

Handlungsempfehlungen im Bereich Vermarktung und Präsentation von Computerspielen im World Wide Web

Computerspiele und das Medium Internet sind mittlerweile eng miteinander verzahnt. Neben der Online-Fähigkeit der meisten Computerspiele selbst (auch Konsolenspiele), wird das Internet vornehmlich zu Präsentations-, Verkaufs- und Kommunikationszwecken genutzt. Reine Online-Spiele (Browser basierte Spiele) entfalten derzeit keine Jugendschutzrelevanz und waren nicht Gegenstand der Recherche. Websites zu Computerspielen können grob in folgende Kategorien eingeteilt werden:

- **Web-Präsenzen von Computerspiele-Publishern:** vor und während der Veröffentlichung eines Computerspiels wird vom jeweiligen Publisher in der Regel eine Website zum Spiel (mit entsprechender URL) online gestellt. Das Angebot dient der Werbung und Information für das erscheinende Spiel. Außerdem werden dort meist Demo-Versionen oder Trailer zum Download angeboten. Nach erscheinen des Spiels werden über die Website Patches veröffentlicht. Nicht selten gehört auch ein Community-Bereich (Foren oder ähnliches) zum Angebot, in dem sich User des Spiels austauschen können.
Nahezu jeder Publisher von Computerspielen besitzt eine eigene Website zum Zwecke der Werbung für veröffentlichte Titel und das eigene Produktionsstudio. Die Seiten unterscheiden inhaltlich nur bedingt von den Websites einzelner Computerspiele.
- **Online-Handel:** Computerspiele werden auch über das Internet vertrieben. Zusätzlich zu Online-Shops, die neben vielen anderen Produkten auch Computerspiele anbieten, gibt es auch spezialisierte Online-Händler, welche nur Produkte im Bereich Computertechnik oder nur Computerspiele (PC und Konsolen) anbieten.
Zunehmend ergänzt das Internet die klassischen Bezugswege von Computerspielen. Viele Computerspiele sind mittlerweile über Download-Vertriebsplattformen wie z.B. Steam (Valve) erhältlich. Der Kauf auf einem Trägermedium (CD, DVD, etc.) entfällt. Das erworbene Spiel wird komplett aus dem Internet herunter geladen. Vereinzelt erscheinen Spiele auch nur noch als Downloadversion und nicht mehr auf einem Trägermedium.
- **Private Community-Sites:** vornehmlich im Bereich der Multiplayer-Spiele existieren im Internet auch viele private Websites von Usern bestimmte Spiele oder Spiel-Genres. Diese privaten Angebote dienen nur selten der Werbung oder dem Verkauf eines Spiels. Vielmehr können sie als eine Art "Fan-Page" zu einem bestimmten Spiel betrachtet werden. Vor allem Spiele-Clans von Multiplayer-Spielen richten sich - zur Kommunikation innerhalb des Clans, zur Planung von Wettkämpfen mit anderen Clans und ähnlichem - eigene Homepages ein.
- **Berichterstattung über Computerspiele:** die meisten Internet Service Provider besitzen große Portale. Sie sollen vornehmlich ihren Kunden als Eingangstor ins Internet dienen. Innerhalb der Portale gibt es meist auch einen redaktionellen Teil (ähnlich einem Online-Magazin) mit Nachrichten und unzähligen Artikeln aus dem alltäglichen Leben. In der Regel findet sich hier auch eine Rubrik zu Themen wie Internet, Computer und Computerspiele (Neuerscheinungen, Testberichte, etc. Außerdem unterhalten die meisten Portale einen eigenen Online-Shop. Dort werden meist auch Computer- und Konsolenspiele angeboten. Auch berichten News-Angebote und auf Computerspiele oder Computer affine Themen spezialisierte Online-Magazine über Computerspiele.

Rechtliche Grundlagen für Online-Spiele, den Handel mit und die Präsentation von Spielen im Internet

Bei Spielangeboten im Internet, der Präsentation von Spielinhalten auf Websites (z.B. Cover, Screenshots, Trailer oder Demoversionen auf Versandplattformen oder im Rahmen von Testberichten in Online-Magazinen) und beim Versand von Spielen (als Trägermedium oder per Download) sind die einschlägigen Normen des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) und des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) zu beachten.

Welches Gesetz im Einzelfall angewendet werden muss, ist nicht immer ganz leicht festzustellen. Grundsätzlich gilt jedoch:

- Sind Spielinhalte auf einem Träger (CD-ROM, DVD etc.) betroffen, gelten hierfür die Regelungen des JuSchG. Dies gilt zum Beispiel für den Versand von Trägermedien und die Werbung für Trägermedien auf Websites. Bei Spielen auf einem Trägermedium gilt grundsätzlich die Bewertung der USK als jugendschutzrechtlicher Maßstab. Auch wenn deren eigentliche Spielewelt komplett im Internet generiert wird (z.B. World of Warcraft).
- Sind Spielinhalte nur online verfügbar, gibt es also keine Inhalte auf einem gegenständlichen Träger, gelten hierfür die Regelungen des JMStV. Dies betrifft zum Beispiel reine Online-Spiele, die direkt im Internet gespielt werden, und den Versand von Spielen per Download.

Schutzregelungen für Spielinhalte im Internet

- Indizierte Inhalte sind nur in geschlossener Benutzergruppe für Erwachsene:zulässig
Nach § 4 Absatz 2 Satz 1 Nr. 2 JMStV muss sowohl beim Download von indizierten Spielen als auch bei der Präsentation indizierter Inhalte im Internet sichergestellt werden, dass nur Erwachsene darauf zugreifen können. Die KJM als Medienaufsicht für den Bereich Internet und Rundfunk hat Vorgaben für geschlossene Benutzergruppe veröffentlicht. Danach sind zumindest eine einmalige, sichere Identifizierung von Erwachsenen unter Einbeziehung von amtlichen Ausweisdaten und eine verlässliche Authentifizierung bei jedem Nutzungsvorgang erforderlich. Einzelheiten hierzu findet man auf der Website der KJM (kjm-online.de).

Empfehlung: Nutzen Sie ein von der KJM positiv bewertetes System

- Werbung für indizierte Inhalte ist nur in geschlossener Benutzergruppe zulässig
Nach § 15 Absatz 1 Nr. 6 JuSchG dürfen indizierte Spiele nur in einer geschlossenen Benutzergruppe für Erwachsene angeboten, angekündigt oder angepriesen werden. Dieses Werbeverbot ist sehr weitgehend und umfasst auch jede lobende und empfehlende Erwähnung oder Beschreibung eines indizierten Spiels. Nicht nur auf Verkaufsplattformen müssen solche Beschreibungen deshalb in eine geschlossene Benutzergruppe. Auch in Online-Magazinen ist jede empfehlende Beschreibung (z.B. in Form eines Testberichtes) unzulässig, unabhängig davon, ob das Spiel auf diesem Angebot überhaupt zum Verkauf angeboten wird.

Empfehlung: Präsentieren Sie indizierte Inhalte oder Werbung dafür nur in einer geschlossenen Benutzergruppe und verwenden sie ein von der KJM positiv bewertetes AVS

- Schutzmaßnahmen bei entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten notwendig
Nach § 5 JMStV haben Anbieter, wenn sie auf ihren Websites entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte zugänglich machen, dafür Sorge zu tragen, dass diese von Kindern und Jugendlichen der entsprechenden Altersgruppe üblicherweise nicht wahrgenommen werden. Dies gilt zum Beispiel dann, wenn Spiele mit den Kennzeichen

„geeignet ab 16“ oder „keine Jugendfreigabe“ (oder im Wesentlichen inhaltsgleiche Demoversionen) zum Download angeboten werden. Sind Online-Inhalte entwicklungsbeeinträchtigend, kann der Anbieter seiner Pflicht durch technische oder sonstige Mittel (z.B. Vorschaltung eines Zugangsschutzes) bzw. durch die Beachtung von Zeitgrenzen (Online-Stellung nur zwischen 22:00/23:00 und 06:00 Uhr) nachkommen.

Empfehlung: Benutzen Sie technische oder sonstige Mittel oder beachten Sie bei der Präsentation entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte die Zeitgrenzen

Vorgaben für den Versand von Spielen auf Trägermedien

- Spiele für Erwachsene dürfen nur an Erwachsene versandt werden:

Spiele mit der Kennzeichnung "keine Jugendfreigabe", nicht gekennzeichnete und indizierte Spiele dürfen nach § 12 Absatz 3 Nr. 2, 1 Absatz 4 JuSchG grundsätzlich nicht im Versandhandel angeboten oder überlassen werden. Zulässig ist der Versandhandel, wenn bei Bestellung und Übersendung einer Ware durch persönlichen Kontakt zwischen Lieferant und Besteller oder durch technische oder sonstige Vorkehrungen sichergestellt ist, dass kein Versand an Kinder und Jugendliche erfolgt. Nach der Rechtsauffassung der Obersten Landesjugendbehörden und nach einer Entscheidung des OLG München ist ein Versandhandel nur zulässig, wenn Waren an den erwachsenen Kunden per Einschreiben eigenhändig versandt werden.

Empfehlung: Versenden Sie Spiele für Erwachsene nur per Einschreiben eigenhändig

- Spiele für Jugendliche dürfen Kindern nicht zugänglich gemacht werden

Der Versand von Spielen mit Kennzeichen USK 16 und darunter ist grundsätzlich zulässig. Nach § 12 Absatz 1, § 2 Absatz 2 JuSchG ist jedoch in Zweifelsfällen das Alter zu überprüfen, da diese Inhalte Kinder und Jugendlichen der betreffenden Altersstufe nicht zugänglich gemacht werden dürfen. Es ist davon auszugehen, dass kein Zweifel am Alter des Bestellers besteht, wenn der Anbieter der Plattform einen Zugangsschutz implementiert hat, wie ihn der JMStV für beeinträchtigende Inhalte vorsieht.

Empfehlung: Überprüfen Sie auch bei gekennzeichneten Spielen bis USK 16 das Alter des Bestellers (z.B. Fax-Kopie des Ausweises)

Kennzeichnungspflichten für Spiele im Internet

Grundsätzlich gilt bei kommerzieller Vermarktung von Computerspielen die Pflicht zur Kennzeichnung. Sowohl beim Anbieten von gekennzeichneten Spielen zum Download, als auch beim Anbieten gekennzeichnete Spiele auf Plattformen muss der Anbieter auf die Kennzeichnung des USK deutlich hinweisen (§ 12 JMStV bzw. § 12 Absatz 2 Satz 3 JuSchG).

Empfehlung: Platzieren Sie die USK-Kennzeichnung an prominenter Stelle und gut lesbar. Zur guten Lesbarkeit der USK-Kennzeichen, sollten diese in einer Mindestgröße von 100 x 100 Pixel eingebunden werden.¹

¹ Standardbildschirme haben derzeit eine Auflösung von 96 dpi, neuere Bildschirme lösen noch etwas feiner auf. Die Größenvorgabe für das Kennzeichen auf der Verpackung von Trägermedien beträgt 20 mm in Länge und Breite. Das entspricht etwa 75 Pixeln auf einem Standardbildschirm.

Anhang: Raster Handlungsempfehlungen

	Präsentation von Computerspielen im Internet	Download von Spielen und Demoversionen	Versand von Computerspielen
beschlagnahmt	Absolut unzulässig	Absolut unzulässig	Absolut unzulässig
indiziert	Nur für Erwachsene erlaubt Empfehlung: Nur innerhalb geschlossener Benutzergruppe mit von der KJM positiv bewertetem AVS	Nur an Erwachsene erlaubt Empfehlung: Nur innerhalb geschlossener Benutzergruppe mit von der KJM positiv bewertetem AVS	Nur an Erwachsene erlaubt Empfehlung: Sicher Identifizierung (PostIdent oder Bestellung in einer geschlossenen Benutzergruppe) und Versand per Einschreiben eigenhändig
keine Jugendfreigabe bzw. nicht gekennzeichnet	In der Regel entwicklungsbeeinträchtigend nach § 5 JMStV Empfehlung: Technisches Mittel mit positiver KJM-Auskunft (z.B. PersoCheck) vorschalten oder Zeitgrenzen nach JMStV einhalten	Entwicklungsbeeinträchtigend nach § 5 JMStV Empfehlung: Nur innerhalb geschlossener Benutzergruppe mit von der KJM positiv bewertetem AVS	Nur an Erwachsene erlaubt Empfehlung: Sichere Identifizierung und Versand per Einschreiben eigenhändig
Kennzeichnung USK 16	Im Einzelfall entwicklungsbeeinträchtigend nach § 5 JMStV Empfehlung: Technisches Mittel mit positiver KJM-Auskunft (z.B. PersoCheck) vorschalten oder Zeitgrenzen nach JMStV einhalten	Entwicklungsbeeinträchtigend nach § 5 JMStV Empfehlung: Technisches Mittel mit positiver KJM-Auskunft (z.B. PersoCheck) vorschalten oder Zeitgrenzen nach JMStV einhalten	Kein Versand an Kinder Empfehlung: Alter vorher überprüfen z.B. per Faxkopie des Ausweises

Altersverifikationssysteme mit positiver KJM-Auskunft: http://www.kjm-online.de/public/kjm/index.php?show_1=91,85,56

Technische Mittel mit positiver KJM-Auskunft: http://www.kjm-online.de/public/kjm/downloads/uebersicht_positiv_bewertete_Konzepte_tech_n_Mittel.pdf

Rechtsauffassung der Obersten Landesjugendbehörden zum Versandhandel: www.mbjs.brandenburg.de/media/lbm1_a.1222.de/versandhandel_0905.pdf

Anhang: Handlungsempfehlungen zur USK-Kennzeichnung bei der Vermarktung von Computerspielen im Internet

USK-Alterskennzeichnung

Anzustreben ist eine einheitliche Regelung zur prominenten Platzierung gut lesbarer USK-Kennzeichen bei der kommerziellen Online-Vermarktung und Präsentation von Computerspielen. Die Regelung sollte folgende Aspekte umfassen:

- Pflicht zur Kennzeichnung:**
 Die bisherige Regelung zur USK-Kennzeichnung von Computerspielen gilt vornehmlich für die Verbreitung von Telemedien (Verkauf/Handel). Auch reine Werbeseiten wie Publisher-Sites sollten verpflichtet werden, auf die Kennzeichnung hinzuweisen.
- Position des USK-Kennzeichens:**
 Die Alterskennzeichnung ist in vielen Fällen nicht leicht zu finden. Es sollten deshalb Regeln festgelegt werden, die eine prominente und einheitliche Platzierung gewährleisten (z.B. als erstes Symbol unten links).
- Größe des USK-Kennzeichens:**
 Derzeit werden USK-Kennzeichen auf Spiele-Sites in sehr unterschiedlicher Größe präsentiert. Um eine gute Lesbarkeit der Altersfreigabe zu gewährleisten, sollte eine Mindestgröße von 100 x 100 Pixel festgeschrieben werden.¹
- Animierte Web-Variante der USK-Kennzeichen:**
 Die derzeitigen USK-Kennzeichen erschweren ein schnelles Erkennen der AltersEinstufung, da die Altersangaben sehr klein sind. Im WWW sollte ein animiertes Kennzeichen verwendet werden, das zwischen USK-Kennzeichen und einer plakativen Altersangabe in großen Ziffern (z.B. 6+, 12+, 16+, 18+) hin- und herschaltet.



¹ Standardbildschirme haben derzeit eine Auflösung von 96 dpi, neuere Bildschirme lösen noch etwas feiner auf. Die Größenvorgabe für das Kennzeichen auf der Verpackung von Trägermedien beträgt 20 mm in Länge und Breite. Das entspricht etwa 75 Pixeln auf einem Standardbildschirm.