

Eine Spieler-orientierte Kritik an (mobilen) Free-to-Play-Spielen

Heute dominieren F2P (Free-to-Play)-Spiele den mobilen Spielemarkt.¹ F2P-Spiele, das sind Spiele, die kostenlos spielbar sind; oft wird der Nutzer dann im Nachhinein durch Microtransactions zur Kasse gebeten. Diese Monetarisierungs-Methode verändert Spiele grundlegend. Sie kann nicht einfach auf ein Spiel aufgesetzt werden, sie muss integraler Teil des Spieldesigns sein. F2P-Spiele sind sich in einigen Punkten sehr ähnlich. Solche Muster nennt man Patterns.

Der Begriff *Pattern* kommt aus der Architektur. Hier werden wiederkehrende Probleme durch eine einheitliche Entwurfsschablone gelöst. Im Spieldesign ist z. B. das Darstellen von Lebensenergie als Lebensbalken ein bekanntes Pattern.

Die folgende Auflistung führt jedoch sogenannte *Dark Game Design Patterns* auf. Der Begriff entstammt der Arbeit *Dark Patterns in the Design of Games* von Jose P. Zagal et al.² und ist durch die Website darkpatterns.org inspiriert. Ein *Dark Game Design Pattern* wird dort wie folgt definiert:

“A dark game design pattern is a pattern used intentionally by a game creator to cause negative experiences for players which are against their best interests and likely to happen without their consent.”²

Negativ meint dabei nicht nur direkt negative Effekte, sondern auch indirekte Effekte, wie z. B. eine Sucht, die sich mit der Zeit entwickelt.

Diese Definition wird mir als Leitfaden dienen. Allerdings ist ein Dark Pattern schwer einzugrenzen. Es ist meist nicht einfach als schlecht einzustufen. Ausschlaggebend sind der Kontext, in dem, und die Intention, mit der es eingesetzt wird.

Spielen auf Verabredung

Ein Spiel mit diesem Pattern nötigt den Spieler, zu bestimmten Zeiten zu spielen. Dies kann von mehrfach am Tag zu einmal die Woche reichen. Es gibt dabei ein paar wiederkehrende Muster:

- **Verfall virtueller Güter:** Z. B. müssen im Spiel *Clash of Clans* von *Supercell* regelmäßig die Ressourcenspeicher geleert werden, ansonsten verliert der Spieler die überschüssig produzierten Ressourcen.
- **Echtzeit-Abläufe** beziehen sich auf Spielelemente (z. B. das Verbessern eines Hauses), die ein Warten in Echtzeit benötigen. Die benötigte Zeit kann dabei von wenigen Sekunden bis hin zu einer Woche reichen. Der Spieler kann (z. B. aus Ressourcenknappheit bzw. wegen **Energiemechaniken**) jedoch nicht beliebig viele dieser Abläufe gleichzeitig ausführen. Um effizient zu sein, muss er, wenn ein Ablauf fertig ist, das Spiel öffnen, um einen neuen zu starten.
- **Tägliche Belohnung:** Der Spieler bekommt jeden Tag eine Belohnung für das Öffnen des Spiels (Abbildung 1) oder das Erledigen einer kleinen Aufgabe. Oftmals gibt es hier Mechaniken, die **konsekutives Ausführen** dieser Tätigkeit belohnen (Abbildung 2).

Auch bei den **Lootboxen** (virtuelle Kisten, die einen zufälligen Gewinn enthalten) in *Clash Royale* von *Supercell* muss der Spieler mehrere Stunden warten, um die Box öffnen zu können (Abbildung 3, rechts).

Die negativen Effekte dieses Patterns werden meist als Auslöser genutzt, um z. B. eine Microtransaction anzubieten. So kann der Spieler gegen Geld Abläufe beschleunigen oder verfallene Güter wiederherstellen.²

Glücksspielelemente

Viele Spiele setzen auf klare Glücksspielelemente, wie eine tägliche Lotterie, Lootboxen oder Glücksspielautomaten (Abbildung 3, links), die als Belohnung genutzt werden können, bei denen aber auch die erarbeitete oder gekaufte Zwischenwährung wieder verloren gehen kann.

Zwischenwährung

Praktisch jedes Spiel bietet eine Zwischenwährung. Diese wird auch Premium-Währung genannt, da sie der Spieler hauptsächlich durch Echtgeld erwerben kann. Durch diesen Umtausch kann der Spieler den realen Wert der Premium-Währung nicht mehr abwägen und trifft so eine impulsivere Entscheidung.³ Menschen unter 25 Jahren sind besonders anfällig, den Wert der Zwischenwährung falsch abzuwägen.⁴

Der Premiumwährungsladen (Abbildung 4) hat sich in praktisch allen Spielen fast identisch durchgesetzt. Darin kann die jeweilige Währung in gestaffelten Mengen gegen Echtgeld eingekauft werden. Bei praktisch allen Stores gibt es Premium-Währung für 1 € bis zu 200 €.

Diese Währung ist nicht mit den anderen Ressourcen eines Spiels zu verwechseln. Die meisten F2P-Spiele haben mehrere Währungen, die Premium-Währung ist jedoch nicht, oder nur kaum, durch Spielen erwirtschaftbar.

Energiemechaniken

Eine **Energiemechanik** dient dazu, die Spielsitzungen bzw. den Handlungsfreiraum des Spielers zu limitieren oder zu lenken. Energie lädt sich mit der Zeit bis zu einem bestimmten Level auf und wird durch Handlungen im Spiel verbraucht. Je mehr Energie der Spieler aufladen darf, desto länger oder effektiver kann er danach spielen. Ist die Energie verbraucht, wird dies oft als **Auslöser** genutzt, um den Spieler zu einer Microtransaction oder einer anderen für das Spiel vorteilhaften Aktion zu verleiten.



Abbildung 1: In Angry Birds 2 von Rovio wird der Spieler **jeden Tag einmal** mit drei Edelsteinen belohnt. Wenn der Spieler ein Werbevideo ansieht, wird sein Gewinn verdoppelt (**Auslöser**).

Eine beliebte Art der Energie sind Leben, aber an sich ist jede Art von Ressource dafür nutzbar. Wer z. B. in *Candy Crush* von King in einem Puzzle verliert, verliert ein Leben. Ein Leben benötigt 20 Minuten, um sich zu regenerieren. Man kann bis zu 5 Leben auf Vorrat halten. Wenn alle Leben aufgebraucht sind, muss man warten oder kann Leben mit der entsprechenden **Zwischenwährung** nachkaufen (Abbildung 5).

Auslöser

Das Spiel präsentiert zur richtigen Zeit die richtige Lösung am richtigen Ort. Wenn der Spieler das Problem eines einsetzenden Verlusts seiner erarbeiteten Güter hat, ermöglicht ihm das Spiel gegen eine Gegenleistung das Weiterspielen. Diese Situation soll den Spieler in einen Impulskauf locken.^{3,5}

Die hier angewandte Theorie nennt man *Verlustaversion*⁶. Verluste werden, im Verhältnis zu Gewinnen, für den Spieler überproportional schmerzhaft wahrgenommen. Spiele nutzen dies aus. Dabei wird oft eine Zwischenwährung oder das Ansehen einer Werbung als „Lösegeld“ genutzt.⁵



Abbildung 2: In Star Girl von Animoca wird der Spieler für **konsekutives Einloggen** belohnt



Abbildung 3: (Links) Ein Spielautomat aus Crossy Road von Hipster Whale, bei dem **Zwischenwährung** gewettet werden kann, um Charaktere freischalten zu können. (Rechts) **Lootboxen** in Clash Royale von Supercell, aus denen zufällige Spielkarten gewonnen werden. Diese benötigen **Echtzeit**, um geöffnet zu werden, was als **Auslöser** für das Ausgeben der **Zwischenwährung** (hier 17 grüne Edelsteine) genutzt wird.

Eine naheliegende Vermutung ist, dass das Spiel versucht, gerade diese Situationen zu provozieren. Es könnte dem Spieler das Level gerade so schwer gestalten, dass er kurz vor dem Ende verliert (Abbildung 6). Dies ist jedoch recht schwer nachzuweisen.

Drittanbietertools

Drittanbietertools sind Dienste von Dritten, die der Entwickler aus verschiedenen Gründen in das Spiel einbindet. Darunter sind hauptsächlich:

- Analyse und Nutzertracking
- Verbindung zu sozialen Netzwerken
- Preisanpassungen
- Werbung

Dabei können die Tools wie die App selbst auf die Systemfunktionen des Smartphones zugreifen und so Nutzermetriken abgreifen. Diese Funktionen sind selbst für den Entwickler nicht vollständig durchschaubar, der Nutzer weiß jedoch meist gar nicht, was die App einbindet. Wie auch bei Werbung entsteht dadurch eine Privatsphären- und Sicherheitsgefährdung⁷.

Für den Browser gibt es schon länger Plugins, wie *Lightbeam*⁸ oder *Disconnect*, die visualisieren, welche Drittdienste von einer bestimmten Website eingebunden werden. Ich wollte herausfinden, mit wie vielen Dritten eine App kommuniziert, und habe so ein kleines Tool geschrieben, welches eine ähnliche Visualisierung wie *Lightbeam* erzeugen kann (Abbildung 7). Bei den an-



Abbildung 4: Der **Währungsladen** in Smurf's Village von Beeline Interactive



Abbildung 5: Bei Candy Crush Soda von King sind die Leben ausgegangen und regenerieren sich mit 20 Minuten pro Leben.

gesprochenen Websites handelt es sich um einige CDNs (Content Delivery Networks) sowie Analysenetze. Oft werden jedoch Amazon AWS Server angesprochen, deren Besitzer nicht ohne weiteres erkannt werden können.

Wale

Ein *Wal* (engl. *whale*) ist ein Nutzer, der Geld, oder überdurchschnittlich viel Geld, in einem F2P-Spiel ausgibt. Der Begriff stammt aus der Glücksspielindustrie.⁹ Eine aktuelle Studie von Swrve zeigt erneut, dass nur ein sehr kleiner Prozentsatz (hier 1,9 %) der Spieler von F2P-Spielen überhaupt etwas zahlt und dass noch weniger Spieler viel zahlen¹⁰. Das bedeutet, dass ein kleiner Personenkreis das Spielen für die meisten anderen Spieler finanziert. Kritisiert wird dabei oft, dass diese Personen die gleichen Personen sind wie die, die auch zu Glücksspiel neigen, und dass die Spiele darauf ausgelegt sind, die Wale zu fangen¹⁰. Viele F2P-Mechaniken, wie z. B. **Lootboxen**, erlauben unbeschränkte Ausgaben und stellen ein Suchtpotential dar.



Abbildung 6: Beim Spiel Scubby Dubby Saga von King sind gerade, als nur noch zwei Schaumfelder übrig waren, die Züge ausgegangen. Für 9 Goldbarren (**Zwischenwährung**, Gegenwert von etwa 0,01 € bis 1 €) können 5 weitere Züge gekauft werden.

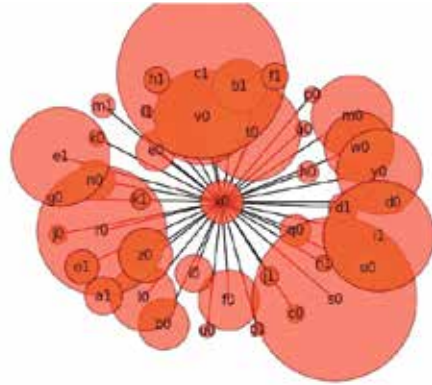


Abbildung 7: Bei Piano Tiles 2 von Clean Master Games werden etwa 40 verschiedene Server angesprochen. Das Spiel finanziert sich über Werbung und bindet viele soziale Netzwerke ein, was die Anzahl der Verbindungen erhöht. Je größer die Blase, desto mehr Daten wurden übertragen.

Soziale Verstrickung

Soziale Verstrickung (engl. *social entrapment*) bezeichnet das Festhängen des Spielers in dem sozialen Geflecht des Spieles. Er und seine Mitspieler haben ein gegenseitiges Interesse daran, dass der jeweils andere das Spiel weiterführt (Abbildung 8). Dies erhöht die Hürde, das Spiel zu beenden, und sorgt dafür, dass der Spieler das Spiel eventuell länger spielt als er eigentlich will. Zagal et al. bezeichnet dies sogar als soziales Pyramidensystem, bei dem man nur durch das Anwerben immer neuer Mitglieder, die wiederum Mitglieder anwerben, erfolgreich sein kann, ohne die Zwischenwährung einzuwerfen². So kann der Spieler z. B. die virtuelle Farm des Freundes für Extrapunkte pflügen. Dadurch profitiert sowohl der Freund als auch der Spieler.



Abbildung 8: In Blossom Blast von King kann man, wenn die Leben (**Energiemechanik**) aufgebraucht sind, von Freunden neue Leben geschickt bekommen.

Felix Baral-Weber

Felix Baral-Weber, geborener Schwabe, interessierte sich bereits zu seiner Schulzeit für Informatik und Computerspiele. Nachdem er nun seinen Informatik-Bachelor in Jena abgeschlossen hat, will er seine Zeit nutzen, um pretenziöse Computerspiele zu entwickeln.

Fazit

F2P-Spiele bieten Vor- und Nachteile. Gerade bei Multiplayer-Spielen bewährt sich das Modell, da jeder ohne große Investition mitspielen kann. Wer sich jedoch auf ein solches Spiel einlässt, lässt sich auf einen ständigen Kampf gegen das Spiel ein. Das daraus entstehende Metaspiel, der Spieler gegen das manipulative Spiel, kann für den Spieler nachteilhaft sein. Unter diesem Kampf leidet die Beziehung zwischen Spiel und Spieler. Das Spiel wird zum Antagonisten. Es manipuliert, lügt und heuchelt. Durch diese Respektlosigkeit dem Spieler gegenüber hat der Spieler alle Lust daran verloren, für ein F2P-Spiel Geld auszugeben. Fragen Sie mal einen F2P-Spieler, ob er schon einmal Geld für ein F2P-Spiel ausgegeben hat und wie er sich dabei fühlte.

Werbung

Um der Kritik Ausdruck zu verleihen, habe ich, als Bachelorarbeit, ein kleines Mobile-Spiel entwickelt. Dabei versuche ich, die genannten Patterns aufzugreifen und dann ins Lächerliche zu überhöhen. Das Spiel versucht, eine Persiflage mobiler F2P-Spiele zu sein. Es ist noch nicht ganz fertig, soll jedoch bald, und selbstverständlich im F2P-Format, für Android und iOS erhältlich sein. Auf www.runningwhale.de findet sich alles Weitere dazu.

Referenzen

- 1 App Annie (2015) 2015 gaming report: mobile widens its lead over other platforms. <https://www.appannie.com/en/insights/app-annie-idc-gaming-report-2015-review/>
- 2 Zagal JP, Björk S, Lewis C (2013) Dark patterns in the design of games. *Foundations of Digital Games*, 16.5.2013, Chania, Kreta, http://soda.swedishict.se/5588/1/DarkPatterns.1.1.6_cameraready.pdf
- 3 Madigan J (2015) *Getting gamers: the psychology of video games and their impact on the people who play them*. Rowman & Littlefield
- 4 Shokrizade R (2013) Monetizing children. *Gamasutra*, 20.6.2013, http://www.gamasutra.com/blogs/RaminShokrizade/20130620/194429/Monetizing_Children.php
- 5 Adar D (2015) 7 psychological tactics used in games to hook users. 12.10.2015, <http://www.doriadar.com/7-psychological-tactics-used-in-games-to-hook-users/>
- 6 <https://de.wikipedia.org/wiki/Verlustaversion>
- 7 Grace MC et al. (2012) Unsafe exposure analysis of mobile in-app advertisements. *Proc. 5th ACM Conf. on Security and Privacy in Wireless and Mobile Networks (WISEC '12)*, Tucson, AZ, S. 101–112
- 8 <http://mozilla.org/de/lightbeam/>
- 9 Wikipedia (2015) High Roller (Glücksspieler). 22.12.2015, [https://de.wikipedia.org/wiki/High_Roller_\(Glücksspieler\)](https://de.wikipedia.org/wiki/High_Roller_(Glücksspieler))
- 10 Cifuentes J (2016) Half of all mobile games revenue reportedly comes from only 0.19 % of players. *Venturebeat*, 23.3.2016, <http://venturebeat.com/2016/03/23/half-of-all-mobile-games-revenue-comes-from-only-0-19-of-players-report>



Maximilian Katzmann

Darf Google mein Profilbild verkaufen?

Nach Apple war Google im März 2017 das zweitwertvollste Unternehmen der Welt.¹ Ein großer Anteil der Einnahmen, die das Unternehmen erwirtschaftet, stammt aus Werbung, die Google seinen Nutzern präsentiert. Für die Verwendung vieler Google-Dienste, wie YouTube, Google Drive und Gmail ist das Anlegen eines Google-Kontos erforderlich. Die damit verbundenen Daten benötigt Google unter anderem, um jedem Nutzer relevante Werbung anzeigen zu können. Im Februar 2016 verkündete das Unternehmen, dass monatlich mehr als eine Milliarde Nutzer den kostenlosen E-Mail-Dienst Gmail aktiv verwendeten.² Außerdem kündigte Googles CEO Sundar Pichai im September 2015 an, dass monatlich 1,4 Milliarden Nutzer das mobile Betriebssystem Android, welches nicht ohne Google-Konto eingerichtet werden kann, benutzen. Mittlerweile enthalten die meisten Smartphones eine gebündelte Sammlung der persönlichsten Informationen ihrer Nutzer. Zu denen gehören private Konversationen, Fotos von Freunden und Familie, ortsbezogene Daten, welche über das Smartphone mit anderen Diensten verknüpft sind, auch Informationen, die unseren Gesundheitszustand beschreiben. **erschienen in der Fiff-Kommunikation, herausgegeben von Fiff e.V. - ISSN 0938-3476 www.fiff.de** ergibt sich eine große Menge an diesen Daten umgeht, sollte man sich dessen Datenschutzbestimmungen

1. Googles Datenschutzbestimmungen

Verständlichkeit

Mit elf Seiten sind die Datenschutzbestimmungen des Unternehmens eher überschaubar gehalten.³ Es handelt sich dabei um eine Datenschutzbestimmung die „für alle Dienste, die von Google Inc. und den verbundenen Unternehmen angeboten werden, einschließlich YouTube, der Dienste, die Google auf Android-Geräten bereitstellt, und der Dienste, die auf anderen Webseiten angeboten werden“³ gilt. Sie ist eher umgangssprachlich und einfach geschrieben, sodass sie auch für weniger technikversierte Nutzer verständlich ist. Schon zu Beginn der Erklärung beschreibt

Google: „Wir haben uns um eine möglichst einfache Darstellung bemüht, wenn Sie jedoch mit Begriffen wie Cookies, IP-Adressen, Pixel-Tags und Browsern nicht vertraut sind, sollten Sie sich zunächst über diese Schlüsselbegriffe informieren“, wobei direkt auf eine Seite verwiesen wird, die unter anderen diese Begriffe definiert.³ Damit wird es dem Nutzer erleichtert, den Formulierungen der Datenschutzbestimmungen zu folgen.

Erhebung von Daten

Im Verlauf des Dokuments wird beschrieben, welche Daten Google sammelt und wie diese erhoben werden. Dazu gehö-