

## Lehr- und Lernmaterial

# Online-Spiele

### Kurzbeschreibung

Das Spielen von Online-Spielen wird bei Kindern und Jugendlichen immer beliebter. Während Spielen an sich auch viele Vorteile mit sich bringt, ist es dennoch wichtig, Schüler:innen möglichst früh auch auf potenzielle Gefahren und Risiken aufmerksam zu machen. Das vorliegende Lehr- und Lernmaterial setzt sich im Wesentlichen aus zwei Teilen zusammen, die aufeinander aufbauen und jeweils in einer Unterrichtseinheit abgehandelt werden können. Der erste Teil fokussiert auf die Funktionen und Mechanismen von Online-Spielen und die damit einhergehenden Emotionen. Der zweite Teil klärt über potenzielle Risiken (versteckte Gebühren, In-App-Käufe und Werbung) auf.

Der Fokus dieses Lehr- und Lernmaterials liegt auf potenziellen finanziellen Gefahren von digitalen Spielen. Für weitere, mögliche Risiken, die von Online-Spielen ausgehen könnten – wie Cybermobbing, Cybergrooming oder die Verletzung der Privatsphäre - finden sich unterschiedliche Informationen für Lehrer:innen beispielsweise auf der Webseite von [saferinternet.at](https://saferinternet.at).

*Beim vorliegenden Material handelt es sich um einen Entwurf, der für den Schulpiloten der Stiftung WirtschaftsBildung als Prototyp entwickelt wurde und im Schuljahr 2022/23 evaluiert wird. Wenn Du Anregungen zum Material hast, freuen wir uns sehr über Deine Rückmeldung an: [office@wirtschaft-erleben.at](mailto:office@wirtschaft-erleben.at).*

### Inhaltsverzeichnis

2	Überblick
3-5	Einführung
6-9	Umsetzungsvorschlag
10-15	Materialien
16-17	Lösungen
18	Anhang



# ÜBERBLICK

Themenbereich	Thema
Dauer	2 Unterrichtseinheiten (á 50 Minuten)
Keywords	Online-Spiele; Handy-Spiele; Apps; Konsum; Konsumentenschutz
Schulstufe	5. Schulstufe
Fach	Geographie und Wirtschaftskunde
Fächervernetzung	Digitale Grundbildung; Mathematik; Englisch
Lehrplanbezug nach <b>LP-Entwurf</b> vom 11.07.2022	<i>Kompetenzbereich</i> Leben und Wirtschaften im eigenen Haushalt  Die Schüler:innen können ... <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Haushalt das Produzieren und Konsumieren sowie den Umgang mit Geld analysieren.</li> </ul>
Ergänzende Lernziele	Die Schüler:innen können ... <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorteile des Spielens nennen.</li> <li>• die Funktionen von Spielen anhand von Beispielen erläutern.</li> <li>• die Entwicklung eines Online-Spiels beschreiben.</li> <li>• Vorteile, Nachteile und mögliche Risiken von kostenlosen Angeboten (z.B. Onlinespiele) untersuchen.</li> </ul>
Autorin	Katja Grafl, MA
Kooperation	Vorschläge zur Sprachsensibilität: Univ.-Prof. <sup>in</sup> Ulrike Jessner-Schmid; Mag. <sup>a</sup> Elisabeth Allgäuer-Hackl; Mag. <sup>a</sup> Emese Malzer-Papp
Jahr	2022



# EINFÜHRUNG

## Inhaltliche Einführung

Das Spielen von Online-Spielen wird bei Kindern und Jugendlichen immer beliebter. Das ist in Hinblick auf den natürlichen Spieltrieb von Menschen und die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche wenig überraschend. Digitale Spiele sind nicht per se schlecht, sie können nachweislich zur Förderung von Kompetenzen wie z. B. Problemlösungs- und Kommunikationskompetenzen, zur Entwicklung des Gehirns, des strategischen Denkens sowie der Kreativität beitragen. Daher finden digitale Spiele auch zunehmend Anwendung im Unterricht<sup>1</sup>. Allerdings bringen sie auch potenzielle Risiken mit sich, über die junge Menschen möglichst früh informiert werden sollten.

### Potenzielle Risiken von Online-Spielen

- In-App-Käufe und versteckte Gebühren
- (Versteckte) Werbung
- Überschreiten der empfohlenen Bildschirmzeit
- Spielsucht
- Cyber-Mobbing
- Cybergrooming
- Internet-Betrug
- Verletzung der Privatsphäre
- Malware

Im vorliegenden Lehr- und Lernmaterial soll der Fokus auf potenzielle finanzielle Gefahren von digitalen Spielen gelegt werden (Punkte 1 bis 3), wobei im Besonderen kostenlose Handy-Spiele (Free-to-Play-Games) und darin genutzte Methoden und psychologische Tricks beleuchtet werden. Für alle weiteren Themengebiete (Punkte 4 bis 10) finden sich unterschiedliche Informationen für Lehrer:innen beispielsweise auf der Webseite von [saferinternet.at](https://saferinternet.at).

### Finanzielle Risiken durch (kostenlose) Handy-Spiele

Grundsätzlich finden die im Weiteren beschriebenen Methoden und psychologischen Tricks nicht nur in kostenlosen Handy-Spielen (Mobile Games) Anwendung, allerdings müssen Entwickler:innen solche Wege finden, die Entwicklungskosten wieder hereinzubekommen. Denn durch den Kauf bzw. den Download des Spiels kann vorerst kein Umsatz erzielt werden. In weiterer Folge werden häufig eingesetzte Methoden kurz erläutert<sup>2</sup>:

### Mikrotransaktionen

Die Hürde, einen kleinen Geldbetrag auszugeben, ist ungemein niedriger als eine größere Summe zu investieren. Diesen Umstand machen sich Spiele-Entwickler:innen zunutze, indem sie auf Mikrotransaktionen setzen. Solche können sich in unterschiedlichen Bereichen eines Spiels wiederfinden. Beispielsweise, um einen kosmetischen Inhalt in einem Spiel zu erwerben wie eine

<sup>1</sup> Vgl. u.a. KPH Wien/Krems (2018): PLAY TO LEARN. [Weblink](#) (07.06.2022).

<sup>2</sup> Die verschiedenen Mechanismen werden auch anschaulich und verständlich in folgendem Video erklärt: <https://www.youtube.com/watch?v=UhUzyTVpaVA>. Ebenfalls hat das Moment Magazin einen kritischen Artikel zum Thema verfasst ([Link zum Beitrag](#)).



bessere Rüstung oder ein cooleres Outfit, um schneller voranzukommen oder um keine Werbung mehr angezeigt zu bekommen.

### In-Game-Währungen

Der Einsatz von **In-Game-Währungen** dient in erster Linie dem Ziel, die tatsächlichen Kosten von kaufbaren Spielinhalten zu verschleiern. Hierzu ein Beispiel:



Es ist gut ersichtlich, dass solche Verschleierungstaktiken besonders für junge Menschen problematisch werden können, denn die wahren Kosten sind rasch nicht mehr greifbar. So fällt es wesentlich leichter, Geld auszugeben und den Überblick über die Gesamtkosten zu verlieren.

### (Versteckte) Werbung

Viele kostenlose Inhalte im Internet werden über Werbeeinnahmen finanziert. Problematisch wird es dann, wenn die angezeigten Werbeschaltungen nicht altersadäquat oder nicht gekennzeichnet sind oder, wenn das Unwissen einer jungen Zielgruppe explizit ausgenutzt wird. Bei kostenlosen Handy-Spielen findet sich dabei eine spezielle Form der Werbung. So wird mit Rätseln geworben, die viele Personen ansprechen. Diese erwecken den Anschein, als würde das dadurch beworbene Spiel aus ebensolchen Rätseln bestehen. Lädt man sich das Spiel allerdings herunter, dann finden sich die spannenden Rätsel nur peripher dort wieder. Es sollen so nur viele neue Spieler:innen angelockt werden, um die Umsatzziele zu erreichen.<sup>3</sup>

### Pay-to-win und Pay-to-Progress

Um eine gewisse Einnahme durch Online-Spiele sicherzustellen, darf der Fortschritt in einem Spiel nicht zu sehr von der Geschicklichkeit der Spielenden abhängen. Einige Spiele setzen daher auf Pay-to-Win: So kann man beispielsweise durch den Erwerb von Zeit oder gewissen Gegenständen schneller gewinnen. Beim Pay-to-Progress wird daraufgesetzt, dass Spielende zahlen, um schneller oder besser im Spiel voranzukommen. Dabei werden Spielende geködert, mit einem anfangs schnellen Spielverlauf und ersten Erfolgen. Erst nachdem eine spielende Person Spaß an dem Spiel gefunden hat, verlangsamt sich der Fortschritt massiv. Der frustrierten Person wird nun die Möglichkeit angeboten, für einen zuerst kleinen Betrag Wartezeit zu überspringen, eine Ressource oder ein Leben zu bekommen. Hat man einmal auf so eine Art Geld ausgegeben, sinkt die Hemmschwelle stetig, Geld bzw. etwas mehr Geld für einen ähnlichen Effekt auszugeben.

### Ankereffekt

Dabei handelt es sich um ein Prinzip aus der Kognitionspsychologie. Es beschreibt den Effekt, dass Menschen bei (Kauf-)Entscheidungen unbewusst durch Informationen aus ihrer Umgebung beeinflussbar sind. In Online-Spielen wird dieser Umstand oft so angewandt, dass ein kaufbarer Gegenstand wie eine Rüstung zuerst absurd teuer ist. Nehmen wir an, diese wird für € 150 angeboten. Diese Information stellt nun den sogenannten Anker dar. In einem weiteren Schritt wird dann zu einem bestimmten Zeitpunkt im Spiel ein hoher Diskont angeboten, der im besten Fall noch zeitlich begrenzt

<sup>3</sup> In diesem Video wird der Logik hinter dieser speziellen Werbeform auf den Grund gegangen: <https://www.youtube.com/watch?v=PJa2JTh2p-g>.



ist, um Druck aufzubauen. Die gleiche Rüstung wird innerhalb der nächsten 30 Minuten für € 15 angeboten. Durch den vorab gesetzten Anker von € 150 erscheint das nun als guter Preis. Wenn man allerdings genauer darüber nachdenkt, sind € 15 für eine Rüstung in einem Online-Spiel eigentlich ein hoher Preis.<sup>4</sup>

### Lootboxen

Bei einer Lootbox handelt es sich um einen virtuellen Behälter, der eine zufällige Auswahl an verschiedenen Gegenständen eines Spiels wie Waffen, Leben oder Münzen enthält. Meistens können solche in Spielen gefunden, freigeschaltet oder gekauft werden. Es gibt vielfältige Erscheinungsformen, es muss sich also nicht immer um eine Box bzw. Truhe handeln. Zentral ist dabei nur, dass der Inhalt im Vorfeld nicht bekannt ist, – ähnlich einer Wundertüte. Wenn man eine Lootbox käuflich erwirbt, ist es also Zufall, ob man die enthaltenen Gegenstände für das Weiterkommen im Spiel wirklich gebrauchen kann. Das stellt auch die Problematik von Lootboxen dar, denn die Parallelen zum klassischen Glücksspiel sind naheliegend – mit dem Unterschied, dass dieses in Österreich staatlich reguliert wird. Gesetzlich geregeltes Glücksspiel ist unter anderem durch ein Mindestalter gekennzeichnet. Ein solches gilt für den Einsatz von Lootboxen nicht.<sup>5</sup>

Es zeigt sich also, dass bereits in der Konzeption von Handy-Spielen mitgedacht wird, wie diese möglichst (viel) Geld einbringen. Denn: Um ein spannendes Spiel herzustellen, fallen meist hohe Entwicklungskosten an. In einem Video von Toggo ([Link](#)) wird einem jungen Publikum verständlich erklärt, wie viele Menschen an der Entwicklung eines Spiels mitarbeiten. Das darin vorgestellte Spiel ist für Spielkonsolen für etwa 30 € zu erwerben, als Handy-Spiel ist die Installation erst einmal kostenlos. Allerdings gibt es auch hier viele Möglichkeiten für In-App-Käufe. Die Gehälter des Entwickler:innen-Teams, das aus etwa 100 Personen besteht, müssen eben auch bezahlt werden, genauso wie die benötigten Geräte, Räumlichkeiten, Kostüme etc., die in dem Video gezeigt werden.

Da 72 % der 12- bis 19-jährigen in einer Befragung von Statista<sup>6</sup> angab, täglich oder mehrmals pro Woche digitale Spiele zu spielen, gehören digitale Spiele längst zum Alltag vieler junger Menschen. Daher ist es wichtig, junge Menschen möglichst früh über potenzielle Risiken aufzuklären, damit sie resilienter gegen zweifelhafte Methoden oder psychologische Tricks der Gaming-Industrie sind, die darauf abzielen, möglichst hohe Gewinne zu lukrieren.

## Methodische Hinweise

Zur digitalen Begleitung stehen zwei chabaDoo-Waben zur Verfügung.

Vorschlag zum Einsatz im Unterricht:

1. **Unterrichtseinheit:** Material 1 und 2 können durch die Wabe „[Online-Spiele I](#)“ ersetzt werden.
2. **Unterrichtseinheit:** Die Wabe „[Online-Spiele II](#)“ kann Material 4 ersetzen. Weiters ist sie zur Festigung des Gelernten nach Durchführung der 2. Unterrichtseinheit konzipiert.

<sup>4</sup> Der Ankereffekt wird auch anschaulich in einigen englischsprachigen Videos erklärt, bspw. [Video 1](#), [Video 2](#) oder [Video 3](#).

<sup>5</sup> In diesem Video werden Lootboxen anschaulich erläutert: <https://www.youtube.com/watch?v=ase56XblxAs>.

<sup>6</sup> Tägliche Nutzungsdauer von Games durch Jugendliche 2021: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/29441/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-games-pc-und-konsole-durch-jugendliche/> (02.06.2022).



# UMSETZUNGSVORSCHLAG

## 1. Unterrichtseinheit: Warum spielen Menschen?

Zeit	Thema	Ablauf	Material	Hinweise
10'	<b>Einstieg</b>	Brainstorming in der Klasse zur Frage „Warum spielen Menschen?“. Lehrperson <sup>7</sup> notiert die Antworten und führt ggf. bereits ähnliche Antworten zusammen bzw. clustert diese.	Tafel	<p>SuS sollen sich in einem ersten Schritt mit der Motivation zum Spielen auseinandersetzen und diese reflektieren. Am Ende des Brainstormings sollten jedenfalls folgende Themen notiert worden sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Spaß/Freude</li> <li>- Gewinnen</li> <li>- Abenteuer/Spannung</li> <li>- Geschicklichkeit</li> </ul> <p>Für einen erlebnisorientierten Einstieg könnte auch mit dem gemeinsamen Spielen eines Spiels begonnen werden. Dafür könnten SuS eigene Spiele von zu Hause mitbringen, um Vielfalt sichtbar zu machen.</p>
5'	<b>Zusammenführen der Ergebnisse</b>	L führt noch einmal die Ergebnisse zusammen und erklärt Vorteile des Spielens.	Tafel	Inhaltlicher Hinweis durch L: Menschen spielen ganz natürlich. Bereits kleine Babys spielen. Spielen fördert nämlich die Entwicklung des Gehirns, der Sinne, der Fantasie, der Gefühle und der Feinmotorik. Das heißt Spielen an sich ist erst einmal etwas Positives und sollte Spaß und Freude machen. Dabei ist es so, dass es unterschiedliche Formen und Funktionen von Spielen gibt.
10'	<b>Funktionen von Spielen –</b>	L fragt SuS nach ihren Lieblingsspielen. Es können digitale und nicht-digitale Spiele	Tafel	L achtet darauf, dass auch Spiele genannt werden, die sich zur Bearbeitung im nächsten Teil in Kleingruppen eignen.



	<b>Brainstorming und Sammeln von Spielen</b>	genannt werden. L sammelt dabei wieder die Antworten.		Dabei können zur Steuerung entweder selbst geeignete Spiele ergänzt werden oder aus den genannten solche ausgewählt werden.
15'	<b>Funktionen von Spielen – Kleingruppen-Arbeit</b>	L teilt die SuS in Kleingruppen zu je 3-4 Personen ein. Jede Kleingruppe bekommt ein Spiel zugewiesen.	M1: Spielanalyse – 2 Beispiele (Kärtchen ausgeschnitten, vorzugsweise A3)  M2: Ein Spiel analysieren	L kann auch nur zwei Spiele vergeben, damit die Antworten vergleichbar sind. Bevor in den Kleingruppen gearbeitet wird, kann L die Aufgabe anhand eines bekannten Spieles durchgehen. Zur Orientierung dient M1.
10'	<b>Zusammenführen der Ergebnisse</b>	L führt die Ergebnisse zusammen. Dafür werden die Spielfunktionen der ausgewählten Spiele jeweils aufgeschrieben und diesen dann die von den SuS beschriebenen Emotionen zugeordnet.		L achtet darauf, dass unterschiedliche Spielmechanismen wie Gewinnen, Zusammenarbeit, Abenteuer und dergleichen mit Emotionen wie Freude, Ärger, Wut, Traurigkeit etc. zusammengebracht werden. Den SuS sollen solche Verbindungen aufgezeigt und verständlich gemacht werden, dass diese Funktionen von Spielen von ihren Entwickler:innen bereits bei der Erfindung mitgedacht wird bzw. wurde.  <b>Vorschlag zur Sprachsensibilität:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Klassische Spiele und Handyspiele eventuell noch besser trennen: Wo sind die Unterschiede? Wo und wie werden Handyspiele gespielt? Wer spielt zu Hause gemeinsam Spiele? Wer hat überhaupt Spiele zu Hause? Emotionen darstellen, mit Emoticons ausdrücken (auch verbal)</li> <li>- Das Thema Emotionen/Gefühle bietet sich für eine fächervernetzende Bearbeitung (z. B. in Deutsch, Ethik) an: z. B. Gefühle mit klaren ICH-Botschaften beschreiben, Emoji-Geschichte schreiben – Sitznachbar:in übersetzt diese wieder auf Deutsch oder Erstsprache</li> </ul>



## 2. Unterrichtseinheit: Potenzielle finanzielle Risiken von Handy-Spielen

Zeit	Thema	Ablauf	Material	Hinweise
10'	<b>Einstieg</b>	<p>L greift noch einmal das Thema der letzten Einheit auf.</p> <p>Um den SuS einen Eindruck davon zu vermitteln, wie viele Menschen an der Entwicklung nur eines Spiels arbeiten, wird ein Ausschnitt eines Videos von Toggo gezeigt (<a href="#">Link</a>).</p>	<p>PC/Laptop und Beamer, Lautsprecher</p> <p>Video: <a href="#">Wie wird ein Videospiel gemacht? Woozle Goozle</a> (2:10-4:25)</p>	<p>SuS erinnern sich an den Zusammenhang von Spielen und Emotionen als Überleitung zur heutigen Einheit, in der gemeinsam Spielmechanismen von Handy-Spielen beleuchtet werden sollen.</p> <p>Video: Der Ausschnitt von Min 2:10 bis Min 4:25 eignet sich dafür. Nach dem Video können die SuS beispielsweise befragt werden, wie viele Menschen an diesem einen Spiel arbeiten und wie viel sie glauben, dass dieses Spiel im Handel kostet.</p>
35'	<b>Gruppendiskussion</b>	<p>Hinweis, dass man im Video sehen konnte, wie die Entwicklung der Spiele funktioniert. Frage: Wie kann es dann sein, dass ein Handy-Spiel kostenlos ist?</p> <p>L gibt jeweils 2 SuS einen Schnipsel. SuS lesen die Aussagen. Unklare Begriffe klären. Paare lesen die jeweilige Aussage vor und geben eine Einschätzung, ob diese richtig oder falsch ist. Danach können sich auch andere SuS äußern. L klärt dann auf und hängt den Schnipsel entweder auf die Seite „Richtig“ oder auf die Seite „Falsch“.</p>	<p>M3: Richtig oder falsch? (Schnipsel, evtl. A3, ausgeschnitten)</p> <p>Tafel</p> <p>Magnete</p>	<p>An der Entwicklung nur eines digitalen Spiels sind viele Personen, Geräte etc. beteiligt. Das macht die Entwicklung erst einmal teuer. Daher ist es für Spiele-Entwickler:innen wichtig, dass sie mit ihrem Spiel diese Kosten wieder einnehmen. Aber wie kann das gehen, wenn ein Handy-Spiel kostenlos ist? Dazu müssen Spielende dazu gebracht werden, Geld im Spiel auszugeben.</p> <p>In Bezug auf die Kosten, die wieder eingenommen werden müssen, kann es hilfreich sein, den SuS ein Beispiel aus ihrem Alltag zu erklären, wie Produktionskosten von Kleidung oder Lebensmitteln etc.</p> <p>Bei der Auflösung der Aussagen ist es wichtig, dass SuS und L ihre Einschätzungen begründen.</p> <p><b>Vorschlag zur Sprachsensibilität:</b> Schwierige Begriffe gemeinsam genauer erarbeiten (z. B. Begriffe definieren – dann Begriffe und Definitionen zuordnen.)</p>





5'	<b>Abschluss</b>	L fasst die Ergebnisse noch einmal zusammen und versucht grob, die beschriebenen Methoden aus der inhaltlichen Einführung (siehe oben), zu skizzieren.		<p>Abschließend sollte darauf hingewiesen werden, dass ein Spiel nur weil es kostenlos ist, nicht automatisch wirklich nichts kostet. Wenn man Online-Spiele spielt, sollte man darauf achten, welche Gefühle das Spiel auslöst. Wenn ein Spiel oft negative Gefühle wie Stress oder Frustration auslöst, dann sollte man sich lieber ein anderes Spiel suchen. Und man sollte – wie im echten Leben auch – gut überlegen, bevor man in einem Spiel Geld ausgibt und sich fragen, ob man z. B. einen Gegenstand wirklich benötigt.</p> <p><b>Vorschlag zur Sprachsensibilität:</b> Die Fachbegriffe aus dem Englischen könnten im Englischunterricht besprochen und analysiert werden.</p>
	<b>Optional: Reflexionsaufgabe für zu Hause</b>	SuS sollen zu Hause für ihr Lieblingsspiel aufbauend auf dem bisher Gelernten M4 bearbeiten.	M4: Dein (Lieblings-)Spiel analysieren	<p><b>Vorschlag zur Sprachsensibilität:</b> Die Sprache der Gamer ist eine eigene und hat mit Deutsch im klassischen Sinne wenig zu tun. Im Internet findet man ganze Wörterbücher mit Begriffserklärungen dazu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SuS Begriffe aus der Computersprache sammeln lassen und versuchen diese auf Deutsch zu beschreiben, definieren, Synonyme zu finden: Wie erklärst du diesen Begriff einem Freund, der nicht Onlinespiele spielt?</li> <li>- SuS könnten einen kurzen Text auf „Game-ish“, sprich in der Gamersprache formulieren, den die anderen SuS oder die Lehrpersonen entschlüsseln müssen. Umgekehrt könnten die SuS gebeten werden einen herkömmlichen Text aus dem Deutschbuch in die Gamersprache umzuschreiben.</li> </ul>



# M1

## Spielanalyse - 2 Beispiele



### Was ist das Ziel des Spiels UNO?

Das Ziel von UNO ist es, als Erste:r alle Karten abgelegt zu haben und so das Spiel zu gewinnen.



### Was ist das Ziel des Spiels Candy Crush Saga?

Das Ziel des Spiels ist es möglichst viele Level, in möglichst kurzer Zeit zu lösen und dabei möglichst viele Punkte zu sammeln. Man kann die eigenen Punkte mit denen von anderen Spieler:innen vergleichen und so sehen, ob man mehr oder weniger Punkte hat.

### Wie funktioniert das Spiel?

Bei UNO geht es ums Gewinnen. Da es aber Glück (oder Pech) ist, welche Karten man zieht, ist UNO ein Glücksspiel. Man kann also gar nicht wirklich beeinflussen, ob man gewinnt oder verliert. Das ist Zufall.

### Wie funktioniert das Spiel?

Auf einem überschaubaren Spielfeld müssen mindestens drei Bonbons der gleichen Farbe und Form in eine Reihe gebracht werden. Dann verschwinden sie, bringen Punkte und andere Leckereien rücken nach. Man spielt alleine. Wenn ein Level nicht in der vorgegebenen Zeit oder mit der vorgegebenen Anzahl an Zügen gelöst wird, ist ein Leben verloren. Anderen können einzelne Leben geschenkt werden.

### Welche Gefühle könnte das Spiel auslösen?

Wenn man verliert, dann ärgert man sich manchmal oder ist auch manchmal traurig. Aber meistens macht es einfach Spaß, mit Freund:innen gemeinsam zu spielen.

### Welche Gefühle könnte das Spiel auslösen?

Manchmal ist man gestresst, weil man nur wenig Zeit hat, ein Level zu lösen und kein Leben verlieren möchte. Wenn man ein Level nicht schafft, dann ist man frustriert und ärgert sich. Manchmal wird man ungeduldig, wenn man alle Leben verloren hat und warten muss, bis sich diese wieder aufladen, bis dahin nicht spielen kann.



## M2

### Ein Spiel analysieren

**Was ist das Ziel des Spiels?**



**Wie funktioniert das Spiel?**



**Welche Gefühle könnte das Spiel auslösen?**





## M3

### Richtig oder falsch?



**1. Wenn ein Handy-Spiel kostenlos ist, bedeutet das, dass man als Spieler:innen dafür kein Geld ausgeben kann.**



**2. Wenn man weiß, wie ein Spiel funktioniert, dann gewinnt man auch.**



**3. Wenn man viel und lange spielt, dann wird man jedenfalls Gewinner:in.**



**4. Sobald eine Person viel Geld in einem Spiel ausgegeben hat, hört sie auf zu spielen.**



**5. Je langsamer ein Spiel abläuft, desto größer ist der Nervenkitzel.**



**6. Je schneller ein Spiel abläuft, desto weniger Risiko geht man ein.**



**7. Je schneller ein Spiel abläuft, desto mehr Risiko gehen Spieler:innen ein.**



**8. Wenn man frustriert ist, weil man in einem Spiel oft verloren hat, ist man eher bereit, Geld zu bezahlen, um zu gewinnen.**



**9. Viele Handy-Spiele sind deswegen kostenlos, weil die Entwickler:innen kein Gehalt verlangen und sie den Spieler:innen einfach eine Freude machen wollen.**



**10. In-Game-Währungen, also eigenes Spielgeld wie Kristalle, sollen ein Spiel nur realistischer machen.**



**11. Um in einem Online-Spiel schneller voranzukommen, sind viele Spieler:innen bereit, Geld zu bezahlen.**



**12. Wenn eine Person frustriert ist, weil sie bei einem Online-Spiel oft verloren hat, ist sie bereit, Geld auszugeben, um zu gewinnen.**



**13. Wenn eine Person oft verloren hat, dann hört sie auf zu spielen.**



**14. Wenn einer Person in einem Online-Spiel ein sehr günstiger Preis beispielsweise für eine Waffe oder ein Outfit angeboten wird, dann sollte sie schnell zuschlagen.**



**15. Wenn in einem Spiel ein günstiger Preis für eine Überraschungs-Box angeboten wird, dieser Preis aber nur für eine kurze Zeit gilt, sollte man schnell zuschlagen. Sonst verpasst man das Angebot und bekommt keine Überraschung.**



# M4

## Dein (Lieblings-)Spiel analysieren

**Was ist das Ziel deines (Lieblings-)Spiels?**



**Wie funktioniert das Spiel? Welche (versteckten) Tricks oder Werbung konntest du erkennen?**



**Wie fühlst du dich während des Spielens oder kurz danach? Was könnte der Grund dafür sein?**





# LÖSUNGEN

## Lösungen zu M3

1. **Stimmt nicht:** Bei kostenlosen Spielen gibt es fast immer die Möglichkeit, durch In-App-Käufe Geld auszugeben.
2. **Stimmt nicht:** Viele Spiele sind so aufgebaut, dass man nicht durch bloßes Geschick gewinnen kann, denn so müsste man dann kein Geld ausgeben, um voranzukommen.
3. **Stimmt nicht:** Gerade bei Spielen, die nicht zu stark durch das Geschick der Spieler:innen beeinflusst werden können, spielt es keine große Rolle, wie lange man spielt.
4. **Stimmt nicht:** Gerade wenn Personen durch häufiges Verlieren frustriert sind, neigen sie dazu, irrationale Entscheidungen zu treffen bzw. Geld zu investieren, um ein Erfolgserlebnis zu haben. Und je mehr Geld eine Person bereits in ein Spiel investiert hat, desto wahrscheinlicher ist es auch, dass sie weiterhin bzw. noch mehr Geld investieren wird. Das hängt auch mit dem bisher ausgegebenen Geld zusammen, denn sonst müsste man sich eingestehen, dass das bisher investierte Geld umsonst ausgegeben wurde.
5. **Stimmt nicht:** Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass ein schnellerer Spielablauf eher Stress erzeugt bzw. die Ausschüttung von Adrenalin hervorruft und somit eine Art Nervenkitzel empfunden wird.
6. **Stimmt nicht:** Durch den zeitlichen Druck und den Stress, der durch einen schnellen Spielablauf hervorgerufen wird bzw. werden kann, kann auch die Risikobereitschaft steigen. Das kann beispielsweise durch die Ausschüttung von Adrenalin begünstigt werden. Bei einem langsamen Spielverlauf haben die Spieler:innen eher die Möglichkeit, über ihre Handlungen nachzudenken.
7. **Stimmt:** Durch den zeitlichen Druck und den Stress, der durch einen schnellen Spielablauf hervorgerufen wird bzw. werden kann, kann auch die Risikobereitschaft steigen. Das kann beispielsweise durch die Ausschüttung von Adrenalin begünstigt werden.
8. **Stimmt:** Gerade wenn Personen durch häufiges Verlieren frustriert sind, neigen sie dazu, unüberlegte Entscheidungen zu treffen bzw. Geld zu investieren, um ein Erfolgserlebnis zu haben.
9. **Stimmt nicht:** Bei kostenlosen Spielen müssen die Entwickler:innen andere Wege als den Verkaufserlös finden, um die Entwicklungskosten zu verdienen. Dies geschieht meistens durch verschiedene In-App-Käufe, zu denen Spieler:innen bewegt werden müssen.
10. **Stimmt nicht:** In-Game-Währungen dienen in erster Linie nicht dazu, die Fantasie-Welt eines Spiels zu komplementieren, sondern sollen die tatsächlichen Kosten von In-Game-Käufen verschleiern.





11. **Stimmt:** Pay-to-Progress ist eine weitverbreitete Methode, um – gerade auch bei kostenlosen Spielen – Umsatz zu generieren. Dabei wird das Spiel oft erst künstlich verlangsamt, nachdem ein:e Spieler:in Gefallen an diesem gefunden hat. Durch das positive Spielerlebnis zu Beginn sind Spieler:innen eher bereit, Geld zu investieren, um weiterspielen zu können.
12. **Stimmt:** Gerade wenn Personen durch häufiges Verlieren frustriert sind, neigen sie dazu, irrationale Entscheidungen zu treffen bzw. Geld zu investieren, um ein Erfolgserlebnis zu haben.
13. **Stimmt nicht (immer):** Es gibt natürlich Personen, die aufhören, wenn ein Spiel so konzipiert ist, dass man oft verliert und dadurch frustriert wird. Allerdings nutzen gerade Entwickler:innen von kostenlosen Handy-Spielen diese Frustration aus, um Spieler:innen zur Tötigung von In-App-Käufen zu bewegen.
14. **Stimmt nicht:** Bei allen In-App-Käufen sollte man sich immer vorab fragen, ob man den angebotenen Gegenstand wirklich braucht. Viele Spiele-Entwickler:innen setzen dabei einen psychologischen Trick namens Anker-Effekt ein (s. inhaltliche Einführung).
15. **Stimmt nicht:** Bei allen In-App-Käufen sollte man sich immer vorab fragen, ob man den angebotenen Gegenstand wirklich braucht. Viele Spiele-Entwickler:innen setzen dabei einen psychologischen Trick namens Anker-Effekt ein (s. inhaltliche Einführung).



# ANHANG

## Weiterführende Links

- Doktorarbeit zum Thema digitale Spiele im erzieherischen Kontext: Markus Meschik (2021): Game over: digitale Spiele in Familien und der stationären Kinder- und Jugendhilfe. [Link zur Online-Quelle](#) (09.06.2022).
- Lehr- und Lernmaterial der Schuldnerhilfe zum Thema Konsumfallen und Geldfresser, empfohlen ab der 10. Schulstufe, [Link zur Online-Quelle](#) (09.06.2022).
- Lehr- und Lernmaterial zu unterschiedlichen Aspekten von Finanzkompetenz, u. a. auch zu In-App-Käufen: ManoMoneta, [Link zur Online-Quelle](#) (10.06.2022).

## Über die Erstellerin



### Katja Grafl, MA

PROJEKTMANAGERIN

Sozialarbeiterin und Projektmanagerin mit langjähriger Erfahrung in der Konzeption und Umsetzung von Workshops und Fortbildungen, im Besonderen für Jugendliche.

## Impressum

### STIFTUNG FÜR WIRTSCHAFTSBILDUNG

c/o Impact Hub Vienna  
Lindengasse 56/18-19  
1070 Wien

E-Mail: [office@wirtschaft-erleben.at](mailto:office@wirtschaft-erleben.at)



### CC BY NC SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

### Anmerkung zum Zitieren:

Dieses Material steht unter einer CC BY NC SA 4.0 Lizenz. Bei einer Weiterverwendung sollen folgende Angaben gemacht werden:

**Grafl, K. (2022) Online-Spiele. CC BY NC SA 4.0. Stiftung für Wirtschaftsbildung.**