geschlechtsunterschiede bestanden als in der Stichprobe der Geldspielenden. Weiter konnte beobachtet werden, dass F2P-Spiele eher junge Menschen anzogen, obwohl jeder fünfte Spielende über 50 Jahre alt war.

Es gibt vielfältige Gründe, wieso für kostenlose Videospiele bezahlt wird. Drei von vier Spielenden gaben an, „um das Beste aus dem Spiel herauszuholen“ und fast die Hälfte nannte als Grund „um weiter spielen zu können“. Es scheint daher offensichtlich, dass die Frustration ein wichtiges Element bei der Monetisierung dieser Spiele darstellt. Die Spiele sind in ihrer kostenlosen Version unvollkommen und nur durch Bezahlung ist es für die Spielenden möglich, das Spiel in vollen Zügen zu geniessen. Wie von Ravoniarison und Benito (2017) hervorgehoben wurde, ist die Frustrationsinduktion ein Werkzeug, das von den Anbietern von „free-to-play“-Spielen eingesetzt wird, um die Bereitschaft zu erzeugen, für Elemente oder Objekte zu bezahlen.

Auch wenn die durchschnittlichen Ausgaben als niedrig betrachtet werden können, sollte daran erinnert werden, dass es sich bei diesen Spielen um kostenlose Videospiele handelt und fast jeder zehnte Spielende angab, dass es wegen des Spiels zu Geldproblemen kam.

Die Studie

Die aufgeführten Ergebnisse betreffen Personen, die in den letzten 12 Monaten für Online-Geldspiele bezahlt haben. Für die Erhebung der Daten wurde ein Panel von Internet-Nutzern (LINK Internet-Panel) verwendet. Die Bezugspopulation der Umfrage besteht aus Personen mit Wohnsitz in der Schweiz im Alter zwischen 18 und 79 Jahren, die auf Deutsch, Französisch oder Italienisch befragt werden können und die das Internet mindestens einmal wöchentlich für private Zwecke nutzen. Das Umfrage- und Stichprobenmodell impliziert daher, dass die hier vorgestellten Ergebnisse nicht als repräsentativ für die Allgemeinbevölkerung gelten, sondern vielmehr für eine Untergruppe der in der Schweiz wohnhaften Population, die wöchentlich im Internet aktiv ist. Weitere Informationen finden Sie im Forschungsbericht.

Dieses Forschungsprojekt wurde durch das Interkantonale Programm Glücksspielsuchtprävention Nordwest- und Innerschweiz und das Interkantonale Programm Glücksspielsuchtprävention Ostschweiz finanziert.

Die Datenerhebung wurde von dem Interkantonalen Programm für den Kampf gegen die Spielsucht (PILDJ) finanziert im Rahmen der Studie «Jeux d'argent sur Internet en Suisse : Un regard quantitatif, qualitatif et prospectif sur les jeux d'argent en ligne et leur convergence avec les jeux vidéo» (Al Kurdi, Notari, & Kuendig, 2020).

Die Ergebnisse dieses Faktenblatts sind folgendem Bericht entnommen: **Notari L., Studer S. (2020).** «Free-to-Play »-Spiele : (Geld-)Probleme bei kostenlosen Videospiele. *Sucht Schweiz, Lausanne, Schweiz.*

Inhalt und Gestaltung

Luca Notari, Selina Studer, Sucht Schweiz, September 2020