
Sachstand

Unionsrechtlicher Rahmen bezüglich Lootboxen

Unionsrechtlicher Rahmen bezüglich Lootboxen

Aktenzeichen: EU 6 - 3000 - 038/24
Abschluss der Arbeit: 15. Oktober 2024
Fachbereich: EU 6: Fachbereich Europa

Die Arbeiten des Fachbereichs Europa geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten des Fachbereichs Europa geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegen, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab der Fachbereichsleitung anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Fragestellung	4
2.	Begriff der Lootbox	5
3.	Einleitung zum Rechtsrahmen auf EU-Ebene	7
3.1.	Derzeit kein spezifisches EU-Recht zur Regulierung von Lootboxen	7
3.2.	Forderungen des Europäischen Parlaments im Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz	8
3.3.	Kommissionsbewertung zum EU-Verbraucherschutz im digitalen Raum und Mandatsschreiben an den Justizkommissar	10
4.	Einzelne EU-Rechtsakte, die Relevanz für Lootboxen haben können	11
4.1.	Vorbemerkung	11
4.2.	EU-Verbraucherschutzrecht	12
4.2.1.	Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)	13
4.2.1.1.	Überblick	13
4.2.1.2.	Mögliche Regulierungswirkung für Lootboxen	15
4.2.1.2.1.	Irreführende und aggressive Geschäftspraktiken	15
4.2.1.2.2.	Anwendung der UGP-RL auf „Dark Patterns“	17
4.2.1.3.	Mitgliedstaatliche Regelungsfreiheit	18
4.2.1.4.	Ergebnis zur UGP-RL	19
4.2.2.	Richtlinie über die Rechte der Verbraucher (Verbraucherrichtlinie)	20
4.2.3.	Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen	21
4.2.4.	Digitale-Inhalte-Richtlinie (DIRL)	22
4.3.	EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)	24
4.3.1.	Überblick	24
4.3.2.	Mögliche Regulierungswirkung für Lootboxen	25
4.3.3.	Regelungsspielräume der Mitgliedstaaten	27
4.3.4.	Ergebnis zur DSGVO	28
4.4.	Digital Services Act (DSA)	28
4.4.1.	Eröffnung des Anwendungsbereichs	29
4.4.2.	Verbotsgehalt von Art. 25 DSA	30
4.4.2.1.	Überblick	31
4.4.2.2.	Relevanz für Lootboxen	31
4.4.3.	Regelungsgehalt von Art. 28 DSA	32
4.4.4.	Regelungsspielräume der Mitgliedstaaten	34
4.4.5.	Ergebnis	35
4.5.	AI Act	36
4.5.1.	Überblick	36
4.5.2.	Relevanz für die Ausgestaltung und das Angebot von Lootboxen	37
4.6.	(Nur) primärrechtliche Grenzen im Glücksspielrecht	38
5.	Ergebnis	39

1. Fragestellung

Der Fachbereich Europa wurde um Darstellung gebeten, durch welche EU-Rechtsnormen der Umgang mit sog. Lootboxen reguliert wird. Es soll insbesondere darauf eingegangen werden, ob Lootboxen von Regulierungen zu sog. „Dark Patterns“¹ erfasst sein können. Zudem soll dargestellt werden, welche Regelungsspielräume den Mitgliedstaaten jeweils verbleiben.

Hierzu wird unter **Ziff. 2.** zunächst der **Begriff der „Lootbox“** erläutert. **Ziff. 3.** geht **allgemein** auf den **EU-Rechtsrahmen** in diesem Bereich ein und gibt einen **Ausblick** auf mögliche Entwicklungen. **Ziff. 4.** stellt **einzelne EU-Rechtsakte** dar, die insbesondere von der Europäischen Kommission (Kommission) und dem Europäischen Parlament im Zusammenhang mit der Rechtmäßigkeit von digitalen Spielen und Lootboxen thematisiert werden. Dabei beschränkt sich der Sachstand auf eine Darstellung verbindlicher Rechtsakte. Von einer Aufzählung nicht verbindlicher Initiativen und Entschließungen² wird abgesehen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die unter Ziff. 4.2. dargestellten Regelungen der Umsetzung in nationales Recht bedürfen. Die maßgebliche nationale Rechtslage in Deutschland stellt der Sachstand der Fachbereiche WD 1 und WD 7 mit dem Titel „Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich“ dar.³

1 Der Begriff Dark Pattern wird im EU-Recht nicht einheitlich und verbindlich definiert. Einigkeit dürfte aber darüber bestehen, dass es sich um manipulative Praktiken handelt, die die Entscheidungsfreiheit und Autonomie beeinträchtigen und potenziell schädliche Auswirkungen auf die Nutzer haben, vgl. nur: Kommission, Eignungsprüfung „Digitale Fairness“ – Fragen und Antworten, 3. Oktober 2024: „Dark Patterns sind Geschäftspraktiken, bei denen Verbraucherinnen und Verbraucher durch die Struktur, die Gestaltung oder die Funktionen digitaler Schnittstellen oder der Systemarchitektur dahin gehend beeinflusst werden können, Entscheidungen zu treffen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten.“ [Lupiáñez-Villanueva/Boluda/Bogliacino/Liva u. a., Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment](#): dark patterns and manipulative personalisation, April 2022, S. 6; ErwG 67 Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, [ABl. L 277, 27. Oktober 2022, S. 1 \(berichtigte Fassung vom 27. Oktober 2022\)](#); Bekanntmachung der Kommission – Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101); sowie zu „Deceptive Design Patterns“: Europäischer Datenschutzausschuss, [Guidelines 03/2022 on deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them](#), 14. Februar 2023, S. 3.

2 Vgl. etwa: Europäisches Parlament, Entschließung vom 12. März 2009 zu dem Schutz der Verbraucher, insbesondere Minderjähriger, bei der Nutzung von Videospiele, [ABl. C 87 E, 1. April 2010, S. 122](#).

3 Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024.

2. Begriff der Lootbox

Soweit ersichtlich, enthält das Unionsrecht keine einheitliche und verbindliche Definition des Begriffs „Lootbox“ (zu dt. „Beutekiste“⁴). Definitionsansätze ergeben sich aber sowohl aus rechtswissenschaftlichen Fachbeiträgen als auch Dokumenten der EU-Institutionen:

Lootboxen bezeichnen danach virtuelle „Behältnisse“ in digitalen Spielen,⁵ die Belohnungen im Spielkontext enthalten. Diese Belohnungen können von echten Vorteilen im Spielgeschehen bis hin zu nur optischen oder akustischen Veränderungen reichen.⁶ Das Europäische Parlament wies in seiner EntschlieÙung zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen aus dem Jahr 2023⁷ (im Folgenden: **Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz**) auf die **Vielgestaltigkeit von Lootboxen** hin. So lieÙen sich verschiedene Arten von Lootboxen u. a. nach den Bedingungen für den Erhalt unterscheiden, d. h. danach, ob eine Wartezeit erforderlich sei, Werbung angezeigt oder mit echtem Geld bezahlt werde. Zudem variierten sie hinsichtlich der Art der enthaltenen Belohnung (virtuelles „Item“) und der Transparenz. Schließlich ergäben sich auch Unterschiede hinsichtlich der Chancen auf den Erhalt des jeweiligen Items und hinsichtlich der Möglichkeit, das erhaltene Item in In-Game-Währung oder echtes Geld umzuwandeln.⁸

Das Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz geht zudem davon aus, dass Lootboxen „unter Verwendung von Spieldesigns verkauft werden können, die gemeinhin als **Dark Patterns** bekannt sind“.⁹

Eine im Juli 2020 im Auftrag des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz des Europäischen Parlaments erstellte Studie nennt auf der Basis einer Literaturrecherche und Experteninterviews folgende **Strukturelemente** von Lootboxen:

-
- 4 Vgl. die Erläuterungen zum Terminus bei: *Busch*, [Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen](#), 2022, S. 15 f.; *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651.
 - 5 Vgl. *Cerulli-Harms u.a.*, Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers, Studie im Auftrag des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz des Europäischen Parlaments, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 14 (im Folgenden: Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020), wonach Lootboxen in diversen Spielgenres, bspw. Karten-, Schieß-, Sport- und Rollenspielen, und auf sämtlichen Plattformen bzw. Distributionskanälen, insbesondere PC, Spielekonsolen, Smartphone und Tablet, eingeführt wurden.
 - 6 Vgl. mit Beispielen: *Busch*, [Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen](#), 2022, S. 16; *Liesching*, Rechtskonformität von Lootboxen nach glücksspiel- und jugendschutzrechtlichen Anforderungen, ZUM 2024, S. 92; *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651; *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen, MMR 2023, S. 180 (181); *Maties*, Lootboxen aus zivilrechtlicher Sicht, NJW 2020, S. 3685 (3686).
 - 7 EntschlieÙung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#).
 - 8 Ebenda, Ziff. 12, Fn. 1.
 - 9 Ebenda, Erwägungsgrund (ErwG) K.

- Zugangsvoraussetzung: Der Spieler muss etwas tun, um Zugang zu einer Lootbox zu erhalten. Dies geschehe entweder durch Aktionen im Spiel oder durch Bezahlung mit echtem Geld.
- Auswahlverfahren: Es gibt einen Algorithmus oder ein Zufallsverfahren, das bestimmt, was der Spieler erhält.¹⁰
- Belohnung: Der Spieler erhält eine Gratifikation.¹¹

Die der vorgenannten Studie zugrunde gelegte Arbeitsdefinition von Lootboxen enthält ein Element des Zufalls und damit der Überraschung: Es handele sich um „mystery boxes“, die zufällige Gegenstände enthielten, so dass die Spieler die Belohnung vor dem Öffnen nicht kennen würden.¹² Auch Stimmen im deutschen Schrifttum gehen davon aus, dass der **Zufall** das prägende Element von Lootboxen sei.¹³ Die Leitlinien der Kommission zur Auslegung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)¹⁴ (siehe dazu noch Ziff. 4.2.1.) formulieren abgeschwächt, dass Lootboxen nur „in der Regel“ zufällige Spielelemente enthalten.¹⁵ Auch im Schrifttum wird teilweise darauf verwiesen, dass „häufig (auch) der Zufall“ über die Belohnung entscheide¹⁶ bzw. explizit auf Funktionen hingewiesen, die den Zufallscharakter von Lootboxen entfallen ließen.¹⁷ Eine von der Kommission in Auftrag gegebene Studie zu Dark Patterns aus dem Jahr 2022

10 Vgl. *Busch*, [Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen](#), 2022, S. 16, wonach der Anbieter die Chancenverteilung festlege.

11 Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 14.

12 Ebenda.

13 *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen, MMR 2023, S. 180. So wohl auch: *Busch*, [Rechtliche Beurteilung von Mikrotransaktionen und Lootboxen](#), 2022, S. 16; *Bringmann/Mittermeier/Löcken*, Gambling vs. Gaming: (Regulierungs-)Freie Fahrt für Lootboxen, DLC & Co.?, ZfWG 2023, S. 140 (141); *Kaufmann*, Erwerb von Lootboxen und die vertragstypologische Erfassung der Leistungspflichten, MMR 2023, S. 739 (739).

14 Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates, [Abl. L 149 vom 11. Juni 2005, S. 22 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

15 Bekanntmachung der Kommission – Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, [Abl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104) unter Verweis auf Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020.

16 *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651.

17 *Liesching*, Rechtskonformität von Lootboxen nach glücksspiel- und jugendschutzrechtlichen Anforderungen, ZUM 2024, S. 92 (94).

definiert Lootboxen als virtuelle Produkte, die zufällige Gegenstände enthalten. Die Verbraucher wüssten „im Allgemeinen“ vor dem Öffnen der Box nicht, welchen Artikel sie erhalten.¹⁸

Nach dem Vorstehenden lässt sich festhalten, dass der Erhalt von Lootboxen als werthaltig betrachtet werden kann und wesentlich vom Zufall abhängt, so dass ein Bezug zum Glücksspiel naheliegt. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass es **vielfältige Möglichkeiten** gibt, **Lootboxen** zu gestalten und in Spielen zu implementieren.¹⁹ „Die“ Lootbox gibt es nicht, weshalb eine **abschließende rechtliche Bewertung** allein **anhand** einer **Analyse der konkreten Ausgestaltungsvariante** möglich ist.²⁰ Im Rahmen dieses Sachstands werden hingegen nur die in der rechtspolitischen bzw. rechtswissenschaftlichen Diskussion thematisierten Ausgestaltungsoptionen und ihre rechtliche Bewertung generalisierend dargestellt.

3. Einleitung zum Rechtsrahmen auf EU-Ebene

3.1. Derzeit kein spezifisches EU-Recht zur Regulierung von Lootboxen

Es gibt im Unionsrecht derzeit **keinen speziellen Rechtsakt**, der Lootboxen reguliert.²¹

Insbesondere gibt es **keine sektorspezifischen EU-Vorschriften für Glücksspiele**, die ggf. Vorgaben für (bestimmte) Lootboxen enthalten könnten. Den Mitgliedstaaten steht es vielmehr frei, Glücksspiele – und die ihrer Ansicht nach darunterfallenden Aktivitäten – zu regulieren. Dabei müssen sie lediglich die primärrechtlichen Bestimmungen über den Binnenmarkt beachten (siehe noch Ziff. 4.6.).²²

Es gibt auf EU-Ebene auch **keine spezifischen Verbraucherschutzmechanismen**, die den Schutz von (minderjährigen) Spielern in Bezug auf Lootboxen sicherstellen.²³

18 *Lupiáñez-Villanueva/Boluda/Bogliacino/Liva u. a.*, [Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment](#): dark patterns and manipulative personalisation, April 2022, S. 67.

19 Vgl. *Nickel/Feuerhake/Schelinski*, Lootboxen in Computerspielen, MMR 2018, S. 586 (587), mit dem Hinweis, dass es Spielern teils auch erlaubt sei, untereinander mit Items zu handeln, d.h. zu tauschen oder verkaufen; *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen, MMR 2023, S. 180 (181).

20 Vgl. *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651.

21 Vgl. Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 32: „the European Union has not yet taken any significant targeted action to address the topic of loot boxes specifically“.

22 Vgl. nur: Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 31 f., mit einem Überblick über (nicht rechtsverbindliche) Mitteilungen und Empfehlungen zum Schutz Minderjähriger im Glücksspielkontext; Kommission, Schriftliche Antwort auf die Frage des MdEP João Ferreira, [E-003254/2019\(ASW\)](#), 10. Januar 2020; Kommission, Schriftliche Antwort auf die Frage des MdEP João Ferreira, [E-000212/2018\(ASW\)](#), 19. April 2018.

23 Vgl. Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), ErwG K.

3.2. Forderungen des Europäischen Parlaments im Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz

Das Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 fordert eine **Stärkung des Verbraucherschutzes bei Online-Videospielen**.²⁴ Zwar sei in diesem Bereich der gesamte Besitzstand des EU-Verbraucherschutzrechts anwendbar. Gerade im Bereich Lootboxen sei aber angesichts der von einzelnen Mitgliedstaaten ergriffenen Maßnahmen von einer **Fragmentierung** des Videospiegelmarktes in der EU auszugehen.²⁵

Das Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz nennt diverse Gefährdungen der Verbraucher durch bestimmte Spieldesigns, einschließlich Lootboxen. So seien einige Spieldesigns bewusst manipulativ und ausbeuterisch.²⁶ Zu Lootboxen heißt es, dass sie „unter Verwendung von Spieldesigns verkauft werden können, die gemeinhin als **Dark Patterns** bekannt sind, was negative psychologische und finanzielle Folgen durch ungewollte oder unkontrollierte Käufe haben könnte, insbesondere für Minderjährige und kleine Kinder“.²⁷

Vor diesem Hintergrund richtet das Europäische Parlament u. a. folgende Forderungen an die Branche und an die Kommission:

- Entwickler und Anbieter von Videospielen werden aufgefordert, die **Rechte von Minderjährigen und kleinen Kindern** zu wahren, auch in Bezug auf Datenschutz, gezielte Werbung und manipulative Praktiken.²⁸
- Von Videospieldesignern wird mehr **Transparenz** in Bezug auf die **Wahrscheinlichkeiten bei Lootbox-Mechanismen** gefordert, einschließlich allgemeinverständlicher Informationen im Klartext dazu, worauf die Algorithmen trainiert sind.²⁹
- Die **Kommission** wird aufgefordert, die Möglichkeit zu prüfen, von Anbietern von Online-Videospielen, die sich an Minderjährige und kleine Kinder richten, zu verlangen, dass sie auf der Grundlage der „4 C“ der Risikoklassifizierung (d.h. Content, Contact, Conduct, Contract) Folgenabschätzungen für Kinder erstellen und alle festgestellten Risiken für die Rechte von Minderjährigen wirksam abmildern.³⁰

24 Ebenda, Ziff. 7 ff.

25 Ebenda, ErwG K sowie Ziff. 7, wo ein kohärentes und abgestimmtes Konzept der Mitgliedstaaten und Verbraucherschutzbehörden gefordert wird, um eine Fragmentierung des Binnenmarkts zu verhindern und die Verbraucher zu schützen.

26 Ebenda, Ziff. 15.

27 Ebenda, Ziff. 16.

28 Ebenda, Ziff. 15.

29 Ebenda, Ziff. 22.

30 Ebenda, Ziff. 28.

-
- Die Kommission wird zudem aufgefordert, die Verkaufsmodalitäten von Lootboxen zu untersuchen und die notwendigen Schritte zu unternehmen, um ein **gemeinsames europäisches Konzept für Lootboxen** zu schaffen. Dieses solle einen angemessenen Schutz der Verbraucher, insbesondere von Minderjährigen und kleinen Kindern, sicherstellen.³¹
 - Die Kommission solle im Rahmen der im Jahr 2022 begonnenen **Eignungsprüfung des EU-Verbraucherrechts zur digitalen Fairness**³² Fragen des Verbraucherschutzes bei Online-Videospielen berücksichtigen.³³ Zu diesen Fragen zählten insbesondere die Punkte Dark Patterns, aggressive Marketingpraktiken und irreführende Transparenz bei Verbraucherinformationen.³⁴

In diesem Rahmen solle auch geklärt werden, ob der derzeitige Rahmen ausreiche, um alle verbraucherrechtlichen Fragen im Zusammenhang mit Lootboxen und In-Game-Verkäufen zu klären. Falls nein, solle eine **Gesetzesvorlage zur Anpassung** des derzeitigen EU-Verbraucherrechtsrahmens für Online-Videospiele vorgelegt werden. Alternativ komme eine eigenständige Gesetzesvorlage für Online-Videospiele in Betracht, um einen harmonisierten europäischen Rechtsrahmen zu schaffen, mit dem ein hohes Maß an Verbraucherschutz, insbesondere für Minderjährige und kleine Kinder, sichergestellt werde.³⁵

Nach Ansicht des Europäischen Parlaments sollte die Kommission auch **prüfen**, ob hierin eine Pflicht zur **standardmäßigen Deaktivierung** von In-Game-Zahlungen und **Lootbox-Mechanismen** oder ein **Verbot kostenpflichtiger Lootboxen** vorgeschlagen werden sollte. Das Europäische Parlament sieht solche Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Minderjährigenschutz, einem Beitrag gegen die Fragmentierung des Binnenmarkts und der Sicherstellung eines EU-weit einheitlichen Verbraucherschutzniveaus.³⁶

31 Ebenda, Ziff. 14.

32 Vgl. dazu: Kommissionsbewertung, [Erfolge und Grenzen von Gesetzen zum Verbraucherschutz im digitalen Raum](#), Pressemitteilung, 3. Oktober 2024.

33 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktconcept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 6.

34 Ebenda, Ziff. 16.

35 Ebenda, Ziff. 27.

36 Ebenda. In der Entschließung wird die Ansicht vertreten, dass die Kommission zwar die Verankerung des PEGI-Alterseinstufungs- und Informationssystems in das EU-Recht prüfen solle. Dies allein reiche aber nicht, um die durch Lootbox-Mechanismen entstehenden Probleme zu lösen, vgl. ebenda, Ziff. 41 ff.

3.3. Kommissionsbewertung zum EU-Verbraucherschutz im digitalen Raum und Mandatsschreiben an den Justizkommissar

Die Kommission hat am 3. Oktober 2024 die Ergebnisse der Eignungsprüfung des EU-Verbraucherrechts veröffentlicht.³⁷ Die Kommissionsbewertung kommt zu der Einschätzung, dass zur fairen Gestaltung des digitalen Umfelds **weiterer Handlungsbedarf** im Bereich des EU-Verbraucherrechts besteht. Als Problemfelder werden u. a. **Dark Patterns** in Online-Schnittstellen und **suchterzeugende Gestaltung digitaler Dienste** genannt, die Verbraucher veranlassen, den Dienst länger zu nutzen oder mehr Geld auszugeben als geplant. Ein Beispiel seien **glücksspielähnliche Funktionen in Videospielen**.³⁸ Die Bewertung befasst sich an diversen Stellen explizit mit **Lootboxen** und ihren negativen Auswirkungen.³⁹ Allerdings ist es nicht Bestandteil einer Eignungsprüfung, Empfehlungen zum genauen Format und Inhalt künftiger Maßnahmen der Kommission zu geben.⁴⁰

Kommissionspräsidentin von der Leyen hat in ihrem **Mandatsschreiben vom 17. September 2024** an das designierte Kommissionsmitglied mit Zuständigkeit für Demokratie, Justiz und Rechtsstaatlichkeit darauf hingewiesen, dass ein **EU-Rechtsakt für digitale Fairness ausgearbeitet werden müsse**, um gegen unethische Techniken und Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit **Dark Patterns**, Marketing durch Influencer in den sozialen Medien, der **suchterzeugenden Gestaltung digitaler Produkte** und Online-Profilung vorzugehen, insbesondere wenn Schwächen der Verbraucherinnen und Verbraucher für kommerzielle Zwecke ausgenutzt werden.⁴¹

In dem Mandatsschreiben werden **digitale Spiele** zwar **nicht ausdrücklich** erwähnt. Mit Blick auf die Forderungen des Europäischen Parlaments und die Ergebnisse der Kommissionsbewertung vom 3. Oktober 2024, die sich ausdrücklich auch auf Lootboxen beziehen, wären diesbezügliche Regelungen aber naheliegend. Allerdings dürfte angesichts der aktuellen „institutionellen Übergangszeit“ auf EU-Ebene **nicht mit einer raschen Vorlage** eines entsprechenden Rechtsaktvorschlags durch die Kommission **zu rechnen** sein.

37 Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#).

38 Vgl. Kommissionsbewertung, [Erfolge und Grenzen von Gesetzen zum Verbraucherschutz im digitalen Raum](#), Pressemitteilung, 3. Oktober 2024.

39 Vgl. etwa: Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 18, 20 f., 31, 37, 38, 129, 132, 133 f., 136 f., 156 ff.

40 Vgl. Kommissionsbewertung, [Erfolge und Grenzen von Gesetzen zum Verbraucherschutz im digitalen Raum](#), Pressemitteilung, 3. Oktober 2024.

41 Kommissionspräsidentin, [Mission Letter to Michael McGrath](#), 17. September 2024, S. 7.

4. Einzelne EU-Rechtsakte, die Relevanz für Lootboxen haben können

4.1. Vorbemerkung

Unter Ziff. 2 und Ziff. 3.1. wurde zum einen auf die Vielgestaltigkeit von Lootboxen und zum anderen auf das Fehlen spezifisch auf Lootboxen zugeschnittener Regelungen im Unionsrecht hingewiesen. Vor diesem Hintergrund kommen – je nach Ausgestaltung einer Lootbox einschließlich der Erwerbmodalitäten und des auf sie bezogenen Marketings – diverse EU-Rechtsakte in Betracht, an denen die Rechtmäßigkeit der Lootbox zu messen sein kann.

Nachfolgend werden Bestimmungen dargestellt, die das Europäische Parlament, die Kommission sowie die von diesen Institutionen in Auftrag gegebene Studien im Zusammenhang mit Lootboxen thematisieren.⁴² Dies sind Regelungen des **EU-Verbraucherschutzrechts** (Ziff. 4.2.), des **EU-Datenschutzrechts** (Ziff. 4.3.), des **Digital Services Acts**⁴³ (Ziff. 4.4.) und des **AI Acts**⁴⁴ (Ziff. 4.5.).

Lootboxen werden zudem – sowohl im nationalen Recht⁴⁵ als auch auf Ebene der EU-Institutionen⁴⁶ – unter **glücksspielrechtlichen Gesichtspunkten** diskutiert. Insoweit gilt aber, dass die **Regelungskompetenz für die Regulierung von Glücksspielen an sich bei den Mitgliedstaaten liegt** und das EU-Recht nur (weite) Grenzen zieht (vgl. Ziff. 4.6.).

42 Vgl. nur: Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), ErwG K; Bekanntmachung der Kommission – Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (12 ff.) (im Folgenden: Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#)); Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#); Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 31; *Forbrukerrådet*, [Insert Coin. How the gaming industry exploits consumers using loot boxes](#), [31. Mai 2022](#), S. 50 ff.

43 Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, [ABl. L 277, 27. Oktober 2022, S. 1](#) ([berichtigte Fassung vom 27. Oktober 2022](#)).

44 Verordnung (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 300/2008, (EU) Nr. 167/2013, (EU) Nr. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 und (EU) 2019/2144 sowie der Richtlinien 2014/90/EU, (EU) 2016/797 und (EU) 2020/1828, [ABl. L 2024/1689, 12. Juli 2024](#).

45 Siehe dazu Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024; Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 32, dazu, dass in Belgien und den Niederlanden, die Lootboxen grundsätzlich dem Glücksspielrecht unterworfen, insbesondere darauf abgestellt werde, ob die Gratifikation außerhalb des Spiels als Geldwert angesehen werden kann; Antwort der Kommission auf die schriftliche Frage des MdEP Dita Charanzová, [E-004184/2019\(ASW\)](#), 16. März 2020: „In some countries, loot boxes, in which in-game items acquired were considered having monetary value, have been declared gambling activities and have been forbidden in line with national gambling legislation. Game developers have also been asked to modify the loot box to take out the monetary benefit. In other Member States, certain loot boxes are not considered gambling“.

46 Vgl. die Übersicht Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 31 f.

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die EU im Bereich **Jugend** sowie im Bereich Schutz der menschlichen Gesundheit nur Unterstützungs-, Koordinierungs- und Ergänzungs Kompetenzen hat, vgl. Art. 6 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV). Die Jugendpolitik wird auf nationaler Ebene festgelegt.⁴⁷ Allerdings schützt Art. 24 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (EU-Grundrechtecharta, GRCh) die Rechte des Kindes bei der Durchführung des Unionsrechts. Der Schutz des Kindes wird auf EU-Ebene als Querschnittsaufgabe angesehen.⁴⁸ Es finden sich in diversen Rechtsakten Bestimmungen, die einen besonderen Kindeswohlenschutz vorsehen. Auf solche Bestimmungen wird in der weiteren Darstellung eingegangen.⁴⁹

Angesichts der Vielgestaltigkeit von Lootboxen und der Fülle von EU-Rechtsakten erhebt die nachfolgende Darstellung **keinen Anspruch auf Vollständigkeit**.

4.2. EU-Verbraucherschutzrecht

Die EU hat **diverse Verbraucherschutzvorschriften** erlassen, bspw. im Bereich unlautere Geschäftspraktiken und Verbrauchervertragsrecht.⁵⁰

Die EU-Verbraucherschutzvorschriften gelten grundsätzlich auch für Lootboxen, ohne dass in ihnen spezielle Klauseln für die Beutekisten enthalten wären. Genannt werden in diesem Zusammenhang insbesondere die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (**UGP-RL**, dazu Ziff. 4.2.1.)⁵¹, die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher (**Verbraucherrichtlinie**, dazu Ziff. 4.2.2.)⁵² und die **Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen**⁵³ (dazu

47 Vgl. Europäisches Parlament, [Kurzdarstellungen zur Europäischen Union, Jugend](#), März 2024.

48 Vgl. Kommission, EU-Kinderrechtstrategie, [KOM\(2021\) 142 endg.](#), 24. März 2021, S. 1.

49 Für die nationale Rechtslage in Deutschland vgl. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024, S. 8 ff.

50 Vgl. den Überblick: https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law_de; sowie die Übersicht in Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (12 ff.).

51 Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), [ABl. L 149 vom 11. Juni 2005, S. 22 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

52 Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, [ABl. L 304, 22. November 2011, S. 64 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

53 Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen, [ABl. L 95, 21. April 1993, S. 29 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

Ziff. 4.2.3.).⁵⁴ Die Auftraggeberin fragt zusätzlich nach der Regulierungswirkung der **Digitale-Inhalte-Richtlinie** (DIRL, dazu Ziff. 4.2.4.)⁵⁵.

4.2.1. Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)

4.2.1.1. Überblick

Die UGP-RL⁵⁶ soll „durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts und zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus“ beitragen, Art. 1 UGP-RL.

Die Richtlinie gilt gemäß Art. 3 Abs. 1 UGP-RL im Verhältnis von Unternehmern zu Verbrauchern (sog. B2C-Bereich)⁵⁷ für unlautere Geschäftspraktiken vor, während und nach Abschluss eines auf ein Produkt bezogenen Handelsgeschäfts. „Produkt“ ist nach Art. 2 Buchst. c UGP-RL jede Ware oder Dienstleistung, einschließlich digitaler Dienstleistungen und digitaler Inhalte. Geschäftspraktiken sind nach Art. 2 Buchst. d UGP-RL sämtliche Handlungen, Unterlassungen, Verhaltensweisen oder Erklärungen, kommerzielle Mitteilungen einschließlich Werbung und Marketing eines Gewerbetreibenden, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher zusammenhängen.⁵⁸

Nach **Art. 5 Abs. 1 UGP-RL** sind **unlautere Geschäftspraktiken verboten**.

Wann eine Geschäftspraktik unlauter ist, ergibt sich zunächst aus Art. 5 Abs. 5 i.V.m. Anhang I UGP-RL: In **Anhang I** sind insgesamt **31 Geschäftspraktiken** gelistet, die **unter allen Umständen** und ohne Beurteilung des Einzelfalls als **unlauter** anzusehen sind (vgl. auch ErwG 17 UGP-RL).

54 Vgl. etwa: Studie, [PE 652.727](#), 16. Juli 2020, S. 31; Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104 f.).

55 Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, [ABl. L 136, 22. Mai 2019, S. 1](#) ([Berichtigung vom 22. Mai 2019](#)).

56 Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), [ABl. L 149 vom 11. Juni 2005, S. 22](#) ([konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022](#)).

57 Vgl. zur Definition von Verbrauchern und Unternehmern bzw. Gewerbetreibenden Art. 2 Buchst. a und b UGP-Richtlinie.

58 Vgl. zu diesem (weiten) Begriff etwa: EuGH, Urteil vom 23. April 2009, verb. Rs. C-261/07 und C-299/07, VTB-VAB NV u. a., Rn. 48 ff.; Urteil vom 14. Januar 2010, Rs. C-304/08, Plus Warenhandels-gesellschaft u. a., Rn. 35 ff.; EuGH, Urteil vom 9. November 2010, Rs. C-540/08, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag u. a., Rn. 17 ff.; Urteil vom 16. April 2015, Rs. C-388/13, UPC Magyarorszá-g u. a., Rn. 60.

Nach Art. 5 Abs. 5 Satz 2 UGP-RL gilt die in Anhang I enthaltene Liste einheitlich in allen Mitgliedstaaten und kann nur durch eine Änderung der UGP-RL abgeändert werden.

Einzelfallbeurteilungen sind demgegenüber bei den sog. „**kleinen Generalklauseln**“ erforderlich.⁵⁹ Darunter werden die in Art. 5 Abs. 4 UGP-RL in Bezug genommenen besonderen Ausprägungen unlauterer Geschäftspraktiken verstanden. Dies sind irreführende Geschäftspraktiken im Sinne von Art. 6 UGP-RL (irreführende Handlungen) und Art. 7 UGP-RL (irreführende Unterlassungen) sowie aggressive Geschäftspraktiken gemäß Art. 8, 9 UGP-RL. **Irreführende Geschäftspraktiken** zeichnen sich dadurch aus, dass der Verbraucher durch bestimmte falsche oder täuschende Angaben bzw. das Vorenthalten bestimmter Informationen zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst wird, die er sonst nicht getroffen hätte, vgl. Art. 6 Abs. 1, Art. 7 Abs. 1 UGP-RL. Eine **aggressive Geschäftspraktik** liegt vor, wenn im jeweiligen Einzelfall „die Entscheidungs- oder Verhaltensfreiheit des Durchschnittsverbrauchers in Bezug auf das Produkt durch Belästigung, Nötigung oder unzulässige Beeinflussung tatsächlich oder voraussichtlich erheblich beeinträchtigt wird und dieser dadurch tatsächlich oder voraussichtlich dazu veranlasst wird, eine Entscheidung zu treffen, die er ansonsten nicht getroffen hätte“, vgl. Art. 8 UGP-RL. Für die Beurteilung, ob eine in Art. 8 UGP-RL aufgezählte Belästigung, Nötigung oder unzulässige Beeinflussung im Einzelfall gegeben ist, sind in Art. 9 UGP-RL Kriterien formuliert.⁶⁰

Am allgemeinsten gehalten ist schließlich die sog. „**große Generalklausel**“.⁶¹ Nach **Art. 5 Abs. 2 UGP-RL** gilt eine Geschäftspraxis als unlauter, wenn „sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht“ und sie in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

Art. 5 Abs. 3 UGP-RL enthält eine besondere Regelung für **schutzbedürftige Verbraucher**. Dahinter steht der Gedanke, dass zwar grundsätzlich alle Verbraucher vor unlauteren Geschäftspraktiken geschützt werden müssen. Für Verbraucher, die aufgrund bestimmter Eigenschaften wie Alter, geistige oder körperliche Gebrechen oder Leichtgläubigkeit besonders für eine Geschäftspraxis oder das ihr zugrunde liegende Produkt anfällig sind, soll aber ein höheres Schutzniveau gewährleistet werden als für den in Art. 5 Abs. 2 UGP-RL genannten „Durchschnittsverbraucher“.⁶²

59 Vgl. *Micklitz/Namysłowska*, in: Heermann/Schlinghoff, Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, Band 1, Art. 5 UGP-Richtlinie, Rn. 3; Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen – Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, [SWD \(2016\) 163 final, 25. Mai 2016](#), S. 6.

60 Vgl. *Micklitz/Namysłowska*, in: Heermann/Schlinghoff, Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, Band 1, Art. 9 UGP-Richtlinie, Rn. 8.

61 Vgl. *Micklitz/Namysłowska*, in: Heermann/Schlinghoff, Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, Band 1, Art. 5 UGP-Richtlinie, Rn. 2.

62 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (35). Vgl. zur begrenzten Anwendung: Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 47 f.

4.2.1.2. Mögliche Regulierungswirkung für Lootboxen

4.2.1.2.1. Irreführende und aggressive Geschäftspraktiken

Die Kommission hat im Jahr 2021 neue **Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der UGP-RL** veröffentlicht.⁶³ Darin wird u. a. die Anwendung der UGP-RL auf den Digitalen Sektor und dort den Bereich Computerspiele (Kapitel 4.2.9.) behandelt. Die Leitlinien sind **nicht verbindlich**. Sie binden weder den für die Auslegung des EU-Rechts zuständigen Gerichtshof der Europäischen Union noch die Mitgliedstaaten. Die Leitlinien können aber als Auslegungshilfe dienen.⁶⁴

Nach den Auslegungsleitlinien können **bestimmte**⁶⁵ **Lootboxen mit Glücksspielelementen aggressive Geschäftspraktiken** i. S. v. **Art. 8, 9 UGPRL** darstellen bzw. enthalten. Als Beispiel wird der Einsatz von Algorithmen genannt, „mit denen auf der Grundlage der Spielgewohnheiten des Nutzers die ‚Risikopunktzahl‘ ermittelt wird, um den Zeitpunkt des Angebots von [Lootboxen] im Spiel, die Chancen, einen wertvollen Gegenstand in einer [Lootbox] zu erhalten, und die Stärke der Gegner im Spiel zu personalisieren – alles mit dem Ziel, den Nutzer an das Spiel zu binden und seine Ausgaben im Spiel zu steigern. Die Algorithmen werden insbesondere bei suchgefährdeten Spielern eingesetzt.“⁶⁶

Weiter heißt es, dass der **Verkauf von Lootboxen** in Spielen den **Informationspflichten der UGP-RL** genügen müssen.⁶⁷ Zu diesen Informationspflichten zählt nach den Leitlinien eine Beschreibung der wesentlichen Merkmale des Produkts sowie die klare und hervorgehobene **Angabe der Preise für virtuelle Artikel (auch) in realer Währung**.⁶⁸ Sei eine Preisberechnung im Voraus nicht möglich, sollten die Gewerbetreibenden die Art der Preisberechnung angeben. Nach Art. 7 Abs. 2 und Art. 7 Abs. 4 Buchst. d UGP-RL seien die Verbraucher vor jedem Kauf klar über die **Zahlungsmodalitäten** zu informieren.⁶⁹ Speziell zu Lootboxen heißt es außerdem, dass die

63 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#). Diese ergänzen bzw. ersetzen die Leitlinien aus dem Jahr 2016 (Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen – Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, [SWD \(2016\) 163 final, 25. Mai 2016](#)).

64 Vgl. von *Walter*, Leitlinien der EU-Kommission zur UGP-Richtlinie und das UWG – Digitale Geschäftspraktiken im Fokus des EU-Verbraucherschutzes, MMR 2022, S. 719 (719).

65 Vgl. dazu den Hinweis bei *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651 (653 f.), dass nicht jedes Angebot von Lootboxen eine aggressive Geschäftspraktik darstelle.

66 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104).

67 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (105).

68 Zustimmend: *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen – Übersicht zu Regulierungen und aktuellen Entwicklungen im Ausland, MMR 2023, S. 180 (182). Kritisch: *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel – Überblick über den bestehenden Rechtsrahmen, MMR 2024, S. 651 (654).

69 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104).

Verbraucher „klar auf das Bestehen bezahlter zufälliger Inhalte hingewiesen werden müssen, einschließlich einer **Erläuterung der Wahrscheinlichkeit, ein Item zu erhalten.**“⁷⁰

Im Zusammenhang mit In-Game-Käufen weisen die Auslegungsleitlinien darauf hin, dass gemäß **Anhang I Ziff. 20 UGP-RL**⁷¹ ausschließlich Spiele, bei denen die Käufe fakultativ sind, als „kostenlos“ beworben werden können, ohne die Verbraucher irreführen. Ein Spiel dürfe nicht als kostenlos beworben werden, „wenn die Verbraucher das Spiel nicht wie vernünftigerweise zu erwarten spielen können,“ ohne die Käufe vorzunehmen.⁷² Diese Vorgaben sind für Lootboxen relevant, die mit echtem Geld gekauft werden müssen.

Im Zusammenhang mit In-Game-Käufen und In-Game-Werbung ist nach den Leitlinien **Anhang I Ziff. 28 UGP-RL** relevant. Danach liegt eine aggressive Geschäftspraktik vor, wenn Werbung eine **Aufforderung an Kinder** und damit an schutzbedürftige Verbraucher i. S. v. Art. 5 Abs. 3 UGP-RL enthält, die beworbenen Produkte zu kaufen. Gleiches gilt, wenn die Kinder aufgefordert werden, ihre Eltern oder andere Erwachsene zum Kauf zu überreden. Daraus wird in den Auslegungsleitlinien gefolgert, dass an Kinder gerichtete oder für Kinder besonders attraktive Spiele keine direkten Aufforderungen an Kinder enthalten dürfen, zusätzliche **In-Game-Artikel zu kaufen.**⁷³ Also solche „In-Game-Artikel“ dürften auch Lootboxen zu verstehen sein.

Bezüglich In-Game-Werbeaktionen und -Werbung verweisen die Auslegungsleitlinien auf das Risiko versteckten Marketings und damit einer irreführenden Praxis i. S. v. Art. 6, 7 UGP-RL, „sofern das kommerzielle Element nicht hinreichend deutlich und vom Spielgeschehen unterscheidbar“ gemacht werde.⁷⁴

70 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (105). Für eine solche Informationspflicht etwa auch: *Bringmann/Marks/Löcken*, Gambling vs. Gaming – Teil 2: Die Regulierung von Lootboxen als rechtspolitische Herausforderung und Chance, *ZfWG* 2024, 47 (52); *Forbrukerrådet*, [Insert Coin, How the gaming industry exploits consumers using loot boxes, 31. Mai 2022](#), S. 43 ff. Kritisch: *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel – Überblick über den bestehenden Rechtsrahmen, *MMR* 2024, S. 651 (654).

71 Nach Anhang I Ziff. 20 UGP-RL handelt es sich um eine irreführende Geschäftspraktik, wenn ein Produkt als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ o. Ä. beschrieben wird, obwohl der Verbraucher Kosten zu tragen hat, die über unvermeidbare Kosten im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware, hinausgehen.

72 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (105), mit dem Hinweis, dass Angebote, die diesen Anforderungen genügen, nach den weiteren Bestimmungen der UGP-RL gleichwohl verboten sein können.

73 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (105).

74 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (103).

4.2.1.2.2. Anwendung der UGP-RL auf „Dark Patterns“

Wie unter Ziff. 3.2. dargestellt, geht das **Europäische Parlament** im Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz davon aus, dass Lootboxen „unter Verwendung von Spieldesigns verkauft werden können, die gemeinhin als Dark Patterns bekannt sind“.⁷⁵ Im Schrifttum wird vertreten, dass Lootboxen „jedenfalls dann“ ein Dark Pattern darstellen, „wenn unter Verschleierung der Wahrscheinlichkeiten besonders hochwertige Spielgegenstände angepriesen werden, die tatsächlich aber nur in verschwindend geringen Fällen tatsächlich enthalten sind.“⁷⁶

Die **Auslegungsleitlinien** befassen sich nicht speziell mit der Einstufung von Lootboxen bzw. deren Vermarktungsmodalitäten als Dark Pattern. Es finden sich aber allgemeine Aussagen zur Anwendung der UGP-RL auf Dark Patterns. Es wird klargestellt, dass der Begriff „Dark Patterns“ in der UGP-RL weder definiert ist noch eine eigene Verbotskategorie bilde. Unter Dark Pattern sei innerhalb der **Kategorie der manipulativen Praktiken** ein Mechanismus zu verstehen, der „im Allgemeinen in digitale Benutzeroberflächen eingebaut ist und dazu dient, die Verbraucher **auf böswillige Art zu Handlungen zu verleiten**.“⁷⁷ Nach den Auslegungsleitlinien kann grundsätzlich jede manipulative Geschäftspraxis, abhängig von der konkreten Ausgestaltung des Dark Pattern, gegen die beruflichen Sorgfaltspflichten (Art. 5 Abs. 2 UGP-RL) verstoßen, eine irreführende (Art. 6, 7 UGP-RL) bzw. aggressive Geschäftspraxis (Art. 8, 9 UGP-RL) darstellen oder gegen bestimmte, in Anhang I UGP-RL gelistete Tatbestände verstoßen.⁷⁸ Irreführend könne u. a. das optische Verdecken wichtiger Informationen oder die Anordnung der Informationen in einer Weise sein, so dass eine bestimmte Option begünstigt wird.⁷⁹ Als aggressive Geschäftspraxis gemäß Art. 8 UGP-RL könne auch das Ausnutzen von Emotionen des Verbrauchers bewertet werden, um ihn davon abzuhalten oder zu verleiten eine bestimmte Wahl zu treffen. Ein Verstoß gegen die UGP-RL im Zusammenhang mit dem Einsatz von Dark Patterns setze **keine Absicht** voraus, da die berufliche Sorgfaltspflicht gemäß Art. 5 Abs. 2 Buchst. a UGP-RL die Verpflichtung umfasse, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um zu gewährleisten, dass die Gestaltung der Benutzeroberflächen die geschäftlichen Entscheidungen der Verbraucher nicht verzerrt.⁸⁰

In der **vom Europäischen Parlament in Auftrag gegebenen Studie über Lootboxen und ihre Auswirkungen** auf Verbraucher, insbesondere Minderjährige und kleine Kinder, heißt es, dass ein kombinierter Marketingdruck bei der Interaktion mit Lootboxen durchaus einen Fall von unlauterer Geschäftspraxis darstellen könne. Dies betreffe u. a. die Verwendung von Verhaltensvorgaben

75 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABL. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), ErwG K.

76 *Bodensiek*, Dark Patterns oder Game Design – Abgrenzung zwischen rechtswidriger Verbraucherlenkung und der zulässigen Ausgestaltung verbrauchergerechter Angebote bei Computerspielen, MMR 2022, S. 722 (723).

77 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABL. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101).

78 Vgl. im Einzelnen: Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABL. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101 f.), u. a. mit dem Hinweis, dass wiederholte Eingriffe in normale Interaktionen, um den Verbraucher dazu zu bewegen, etwas zu tun oder zu akzeptieren (d. h. „Nörgeln“), möglicherweise einem hartnäckigen und unerwünschtem Ansprechen i. S. v. Anhang I Ziffer 26 UGP-RL gleichkommen.

79 Ebenda.

80 Ebenda.

oder manipulativen Elementen, z. B. in Bezug auf das Timing von Angeboten innerhalb des Spiels (etwa Anbieten von Mikrotransaktionen während kritischer Momente im Spiel), die allgegenwärtige Belästigung oder die Verwendung von visuellen und akustischen Effekten, um den Spieler in unangemessener Weise unter Druck zu setzen. Bei Kindern und anderen schutzbedürftigen Personen sei die Unlauterkeitsschwelle herabgesetzt. Kinder seien anfälliger für unfaire Spielegestaltungen und für Marketing, das Informationen verschleierte oder den Spieler manipulativ zu einer Kaufentscheidung verleite.⁸¹

4.2.1.3. Mitgliedstaatliche Regelungsfreiheit

Die UGP-RL ist nach Art. 288 Abs. 3 AEUV als Richtlinie ordnungsgemäß in nationales Recht umzusetzen. Die UGP-RL beruht dabei auf dem Grundsatz der vollständigen Angleichung bzw. **Vollharmonisierung**, vgl. Art. 4 UGP-RL.⁸² Das heißt, dass die Mitgliedstaaten keine strengeren als die in der UGP-RL festgelegten Maßnahmen erlassen dürfen, auch nicht, um ein höheres Verbraucherschutzniveau zu erreichen, es sei denn, die UGP-RL lässt dies zu.⁸³

Diese Umsetzungspflicht ist durch den sachlichen Anwendungsbereich der UGP-RL begrenzt. Art. 3 Abs. 2 bis 10 UGP-RL listet Bereiche auf, für die die Richtlinie nicht gilt. Dazu zählen beispielsweise **Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten**, vgl. Art. 3 Abs. 3 UGP-RL. Gemäß ErwG 9 UGP-RL berührt die Richtlinie zudem nicht die **nationalen Regelungen im Bereich des Glücksspiels** (siehe dazu noch 4.6.). Folglich könnten nationale Vorschriften zu Gesundheits- und Sicherheitsaspekten von Lootboxen getroffen werden, ohne gegen Regelungen der UGP-RL zu verstoßen.⁸⁴ Vor dem Hintergrund, dass die Weltgesundheitsorganisation (WHO) in der jüngeren Vergangenheit Computer- und Glücksspielsucht sowie deren gefährlichen Gebrauch als Erkrankungen qualifizierte,⁸⁵ könnte die Öffnungsklausel in Art. 3 Abs. 3 UGP-RL, ErwG 9 UGP-RL nach einer Meinung in der rechtswissenschaftlichen Literatur an Bedeutung gewinnen.⁸⁶ Ob die vorgenannte Öffnungsklausel auch extensiv dahingehend ausgelegt werden kann, dass bereits glücksspielähnliche Geschäftspraktiken davon erfasst sein könnten, ist bislang nicht geklärt.⁸⁷

81 *Forbrukerrådet*, [Insert Coin, How the gaming industry exploits consumers using loot boxes](#), 31. Mai 2022, S. 51.

82 Vgl. auch ErwG 5, 12, 13 UGP-RL.

83 Vgl. EuGH, Urteil vom 23. April 2009, verb. Rs. C-261/07 und C-299/07, VTB-VAB NV, Rn. 52; Urteil vom 19. Oktober 2017, Rs. C-295/16, Europamur Alimentación SA, Rn. 39; Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (S. 5 f.); *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen – Übersicht zu Regulierungen und aktuellen Entwicklungen im Ausland, MMR 2023, S. 180 (182).

84 Vgl. dazu *Leahy*, Rocking the Boat: Loot Boxes in Online Digital Games, the Regulatory Challenge, and the EU's Unfair Commercial Practices Directive, *Journal of Consumer Policy* 45 (2022), S. 561 (577). Dies entbindet nicht von einer Prüfung, ob weitere EU-Rechtsakte einer eigenständigen nationalen Regelung entgegenstehen.

85 Vgl. [WHO, ICD-11](#), 6C50, 6C51 ([deutsche Entwurfsfassung](#)).

86 Vgl. *Wittig*, Status Quo bei Lootboxen – Übersicht zu Regulierungen und aktuellen Entwicklungen im Ausland, MMR 2023, 180 (182).

87 Ebenda.

Nach Art. 10 UGP-RL ist die Einrichtung branchenbedingter Verhaltenskodizes zur Kontrolle unlauterer Geschäftspraktiken zulässig. Damit könnten wohl auch Selbstverpflichtungen durch eigene, branchenspezifische Regeln zu Lootboxen festgelegt werden.⁸⁸

4.2.1.4. Ergebnis zur UGP-RL

Nach den **nicht rechtsverbindlichen Auslegungsleitlinien** zur UGP-RL gibt es verschiedene Ausgestaltungen von Lootboxen, die als unlautere Geschäftspraktiken und Dark Pattern angesehen werden können. Dies betrifft u. a. unzureichende Vorabinformationen, eine manipulative Ausgestaltung, die zum Weiterspielen und Erwerb weiterer Lootboxen bewegt, sowie an Minderjährige gerichtete Werbung. Auf dieser Grundlage hat die Kommission im Jahr 2022 ein Schreiben an zwei Unternehmen der Spielebranche gerichtet, um sie an das geltende EU-Verbraucherschutzrecht zu erinnern.⁸⁹

In der Kommissionsbewertung zum EU-Verbraucherschutzrecht vom 3. Oktober 2024 (Ziff. 3.3.) betont die Kommission aber selbst, dass es **keine Rechtsprechung der Unionsgerichte** gebe, die ihre Auslegung bestätige. Dies betrifft insbesondere die Auffassung der Kommission, dass Preise für virtuelle Gegenstände auch in realer Währung angegeben werden sollten und dass bei virtuellen Gegenständen mit Zufallselement die Wahrscheinlichkeit für ihren Erhalt zu erläutern sei.⁹⁰ Diese Auslegung wird sowohl in Branchenkreisen als auch von Stimmen im Schrifttum abgelehnt.⁹¹ Die Kommission weist außerdem auf von ihrer Auslegung abweichende Entscheidungen nationaler Gerichte hin.⁹²

Damit ist festzuhalten, dass es seitens der Kommission zwar Ansatzpunkte dafür gibt, bestimmte Ausgestaltungen von Lootboxen als mit der UGP-RL unvereinbar anzusehen. Da es sich bei der UGP-RL um eine in **nationales Recht umsetzende Richtlinie** handelt, sind für die Auslegung der entsprechenden nationalen Bestimmungen aber zunächst die entsprechenden **nationalen Stellen zuständig**. Sofern in diesem Rahmen ein nationales Gericht Zweifel hinsichtlich der Auslegung des zugrundeliegenden Unionsrechts hat, kann der Gerichtshof der Europäischen Union hierüber in einem Vorabentscheidungsverfahren entscheiden. Hinsichtlich der Auslegung des deutschen

88 Vgl. *Leahy*, Rocking the Boat: Loot Boxes in Online Digital Games, the Regulatory Challenge, and the EU's Unfair Commercial Practices Directive, *Journal of Consumer Policy* 45 (2022), 561 (579).

89 Kommission, Schreiben „Loot boxes in video games“, [Ares\(2022\)6721024, 29. September 2022](#).

90 Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 159.

91 Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 159; *Lober/Trunk*, Lootboxen im Regulierungsdschungel – Überblick über den bestehenden Rechtsrahmen, *MMR* 2024, S. 651 (654), mit dem Argument, dass es etwa auch bei „klassischen“ Gewinnspielen nicht generell rechtlich notwendig sei, die konkrete Wahrscheinlichkeit für einen bestimmten Gewinn offenzulegen, und dass die Angabe des realen Wertes regelmäßig praktisch nicht möglich sei, da die In-Game-Währung häufig auch durch Erfolge im Spiel kostenlos erlangt werden könne.

92 Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 154.

Lauterkeitsrechts mit Blick auf Lootboxen wird auf den Sachstand der Fachbereiche WD 1 und WD 7 „Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich“ verwiesen.⁹³

4.2.2. Richtlinie über die Rechte der Verbraucher (Verbraucherrichtlinie)

Die Verbraucherrichtlinie⁹⁴ bezweckt, „durch Angleichung bestimmter Aspekte der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten in Bezug auf Verträge, die zwischen Verbrauchern und Unternehmern geschlossen werden, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu erreichen und damit zum ordnungsgemäßen Funktionieren des Binnenmarkts beizutragen“, Art. 1 Verbraucherrichtlinie.

Die Verbraucherrichtlinie gilt grundsätzlich für alle Verträge zwischen Unternehmen und Verbrauchern, wobei bestimmte Bereiche (bspw. Glücksspiele, Gesundheits- und Finanzdienstleistungen) nicht in ihren Anwendungsbereich fallen, vgl. Art. 3 Abs. 3 Verbraucherrichtlinie. Wie die UGP-RL (vgl. Ziff. 4.2.1.3.) schreibt die Verbraucherrichtlinie grundsätzlich eine **Vollharmonisierung** vor. Sofern also nichts anderes bestimmt ist, dürfen die Mitgliedstaaten gemäß Art. 4 Verbraucherrichtlinie hinsichtlich des Verbraucherschutzniveaus weder nach oben noch nach unten von den Vorgaben der Richtlinie abweichen. Diese sieht u. a. eine vollständige Harmonisierung der **vorvertraglichen Informationspflichten** für Fernabsatzverträge, einschließlich **Online-Verträgen** vor, vgl. Art. 2 Nr. 7, 8, Art. 6 ff. Verbraucherrichtlinie.⁹⁵ Art. 6 Abs. 1 Verbraucherrichtlinie listet verschiedene vorvertraglich zur Verfügung zu stellende Informationen auf. Dazu zählen die wesentlichen Eigenschaften des Kaufgegenstands, der Gesamtpreis, ggf. der Hinweis, dass der Preis auf der Grundlage einer automatisierten Entscheidungsfindung personalisiert wurde, und die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen.

Die **Auslegungsleitlinien** der Kommission zur UGP-RL betonen, dass der **Verkauf von Lootboxen** den Informationspflichten der Verbraucherrichtlinie in Bezug auf den Preis, die wesentlichen Merkmale des Produkts und die Zahlungsmodalitäten entsprechen müsse.⁹⁶

In der vom Europäischen Parlament in Auftrag gegebenen Studie über Lootboxen und ihre Auswirkungen auf Verbraucher wird erwogen, dass diverse in der Studie analysierte Praktiken im

93 Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024, S. 21 ff.

94 Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, [ABl. L 304, 22. November 2011, S. 64 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

95 Gemäß Art. 6 Abs. 8 Verbraucherrichtlinie können die Mitgliedstaaten zusätzliche Informationspflichten im Einklang mit den in dieser Bestimmung genannten EU-Rechtsakten vorsehen. Vgl. auch: Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (12).

96 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104 f), mit dem Hinweis auf die zusätzlichen Anforderungen aus Art. 64 der [Richtlinie \(EU\) 2015/2366](#) über Zahlungsdienste. Vgl. auch Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktconcept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 19.

Zusammenhang mit Lootboxen die vorvertraglichen Informationspflichten aus Art. 6 Abs. 1 Verbraucherrichtlinie verletzen könnten. Dies sei beispielsweise bei für Verbraucher intransparenten Gewinnwahrscheinlichkeiten denkbar⁹⁷ (vgl. entsprechend zur UGP-RL Ziff. 4.2.1.2.1. und Ziff. 4.2.1.4.).

Im Zusammenhang mit der Analyse von **Dark Patterns** weisen die **Auslegungsleitlinien** der Kommission zur UGP-RL darauf hin, dass standardmäßige Einstellungen der Benutzeroberfläche einen erheblichen Einfluss auf die geschäftliche Entscheidung eines Durchschnittsverbrauchers hätten. Daher seien bereits aktivierte Auswahlkästchen, um zusätzliche Dienstleistungen in Rechnung zu stellen, nach Art. 22 Verbraucherrichtlinie verboten.⁹⁸

Aus dem Vorstehenden lassen sich verschiedene Vorgaben für das Angebot von Lootboxen in digitalen Spielen ableiten. Ebenso wie die UGP-RL (Ziff. 4.2.1.4.) handelt es sich auch bei der Verbraucherrichtlinie um einen in nationales Recht umzusetzenden Rechtsakt. Die Interpretation und Anwendung des nationalen Rechts liegt in der Zuständigkeit der nationalen Stellen.⁹⁹

4.2.3. Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen

Die Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen¹⁰⁰ ist auf alle **Verträge zwischen Unternehmen und Verbrauchern** anwendbar und bezieht sich auf Vertragsbedingungen, die im Vorfeld nicht einzeln verhandelt wurden (**vorformulierte Standardklauseln**), vgl. Art. 3 der Richtlinie.¹⁰¹ Die Richtlinie trifft Regelungen darüber, welche Vertragsklauseln als missbräuchlich angesehen werden und bestimmt in Art. 6 Abs. 1, dass die Mitgliedstaaten in ihrem nationalen Recht vorsehen müssen, dass missbräuchliche Klauseln in Unternehmer-Verbraucher-Verträgen für den Verbraucher unverbindlich sind. Nach Art. 8 der Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen können die Mitgliedstaaten im Regelungsbereich der Richtlinie strengere Bestimmungen erlassen, um ein höheres Schutzniveau für die Verbraucher zu gewährleisten.

Die vom Europäischen Parlament in Auftrag gegebenen Studie über Lootboxen und ihre Auswirkungen auf Verbraucher weist auf Fälle hin, in denen sich Videospieleanbieter einseitige Befugnisse einräumen, um Lootboxen in ihren Videospiele jederzeit ohne triftigen Grund zu ändern oder zu streichen, und ohne den Verbrauchern eine Rückerstattung der bezahlten Lootboxen zu

97 Forbrukerrådet, „[Insert coin –How the gaming industry exploits consumers using loot boxes](#)“, 31. Mai 2022, S. 52.

98 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101).

99 Regelungen zu Fernabsatzverträgen finden sich im deutschen Recht in den §§ 312 ff. BGB. Siehe zu einzelnen Aspekten dieser Bestimmungen: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024, S. 21.

100 Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen, [ABl. L 95, 21. April 1993, S. 29](#) (konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022).

101 Vgl. den Überblick über die Richtlinie: <https://eur-lex.europa.eu/DE/legal-content/summary/protecting-consumers-from-unfair-terms-in-contracts.html>.

ermöglichen. Solche Klauseln dürften nach Einschätzung der Studie gegen die Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen verstoßen.¹⁰² Wiederum gilt auch hier, dass die Regelungen der Richtlinie erst durch Umsetzung in nationales Recht unmittelbare Wirkung entfalten.¹⁰³

4.2.4. Digitale-Inhalte-Richtlinie (DIRL)

Die sog. Digitale-Inhalte-Richtlinie (DIRL)¹⁰⁴ gilt gemäß Art. 3 Abs. 1 UAbs. 1 „für **alle Verträge**, bei denen der **Unternehmer dem Verbraucher digitale Inhalte**¹⁰⁵ oder **digitale Dienstleistungen bereitstellt** oder dies zusagt und der **Verbraucher einen Preis** zahlt oder dies zusagt. Sie gilt nach Art. 3 Abs. 1 UAbs. 2 DIRL auch dann, wenn der Unternehmer im vorbeschriebenen Sinn digitale Inhalte oder Dienstleistungen bereitstellt und der Verbraucher dem Unternehmer **personenbezogene Daten bereitstellt** oder dies zusagt. Vom Geltungsbereich der Richtlinie sind Konstellationen ausgenommen, in denen die personenbezogenen Daten des Verbrauchers ausschließlich zur Bereitstellung digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen im Einklang mit der DIRL oder zur Erfüllung rechtlicher Vorgaben verarbeitet werden und der Unternehmer diese Daten zu keinen anderen Zwecken verarbeitet.¹⁰⁶

Nicht vom Geltungsbereich der DIRL erfasst sind nach Art. 2 Abs. 5 DIRL zudem u. a. Verträge in Bezug auf Gesundheitsfürsorge, Glücksspieldienstleistungen und Software, die im Rahmen einer freien und quelloffenen Lizenz angeboten werden. Dies gilt mit der Einschränkung, dass der Verbraucher keinen Preis zahlt und die vom Verbraucher bereitgestellten personenbezogenen Daten ausschließlich zur Verbesserung der speziellen Software verwendet werden. Soweit der Geltungsbereich der DIRL reicht und soweit sie nichts anderes bestimmt, sind die Bestimmungen auf eine **Vollharmonisierung** ausgerichtet, vgl. Art. 4 DIRL.

Die DIRL enthält im Sinne eines „spezifischen Leistungsstörungsrechts für Verbraucherverträge über digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen“¹⁰⁷ Regelungen über die **Vertragsmäßigkeit** bzw. Konformität digitaler Inhalte oder digitaler Dienstleistungen, über deren **Änderung**, über die

102 Forbrukerrådet, „[Insert coin –How the gaming industry exploits consumers using loot boxes](#)“, 31. Mai 2022, S. 51.

103 Diese ist im deutschen Recht in den §§ 305 ff. BGB erfolgt.

104 Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, [ABl. L 136, 22. Mai 2019, S. 1 \(Berichtigung vom 22. Mai 2019\)](#).

105 Nach Art. 2 Nr. 1 DIRL sind digitale Inhalte Daten, die in digitaler Form erstellt und bereitgestellt werden.

106 Vgl. zum Verhältnis zur EU-Datenschutzgrundverordnung: Art. 3 Abs. 8 UAbs. 2 DIRL. Danach lässt die DIRL die EU-Datenschutzgrundverordnung unberührt. Bei einem inhaltlichen Konflikt gehen die Regelungen Datenschutzgrundverordnung vor. Vgl. auch ErwG 37 ff., 48 f.

107 Vgl. *Rembold*, [Verträge über digitale Spiele unter der Richtlinie \(EU\) 2019/770 über digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen](#), 2021, S. 23.

Haftung des Unternehmers, über **Abhilfen** bei vertragswidriger oder ausgebliebender Bereitstellung und über Verpflichtungen und Rechte im Falle der Vertragsbeendigung.¹⁰⁸

Zu digitalen Dienstleistungen zählen beispielsweise Cloud-Computing-Dienste und soziale Medien. Zu digitalen Inhalten zählen Computerprogramme und mobile Anwendungen sowie Audio- und Videodateien in digitaler Form.¹⁰⁹ Die DIRL kann nach den vorstehenden Maßgaben damit auch auf den Erwerb von **digitalen Spielen** Anwendung finden.¹¹⁰ Neben einem auf das Gesamtspiel bezogenen Vertrag kommen auch punktuelle Verträge über virtuelle Gegenstände, etwa Lootboxen, in Betracht.¹¹¹

Damit lassen sich der DIRL, soweit ihr Anwendungsbereich im jeweiligen Fall eröffnet ist, diverse Auswirkungen auf Verträge über digitale Spiele entnehmen. So kann es als vertragswidrig zu werten sein, wenn ein vom Nutzer erworbener virtueller Gegenstand (bspw. eine Lootbox) vom Anbieter gelöscht oder unzugänglich gemacht wird.¹¹² Zudem lässt sich die DIRL dahingehend auslegen, dass etwa der Verlust eines virtuellen Gegenstands eigenständige Gewährleistungsrechte aufgrund des auf dieses Item bezogenen punktuellen Austauschvertrags auslöst.¹¹³ Wiederum gilt auch hier, dass die DIRL grundsätzlich erst durch ihre Umsetzung in nationales Recht unmittelbare Rechtswirkungen entfaltet.¹¹⁴

108 Vgl. Art. 1, 5 ff. DIRL; vgl. auch: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/LSU/?uri=CELEX:02019L0770-20190522>; Rembold, [Verträge über digitale Spiele unter der Richtlinie \(EU\) 2019/770 über digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen](#), 2021, S. 23 ff., auch zu den Begriffen „digitale Inhalte“ und „digitale Dienstleistungen“.

109 Vgl. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/LSU/?uri=CELEX:02019L0770-20190522>.

110 Vgl. ErwG 57 DIRL; Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 10. Ausführlich zur Eröffnung des Anwendungsbereichs hinsichtlich des Erwerbs digitaler Spiele: Rembold, [Verträge über digitale Spiele unter der Richtlinie \(EU\) 2019/770 über digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen](#), 2021, S. 46, 58, 63, u. a. mit dem Hinweis, dass auch das Bezahlen mit In-Game-Währung oder Premium-Punkten als „Preis“ anzusehen sei, und der Einschätzung, dass die Anwendung des Ausnahmetatbestands (Verarbeitung von personenbezogenen Daten ausschließlich für die Bereitstellung des Spiels) schwierig sei.

111 Rembold, [Verträge über digitale Spiele unter der Richtlinie \(EU\) 2019/770 über digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen](#), 2021, S. 49 ff., 106.

112 Ebenda, S. 105.

113 Ebenda, S. 106.

114 Die nationale Umsetzung erfolgte in Deutschland u. a. in den §§ 327 ff. BGB. Siehe zu einzelnen Aspekten dieser Bestimmungen: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024, S. 21.

4.3. EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Soweit in der Spielebranche personenbezogene Daten verarbeitet werden, sind die Bestimmungen der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)¹¹⁵ zu beachten. Dies gilt grundsätzlich auch für das (personalisierte) Angebot von Lootboxen.

Ausdrücklich thematisiert wird der Rechtsrahmen der DSGVO mit Blick auf Dark Patterns bzw. sog. „Deceptive Design Patterns“ im Onlinebereich.¹¹⁶ So werden beispielsweise bereits aktivierte Auswahlkästchen zur angeblichen Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten als Dark Pattern und nach der DSGVO unzulässig eingestuft.¹¹⁷

4.3.1. Überblick

Die EU-Datenschutzgrundverordnung „enthält Vorschriften zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Verkehr solcher Daten“, vgl. Art. 1 Abs. 1 DSGVO. Personenbezogene Daten sind nach Art. 4 Nr. 1 DSGVO alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare Person beziehen.

Die für die Datenverarbeitung Verantwortlichen¹¹⁸ müssen die in Art. 5 DSGVO verankerten und in weiteren Bestimmungen konkretisierten Grundsätze einhalten.¹¹⁹ Dazu zählen u. a. die **Rechtmäßigkeit, Fairness** und **Transparenz** der Verarbeitung sowie die **Zweckbindung** und die Datenminimierung. Art. 6 DSGVO legt als Ausprägung des in Art. 5 DSGVO festgelegten Rechtmäßigkeitsgrundsatzes grundlegende Voraussetzungen für die Zulässigkeit der Datenverarbeitung fest.¹²⁰ Als Grundlagen für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten kom-

115 Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG, [ABL. L 119, 4. Mai 2016, S. 1 \(berichtigte Fassung vom 23. Mai 2018\)](#).

116 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABL. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101); Europäischer Datenschutzausschuss, [Guidelines 03/2022 on deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them](#), 14. Februar 2023. Deceptive Design Patterns werden in den Guidelines im Wesentlichen als Schnittstellen und Nutzerführungen definiert, die dazu dienen, die Nutzer zu ungewollten, unfreiwilligen und potenziell schädlichen Entscheidungen hinsichtlich der Verarbeitung ihrer persönlichen Daten zu bewegen, vgl. ebenda, S. 3.

117 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABL. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (101). Ohne ausdrückliche Einordnung als Dark Pattern: EuGH, Urteil vom 1. Oktober 2019, Rs. C-673/17, Planet49, Rn. 61-63. Ähnlich wie die DSGVO fordert auch die sog. E-Privacy-Richtlinie [2002/58/EG](#) grundsätzlich die Einwilligung der Nutzer zur Platzierung von Cookies und anderen Identifikatoren auf ihren Endgeräten, vgl. dazu: EuGH, Urteil vom 1. Oktober 2019, Rs. C-673/17, Planet49, Rn. 49, 65.

118 „Verantwortlicher“ i.S.v. Art. 4 Nr. 7 DSGVO ist „die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet“.

119 Vgl. *Heberlein*, in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Art. 5 DSGVO, Rn. 1, dazu, dass es sich hierbei um die Grundbedingungen jeder Datenverarbeitung handele.

120 Vgl. *Heberlein*, in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Art. 6 DSGVO, Rn. 1.

men danach u. a. in Betracht, dass die Datenverarbeitung für die Erfüllung eines Vertrags erforderlich ist (Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. b DSGVO) oder dass die betroffene Person ihre **Einwilligung** erteilt hat (Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. a DSGVO). „Einwilligung“ ist nach Art. 4 Nr. 11 DSGVO eine freiwillige, auf den konkreten Fall der Datenverarbeitung bezogene und informiert abgegebene eindeutige Willensbekundung. Die Bedingungen für die Einwilligung sind in Art. 7 DSGVO näher geregelt.

Den Verantwortlichen treffen nach Art. 12 ff. DSGVO Informationspflichten. U. a. haben die Betroffenen nach Art. 13 Abs. 1 Buchst. c und Art. 13 Abs. 2 Buchst. f DSGVO ein Recht auf Informationen über die Zwecke der Datenverarbeitung und auf aussagekräftige Informationen über das Bestehen einer automatisierten Entscheidungsfindung inklusive „**Profiling**“. Dies ist nach Art. 4 Nr. 4 DSGVO eine automatisierte Datenverarbeitung, bei der personenbezogene Daten verwendet werden, um bestimmte persönliche Aspekte zu bewerten (bspw. persönliche Vorlieben, Interessen und Verhalten). Zu den Pflichten des für die Datenverarbeitung Verantwortlichen zählt nach Art. 25 DSGVO zudem der „Datenschutz durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen“ (sog. **privacy by design**“). Nach Art. 25 Abs. 2 DSGVO muss der Verantwortliche geeignete technische und organisatorische Maßnahmen zur wirksamen Umsetzung der Datenschutzgrundsätze treffen. Nach Art. 25 Abs. 2 DSGVO sind solche Maßnahmen auch zu ergreifen, um sicherzustellen, dass durch entsprechende Voreinstellungen grundsätzlich nur personenbezogene Daten verarbeitet werden, die für den jeweiligen Verarbeitungszweck erforderlich sind. Aus Art. 25 DSGVO lässt sich u. a. die Verpflichtung ableiten, dass im Hinblick auf den Grundsatz der Fairness die Datenverarbeitungsinformationen und -optionen auf objektive und neutrale Weise zur Verfügung gestellt werden sollten, wobei **jegliche irreführende oder manipulative Sprache oder Gestaltung zu vermeiden** ist.¹²¹

4.3.2. Mögliche Regulierungswirkung für Lootboxen

Die dargestellten Datenschutzgrundsätze und weiteren Vorgaben der DSGVO können auch Relevanz für die Ausgestaltung und das Angebot von Lootboxen haben. Dies wird anhand des von der Kommission in den Auslegungsleitlinien zur UGP-RL genannten Beispiels (vgl. Ziff. 4.2.1.2.1.) deutlich, bei dem die Daten zu persönlichen Spielgewohnheiten des Nutzers erhoben werden, um Lootboxen so anzubieten, dass der Nutzer weiterspielt und mehr Ausgaben tätigt.¹²²

Bei der Bewertung der DSGVO-Konformität liegt der Schwerpunkt auf der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten der Spieler und nicht auf einem ggf. suchterzeugenden Spieldesign oder (in-)transparenten Informationen über dieses Spieldesign. Es geht insbesondere um die Frage, ob die Spieler eine wirksame **Einwilligung**¹²³ für die Verarbeitung ihrer Daten erteilt haben und für welche **Zwecke** diese Daten im Anschluss verwendet werden. Dabei werden Dark Patterns bzw. Deceptive Design Patterns zur Erlangung personenbezogener Daten (bspw. der

121 Europäischer Datenschutzausschuss, [Guidelines 03/2022 on deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them](#), S. 13.

122 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (104).

123 Alternativ kommen die weiteren Rechtmäßigkeitstatbestände aus Art. 6 Abs. 1 DSGVO, insbesondere die Erforderlichkeit zur Vertragserfüllung, in Betracht. Für das Profiling sieht Art. 22 DSGVO eine separates Einwilligungserfordernis vor.

Spielgewohnheiten) insbesondere als Verstöße gegen den Grundsatz der Fairness der Datenverarbeitung und der Transparenz aus Art. 5 DSGVO, die Informationspflichten aus Art. 12 ff. DSGVO und gegen den in Art. 25 DSGVO verankerten „Datenschutz durch Technik“ eingestuft: Der Betroffene muss nach diesen Bestimmungen über den Umstand der Datenverarbeitung und über die Zwecke der Verarbeitung informiert sein und aktiv und freiwillig in diese Verarbeitung einwilligen.¹²⁴

Sowohl das Europäische Parlament als auch die Kommission haben in diesem Zusammenhang Bedenken bzw. Anforderungen an die Praktiken in der Spielebranche formuliert:

Mit Blick auf den Schutz personenbezogener Daten in der Spielebranche verweist das Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz des **Europäischen Parlaments** darauf, dass diese Branche Zugang zu großen Mengen teilweise sensibler persönlicher Daten habe und daher die Einhaltung der DSGVO sicherstellen müsse. Die anhand von Verhaltensdaten erstellten Nutzerprofile dürften **nicht für manipulative** und diskriminierende **Zwecke** verwendet werden. Die Analyse von Spielermustern durch Datenerhebungen solle nicht dazu führen, dass bevorzugt Techniken eingesetzt werden, die darauf abzielen, Spieler abhängig zu machen.¹²⁵

Auch die Auslegungsleitlinien zur UGP-RL betonen bei der Erläuterung von **Dark Patterns**, dass das digitale Umfeld durch die Ansammlung großer Mengen von Daten über die Verbraucher gekennzeichnet sei. Diese Daten könnten unter anderem wertvolle Erkenntnisse über persönliche und psychologische Merkmale wie Interessen, Vorlieben, psychologisches Profil und Stimmung liefern. Im digitalen Umfeld sei es Unternehmen möglich, auf der Basis aggregierter Daten über das Verhalten und die Vorlieben der Verbraucher personalisierte Überzeugungspraktiken zu entwickeln. Außerdem könnten solche Praktiken oftmals **ohne Kenntnis der Verbraucher** angewandt werden. Diese Faktoren und ihre Undurchsichtigkeit seien die Grundlage für die Unterscheidung zwischen sehr überzeugenden Werbe- oder Verkaufstechniken und Geschäftspraktiken, die als **Verstoß gegen die Transparenzpflichten der DSGVO** zu werten sein könnten.¹²⁶

Mit Blick auf Spiele, die sich an Minderjährige richten, werden zudem jeweils die besonderen **Rechte von Minderjährigen und Kindern** in Bezug auf den Datenschutz betont.¹²⁷ Insofern ergibt sich aus ErwG 38 DSGVO, dass Kinder besonderen Schutz verdienen, der sich insbesondere auf

124 Vgl. den Überblick: *Lupiáñez-Villanueva/Boluda/Bogliacino/Liva u. a.*, [Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment](#): dark patterns and manipulative personalisation, April 2022, S. 74 ff. sowie: Europäischer Datenschutzausschuss, [Guidelines 03/2022 on deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them](#), S. 4; *Bodensiek*, Dark Patterns oder Game Design – Abgrenzung zwischen rechtswidriger Verbraucherlenkung und der zulässigen Ausgestaltung verbrauchergerechter Angebote bei Computerspielen, MMR 2022, S. 722 (723).

125 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 38.

126 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (100).

127 Vgl. Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (100); Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 15.

die Verwendung personenbezogener Daten für Werbezwecke oder die Erstellung von Persönlichkeitsprofilen beziehen sollte. Auch die Transparenzanforderungen sollen nach ErwG 58 und Art. 12 Abs. 1 DSGVO an den Verständnishorizont von Kindern angepasst werden.¹²⁸

4.3.3. Regelungsspielräume der Mitgliedstaaten

Bei der EU-Datenschutzgrundverordnung handelt es sich um eine Verordnung i.S.v. Art. 288 Abs. 2 AEUV. Das heißt, dass sie – ohne Umsetzung in nationales Recht – unmittelbar für alle Personen Rechtswirkung entfaltet und von Unternehmen und nationalen Stellen zu beachten ist.¹²⁹ Als „Grundverordnung“ eröffnet die EU-Datenschutzgrundverordnung aber **Raum für weitere Präzisierung**. So bedarf beispielsweise der Rechtmäßigkeitstatbestand der Datenverarbeitung aufgrund einer „rechtlichen Verpflichtung“ gemäß Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. c DSGVO der Ausgestaltung durch EU-Recht oder das Recht der Mitgliedstaaten, vgl. Art. 6 Abs. 3 Satz 1 DSGVO.¹³⁰ Nach Art. 6 Abs. 3 Satz 3 DSGVO kann diese Rechtsgrundlage **„spezifische Bestimmungen zur Anpassung der Anwendung“** der DSGVO enthalten. Dies können beispielsweise Bestimmungen darüber sein, welche Arten von Daten verarbeitet werden, welcher Zweckbindung sie unterliegen, wie lange sie gespeichert werden dürfen und welche Verarbeitungsvorgänge und -verfahren angewandt werden.¹³¹

Unter anderem¹³² Art. 8 Abs. 1 UAbs. 2 DSGVO enthält zudem eine sog. **Abschwächungsklausel**¹³³: Gemäß Art. 8 Abs. 1 UAbs. 1 DSGVO ist die **Einwilligung eines Kindes** in die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten durch den Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft grundsätzlich erst nach Vollendung des 16. Lebensjahres zulässig. Art. 8 Abs. 1 UAbs. 2 DSGVO erlaubt es den Mitgliedstaaten aber, eine niedrigere Altersgrenze vorzusehen. Diese darf jedoch nicht unter dem vollendeten 13. Lebensjahr liegen.

Hinzuweisen ist schließlich auf Art. 40 DSGVO, der die Ausarbeitung von Verhaltensregeln regelt. Nach Art. 40 Abs. 2 DSGVO können Verbände und andere Vereinigungen Verhaltensregeln zur Präzisierung der DSGVO ausarbeiten. Diese können sich bspw. auf die faire und transparente Verarbeitung sowie den Schutz von Kindern beziehen. Nach Art. 40 Abs. 1 DSGVO fördern die Mitgliedstaaten die Ausarbeitung solcher Verhaltensregeln.

128 Vgl. auch ErwG 75 DSGVO, wonach die Verarbeitung personenbezogener Daten von Kindern ein besonderes Risiko für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen darstellt.

129 Vgl. *Selmayr/Ehmann*, in: *Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung*, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 85 ff.

130 Vgl. nur *Schulz*, in: *Gola/Heckmann, Datenschutz-Grundverordnung – Bundesdatenschutzgesetz*, 3. Aufl. 2022, Art. 6 DSGVO, Rn. 45.

131 Vgl. weitere Beispiele für sog. „Spezifizierungs-“ und „Verstärkungsklauseln“ bei: *Selmayr/Ehmann*, in: *Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung*, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 91 f.

132 Vgl. auch Art. 23 DSGVO, der den Mitgliedstaaten unter engen Voraussetzungen eine Einschränkung der Betroffenenrechte aus Art. 12 ff., Art. 34 DSGVO und in bestimmtem Ausmaß des Art. 5 DSGVO ermöglicht.

133 *Selmayr/Ehmann*, in: *Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung*, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 94.

4.3.4. Ergebnis zur DSGVO

Die DSGVO hat insofern Relevanz für Lootboxen, als deren Ausgestaltung und Angebot mit der Verarbeitung personenbezogener Daten der Nutzer einhergehen. Der Einsatz von Dark Patterns zur Erlangung entsprechender personenbezogener Daten ist nicht mit der DSGVO vereinbar. Vielmehr müssen die Nutzer über die Datenerhebung und ihren Zweck informiert werden.

Den Mitgliedstaaten bleiben nach der EU-Datenschutzgrundverordnung die in ihr jeweils normierten Regelungsfreiräume. Zudem können sie die Erarbeitung von Verhaltensregeln durch private Verbände und Vereinigungen fördern, die sich beispielsweise auf den Minderjährigenschutz beziehen (Ziff. 4.3.3.).

4.4. Digital Services Act (DSA)

Der Digital Services Act (DSA)¹³⁴ soll durch eine Harmonisierung der Regelungen über die Verantwortung und Sorgfaltspflichten von **Vermittlungsdiensten** „für ein sicheres, vorhersehbares und vertrauenswürdigeres Online-Umfeld“ sorgen und so zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts beitragen, vgl. Art. 1 Abs. 1 DSA.¹³⁵

Hierfür normiert der DSA in Kapitel III Abschnitt 1 Sorgfaltspflichten, die für alle Anbieter von Vermittlungsdiensten gelten. Darüber hinaus sind in den Abschnitten 2 bis 5 DSA des III. Kapitels zusätzliche Bestimmungen für spezielle Anbieterkategorien verankert. So normiert Kapitel III Abschnitt 3 DSA spezifische Pflichten für **Anbieter von Online-Plattformen**. Kapitel III Abschnitt 5 bezieht sich auf Anbieter sehr großer Online-Plattformen (very large online platforms, VLOPs) und sehr großer Online-Suchmaschinen (very large online search engines, VLOSEs).

Im Zusammenhang mit der Frage, welche Regeln für **digitale Spiele** und insbesondere Lootboxen gelten, werden die von **Onlineplattformen** zu beachtenden Art. 25 DSA und Art. 28 DSA genannt.¹³⁶ **Art. 25 DSA** verbietet die Verwendung von **Dark Patterns**. Nach **Art. 28 DSA** müssen **Vorsorgemaßnahmen** für den **Jugendschutz** ergriffen werden und es darf Kindern keine auf Profiling beruhende Werbung angezeigt werden.

134 Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, [ABl. L 277, 27. Oktober 2022, S. 1 \(berichtigte Fassung vom 27. Oktober 2022\)](#).

135 Müller-Terpitz, in: Müller-Terpitz/Köhler, Digital Services Act, 1. Aufl. 2024, Art. 1 DSA, Rn. 2.

136 Vgl. Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 15, 46; Lober/Trunk, Lootboxen im Regulierungsdschungel, MMR 2024, S. 651 (655).

4.4.1. Eröffnung des Anwendungsbereichs

Wie sich aus dem Vorstehenden bereits ergibt, findet der DSA auf digitale Spiele bzw. deren Angebot nur insoweit Anwendung, als es sich hierbei um Vermittlungsdienste bzw. Online-Plattformen handelt, vgl. Art. 2 Abs. 1, Abs. 1 DSA.¹³⁷

Ein Vermittlungsdienst ist nach Art. 3 Buchst. g DSA eine in der Regel gegen Entgelt¹³⁸ erbrachte Dienstleistung der Informationsgesellschaft. Die Dienstleistung muss entweder in einer reinen Durchleitung¹³⁹, einer Caching-Leistung¹⁴⁰ oder einem Hosting-Dienst¹⁴¹ bestehen. **Online-Plattformen** sind in Art. 3 Buchst. i DSA als **spezifische Hostingdienste** definiert, deren Haupttätigkeit darin besteht, im Auftrag eines Nutzers Informationen zu speichern und öffentlich verbreiten. Online-Plattformen im Sinne des DSA sind also **Intermediäre**, die Inhalte und Angebote Dritter bereithalten. Webseitenbetreiber, die hauptsächlich eigene Angebote zeigen, stellen keine Online-Plattform gemäß Art. 3 Buchst. i DSA dar.¹⁴² Entscheidendes Abgrenzungskriterium gegenüber sonstigen Hostingdiensten ist die **öffentliche Verbreitung der Informationen**.¹⁴³ Diese ist bei interpersonellen Kommunikationsdiensten (z. B. E-Mail-Diensten) nicht gegeben. Soweit Messenger-Dienste aber nicht-individualkommunikative Funktionen anbieten, bei denen der Absender

137 Vgl. auch: Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 160: „While the DSA strengthens the protection of minors on online platforms and social media in particular, its scope extends to video games insofar as they qualify as an intermediary service or a platform“.

138 Das Entgelterfordernis ergibt sich aus Art. 3 Buchst. a DSA i.V.m. Abs. 1 Buchst. b der [Richtlinie \(EU\) 2015/1535](#). Folglich erfasst der DSA nur kommerzielle Anbieter, vgl. *Hofmann*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 3 DSA, Rn. 8. Das Entgelt muss aber nicht zwingend vom Nutzer entrichtet werden, sondern kann bspw. von Werbeanbietern bezahlt werden, vgl. ebenda, Rn. 9. Zudem gehen Teile der Literatur von einem weiten Entgeltbegriff aus, sodass darunter auch ein „Bezahlen mit persönlichen Daten“ fallen könne, vgl. *Gerdemann/Spindler*, Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 2) – Die Regelungen für Online-Plattformen sowie sehr große Online-Plattformen und -Suchmaschinen, GRUR 2023, S. 115.

139 Nach Art. 3 Buchst. g Ziff. i DSA besteht die „reine Durchleitung“ darin, „von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in einem Kommunikationsnetz zu übermitteln oder den Zugang zu einem Kommunikationsnetz zu vermitteln“.

140 Nach Art. 3 Buchst. g Ziff. ii DSA besteht eine „Caching“-Leistung darin, „von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in einem Kommunikationsnetz zu übermitteln, wobei eine automatische, zeitlich begrenzte Zwischenspeicherung dieser Informationen zu dem alleinigen Zweck erfolgt, die Übermittlung der Information an andere Nutzer auf deren Anfrage effizienter zu gestalten“.

141 Nach Art. 3 Buchst. g Ziff. iii DSA besteht ein „Hosting“-Dienst darin, „von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in dessen Auftrag zu speichern“.

142 Vgl. ErWG 13 Satz 3-6 DSA; *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 83; *Barudi*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 25 DSA, Rn. 4.

143 Vgl. ErWG 13 Satz 2 DSA.

den Adressatenkreis nicht individuell bestimmt (z. B. Telegram-Kanäle), unterfallen diese den Regelungen für Online-Plattformen.¹⁴⁴

Die Kommission sieht die Anforderungen aus Art. 3 Buchst. i DSA offenbar bei „**Plattformen für interaktive Spiele**“ als erfüllt an.¹⁴⁵ Darüber hinaus wird im rechtswissenschaftlichen Schrifttum vertreten, dass auch **Online-Spiele** als solche Online-Plattformen sein könnten, „sofern die Mitglieder nicht individuell ausgewählt oder auf kleinere Gruppen beschränkt wurden“.¹⁴⁶ Nach dieser Ansicht sei selbst dann von einer Hosting-Funktionalität des Spiels auszugehen, wenn Spielverläufe und -inhalte flüchtig seien (bspw. selbstlöschende Inhalte).¹⁴⁷ In diesem Sinne könnte auch das Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz des Europäischen Parlaments zu verstehen sein, in dem es heißt, dass der DSA Regeln für die Moderation von Inhalten aktualisiere, „damit illegale Online-Inhalte unter anderem in Videospiele besser bekämpft werden können“.¹⁴⁸ An einer anderen Stelle der Entschließung heißt es demgegenüber, dass Kinder beim Spielen von Online-Videospielen ein Schutzniveau genießen sollten, das dem Niveau des DSA „entspreche“. Diese Formulierung spricht gegen unmittelbare Anwendbarkeit des DSA auf Online-Spiele. In diesem Sinne wird auch vertreten, dass der DSA auf **Anbieter eigener Inhalte** wie z. B. **Spiele** keine Anwendung finde.¹⁴⁹

4.4.2. Verbotshalt von Art. 25 DSA

Geht man davon aus, dass Plattformen für interaktive Spiele und bestimmte Online-Spiele als Online-Plattformen i.S.v. Art. 3 Buchst. i DSA einzustufen sein können, dann müssen deren Anbieter das Verbot aus Art. 25 DSA beachten.¹⁵⁰

144 Vgl. ErwG 14 DSA; *Holznel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 83; vgl. zur funktionspezifischen Betrachtung bei Messengerdiensten auch: *Gerdemann/Spindler*, Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 2) – Die Regelungen für Online-Plattformen sowie sehr große Online-Plattformen und -Suchmaschinen, GRUR 2023, S. 115 f.

145 Vgl. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Eine digitale Dekade für Kinder und Jugendliche: die neue europäische Strategie für ein besseres Internet für Kinder (BIK+), [KOM\(2022\) 212 endg., 11. Mai 2022](#), S. 3.

146 So: *Holznel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 89.

147 *Holznel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 89.

148 Entschließung des Europäischen Parlaments vom 18. Januar 2023 zum Binnenmarktkonzept für den Verbraucherschutz in Online-Videospielen (2022/2014(INI)), [ABl. C 214, 16. Juni 2023, S. 15](#), Ziff. 46.

149 Vgl. *Schmid*, [Digital Services Act \(DSA\): Dark Patterns und andere aktuelle Fragestellungen](#), 23. Februar 2023.

150 Nach Art. 19 Abs. 1 UAbs. 1 DSA sind allerdings Klein- und Kleinstunternehmen i. S. v. Art. 2 Abs. 2 der Empfehlung [2003/361/EG](#) – mit Ausnahme der Transparenzpflichten nach Art. 24 Abs. 3 DSA – grundsätzlich von den Sorgfaltspflichten für Online-Plattformen befreit. Dies gilt nicht, wenn sie nach Art. 19 Abs. 2 DSA i. V. m. Art. 33 Abs. 1, 2 DSA als sehr große Online-Plattformen eingestuft wurden.

4.4.2.1. Überblick

Nach **Art. 25 Abs. 1 DSA** dürfen Anbieter von Online-Plattformen „ihre Online-Schnittstellen“, also bspw. Websites oder Mobil-Apps,¹⁵¹ „nicht so konzipieren, organisieren oder betreiben, dass Nutzer getäuscht, manipuliert oder anderweitig in ihrer Fähigkeit, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, maßgeblich beeinträchtigt oder behindert werden.“¹⁵² Ziel der Norm ist es, „Dark Patterns“ zu verhindern.¹⁵³ Darunter ist nach ErwG 67 Abs. 1 DSA eine Praktik zu verstehen, „mit der darauf abgezielt oder tatsächlich erreicht wird, dass die Fähigkeit der Nutzer, eine autonome und informierte Auswahl oder Entscheidung zu treffen, maßgeblich verzerrt oder beeinträchtigt wird. Solche Praktiken können eingesetzt werden, um die Nutzer zu unerwünschten Verhaltensweisen oder ungewollten Entscheidungen zu bewegen, die negative Folgen für sie haben.“ Als Dark Pattern kann insbesondere eine Praxis angesehen werden, die **bestimmte Auswahlmöglichkeiten stärker hervorhebt**, wenn der Nutzer eine Entscheidung treffen muss. Zudem kann es ein Dark Pattern sein, wenn der Nutzer **wiederholt aufgefordert** wird, **eine Auswahl zu treffen**, obwohl eine solche Auswahl bereits getroffen wurde. Auch der Umstand, dass das **Verfahren zur Beendigung eines Dienstes schwieriger** als das Anmeldeverfahren gestaltet wird, stellt ein mögliches Dark Pattern dar, vgl. Art. 67 Abs. 3 DSA.¹⁵⁴

4.4.2.2. Relevanz für Lootboxen

Es stellt sich die Frage, inwieweit die Vorgaben des Art. 25 Abs. 1 DSA **Relevanz** für die Ausgestaltung und das Angebot von **Lootboxen** haben.

Insofern ist zunächst **Art. 25 Abs. 2 DSA** zu beachten. Danach gilt das Verbot aus **Art. 25 Abs. 1 DSA nicht für Praktiken**, die unter die **UGP-RL** oder die **DSGVO** fallen. In ErwG 67 Abs. 2 Satz 4 DSA heißt es dazu: „Diese Vorschriften über Dark Patterns sollten dahin ausgelegt werden, dass sie verbotene Praktiken erfassen, die in den Anwendungsbereich dieser Verordnung fallen, soweit diese Praktiken nicht bereits unter die [UGP-RL] oder die [DSGVO] fallen.“ In der Literatur wird darauf hingewiesen, dass sich diesen Bestimmungen das Verhältnis von DSA zu UGP-RL

151 Vgl. Art. 3 Buchst. g DSA.

152 Vgl. zu den Tatbestandsmerkmalen im Einzelnen: *Kaesling*, Regulierung von Dark Patterns im Digital Services Act – Nutzer- und Verbraucherschutz im Internet, NJW 2024, S. 1609 (1611); *Martini/Kramme/Kanke*, Dark Patterns im Scheinwerferlicht des Digital Services Act – Sind Art. 25, 27 und 31 DSA der erhoffte Lichtblick oder nur heller Schein?, MMR 2023, S. 323 (324); *Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 25 DSA, Rn. 52 ff.

153 Vgl. *Barudi*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 25 DSA, Rn. 2.

154 Vgl. zur Regelbeispielwirkung dieser Norm: *Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 25 DSA, Rn. 106. ErwG 67 DSA nennt weitere Beispiele.

und DSGVO nicht eindeutig entnehmen lasse.¹⁵⁵ Teils wird Art. 25 Abs. 2 DSA als „abstrakte Bereichsausnahme“ interpretiert.¹⁵⁶ D. h. die Anwendung von Art. 25 Abs. 1 DSA wäre gesperrt, soweit eine bestimmte Praktik in den Anwendungsbereich der UGP-RL oder DSGVO fiele. Es komme nicht darauf an, ob die jeweilige Praktik nach diesen Rechtsakten verboten ist.¹⁵⁷ Andere Stimmen im Schrifttum gehen davon aus, dass Art. 25 Abs. 2 DSA so verstanden werden könne, dass die UGP-RL und die DSGVO als speziellere Regelungen zuerst zu prüfen seien, daneben aber auch Art. 25 DSA gelte.¹⁵⁸ In jedem Fall sei Art. 25 Abs. 2 DSA so zu verstehen, dass bereits nach der UGP-RL oder der DSGVO verbotene Praktiken, weiterhin nach diesen behandelt werden sollen.¹⁵⁹

Vor diesem Hintergrund lässt sich festhalten, dass **Lootboxen** jedenfalls dann nicht der „Dark-Pattern-Regulierung“ des DSA unterfallen, wenn ihre Ausgestaltung, ihre Vermarktung oder ihre Verkaufsmodalitäten bereits als unzulässige Dark Pattern nach der UGP-RL (vgl. Ziff. 4.2.1.2.2.) oder der DSGVO (vgl. Ziff. 4.3.2.) einzustufen sind.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass das Verbot aus Art. 25 Abs. 1 DSA an Anbieter von Online-Plattformen als **Intermediäre** gerichtet ist, die **Inhalte und Angebote Dritter** bereithalten. Webseitenbetreiber, die hauptsächlich eigene Angebote bereithalten, fallen nicht darunter (vgl. Ziff. 4.4.1). Ein solches Bereithalten von Angeboten Dritter liegt bei Spiele-Plattformen nahe, die als „Handelsplattformen“ für digitale Spiele fungieren. Versteht man darüber hinaus Online-Spiele an sich als Online-Plattform, dürfte jedenfalls das Angebot von Lootboxen in diesem Spiel nicht als Inhalt eines Dritten zu verstehen sein (im Gegensatz etwa zur Interaktion der Spieler in einem Online-Spiel, siehe oben Ziff. 4.4.1.).

4.4.3. Regelungsgehalt von Art. 28 DSA

Art. 28 DSA regelt den „Online-Schutz Minderjähriger“.¹⁶⁰

155 Vgl. *Dregelies*, Der Schutz von Dark Patterns im DSA, MMR 2023, S. 243 (246); *Maamar*, in: Kraul, Das neue Recht der digitalen Dienste, 1. Aufl. 2023, § 4, Rn. 157. Vgl. zu den Unsicherheiten auch: Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg.](#), 3. Oktober 2024, S. 58 f.

156 *Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 25 DSA, Rn. 95.

157 Vgl. näher: *Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 25 DSA, Rn. 95 f., 100, 102. Art. 25 Abs. 1 DSA würde dann von vornherein keine Anwendung finden auf Dark Patterns, die von Unternehmern zur Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens von Verbrauchern eingesetzt werden (siehe zum Anwendungsbereich der UGP-RL Ziff. 4.2.1.1.). Art. 25 Abs. 1 DSA würde auch keine Anwendung finden auf die Einwirkung auf Entscheidungen, mit denen personenbezogene Daten preisgegeben werden sollen (siehe zur DSGVO Ziff. 4.3.2.).

158 *Maamar*, in: Kraul, Das neue Recht der digitalen Dienste, 1. Aufl. 2023, § 4, Rn. 157.

159 *Dregelies*, Der Schutz von Dark Patterns im DSA, MMR 2023, S. 243 (246).

160 Sofern es sich um eine VLOP handelt, muss sie zudem nach Art. 34 DSA systemische Risiken ihrer Plattform auch für die Rechte des Kindes prüfen, vgl. auch ErwG 81 Satz 4 DSA.

Nach **Art. 28 Abs. 1 DSA** müssen Anbieter von Online-Plattformen, die für Minderjährige zugänglich sind, „geeignete und verhältnismäßige Maßnahmen ergreifen, um für ein hohes Maß an **Privatsphäre, Sicherheit und Schutz von Minderjährigen innerhalb ihres Dienstes** zu sorgen.“ Nach ErwG 71 DSA kann eine Online-Plattform als für Minderjährige zugänglich angesehen werden, wenn ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen Minderjährigen die Nutzung gestatten, wenn sich ihr Angebot an Minderjährige richtet oder überwiegend von Minderjährigen genutzt wird oder wenn dem Anbieter in anderer Weise bekannt ist, dass einige seiner Nutzer minderjährig sind. Im Schrifttum wird auf die mangelnde Bestimmtheit von Art. 28 Abs. 1 DSA hingewiesen. Der praktische Nutzen der Norm werde daher insbesondere davon abhängen, ob die Kommission auf Grundlage der Ermächtigung in Art. 88 Abs. 4 DSA handhabbare Leitlinien für die Anwendung von Art. 28 Abs. 1 DSA entwickle.¹⁶¹ Gleichwohl werden u. a. folgende mögliche Maßnahmenbereiche identifiziert: Schutz vor gefährdenden Inhalten und Interaktionen (u. a. Suchtfährdung), Elternkontrollsysteme und bestimmte Voreinstellungen wie etwa der Ausschluss von Kaufgeschäften.¹⁶²

Soweit Spiele-Plattformen und ggf. Onlinespiele als solche in den Anwendungsbereich des DSA fallen sollten, müssten die Anbieter Art. 28 Abs. 1 DSA beachten. Mit Blick auf das Angebot von **Lootboxen** könnte etwa der genannte Ausschluss von Kaufgeschäften relevant sein.

Nach **Art. 28 Abs. 2 DSA** dürfen Anbieter von Online-Plattformen auf ihrer Schnittstelle **keine Werbung** auf der **Grundlage von Profiling** gem. Art. 4 Nr. 4 DSGVO (vgl. dazu Ziff. 4.3.1.) unter Verwendung personenbezogener Daten des Nutzers darstellen, wenn sie hinreichende Gewissheit haben, dass der betreffende Nutzer minderjährig ist. Diese Bestimmung geht über Art. 26 DSA hinaus, der allgemeine Regeln über Werbung auf Online-Plattformen aufstellt. Nach Art. 26 Abs. 3 DSA greift das Profiling-basierte Werbeverbot gegenüber Erwachsenen nur mit Blick auf besonders sensible Datenkategorien i.S.v. Art. 9 Abs. 1 DSGVO¹⁶³. Werbetechniken, die durch Tracking besondere Interessen und Eigenschaften des Nutzers verwerten, sind damit gegenüber Minderjährigen vollständig untersagt.¹⁶⁴

Soweit der Anwendungsbereich des DSA eröffnet ist, wäre das Verbot aus Art. 28 Abs. 2 DSA (ebenso wie die weiteren Vorgaben aus Art. 26 DSA) grundsätzlich auch für die **Vermarktung von Lootboxen** zu beachten. Insofern gilt aber, dass es sich bei Werbung gemäß Art. 3 Buchst. r DSA um Informationen handelt, die von einer Online-Plattform auf ihrer Online-Schnittstelle **gegen Entgelt dargestellt** werden. Daraus folgt, dass es sich um Werbung eines Dritten handeln muss. **Eigeninformationen** der Plattform stellen keine Werbung dar. Insoweit greifen vielmehr

161 *Gerdemann/Spindler*, Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 2), GRUR 2023, S. 115 (120); vgl. auch: *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 28, Rn. 21.

162 *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 28, Rn. 29 ff.

163 Dies sind personenbezogene Daten, „aus denen die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen, sowie die Verarbeitung von genetischen Daten, biometrischen Daten zur eindeutigen Identifizierung einer natürlichen Person, Gesundheitsdaten oder Daten zum Sexualleben oder der sexuellen Orientierung einer natürlichen Person“.

164 Vgl. *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 28, Rn. 46.

die Transparenzvorgaben der UGP-RL.¹⁶⁵ Von Dritten geschaltete Werbung (für digitale Spiele inklusive Lootboxen) dürfte bei Spiele-Plattformen durchaus denkbar sein. Sofern auch Online-Spiele selbst als Online-Plattformen anzusehen sein sollten, dürfte hier angezeigte Werbung für eine zum jeweiligen Spiel gehörende Lootbox demgegenüber als Eigeninformation einzustufen sein.

4.4.4. Regelungsspielräume der Mitgliedstaaten

Beim DSA handelt es sich um eine Verordnung i.S.v. Art. 288 Abs. 2 AEUV, die in den Mitgliedstaaten unmittelbare Rechtswirkung entfaltet. Entsprechend bestimmt Art. 93 DSA, dass die Verordnung in allen ihren Teilen verbindlich ist und unmittelbar in jedem Mitgliedstaat gilt.¹⁶⁶

Nach ErwG 9 Satz 1 DSA **harmonisiert** der DSA **die für Vermittlungsdienste im Binnenmarkt geltenden Vorschriften vollständig**, um ein sicheres Online-Umfeld sicherzustellen. So soll der Verbreitung rechtswidriger Online-Inhalte und gesellschaftlichen Risiken entgegengewirkt werden, die insbesondere mit der Verbreitung von Desinformationen einhergehen. Die in der EU-Grundrechtecharta verankerten Grundrechte sollen wirksam geschützt werden. Nach ErwG 9 Satz 2 DSA sollten die **Mitgliedstaaten daher keine zusätzlichen nationalen Anforderungen** in Bezug auf die **in den Anwendungsbereich dieser Verordnung fallenden Bereiche erlassen** oder beibehalten, **es sei denn**, dies ist im DSA **ausdrücklich vorgesehen**. Denn andernfalls werde die direkte und einheitliche Anwendung der für die Anbieter von Vermittlungsdiensten geltenden vollständig harmonisierten Vorschriften im Einklang mit den Zielen des DSA beeinträchtigt. ErwG 9 Satz 3 DSA stellt klar, dass dies Möglichkeit **unberührt** lassen sollte, **andere nationale Rechtsvorschriften**, die für Anbieter von Vermittlungsdiensten gelten, im Einklang mit dem Unionsrecht anzuwenden.

Daraus folgt, dass mitgliedstaatliche Regelungsspielräume zunächst insoweit bestehen, als der DSA dies ausdrücklich vorsieht. Diesbezüglich wird bspw. die Schadensersatzpflicht im Falle eines Verstoßes gegen den DSA gemäß Art. 54 DSA genannt.¹⁶⁷ Darüber hinaus verweist bspw. Art. 3 Buchst. h DSA für die Frage, was rechtswidrige Inhalte sind, auch auf das nationale Recht der Mitgliedstaaten.

Zudem bestehen mitgliedstaatliche Regelungsspielräume, soweit der Anwendungsbereich des DSA gar nicht eröffnet ist bzw. wenn nationale Regelungen andere Regulierungsziele verfolgen

165 *Hofmann*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Art. 3 DSA, Rn. 137.

166 Dies heißt es aber nicht, dass der DSA keiner Konkretisierung durch nationales Recht, bspw. hinsichtlich der nationalen Behördenorganisation zu seiner Durchsetzung, bedürfte. Solche Bestimmungen finden sich in §§ 12 ff. des Digitale-Dienste-Gesetzes vom 6. Mai 2024, BGBl. 2024 I Nr. 149.

167 *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 72.

als der DSA.¹⁶⁸ In diesem Fall müssen mitgliedstaatliche Vorschriften aber im Einklang mit sonstigem Unionsrecht stehen.¹⁶⁹ Als Regelungen, die nicht in den Anwendungsbereich des DSA fallen, werden im Schrifttum Regelungen zu Vertragsschlüssen genannt.¹⁷⁰ Es wird zudem bspw. auch vertreten, dass eine nationale Regelung zu gerichtlich angeordneten Accountsperrern im Sinne eines zivilrechtlich Individualanspruchs zusätzlich zu der in Art. 23 DSA normierten Aussetzungspflicht bei missbräuchlicher Verwendung des Dienstes erlassen werden könnten.¹⁷¹

Schließlich wird darauf hingewiesen, dass nationale Regelungen auch insofern möglich blieben, als diese der Umsetzung von in Art. 2 Abs. 4 DSA genannten Rechtsakten dienen. Dies gelte selbst dann, wenn insofern der Anwendungsbereich des DSA beschnitten wird.¹⁷² Denn nach Art. 2 Abs. 4 DSA lässt der DSA die dort genannten anderen Rechtsakte der EU unberührt. Dazu zählen beispielsweise die Unionsvorschriften auf dem Gebiet des Verbraucherschutzes (Art. 2 Abs. 4 Buchst. f DSA). Zudem stellt ErwG 10 DSA ausdrücklich fest, dass der DSA u. a. auch die Fortgeltung der UGP-Richtlinie unberührt lasse.

4.4.5. Ergebnis

Im Zusammenhang mit der Regulierung von Online-Spielen und Lootboxen werden insbesondere das Verbot von Dark Patterns aus Art. 25 DSA und die Jugendschutzbestimmungen aus Art. 28 DSA genannt. Die Kommission geht offenbar davon aus, dass Plattformen für interaktive Spiele als Online-Plattformen einzustufen sind, sodass sie an die genannten Bestimmungen gebunden sind. Teils wird darüber hinaus auch vertreten, dass bestimmte Online-Spiele selbst Online-Plattformen sein könnten (vgl. Ziff. 4.4.1.). Diese Fragen sind – soweit ersichtlich – noch nicht gerichtlich geklärt. Gegebenenfalls können von der Kommission nach Art. 25 Abs. 3 DSA und Art. 28 Abs. 4 DSA¹⁷³ erlassene Leitlinien weiteren Aufschluss über die Eröffnung des Anwendungsbereichs des DSA und konkrete Pflichten der Spielebranche bringen.

Zu beachten ist jedenfalls die in Art. 25 Abs. 2 DSA angeordnete Nachrangigkeit des DSA gegenüber der UGP-RL und DSGVO bezüglich Dark-Pattern-Praktiken. Zudem ist von Bedeutung, dass sich der DSA an Intermediäre, also an Anbieter bzw. Vermittler von Drittinhalten richtet. Die Darstellung eigener Inhalte, einschließlich eigener Werbung, unterfällt nicht dem DSA (vgl. Ziff. 4.4.2.2., Ziff. 4.4.3.).

168 Vgl. *Cole/Ukrow*, [Der EU Digital Services Act und verbleibende nationale \(Gesetzgebungs-\) Spielräume](#), März 2023, S. I f., 7; *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 73.

169 *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 73.

170 Vgl. näher *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 74 unter Verweis auf ErwG 45 DSA.

171 *Cole/Ukrow*, [Der EU Digital Services Act und verbleibende nationale \(Gesetzgebungs-\) Spielräume](#), März 2023, S. III.

172 *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, Digital Services Act, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 74.

173 Vgl. dazu: Kommission, Schutz Minderjähriger im Internet: EU-Kommission startet Sondierung zu DSA-Leitlinien, [Pressemitteilung](#), 31. Juli 2024. Danach sollen die Leitlinien vor dem Sommer 2025 verabschiedet werden.

Ob zusätzlich zum DSA nationale Regelungen erlassen werden können, ist anhand der jeweils geplanten nationalen Regelungen im konkreten Fall unter Berücksichtigung des Wortlauts, der Systematik und der Ziele des DSA zu bewerten (vgl. Ziff. 4.4.4.).

4.5. AI Act

In der vom Europäischen Parlament in Auftrag gegebenen Studie über Lootboxen und ihre Auswirkungen auf Verbraucher wird auf die mögliche Bedeutung des Artificial Intelligence Act (Verordnung über künstliche Intelligenz, **AI Act**)¹⁷⁴ für den Schutz der Nutzer von digitalen Spielen hingewiesen. So würden die Wahrscheinlichkeiten und Inhalte von Lootboxen überwiegend von undurchsichtigen (KI-gestützten) Algorithmen bestimmt, die die Wahrscheinlichkeiten ohne Wissen des Verbrauchers dynamisch veränderten. Diese Systeme könnten u. a. dazu verwendet werden, Schwächen der Verbraucher auszunutzen. Dies wiederum könne sowohl zu finanziellen als auch zu psychologischen Schäden führen.¹⁷⁵

4.5.1. Überblick

Der AI Act führt u. a. harmonisierte Vorschriften für das Inverkehrbringen, die Inbetriebnahme und die Verwendung von Systemen künstlicher Intelligenz (KI) in der Union sowie Transparenzvorschriften für bestimmte KI-Systeme ein, vgl. Art. 1 Abs. 2 AI Act. Nach Art. 3 Nr. 1 AI Act zeichnet sich ein **KI-System** im Wesentlichen dadurch aus, dass es sich um ein maschinengestütztes System handelt, das für einen autonomen Betrieb ausgelegt ist, nach seiner Betriebsaufnahme anpassungsfähig sein kann und aus den erhaltenen Eingaben für bestimmte Ziele ableitet, wie Ausgaben (bspw. Vorhersagen, Inhalte, Empfehlungen oder Entscheidungen) erstellt werden, die physische oder virtuelle Umgebungen beeinflussen können. Nach ErwG 12 AI Act ist es eine der wesentlichen Fähigkeiten von KI-System, Ableitungen vorzunehmen. Dies beziehe sich auch auf die Fähigkeit, **Algorithmen aus Eingaben oder Daten abzuleiten**.

Nach ErwG 1 AI Act soll durch die Verordnung ein **einheitlicher Rechtsrahmen** geschaffen werden. Der AI Act gewährleiste den grenzüberschreitenden freien Verkehr KI-gestützter Waren und Dienstleistungen, wodurch **verhindert** werde, dass die **Mitgliedstaaten** die Entwicklung, Vermarktung und Verwendung von KI-Systemen **beschränken**, sofern dies nicht ausdrücklich durch den AI Act erlaubt werde.

174 Verordnung (EU) Nr. 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 300/2008, (EU) Nr. 167/2013, (EU) Nr. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 und (EU) 2019/2144 sowie der Richtlinien 2014/90/EU, (EU) 2016/797 und (EU) 2020/1828 (Verordnung über künstliche Intelligenz), [ABL. L 2024/1689, 12. Juli 2024, S. 1.](#)

175 Forbrukerrådet, „[Insert coin –How the gaming industry exploits consumers using loot boxes](#)“, 31. Mai 2022, S. 54.

4.5.2. Relevanz für die Ausgestaltung und das Angebot von Lootboxen

Sofern die Ausgestaltung und das Angebot von **Lootboxen** auf **KI-Algorithmen** beruht, sind die **Vorgaben des AI Act einzuhalten**. Im Folgenden wird beispielhaft auf ausgewählte Regelungsaspekte eingegangen.

Der AI Act verfolgt einen risikobasierten Ansatz, vgl. ErwG 26 AI Act.¹⁷⁶ Danach sind bestimmte Praktiken im KI-Bereich gänzlich verboten, vgl. Art. 5 AI Act. Für sog. Hochrisiko-KI-Systeme und bestimmte andere KI-Systeme werden Anforderungen bzw. Pflichten eingeführt, vgl. Art. 6 ff. bzw. Art. 50 AI Act.

Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und b AI Act enthält Verbote, die im Zusammenhang mit der Verwendung von **Dark Patterns** stehen.¹⁷⁷ Art. 5 Abs. 1 Buchst. a AI Act verbietet „**Techniken der unterschwelligem Beeinflussung** außerhalb des Bewusstseins einer Person oder **absichtlich manipulative** oder täuschende Techniken, [die] mit dem Ziel oder der Wirkung [eingesetzt werden], das Verhalten einer Person oder einer Gruppe von Personen wesentlich zu verändern, indem ihre Fähigkeit, eine fundierte Entscheidung zu treffen, deutlich beeinträchtigt wird, wodurch sie veranlasst wird, eine **Entscheidung** zu treffen, die sie **andernfalls nicht getroffen** hätte, und zwar in einer Weise, die dieser Person, einer anderen Person oder einer Gruppe von Personen **erheblichen Schaden** zufügt oder mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zufügen wird.“¹⁷⁸ Art. 5 Abs. 1 Buchst. b AI Act verbietet ein KI-System, „das eine **Vulnerabilität** oder Schutzbedürftigkeit einer natürlichen Person oder einer bestimmten Gruppe von Personen aufgrund ihres **Alters**, einer Behinderung oder einer bestimmten sozialen oder wirtschaftlichen Situation mit dem Ziel oder der Wirkung **ausnutzt**, das **Verhalten** dieser Person oder einer dieser Gruppe angehörender Person in einer Weise wesentlich **zu verändern**, die dieser Person oder einer anderen Person **erheblichen Schaden** zufügt oder mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zufügen wird“.¹⁷⁹

Sofern ein KI-System i.S.v. Art. 6 AI Act als **Hochrisiko-KI-System** eingestuft wird, muss es **strenge Anforderungen** u. a. in Bezug auf das Risikomanagement und die Dokumentation erfüllen, vgl. Art. 8 ff. AI Act. Gemäß Art. 6 Abs. 1 AI Act sind KI-Systeme dann als Hochrisiko-KI zu qualifizieren, wenn sie als Sicherheitsbauteile im Sinne von Art. 3 Nr. 14 AI Act eines Produkts eingesetzt werden, das unter die in Anhang I AI Act gelisteten Harmonisierungsvorschriften fällt, oder die KI-Systeme selbst ein solches Produkt darstellen. Nach Art. 6 Abs. 2 AI Act sind KI-Systeme auch dann Hochrisiko-KI, wenn sie in einem besonders grundrechts- oder gemeinwohlrelevanten Zusammenhang verwendet werden. Anhang III AI Act listet die diesbezüglich in Betracht kommenden Bereiche auf. Unter den dort gelisteten Bereich Biometrie fallen bspw. KI-Systeme,

176 Vgl. *Hacker/Berz*, Der AI Act der Europäischen Union – Überblick, Kritik und Ausblick, ZRP 2023, S. 226.

177 Vgl. *Lupiáñez-Villanueva/Boluda/Bogliacino/Liva u. a.*, [Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment](#): dark patterns and manipulative personalisation, April 2022, S. 83.

178 Hervorhebungen hinzugefügt.

179 Hervorhebungen hinzugefügt.

die bestimmungsgemäß für die biometrische Kategorisierung nach sensiblen oder geschützten Attributen oder zur Emotionserkennung verwendet werden. Die Einstufung als Hochrisiko-KI-System erfordert eine Einzelfallprüfung.¹⁸⁰

Für KI-Systeme mit **begrenztem Risiko**¹⁸¹ schreibt **Art. 50 AI Act Transparenzpflichten** vor. Diese gelten ebenso für Hochrisiko-KI-Systeme, vgl. 50 Abs. 6 AI Act.

Es wäre im Einzelnen zu prüfen, welchen Anforderungen ein bestimmter KI-Algorithmus im Zusammenhang mit Lootboxen unterfällt.

4.6. (Nur) primärrechtliche Grenzen im Glücksspielrecht

Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass es den Mitgliedstaaten nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) grundsätzlich freisteht, ihr Glücksspielrecht zu bestimmen.¹⁸² Aus der Rechtsprechung des EuGH ergibt sich, dass die mitgliedstaatliche Regulierung von Glücksspielen regelmäßig in die Dienstleistungsfreiheit der Veranstalter aus Art. 56 AEUV und ggf. in die Niederlassungsfreiheit aus Art. 49 AEUV eingreift. Solche Beschränkungen können aber durch zwingende Gründe des Allgemeininteresses gerechtfertigt werden. Zu diesen zählt u. a. der Verbraucherschutz und die Vermeidung von Anreizen für die Bürger zu übermäßigen Ausgaben für das Spielen.¹⁸³ Mit Blick auf Online-Glücksspiele hat der EuGH eine große Gefährdung für den Schutz der Verbraucher, insbesondere von Jugendlichen und Personen, die eine besonders ausgeprägte Spielneigung besitzen oder eine solche Neigung entwickeln könnten, anerkannt.¹⁸⁴ Da es im Bereich der Glücksspielregulierung große sittliche, religiöse und kulturelle Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten gebe, verfügen sie nach der EuGH-Rechtsprechung über ein großes Ermessen bei der Festlegung der Maßnahmen, die für den Schutz zwingender Gründe des Allgemeininteresses erforderlich sind.¹⁸⁵

180 Vgl. *Tilson/Eichinger*, KI-generierte Deepfakes und ihre Gefahr für Kapitalmärkte, BKR 2024, S. 648 (653); Kommission, Commission Staff Working Document Fitness Check of EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#), S. 63, Fn. 49.

181 Vgl. *Möller-Klapperich*, Die neue KI-Verordnung der EU, NJ 2024, S. 337 (341); *Chibanguza/Steege*, Die KI-Verordnung – Überblick über den neuen Rechtsrahmen, NJW 2024, S. 1769 (1773).

182 Vgl. auch ErwG 9 UGP-RL sowie die weiteren unter Ziff. 4.2. dargestellten Bereichsausnahmen der verbraucherrechtlichen Regelungen im Bereich des Glücksspiels (Ziff. 4.2.2., Ziff. 4.2.4.).

183 Vgl. EuGH, Urteil vom 18. Dezember 2018, Rs. C-375/17, Stanley International Betting und Stanleybet Malta, Rn. 43; Urteil vom 11. Juni 2015, Rs. C-98/14, Berlington Hungary u.a., Rn. 58; Urteil vom 22. Januar 2015, Rs. C-463/13, Stanley International Betting und Stanleybet Malta, Rn. 46 ff. m.w.N., Urteil vom 24. März 1994, Rs. C-275/92, Schindler, Rn. 54 ff.

184 EuGH, Urteil vom 8. September 2010, C-46/08, Carmen Media, Rn. 103; Urteil vom 30. Juni 2011, Rs. C-212/08, Zeturf, Rn. 80; Urteil vom 8. September 2007, Rs. C-42/07, Liga Portuguesa de Futebol, Rn. 70.

185 Vgl. EuGH, Urteil vom 11. Juni 2015, Rs. C-98/14, Berlington Hungary u.a., Rn. 56; Urteil vom 22. Januar 2015, Rs. C-463/13, Stanley International Betting und Stanleybet Malta, Rn. 51 f. m.w.N.

Für die Frage, inwieweit Lootboxen nach deutschem Recht als unerlaubtes Glücksspiel eingestuft werden könnten, wird auf den Sachstand der Fachbereiche WD 1 und WD 7 „Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich“ verwiesen.¹⁸⁶

5. Ergebnis

Es gibt im EU-Recht derzeit keine spezifischen Regelungen für digitale Spiele und für in ihnen enthaltene Lootboxen (vgl. Ziff. 3.1.). Das Europäische Parlament sieht in diesem Bereich in seiner EntschlieÙung zum Binnenmarktkonzept für Verbraucherschutz aus dem Jahr 2023 Handlungsbedarf, um die Verbraucherrechte zu stärken (vgl. Ziff. 3.2.). Im Mandatsschreiben der Kommissionspräsidentin vom 17. September 2024 fordert sie den designierten Kommissar für Demokratie, Justiz und Rechtsstaatlichkeit auf, einen EU-Rechtsakt für digitale Fairness auszuarbeiten. In diesen könnten ggf. Regelungen für digitale Spiele einschließlich Lootboxen aufgenommen werden. Es ist aber nicht mit einem zeitnahen Rechtsaktvorschlag der Kommission zu rechnen (vgl. Ziff. 3.3.).

Nach aktueller Rechtslage kommen diverse Regelungen des EU-Verbraucherschutzrechts, EU-Datenschutzrechts und unter Umständen des DSA sowie des AI Act in Betracht, nach denen **bestimmte Ausgestaltungen** von Lootboxen **als unzulässig angesehen werden können**. Dies betrifft beispielsweise das Fehlen ausreichender Vorabinformationen, aggressive bzw. manipulative Praktiken (Dark Patterns) bei ihrer Vermarktung, verbotene (auf Profiling beruhende und/oder an Minderjährige gerichtete) Werbung, das unrechtmäßige Erlangen personenbezogener Daten über Dark Patterns und unzulässige Praktiken beim Einsatz von KI-Algorithmen (siehe zum Ganzen Ziff. 4.). Ein generelles Verbot von Lootboxen auf EU-Ebene besteht nicht. Das Glücksspielrecht fällt in die Zuständigkeit der Mitgliedstaaten. Beim Erlass nationaler Regelungen verfügen sie in den Grenzen des EU-Primärrechts über ein weites Ermessen (vgl. Ziff. 4.6.). Hinsichtlich der durch die weiteren unter Ziff. 4 dargestellten Rechtsakte eröffneten Regelungsspielräume der Mitgliedstaaten wird auf Ziff. 4.2.1.3., Ziff. 4.2.2., Ziff. 4.2.3., Ziff. 4.2.4., Ziff. 4.3.3., Ziff. 4.4.4. und Ziff. 4.5.1. verwiesen.

Es ist darauf hinzuweisen, dass in diesem Sachstand im Wesentlichen die **nicht verbindlichen Interpretationsansätze** der Kommission, des Europäischen Parlaments und von diesen Institutionen in Auftrag gegebenen Studien dargestellt werden. Die Kommission hat selbst darauf hingewiesen, dass ihre Auffassung zum Umfang der vorvertraglichen Informationspflichten nach der UGP-RL (Darstellung des Lootboxpreises in realer Währung, Auskunft über die Wahrscheinlichkeiten) nicht einhellig vertreten wird und dass der für die letztverbindliche Auslegung des Unionsrechts zuständige Gerichtshof der Europäischen Union hierüber noch nicht entschieden habe (vgl. Ziff. 4.2.1.4.). Auch die Relevanz des DSA für den Bereich digitaler Spiele ist – soweit ersichtlich – noch nicht gerichtlich geklärt.

186 Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024, S. 14 ff.

Bei den unter Ziff. 4.2. dargestellten EU-Rechtsakten handelt es sich um Richtlinien. Diese bedürfen der Umsetzung in nationales Recht.¹⁸⁷Selbst wenn die jeweilige EU-Richtlinie eine vollständige Harmonisierung anordnet und dem nationalen Gesetzgeber damit wenig Spielraum bei der Rechtssetzung lässt, obliegt die Interpretation und Anwendung des nationalen Rechts gleichwohl in erster Linie den nationalen Stellen. Sofern Zweifel an der Auslegung des den nationalen Regelungen zugrundeliegenden Unionsrechts bestehen, können bzw. müssen nationale Gerichte diese Frage gemäß Art. 267 AEUV dem EuGH vorlegen.

Fachbereich Europa

187 Vgl. zum nationalen Recht: Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Sachstand, Die Lootbox im deutschen Recht und im europäischen Vergleich – Ein Überblick zur Regulierung im Online-Gaming, WD 1 - 3000 - 019/24; WD 7 - 3000 - 060/24, 11. Oktober 2024.