

# Lootboxen

Wenn sich Geld- und Glücksspiele  
in Videospiele einschleichen



## Referenzdokumente

- ▶ [Die Hintergründe der Lootboxen. Wir legen die Karten auf den Tisch.](#)
  - ▶ Die Lootboxen. Unsere Experten sprechen darüber.  
[Interview mit Gabriel Thorens](#)  
[Interview mit Niels Weber](#)
- www.duspielst.ch  
www.projuventute.ch

## Zielgruppe

Ab 8-jährig (1.+2. Zyklus Lehrplan 21)

## Lehrplan 21

**NMG 1.2 - Die Schülerinnen und Schüler können Mitverantwortung für Gesundheit und Wohlbefinden übernehmen und können sich vor Gefahren schützen.**

- können Merkmale von Abhängigkeiten und Sucht beschreiben und Möglichkeiten der Prävention erkennen.

**NMG 1.4 - Die Schülerinnen und Schüler können den Aufbau des eigenen Körpers beschreiben und Funktionen von ausgewählten Organen erklären.**

- können Grundlagen für die Gesundheitserhaltung des Körpers nennen und entsprechend handeln

**ERG 5.1 - Die Schülerinnen und Schüler können eigene Ressourcen wahrnehmen, einschätzen und einbringen.**

- kennen Anlaufstellen für Problemsituationen (z.B. Familie, Schule, Sexualität, Belästigung, Gewalt, Sucht, Armut) und können sie bei Bedarf konsultieren.

## Einordnung der Fragen

**Lootboxen** oder Beute-/Schatzkisten sind virtuelle Objekte, die in der Regel als Truhen dargestellt werden, durch welche der Spieler Vorteile im Spiel erhält. Sie können rein **kosmetisch** oder **funktional** sein: eine zusätzliche Spielfigur, Kostüme, Werkzeug, Waffen usw. So können auch Levels freigeschaltet, Kompetenzen erworben oder die Leistung verbessert werden. Sie sind eine der Strategien der Spielbetreiber, um die Spiele rentabel zu machen. Sie kommen hauptsächlich in **F2P**-Videospiele (*free-to-play*)<sup>1</sup> vor, deren Nutzung kostenlos ist, aber auch in einigen **AAA-Spielen** (ausgesprochen englisch «Triple A»), welche über die höchsten Entwicklungs- und Werbebudgets verfügen sowie eine hohe Qualität und Geschäftserfolg versprechen.



## Die Inhalte von Lootboxen sind:

- **optional:** Es ist allerdings schwierig, ihnen zu widerstehen. Visuelle und akustische Effekte sowie Knapp-daneben-Effekte (*Near Miss*) werden eingebaut, um die Spieler dazu anzuregen, die Boxen zu öffnen. Manchmal ist der Spielverlauf ohne Lootboxen langsam und mühsam (*pay-to-win*). Der während des Spiels ausgelöste Frust bringt den Spieler dann dazu, Lootboxen freizuschalten, um voranzukommen. Bei Spielen im Mehrspieler-Modus schliesslich ist ein personalisiertes Aussehen wichtig. Es ist häufig unmöglich, ein Kultobjekt einfach zu kaufen, dieses muss über den Kauf von Lootboxen erstanden werden.

<sup>1</sup> Gratis-Videospiele, finanziert durch In-Game-Käufe (Mikrotransaktionen)  
Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Dokument nur die männliche Form verwendet, sie schliesst jedoch alle Geschlechter mit ein.



**WAH 4.1 - Die Schülerinnen und Schüler können das Zusammenspiel unterschiedlicher Einflüsse auf die Gesundheit erkennen und den eigenen Alltag gesundheitsfördernd gestalten.**

- können im Alltag Bedingungen, Situationen und Handlungsweisen erkennen und benennen, die für die Gesundheit eine förderliche bzw. abträgliche Wirkung haben (z.B. Genuss, Sucht, Bewegung).

**Medienbildung**

**MI 1.1 - Die Schülerinnen und Schüler können sich in der physischen Umwelt sowie in medialen und virtuellen Lebensräumen orientieren und sich darin entsprechend den Gesetzen, Regeln und Wertesystemen verhalten.**

**MI 1.2 - Die Schülerinnen und Schüler können Medien und Medienbeiträge entschlüsseln, reflektieren und nutzen.**

- können die Grundfunktionen der Medien benennen (Information, Bildung, Meinungsbildung, Unterhaltung, Kommunikation)
- können Informationen aus verschiedenen Quellen gezielt beschaffen, auswählen und hinsichtlich Qualität und Nutzen beurteilen

**MI 1.4 - Die Schülerinnen und Schüler können Medien interaktiv nutzen sowie mit anderen kommunizieren und kooperieren.**

- können Medien für gemeinsames Arbeiten und für Meinungsaustausch einsetzen und dabei die Sicherheitsregeln befolgen.

**Stichwörter**

Lootboxen, Videospiele, Onlinespiele, Ausgaben, Mikrotransaktionen, Geld- und Glücksspiele, Spielverhalten, substanzungebundene Sucht

**Material**

Auszüge Videos und Bilder zu Lootboxen

- ▶ [Overwatch opening 1000 loot box world record](#)
- ▶ [Tester une machine à sous de casino, et ce, pour gagner un petit gain.](#) (Einen Casino-Geldspielautomaten testen und einen kleinen Gewinn einstreichen)

- **zufällig:** Die Spieler kennen weder den Inhalt der verschiedenen Boxen noch die Wahrscheinlichkeit, einen bestimmten Inhalt zu gewinnen. Um bestimmten Lootboxen den Anschein eines gewissen Mehrwerts zu verleihen, wird künstlich ein Seltenheitseffekt geschaffen. Es kommt jedoch häufiger vor, dass man einen kaum oder gar nicht nützlichen Inhalt erhält. Um die Spieler dazu zu animieren, die Lootboxen freizuschalten, wird ihr Spielverhalten von den Spielbetreibern gespeichert und analysiert. Die Lootboxen werden je nach Bedürfnissen im richtigen Moment im Spiel angeboten: Es handelt sich mehr um eine von Algorithmen gesteuerte Manipulation als um einen wirklichen Zufall.
- **kostenlos** oder **kostenpflichtig:** Lootboxen können für geringe Summen echten Geldes (**Mikrotransaktionen**) oder mit In-Game-Währung (die wiederum mit echtem Geld erworben wird) gekauft werden. Die Zahlungsmethoden sind einfach und niederschwellig. Die Spieler merken also nicht, wie viel Geld sie für Lootboxen ausgeben.



Dieses Symbol weist auf Lootboxen in Spielen hin.

Weil diese Lootboxen zufällig und kostenpflichtig sind, können sie mit Geld- und Glücksspielen gleichgesetzt werden. Im Übrigen geben nur wenige Spieler viel Geld für Lootboxen aus. Aber je nach Spielverhalten können die Lootboxen problematisch sein. Wenn die Spielbetreiber zulassen, dass Jugendliche und Kinder Lootboxen kaufen, können diese negativen Folgen ausgesetzt sein: **substanzungebundene** Sucht, finanzielle Probleme.

**Ziele**

- das eigene Spielverhalten analysieren (Häufigkeit, Dauer, Stimmung)
- die eigene Verwendung von Lootboxen analysieren: Darstellung der Lootboxen, Chancen und Risiken der Lootboxen (Kaufhäufigkeit, Kaufmotivation, Zufriedenheit und Nutzen)
- den Wert der Lootboxen für die Spielbetreiber verstehen (Vorteile, wirtschaftliche Bedeutung, Bindung der Spieler)
- sich der Strategien der Spielbetreiber, die Spieler zum Geldausgeben zu animieren, bewusst werden (Marketingstrategien, Analyse des Spielverhaltens)
- die Ähnlichkeit mit Geld- und Glücksspielen verstehen und das Thema Sucht einführen (Parallele zu Geldspielautomaten, Spielverhalten, finanzielle Probleme, substanzungebundene Sucht)



## Diskussion mit der Klasse

### 1. Parallelen zu Lootboxen im Alltag suchen



Zur Einführung in das Thema Lootboxen überlegen, was im Alltag mit unbekanntem Inhalt gekauft wird

→ unvollständige Liste: Panini-Bilder, Überraschungseier, L.O.L.-Puppen, Überraschungsboxen aller Art wie Kosmetik, Lebensmittel, Kleidung, Accessoires, Dekoartikel usw.).

Aus welchen Gründen kauft man einen solchen Artikel? Ist ein solcher Kauf immer zufriedenstellend? Wenn nicht, werden solche Artikel trotzdem wieder gekauft und wenn ja, warum? Gibt es ein virtuelles Äquivalent in Videospiele?

Parallelen zu Lootboxen ziehen: Die Schüler fragen, was sie von Lootboxen halten und ob sie sie nutzen. Was animiert einen dazu, eine Lootbox freizuschalten?

→ Spielmotivation; Spasempfinden und tiefes Eintauchen ins Spiel; die Attribute der virtuellen Gegenstände; die Fähigkeiten und zusätzlichen Leistungen, die der virtuelle Gegenstand bringt; niederschwellige Zustimmung zur Transaktion und Qualität des Transaktionssystems (einfache Zahlung); Game-Design und Qualität des Spiels / der virtuellen Welt; sozialer Einfluss und soziale Aspekte der virtuellen Gegenstände usw.

Welche Emotionen lösen das Auftauchen und Öffnen solcher Boxen aus (Aufregung, Freude, Frust usw.)? Ist der Inhalt der Lootboxen (oft) zufriedenstellend und/oder nützlich?

### 2. Die Marketingstrategien und den Nutzen von Lootboxen für Spielbetreiber verstehen

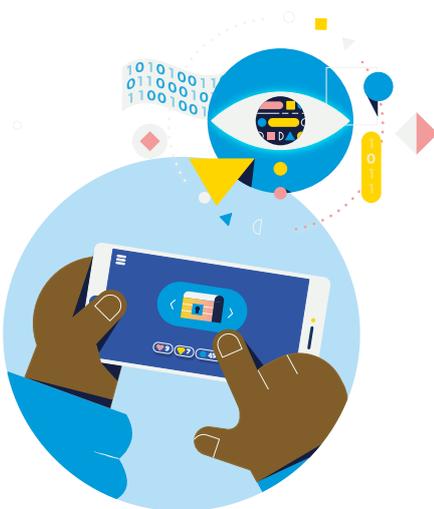
Nach der Einführung des Themas die Diskussion auf die Absichten und Interessen der Spielbetreiber lenken, die Lootboxen in ihre Spiele einbauen. Dabei sollen die Schüler nicht mehr die Perspektive von Spieler einnehmen, sondern jene von Game-Designern.

Warum sind Lootboxen kostenpflichtig? Was bringen Lootboxen?

→ Spiel rentabel machen: Es ist leichter und günstiger, ein einfaches Spielkonzept zu entwickeln und dann In-Game-Käufe zu integrieren, als ein komplett neues Spiel herzustellen; Bereicherung an einer kleinen Anzahl Spieler; Bindung der Spieler über Aktionen auf Lootbox-Pakete, Sonderinhalte usw.

Das Öffnen von Lootboxen, einschliesslich Sound, vorführen. Machen die Optik und der Sound der Lootboxen Lust, diese zu öffnen? Ist der Sound zufällig gewählt?

→ Sound-Marketing, um positive Emotionen wie Aufregung, Spass usw. auszulösen





Ist die visuelle Gestaltung ansprechend?

→ *Visuelles Marketing: Lichteffekte, Funken, hüpfende Gegenstände, Ähnlichkeit mit Tischbomben und dadurch Assoziation mit Partys*

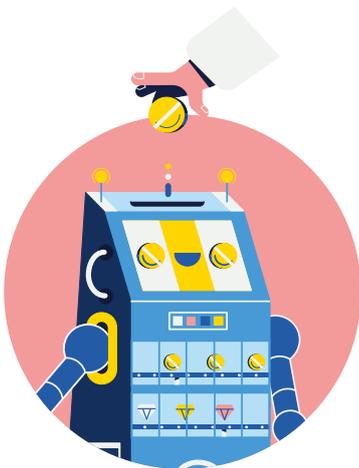
Die Marketingstrategie der Spielbetreiber konzentriert sich aber nicht nur auf das Öffnen der Lootboxen. In welchen Momenten erscheinen die Lootboxen? Werden sie zu bestimmten Zeitpunkten im Spiel angeboten?

→ *Als kleine Hilfestellung nach einem schwierigen/herausfordernden Teil des Spiels; als «Geschenk», um die nächste Etappe / den nächsten Teil zu erleichtern, usw.*

Wird das Spiel grundsätzlich gespeichert und analysiert?

Mit den Marketingstrategien der Spielbetreiber im Hinterkopf: Ist das Ausgeben von Geld für Lootboxen eine überlegte Entscheidung oder wird es vom Spiel beeinflusst? Werden Lootboxen häufig freigeschaltet und warum? Falls Lootboxen wiederholt gekauft werden, um einen bestimmten Gegenstand zu erhalten: Wird eine Budgetgrenze festgelegt und/oder die Anzahl geöffneter Lootboxen festgehalten?

→ *Wiederholte Mikrotransaktionen können zum Problem werden.*



### 3. Über die Grenze zwischen Lootboxen und Geld- und Glücksspielen diskutieren

Parallelen zwischen Lootboxen und Geld- und Glücksspielen ziehen, um die Schüler für die Gefahren von Lootboxen zu sensibilisieren.

→ *Intransparente Algorithmen, psychologische Manipulation, Zufallscharakter bei der Eröffnung von Lootboxen > Ähnlichkeiten mit Spielautomaten*

Kommt der Gewinn eines Kultobjekts (des Jackpots) in Lootboxen häufig vor? An welchen Orten im echten Leben gewinnt man nur selten? Wie schaffen es Casinos, sich zu bereichern? Warum ist Minderjährigen der Eintritt in Casinos verboten? Welche Praktiken in Casinos sind gefahrenbehaftet? Und welche sind dies bei Lootboxen?

→ *Käufer von Lootboxen tendieren stärker dazu, sich von Geld- und Glücksspielen im Internet verführen zu lassen.*



### 4. Spielverhalten und/oder exzessive Nutzung von Lootboxen diskutieren

Zum Abschluss in Gruppen unterschiedliche Spielverhalten (Spielen als Freizeitbeschäftigung, problematisches Spielverhalten, pathologisches Spielverhalten) und die Abhängigkeit, die daraus entstehen kann, diskutieren. Was sind Warnsignale für eine exzessive Nutzung von Lootboxen und/oder von Videospiele?

→ *Verhaltensänderungen, Isolation, Häufigkeit, Höhe der ausgegebenen Summen, Lügen, Kontrollverlust usw.)*



Welche Folgen hat ein problematisches Spielverhalten?

→ Verschlechterung der sozialen Beziehungen; emotionaler Leidensdruck wie Symptome von Depression und Angstzuständen, Suizidgedanken; finanzielle Probleme; Probleme im Beruf usw.)

Wie können die Fallstricke von Lootboxen vermieden werden?

→ Keine Kreditkarte hinterlegen, aufgeklärte Kaufentscheidungen treffen, Budgetgrenzen festlegen

Schliesslich wird den Schüler die Website [www.duspielst.ch](http://www.duspielst.ch) empfohlen, dort können sie ihr Wissen und Spielverhalten testen. Auf der Seite finden sich neben dem Selbsttest auch ein Budgetrechner sowie diverse Ressourcen für Hilfe und Beratung.

## Weitere Ressourcen

### Berichte

- AL KURDI, C., NOTARI, L. & KUENDIG, H., 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* [en ligne], Lausanne, GREA & Addiction Suisse, 2020, disponible à l'adresse: [Rapport JHAL 2020](#)
- SCHWEIZER SUCHTPANORAMA 2021, Corona-Stress und Sucht: Frühzeitig Hilfe holen [online], Lausanne, Sucht Schweiz, 2021, verfügbar unter: [Schweizer Suchtpanorama 2021](#)
- KING, D. L., DELFABBRO, P. H., GAINSBURY, S. M., DREIER, M., GREER, N., BILLIEUX, J., «Unfair play? Video games as exploitative monetized services: An examination of game patents from a consumer protection perspective» [online], in *Computers in Human Behavior*, vol.101, 2019, pp.131-143, verfügbar unter: [www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563219302602](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563219302602)

### Vidéos

- [Begriffe der Spielelandschaft: Lootbox - Teil 1](#) | Spieleratgeber NRW
- [Begriffe der Spielelandschaft: Lootbox - Teil 2](#) | Spieleratgeber NRW
- [Die Geschichte der Lootbox](#)
- [Game Theory: How Loot Boxes HACK YOUR BRAIN!](#)

### Artikel

- WEBER, N., « Plongée dans l'univers ambivalent des loot boxes et des microtransactions », in *Dépendances*, n°65, août 2019, pp.26-28: [www.grea.ch/sites/default/files/plongee\\_dans\\_lunivers\\_ambivalent\\_des\\_loot\\_boxes\\_et\\_des\\_microtransactions.pdf](http://www.grea.ch/sites/default/files/plongee_dans_lunivers_ambivalent_des_loot_boxes_et_des_microtransactions.pdf)

