



---

## Ausarbeitung

---

### **Virtuelle Güter bei Computerspielen**

Begriff, rechtlicher Hintergrund und wirtschaftliche Bedeutung



## **Virtuelle Güter bei Computerspielen**

Begriff, rechtlicher Hintergrund und wirtschaftliche Bedeutung

Verfasser: [REDACTED]  
Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 085/11  
Abschluss der Arbeit: 20. September 2011  
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport  
Telefon: [REDACTED]

---

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Was sind virtuelle Güter? Zu Begriff und thematischer Reichweite der neuen Produktform</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>Die wirtschaftliche Bedeutung der virtuellen Güter</b>	<b>9</b>
<b>4.</b>	<b>Zentrale rechtliche Problemstellungen</b>	<b>15</b>
4.1.	Rechtsbeziehung zwischen Betreiber und Nutzer	15
4.2.	Rechtsbeziehung zwischen den Nutzern	17
4.3.	Urheberrechtsverletzung	19
4.4.	Sonstige Rechtsgebiete	19
<b>5.</b>	<b>Fazit</b>	<b>20</b>
<b>6.</b>	<b>Literatur</b>	<b>21</b>
<b>7.</b>	<b>Anlage: Leitfaden „Datenschutz in Online-Spielen“</b>	<b>24</b>

“On the Internet, nobody knows you're a dog.”  
(The New Yorker, 5. July 1993)<sup>1</sup>

## 1. Einleitung

Das Internet, das inzwischen in vielen Bereichen des alltäglichen Lebens eine große Rolle spielt, dient auch als Plattform für Spiele aller Art. Onlinespiele sind Computerspiele, die zeitgleich mit mehreren tausend Mitspielern spielbar sind und bei denen sich der Spieler in der Regel eine Zugangssoftware auf den lokalen Computer speichert, die einen Zugriff auf die virtuelle Umgebung des Spiels ermöglicht.<sup>2</sup> Eine besondere Rolle spielen in der Gestaltung von Onlinespielen die **virtuellen Güter**. Dies sind gestalterische Elemente, die in der computergenerierten virtuellen Umgebung wahrnehmbar sind und innerhalb dieser Umgebung real existierende Gegenstände repräsentieren. Virtuelle Güter in diesem Sinne sind etwa die Spielfiguren (Avatare), Ausrüstungen sowie Eigenschaften und Fähigkeiten vermittelnde Objekte, die im Laufe des Spiels erworben oder erspielt werden können. Vier Jahre nach dem Bekanntwerden der virtuellen Welt „Second Life“ stellt sich der Markt für virtuelle Güter breiter, diversifizierter und wettbewerbsintensiver dar, als allgemein wahrgenommen wird. Zwar ist von der Plattform Second Life im Moment weniger zu hören, insgesamt haben sich die **virtuellen Welten inzwischen weiter ausdifferenziert**. Ein wichtiger Aspekt ist dabei der Tausch und Kauf virtueller Gegenstände. Auch dürfte die wachsende kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung derartiger Spielwelten kaum in Abrede gestellt werden. Gerade der Handel mit virtuellen Gütern ist zu einem nicht zu vernachlässigenden Wirtschaftsfaktor geworden. Online-Rollenspieler investieren viel Zeit und nicht selten auch viel Geld. Sie erspielen und erwerben virtuelle Güter und Identitäten, die nur innerhalb der Spielewelt zählen. Studien zeigen, dass sich der **Markt für virtuelle Güter** bei Spielen in wenigen Jahren stark ausgeweitet hat. Zahlreiche Unternehmen verkaufen virtuelle Güter direkt an Endkunden und erwirtschaften auf diese Weise reale Umsätze. Der gesamte Markt für virtuelle Güter erreichte im Jahr 2010 nach Schätzungen der Marktforscher In-Stat ein Volumen von 7,3 Milliarden US-Dollar. Für 2014 prognostiziert In-Stat eine Verdopplung der Einnahmen auf 14 Milliarden Dollar (IN-STAT 2010). Den Grundstein für den Handel mit virtuellen Gütern legten komplexe virtuelle Welten wie „World of Warcraft“ oder „Second Life“. Zwei wesentliche Arten von Onlinespielen können dabei unterschieden werden: Zum einen die Online-Rollenspiele („World of Warcraft“), zum anderen die virtuellen Welten („Second Life“). Beide Welten bieten eine dauerhaft fortbestehende 3D-Umgebung und verfügen zugleich über interne Ökonomien. Integrierte Geldwährungen und Transaktionssysteme geben Teilnehmern die Möglichkeit, virtuelle Gegenstände untereinander zu handeln. Im Falle von „Second Life“ ist die interne Ökonomie über eine Devisenbörse mit dem „realen“ Wirtschaftsraum verbunden. Die Teilnehmer können ihr virtuell erwirtschaftetes Geld in reales Geld umtauschen und somit ein reales Einkommen erzielen. Besonders gewinnträchtig ist jedoch der Handel mit Inhalten aus Onlinespielen. Der zunehmende kommerzielle Handel mit virtuellen

---

1 Die Zeichnung mit dieser Zeile, die das anonyme Agieren im Internet bereits in einem frühen Stadium problematisiert, wurde zum meistreproduzierten Cartoon dieser Zeitschrift; vgl. zur Geschichte ausführlich [http://en.wikipedia.org/wiki/On\\_the\\_Internet,\\_nobody\\_knows\\_you%27re\\_a\\_dog](http://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Internet,_nobody_knows_you%27re_a_dog).

2 Einen umfassenden Überblick aus sozialwissenschaftlicher Perspektive bieten QUANDT u. a. (2009).

Gütern ist mit einigen **ökonomischen und rechtlichen Problemstellungen** verbunden. Auf rechtlicher Ebene ist insbesondere zu diskutieren, ob Community-Teilnehmer Eigentums- und Veräußerungsrechte an virtuellen Gütern geltend machen können. Gerade durch die Konvertierbarkeit virtueller in echte Zahlungsmittel in der virtuellen Welt entstehen Berührungspunkte zur wirklichen Welt, die das Potenzial für Rechtsstreitigkeiten in sich bergen. Regelungsbedarf besteht auch im Hinblick auf die Frage, wie Umsätze aus dem Handel mit virtuellen Gütern zu versteuern sind. Der Beitrag gibt einen Überblick über den Markt für diese virtuellen Güter und erörtert die ökonomischen Spezifika und die rechtlichen Besonderheiten dieser besonderen Produktform. Zunächst wird nach einer begrifflichen Klärung die historische Entwicklung virtueller Welten dargestellt. Hinzu kommt ein Überblick zur **ökonomischen Bedeutung** der virtuellen Güter. Ein Abriss der wesentlichen **rechtlichen Problemstellungen** schließt sich an.

## 2. Was sind virtuelle Güter? Zu Begriff und thematischer Reichweite der neuen Produktform

Mit einer ersten begrifflichen Eingrenzung kann man unter virtuellen Gütern digitale Gegenstände verstehen, die in Online-Communities existieren und nur in Zusammenhang mit dieser Community brauchbar sind. Abhängig von der Betriebs-Software der virtuellen Welt können die Güter vorgegeben oder durch den Teilnehmer individuell geschaffen worden sein. Sie vermitteln den Anschein, Körperlichkeit zu besitzen oder teilweise realen Produkten zu gleichen. In einer virtuellen Welt kann es, vergleichbar der Wirklichkeit, Häuser, Fahrzeuge oder dergleichen geben. Vordergründige Funktion dieser Objekte ist somit die Vervollständigung der simulierten Wirklichkeit. Der Nutzen dieser Güter hängt dabei von der jeweiligen Art der Community ab. So beinhalten **Onlinespiele**<sup>3</sup> überwiegend funktionale Gegenstände des jeweiligen Spiels. Eine Spielfigur kann mit verschiedenen Rüstungen bekleidet werden, die zwar letztlich nur aus Pixels und Polygonen bestehen, aber durch ihre vom Programmierer zugeteilten Eigenschaften die Spielfigur vor virtuellen Schwerthieben oder Pfeilbeschuss schützen. Die nützlichen Spielgegenstände werden Items genannt und reichen von der neuen Frisur bis zum Wasserkraftwerk. In virtuellen Welten finden sich auch dekorative Gegenstände (beispielsweise Kleidungsstücke), mit denen Teilnehmer individuelle **Avatare**<sup>4</sup> gestalten können. Der Nutzer kann so mittels seines Avatars Handel betreiben oder sich sonst spielerisch oder unternehmerisch betätigen. Technisch wird dies durch zahlreiche Animationen, die sowohl vom Plattformbetreiber zur Verfügung gestellt werden, als auch von den Benutzern selber kreiert und hochge-

---

3 Klassische Onlinespiele haben ihren Schwerpunkt im Erreichen bestimmter Spielziele. Das Verhalten in den Onlinespielen innerhalb der virtuellen Parallelwelten bezieht sich demgegenüber in der Regel auf sozial oder wirtschaftlich motivierte Interaktion der Teilnehmer. Diese Onlinespiele bieten eine Plattform, auf der sich die Nutzer in eine künstliche, d. h. virtuelle Welt begeben können (PSCZOLLA 2008: 10ff.).

4 Ein Avatar ist eine künstliche Person oder ein grafischer Stellvertreter einer echten Person in der virtuellen Welt. Das Wort leitet sich aus dem Sanskrit ab. Dort bedeutet Avatāra „Abstieg“, was sich auf das Herabsteigen einer Gottheit in irdische Sphären bezieht. Avatare werden beispielsweise in Form eines Bildes, Icons oder als 3D-Figur eines Menschen oder eines anderen Wesens dargestellt. Die Verwendung des Begriffes Avatar in diesem Zusammenhang wurde 1992 von Neal Stephenson in seinem Science-Fiction-Roman Snow Crash populär gemacht. Als phantastische Figur mit dem Sinngehalt „Rollentausch“ stammt "Avatar" bereits aus der gleichnamigen Erzählung von Théophile Gautier aus dem Jahr 1857 (LINDNER 2002).

laden (und ebenfalls gehandelt) werden können, ermöglicht. Die Kommunikation zwischen den Avataren wird durch Integration von Voice-Applikationen oder Chatkanälen ermöglicht (SPINDLER 2011).

Neben dem Avatar als eine Art Subjekt in der virtuellen Welt – d. h. dem genannten virtuellen Pendant der eigenen Person oder einer zumindest aufgrund seiner eigenen Persönlichkeit selbst geschaffenen Figur – sind die in den jeweiligen Spielwelten oder sozialen Netzwerken verfügbaren **virtuellen Gegenstände** von Bedeutung. Der Nutzer oder sein Avatar benötigen diese, um im Rahmen der vorgegebenen Strukturen mit anderen Nutzern nach ihren Vorstellungen unterschiedlich interagieren zu können. Das betrifft beispielsweise Geschenksymbole (u. a. Blumen, Herzen), die im Rahmen von sozialen Netzwerken versendet werden. Neben transportablen Gegenständen werden in einigen virtuellen Welten auch Grundstücke, Immobilien und Dienstleistungen angeboten. In „Second Life“ werden beispielsweise Grundstücke verpachtet oder bezahlte Tätigkeiten verrichtet. In einigen Browserspielen können sich Teilnehmer zudem Werbefreiheit oder taktische Vorteile erkaufen. Allen Varianten virtueller Güter ist gemein, dass sie die Möglichkeiten zur Interaktion und Selbstdarstellung im Datenraum erweitern (ACKERMANN u. a. 2010). Eine wesentliche Komponente für das Funktionieren der virtuellen Güter ist die jeweilige Bereitschaft des Konsumenten, sich mental auf die diese digital konstruierte Simulation einzulassen. Dieses mental erlebte Eintauchen in die virtuelle Welt, das sich insbesondere in einer starken Identifikation mit dem gesteuerten Avatar zeigt, wird als **Immersion**<sup>5</sup> bezeichnet. Die künstliche Umgebung und die darin enthaltenen Gegenstände werden dann beinahe so wahrgenommen, als wären sie physisch vorhanden. Die virtuellen Güter werden damit letztlich - als eine Art digitaler Konstruktivismus – durch das geistige Zutun des Konsumenten erzeugt (PANNICKE und ZARNEKOW 2009).<sup>6</sup>

Zunächst kann festgehalten werden, dass virtuelle Güter Waren sind, deren Gebrauchswert nur in internetgestützten sozialen Wirklichkeiten realisiert werden kann. Der Begriff „virtuell“ bezieht sich darauf, dass dieses Gut ein **Computerprogramm oder Zugangscodes** ist, welches nur im Internet als Gegenstand (Icon), Fähigkeit, Eigenschaft, Zugangs- oder Besitzrecht oder Person erscheint. Es ist ein Gut in einer virtuellen Welt, muss aber außerhalb dieser Welt mit echtem Geld bezahlt werden. Virtuelle Güter liegen in Form von digitalen Gegenständen vor. Im Gegensatz zu physischen Gegenständen haben digitale Gegenstände keine eigenständige Existenz, sondern werden technisch erzeugt und wahrnehmbar gemacht. Um eine **einheitliche Spielumgebung** für alle Benutzer sicherzustellen, werden alle Änderungen in der Spielumgebung in einer zentralen Datenbank abgelegt. Diese Datenbank wird auf Servern gespeichert, die ebenfalls von den Spielbetreibern zur Verfügung gestellt werden. Die Datenbank enthält demnach alle Informationen zu den Objekten, die in der virtuellen Welt dargestellt werden. Aus technischer Sicht unterscheidet sich dabei ein virtuelles Gut nicht von einem virtuellen Grundstück oder auch einem Avatar. Im Kern besteht ein digitaler Gegenstand aus einem Computercode, der in ein Bild (oder eine Bildsequenz) übersetzt wird, das auf einem Bildschirm betrachtet werden kann. Dement-

---

5 Immersion ist ein Bewusstseinszustand, bei dem der Betroffene auf Grund einer fesselnden, jedoch künstlichen Umgebung eine Verminderung der Wahrnehmung seiner eigenen Person erlebt. Damit beschreibt der Begriff „Immersion“ im Kontext der virtuellen Realität das Eintauchen in eine künstliche Welt (GRAU 2004).

6 Vgl. dazu auch die Beiträge in BOGEN u. a. (2009), die die Rolle virtueller Welten im Kontext ihrer Anwendung im Kunst- und Kulturbereich diskutieren.

sprechend können virtuelle Welten allgemein als computererzeugte Umgebungen verstanden werden, in denen Menschen, vermittelt durch ihre künstlichen Repräsentanten (Avatare) miteinander und mit den Objekten der Welt interagieren.

Gerade für die **rechtliche Beurteilung** des Handels mit virtuellen Gütern sind diese technischen Besonderheiten zu berücksichtigen. Typischerweise werden bereits zu Spielbeginn jedem Avatar von den Spielbetreibern einige Objekte als Grundausstattung zugeordnet (etwa Kleidungsstücke). Andere Objekte (beispielsweise Grundstücke) werden von den Spielbetreibern gegen Zahlung eines Geldbetrages in realer Währung zugeordnet. Den Spielbenutzern ist es dabei möglich, auch eigene Objekte (Werkzeuge oder Gebäude) mit Hilfe der zur Verfügung gestellten Software herzustellen. Diese Gegenstände werden dem eigenen Avatar zugeordnet. Die Zuordnung eines Objekts zu einem Avatar hat nicht nur zur Folge, dass dieser das Objekt nutzen und andere von der Nutzung ausschließen kann, sondern es besteht auch die Möglichkeit, diesen Datensatzeintrag in der Weise zu ändern, dass das Objekt einem anderen Avatar zugeordnet wird. Dies geschieht über die softwaregestützte Avatarsteuerung. Hierdurch wird eine Übertragung des Gegenstandes von einem Avatar auf den anderen in der virtuellen Welt nachgebildet. Typischerweise geht einer solchen Übertragung eines virtuellen Gutes eine Absprache der hinter den Avataren stehenden Personen voraus. Diese Absprache kann über die Avatare in der virtuellen Welt erfolgen (Handel innerhalb des Spiels). In diesem Fall wird typischerweise ein virtuelles Gut im Gegenzug für den Erhalt eines anderen übertragen. Um einen solchen Austausch virtueller Güter anzuregen, bieten viele Spielplattformen die Möglichkeit eines virtuellen Universaltauschgutes (**virtuelles Geld**) an. Hierbei handelt es sich ebenfalls um in Datensätzen gespeicherte Objekte, die sich durch eine universelle Tauschbarkeit auszeichnen, deren sonstige Eigenschaften jedoch kaum Nutzen entfalten können.<sup>7</sup> Diese plattformspezifischen Zahlungsmittel dienen häufig wiederum selbst dem Erwerb von den oben genannten virtuellen Gütern. In einigen Fällen ist aber auch ein Umtausch der virtuellen Währung in reale Güter möglich.<sup>8</sup> Virtuelles Geld wird unter anderem von den Spielbetreibern **gegen Zahlung von realer Währung** einem Avatar zugeordnet oder kann von anderen Spielern gegen reale Währung gekauft werden. Neben der Möglichkeit der Absprache einer Übertragung virtueller Güter über die Avatare können die Nutzer auch außerhalb des Spiels eine entsprechende Abrede treffen, die Zuordnung virtueller Güter innerhalb des Spiels zu ändern. In diesen Fällen wird vom Käufer des virtuellen Guts zumeist Geld in realer Währung gezahlt. Aus diesen Sachverhalten ergeben sich auch die – weiter unten dargestellten – besonderen

---

7 Die Notwendigkeit virtuelle Gegenstände zu erwerben, hat nicht nur Marktplätze hervorgebracht, auf denen mit diesen gehandelt werden kann, sondern es hat sich auch ein Dienstleistungssektor etabliert, der sich – freilich nicht selten abweichend von den allgemeinen Geschäftsbedingungen der Plattformbetreiber – auf die Beschaffung virtueller Werte konzentriert.

8 Zur Erläuterung der virtuellen Währung am Beispiel der Linden Dollars bei Second Life vgl. HABEL (2008). Eine Besonderheit stellt hierbei das sogenannte „Gold Farming“ (oder „Real-Money-Trading“) in Onlinespielen dar. Hierbei handelt es sich um den Handel mit virtueller Währung gegen reales Geld. Es werden etwa in Niedriglohn-Ländern Vollzeitkräfte zum Sammeln der virtuellen Währung eingestellt. Da dies sehr zeitintensiv ist, sind einige Spieler bereit, für die so erlangten Devisen reales Geld zu zahlen. Dieser Handel wird über eigens hierfür eingerichtete Webseiten und unter Zugrundelegung einer „exchange rate“ von realer zu virtueller Währung vollzogen (SPINDLER 2011: 133).

Problembereiche bei der **rechtlichen Beurteilung** des Handels mit virtuellen Gütern (CASTRONOVA 2002: 23f.).<sup>9</sup>

Die historische Entwicklung virtueller Güter ist eng an die **Entwicklung virtueller Welten**, d. h. an die Schaffung persistenter dreidimensionaler Umgebungen im Internet gekoppelt.<sup>10</sup> Das Konzept virtueller Welten geht auf die sogenannten „Multi-User-Dungeons“ (MUDs) zurück. Multi-User-Dungeons sind rein textbasierte Onlinespiele, die den heutigen Chatrooms ähneln. Die visuelle Darstellung virtueller Güter etablierte sich danach in den ersten kommerziell erfolgreichen Online-Rollenspielen „**Ultima Online**“<sup>11</sup> (1997) und „**Everquest**“<sup>12</sup> (1999). Beide Spiele simulieren komplexe grafische Welten und integrieren ein reichhaltiges Sortiment an Ausrüstungsgegenständen. Mit der Entstehung von **thematisch offenen virtuellen Welten** – auch „Life-Sims“<sup>13</sup> genannt – weitete sich der kommerzielle Handel aus. Die prominentesten Vertreter dieser Gattung sind das jugendnahe Angebot „**Habbo Hotel**“<sup>14</sup> (2001) und „**Second Life**“<sup>15</sup> (2003). Eine Besonderheit von „Second Life“ ist der freie ökonomische Austausch. Teilnehmer können Güter wie z. B. virtuelle Immobilien oder Kleidungsstücke für Avatare nicht nur kaufen, sondern auch selbst beliebige Objekte erstellen und damit Handel treiben. Die Produktivität von „Second Life“ wird dabei maßgeblich durch die Überlassung der Urheber- und Verwertungsrechte an Schöpfer virtueller Güter angetrieben. Kritisch wird jedoch auf die **fehlende Haftung** des Systembetreibers von Second Life für virtuelle Gegenstände und Geldmittel verwiesen. Bei einem

- 
- 9 Dies umfasst auch das bisher kaum angesprochene Feld des Steuerrechts, obwohl bereits im Jahr 2000 auf die „Steuer-oase Internet“ hingewiesen wurde (REIERMANN und SCHUMANN 2000). Nach den derzeitigen Steuergesetzen greift die Besteuerung erst ein, wenn die virtuellen Währungen gegen reale Währungen verkauft werden. Reale Erträge aus dem Verkauf von virtuellen Gütern fallen auch heute schon unter das deutsche Steuerrecht und müssen versteuert werden. Die britische Financial Service Authority hat bereits in 2007 darauf hingewiesen, dass virtuelle Währungen der Bankenaufsicht unterliegen. In den USA gibt es darüber hinaus Überlegungen, die rein virtuellen Transaktionen zu besteuern. Thematisiert wurde dies bereits im Jahr 2006 vom Joint Economic Committee des US-Congresses, abrufbar unter [www.house.gov/jec/news/news2006/pr109-98.pdf](http://www.house.gov/jec/news/news2006/pr109-98.pdf). Zur Frage, inwieweit die Transaktionen im virtuellen Bereich ein zu versteuernder Zahlungsdienst darstellen, vgl. das Gesetz zur Umsetzung der aufsichtsrechtlichen Vorschriften der Zahlungsdiensterichtlinie (Zahlungsdienstumsetzungsgesetz; die Begründung zum Gesetzesvorschlag erwähnt virtuelle Welten ausdrücklich (<http://dip21.bundestag.btg/dip21/btd/16/116/1611613.pdf>)).
- 10 Zur historischen Entwicklung vgl. auch CASTRONOVA (2002: 6ff.).
- 11 Ultima Online ist ein MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game), in dem Spieler in einer imaginären Welt mit anderen Spielern oder mit computergesteuerten Figuren interagieren können. Vgl. dazu den Wikipedia-Eintrag unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Ultima\\_Online](http://de.wikipedia.org/wiki/Ultima_Online).
- 12 EverQuest ist ein von Verant Interactive entwickeltes und von Sony Online Entertainment (SOE) vertriebenes Massive Multiplayer Online Roleplaying Game (MMORPG). Ausführlich dazu bei Wikipedia unter <http://de.wikipedia.org/wiki/EverQuest>.
- 13 Vgl. eine Übersicht von Computerspielen nach Genres mit ihren exemplarischen Vertretern, abrufbar unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_von\\_Computerspielen\\_nach\\_Genre](http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Computerspielen_nach_Genre).
- 14 Aufrufbar unter <http://www.habbo.de>. Vgl. hierzu auch ADLER und GASSNER (2007) sowie die Informationen unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Habbo\\_Hotel](http://de.wikipedia.org/wiki/Habbo_Hotel).
- 15 Aufrufbar unter <http://secondlife.com>. Vgl. auch die instruktiven Informationen unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://de.wikipedia.org/wiki/Second_Life).

Konkurs des Betreibers oder bei einem denkbaren Serverabsturz könnten arbeitsintensiv selbst erstellte Gestaltungselemente (Gegenstände, Texturen, Gesten usw.), teuer erworbene Ausstattungsgegenstände oder sämtliches in Second Life erwirtschaftete und noch nicht in eine reale Währung getauschte Geld unwiederbringlich verloren sein (LOBER 2007).

### 3. Die wirtschaftliche Bedeutung der virtuellen Güter

In den vergangenen Jahren hat sich ein **stetig wachsender Markt** für virtuelle Güter etabliert. Unterschieden werden kann dabei zunächst grob zwischen dem Handel mit virtuellen Gütern, welche der Hersteller oder Unternehmer dem Nutzer selbst zum Kauf anbietet und damit eine Individualisierung oder auch eine Optimierung der virtuellen Spielfigur ermöglicht. Die Geschäftsbeziehungen kommen dann entweder direkt innerhalb der einzelnen Spielwelt mittels Tausch oder Verkauf, oder aber extern auf Internethandelsplattformen zustande. In diesem Sinn dehnt sich seit etwa 2005 der Markt für virtuelle Güter zunehmend in das zweidimensionale World Wide Web aus. Dabei werden verstärkt auch neue Communities wie „**Cyworld**“ (1999) und „**Facebook**“ (2004) als Verkaufsplattformen genutzt. So werden bei „Facebook“ virtuelle Güter etwa im Rahmen sogenannter „**Social Games**“<sup>16</sup> wie z. B. „**FarmVille**“ (2009) verkauft. Social Games sind Gelegenheitsspiele, die als Zusatzapplikation in sozialen Netzwerken verfügbar sind und ein breiteres Publikum ansprechen als die klassischen Onlinespiele. Das derzeit beliebteste in Facebook angebotene Spiel, **FarmVille**, hat inzwischen über 60 Millionen Nutzer. Das Ziel des Spiels ist es, durch das Bewirtschaften von Feldern und die Versorgung von Tieren eine eigene virtuelle Farm aufzubauen und zu unterhalten. Angeboten werden diese Spiele typischerweise von Drittanbietern, zum Spielen ist jedoch eine Registrierung im jeweiligen sozialen Netzwerk notwendig. Analog zum Handel mit „normalen“ virtuellen Gegenständen werden auch hier virtuelle Werte ausgetauscht. Der Markt ist der zentrale Verkaufsort in FarmVille. Hier kann vieles gekauft werden, was zum Spielen benötigt wird, das Wirtschaften erleichtert und die Farm verschönern kann: Saatgut, Bäume, Tiere, Gebäude, Dekorationen oder Fahrzeuge. Zudem kann man auf dem Markt neue Landflächen kaufen. Hierfür gibt es bei FarmVille zwei virtuelle Währungen: Zum einen die sogenannten FarmCoins, die der Spieler als Startkapital und durch gutes Wirtschaften erhält, und zum Anderen FarmCash, den der Nutzer im „Tausch“ gegen reales Geld mit PayPal oder Kreditkarte erwerben kann.<sup>17</sup>

In den meisten Fällen handelt es sich um kostenlose Spiele, die jedoch verstärkt zahlungspflichtige Inhalte in Form von In-Game-Gegenständen oder optionalen Erweiterungen einbinden (WANHOFF 2011). Neben dem Handel mit virtuellen Gütern ist es in der Vergangenheit auch schon zum „**Diebstahl**“ solcher Güter gekommen: Genauso wie andere Onlinezugänge können die

---

16 Social Games weisen seit einiger Zeit beachtliche Wachstumsraten aus. Das 2007 gegründete britische Unternehmen Playfish etwa, das kostenlose Spiele wie „Pet Society“ oder „Restaurant City“ für Facebook und MySpace entwickelte, wurde im November 2009 für 275 Millionen Dollar vom amerikanischen Spielekonzern Electronic Arts gekauft (MAI 2011).

17 FarmVille, aufrufbar unter [www.farmville.com](http://www.farmville.com), ist ein Browsergame des US-amerikanischen Spielebetreibers Zynga in Form einer Echtzeit-Farmsimulation. Das Spiel ist auf der Seite des sozialen Netzwerks Facebook verfügbar.

Benutzeraccounts für eine virtuelle Welt gehackt bzw. die Zugangsdaten durch Phishing ausgespäht werden; ebenso kann der Nutzer durch Täuschungsmanöver dazu gebracht werden, sich seiner virtuellen Gegenstände zu entledigen.

Der Verkauf von virtuellen Gütern ist für Community-Betreiber prinzipiell ein **ertragreiches Geschäft**. Der Umsatz mit In-Game-Gegenständen oder spielebezogenen Diensten wie virtuellen Währungen oder befristeten Abonnements wird im Jahr 2014 in Europa auf 2,2 Milliarden Euro und in Deutschland auf 340,2 Millionen Euro steigen.<sup>18</sup> Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) errechnete im Auftrag des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU), dass in Deutschland 194 Millionen Euro für Abogebühren ausgegeben wurden, dazu kommen 73 Millionen Euro für die so genannten „In-Game-Käufe“.<sup>19</sup> Gerade die äußerst geringen marginalen Reproduktionskosten und die damit verbundene Online-Distribution versprechen hohe Margen. Andererseits dürfen auch **Risiken und Grenzen des Geschäftsmodells** nicht außer Acht gelassen werden. So sind z. B. die Entwicklung, Einführung und Betreuung einer Community mit beträchtlichen Kosten verbunden. Hinzu kommen hohe Anforderungen an die technische Infrastruktur, insbesondere im Hinblick auf die Systemstabilität und Verfügbarkeit von nutzergenerierten Inhalten. Die Entwicklung virtueller Welten stellt aufgrund der damit verbundenen Komplexität besondere Anforderungen. Typischerweise wird hierzu ein interdisziplinäres Entwicklungsteam bestehend aus Designern, Content-Entwicklern, Programmierern, Sound-Ingenieuren und weiteren Spezialisten aufgestellt. Die Managementaufgaben beziehen sich zum einen auf die Koordination des Entwicklungsprozesses und zum anderen auf die Festlegung der ökonomischen Rahmenbedingungen und der Marktstrategie der virtuellen Welt (PANNICKE; ZARNEKOW 2009: 218).<sup>20</sup>

Die Debatte über virtuelle Güter bezog sich bislang zumeist auf Communities wie etwa „Second Life“ und „World of Warcraft“. Diese komplexen virtuellen Welten mit internen Wirtschaftssystemen sind jedoch nur ein kleiner Teil des Universums der Onlinespiele. Viele Communities sind vergleichsweise einfach strukturiert und bieten Teilnehmern nur begrenzte Möglichkeiten zum Handel mit virtuellen Gütern. FRIELING (2011) unterscheidet im Hinblick auf Komplexität und Offenheit von internen Wirtschaftssystemen drei grundlegende Typen:<sup>21</sup>

- **Simple Wirtschaftssysteme:** Dieser Typ beschreibt Communities, die keine oder nur sehr einfache Wirtschaftssysteme enthalten. Hierzu zählen vor allem jugendnahe virtuelle Welten und Browser Spiele. Der interne Handel mit Gegenständen ist bei diesen Angeboten nur

---

18 Dies hat eine Analyse des Forschungsinstituts SuperData Research im Auftrag des Online-Bezahldienstes Skrill ergeben (<http://www.internetworld.de/Nachrichten/E-Commerce/Dienstleistungen/Handel-mit-virtuellen-Guetern-waechst-Umsatz-in-Deutschland-am-hoechsten-59267.html>).

19 Über 3 Millionen Deutsche haben demnach im vergangenen Jahr virtuelle Güter gekauft. Der Games-Report ist abrufbar unter <http://www.games-report.info>.

20 Zu den makroökonomischen Implikationen, die sich kaum verlässlich veranschlagen lassen, vgl. CASTRONOVA (2002: 28f.).

21 In etwas anderer Typologie findet sich in der Internet-Enzyklopädie Knol ein Überblick der Marktsegmente für Virtuelle Güter (<http://knol.google.com/k/virtuelle-g%C3%BCter#>). Zum Handel mit virtuellen Gütern vgl. auch STRIEZEL (2010), SPINDLER (2011) sowie LOBER und WEBER (2005).

begrenzt möglich. Oftmals gibt es einfache Tauschwirtschaften, in denen Ware gegen Ware gehandelt wird. In der Regel können Teilnehmer jugendnaher Welten selbst keine Gegenstände herstellen, sondern nur vorgefertigte Gegenstände beim Betreiber erwerben. Die dazu benötigte virtuelle Währung muss zunächst mit realem Geld gekauft werden.

- **Mehrspieler-Online-Gemeinschaftsspiele:** Dieser Typ bezieht sich auf sogenannte Massively Multiplayer Online Games (MMOG), deutsch auch Massen-Mehrspieler-Online-Gemeinschaftsspiel.<sup>22</sup> Ein Beispiel ist das populäre „World of Warcraft“. Ein zentrales Element dieser Mehrpersonenspiele sind umfangreiche Ökonomien, die den Prinzipien von Angebot und Nachfrage folgen. Grundsätzlich sind In-Game-Ökonomien geschlossene Wirtschaftssimulationen, die von Spielbetreibern reguliert werden. Alle Transaktionen finden innerhalb der virtuellen Welt statt. Allerdings haben sich außerhalb von beliebten Spielen Sekundärmärkte gebildet, auf denen Händler Gegenstände und Währungen für echtes Geld anbieten. Die erhältlichen Gegenstände bewegen sich je nach Seltenheit in einer Preisspanne von einigen Cent bis hin zu dreistelligen Eurobeträgen. Dabei finden die Transaktionen vielfach in externen Portalen wie etwa eBay und anderen Verkaufsplattformen<sup>23</sup> statt. Die Warenübergabe erfolgt dann zeitversetzt im Spiel. Inzwischen existieren weltweite Lieferantennetzwerke. Gerade in Ländern mit stark ausgeprägter Gaming-Kultur – wie etwa China und Korea – hat die professionelle Produktion virtueller Güter heute Züge eines eigenständigen Wirtschaftszweigs angenommen (NÄNNI 2008).
- **Virtuelle Welten mit freien Wirtschaftssystemen.** Dieser Typ wird etwa repräsentiert von „Second Life“. Das Spezifikum ist der radikale Plattform-Ansatz, bei dem der Betreiber lediglich eine leere Umgebung bereitstellt und die Ausgestaltung der Umgebung vollständig in die Hände der Teilnehmer legt. Der freie ökonomische Austausch schafft ein reichhaltiges Produktangebot und bringt Absatzstrukturen hervor, die durchaus mit entwickelten Volkswirtschaften vergleichbar sind: Produkte werden erzeugt und gehandelt, Dienstleistungen werden angeboten und in Anspruch genommen.

Von virtuellen Gütern spricht man vornehmlich im **Onlinespiele-Bereich**. Gemeint sind damit Computerspiele, die zum Genre der sogenannten Massive Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG) gehören.<sup>24</sup> Ein solches Massen-Mehrspieler-Online-Rollenspiel ist ein ausschließlich

---

22 Der Begriff Massively Multiplayer Online Game (MMOG) bezeichnet einen Typ eines Computerspiels, das den Spielern eine virtuelle persistente Welt bietet und von sehr vielen (häufig mehreren tausenden) Spielern (Mehrspieler) gleichzeitig über das Internet gespielt werden kann. Typischerweise interagieren die Spieler miteinander und prägen somit das Fortschreiten der virtuellen Welt gemeinsam. Eine Liste der Spiele findet sich in [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_MMOGs](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_MMOGs).

23 Beispielsweise SLMarket.de, das sich als erster deutschsprachige Second Life-Marktplatz bezeichnet ([www.slmkt.de](http://www.slmkt.de)). Vgl. auch die Hinweise zum Kauf und Verkauf von virtuellen Gütern auf der Verkaufsplattform eBay, sie sind abrufbar unter [http://testberichte.ebay.de/Zum-Kauf-amp-Verkauf-von-Virtuellen-Guetern-Schutz\\_W0QQugidZ10000000014234530](http://testberichte.ebay.de/Zum-Kauf-amp-Verkauf-von-Virtuellen-Guetern-Schutz_W0QQugidZ10000000014234530); in ähnlicher Weise ein entsprechenden Ratgeber unter [http://testberichte.ebay.de/Virtuelle-Gueter-virtuelles-Gold-Onlinespiele\\_W0QQugidZ10000000001812875](http://testberichte.ebay.de/Virtuelle-Gueter-virtuelles-Gold-Onlinespiele_W0QQugidZ10000000001812875).

24 Einer der europäischen Marktführer für Virtuelle Güter in Computerspielen ist MMOGA ([www.mmoga.de](http://www.mmoga.de)). Vgl. etwa Wikipedia unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Massively\\_Multiplayer\\_Online\\_Role-Playing\\_Game](http://de.wikipedia.org/wiki/Massively_Multiplayer_Online_Role-Playing_Game).

über das Internet spielbares Computer-Rollenspiel, bei dem gleichzeitig mehrere tausend Spieler eine persistente virtuelle Welt bevölkern können. Die eigentliche Spielwelt und die Avatare werden auf Servern verwaltet. Der Spieler verbindet sich typischerweise über ein Clientprogramm mit dem Server. Der Client enthält üblicherweise nur die Daten zur Darstellung der Spielwelt (etwa Grafik, Objekte, Musik), während die Spielmechanik auf dem Server verwaltet und verarbeitet wird. Da man mit diesen Gütern das Spielerlebnis des Spielers verbessert oder auch den Avatar des Spielers individualisieren kann, sind virtuelle Güter eine gern genutzte Art der **Monetarisierung in Browserspielen** oder MMORPGs. Der Spieler gibt also Geld aus, um an ein bestimmtes virtuelles, meist seltenes oder wertvolles, Gut zu kommen und damit sein Spielgefühl aufzuwerten und zu individualisieren. Zwar nutzen vermutlich weniger als 5 Prozent aller Nutzer den käuflichen Zuerwerb besonderer virtueller Güter, jedoch resultiert daraus dennoch eine der größten Einnahmequellen des jeweiligen Spielebetreibers.<sup>25</sup>

Üblicherweise taucht bei **digitalen Gütern immer wieder** das Problem der Vervielfältigung der Ware durch „Raubkopierer“ auf. Beispiele sind E-Books oder Musikdateien, die sich im allgemeinen leicht vervielfältigen lassen. Bei **virtuellen Gütern** ist dies anders: Obwohl die Ware ebenfalls in digitaler Form vorliegt, können Community-Betreiber eine unerwünschte Vervielfältigung wirksam verhindern. Der Grund hierfür ist, dass virtuelle Güter zentral auf Servern gespeichert werden und der Konsum in einer digitalen Online-Umgebung stattfindet. Im Gegensatz zum klassischen E-Commerce wird das Internet bei virtuellen Gütern nicht nur als Kauf- und Distributionsplattform genutzt; vielmehr existieren virtuelle Güter ausschließlich in diesem Medium. Aufgrund der Bereitstellung im Internet besitzen virtuelle Güter einige vorteilhafte **Produkteigenschaften**. Neben der Möglichkeit, zahlungsunwillige Personen vom Konsum der Ware auszuschließen, lässt sich auch eine Rivalität im Konsum technisch durchsetzen. Rivalität im Konsum bedeutet in diesem Zusammenhang, dass zwei Community-Teilnehmer nicht dieselbe Kopie eines virtuellen Gegenstands besitzen können. Somit bleiben Knappheit und Tauschwert der in Umlauf gebrachten Kopien erhalten. Virtuelle Güter vereinen dabei in außergewöhnlicher Weise Vorteile von physischen Gütern (z. B. Knappheit, Rivalität im Konsum) mit Vorteilen von digitalen Gütern (z. B. digitale Distribution, marginale Reproduktionskosten) und sind deswegen besonders interessant für die Vermarktung.

Während Community-Betreiber von der zentralen Speicherung virtueller Güter profitieren, bringt das Verfahren für **Konsumenten** weitreichende Einschränkungen mit sich. So müssen Konsumenten etwa eine ständige Internetverbindung mit dem Server des Betreibers aufrechterhalten, um virtuelle Güter nutzen zu können. Auch findet beim Kauf eines virtuellen Gutes keine Eigentumsübertragung statt, die dem Kauf von physischen Gütern gleich käme. Konsumenten erwerben stattdessen nur das Recht, den virtuellen Gegenstand innerhalb der Community zu benutzen. Aufgrund der Abhängigkeit des Wareninhabers von der ständigen Zugriffserlaubnis durch den Warenanbieter werden virtuelle Güter **rechtlich nicht als Eigentum qualifiziert**. Im Übrigen verlangt die Abhängigkeit ein starkes Vertrauen des Konsumenten in den Betreiber und kann sich negativ auf die Zahlungsbereitschaft auswirken. Eine weitere Einschränkung für Konsumenten ist die „Inportabilität“ virtueller Güter. Da Online-Communities zumeist geschlossene Systeme sind, können Gegenstände üblicherweise nicht in andere Communities transferiert werden. Selbst

---

25 Vgl. zu den diesbezüglichen Interessenkonstellationen in virtuellen Welten etwa die Überlegungen von SCHULZ UND HEILMANN (2009: 10ff.).

wenn eine Portabilität technisch möglich wäre, ist nicht unbedingt zu erwarten, dass Betreiber diese auch unterstützen. Schließlich erzeugen die mit Zeit, Geld und Mühe angehäuften Güter in aller Regel **Lock-in-Effekte**<sup>26</sup> und tragen zur Kundenbindung bei. Aufgrund der technischen und ökonomischen Barrieren erscheint deshalb die Portabilität virtueller Güter auch künftig nur in geringem Maß möglich zu sein.<sup>27</sup>

Insgesamt ist festzuhalten, dass es sich bei virtuellen Gütern um marktfähige Wirtschaftsgüter handelt. **Vorteilhafte Produkteigenschaften** wie eine Rivalität im Konsum und eine Güterknappheit sind technisch durchsetzbar. Die Ware kann ausschließlich online im Rahmen von Communities konsumiert werden. In diesen wesentlichen Punkten unterscheiden sich virtuelle Güter von klassischen digitalen Gütern. Die Unterschiede beider Produktformen sind in Tabelle 1 zusammengefasst.

**Tabelle 1: Unterschiede zwischen klassischen digitalen und virtuellen Gütern**

Klassische digitale Güter (z.B. E-Books, Musikdateien, Audiodateien)	Virtuelle Güter (z. B. Gegenstände in Onlinespielen)
redaktionelle Inhalte	Gegenstände
überwiegend offline anwend- und konsumierbar	nur online verwendbar bzw. konsumierbar
Besitz vielfältig ausweitbar	individueller Besitz
keine Identität	Unikate
portabel	kontextgebunden
in der Regel nicht wiederverkäuflich	teilweise wiederverkäuflich

Quelle: FRIELING 2011

Die **Zahl der Online-Angebote**, in denen virtuelle Güter zur Monetarisierung eingesetzt werden, wächst zusehends. Tabelle 2 zeigt verschiedene Vertriebskontexte im Überblick. Vorherrschend ist der Verkauf von virtuellen Gütern auf Basis von Mikrotransaktionen („Item-Selling“). Um die Einstiegsbarrieren gering zu halten, ist die Nutzung der Community in der Regel kostenlos. Eine Ausnahme ist das Spiel „World of Warcraft“, bei dem ein Großteil der Erlöse mit Nutzungsgeldern (Abonnements) und dem Verkauf von Spielkopien realisiert wird.<sup>28</sup> Auch „Facebook“

26 Als Lock-in-Effekt werden Kosten bezeichnet, die eine Änderung der aktuellen Situation aufgrund hoher Wechselkosten unwirtschaftlich machen. Die Höhe der Wechselkosten bestimmt das Ausmaß des Lock-in-Effektes ((SHAPIRO und VARIAN 1999; PETERS 2010: 50ff.)).

27 Vgl. dazu ausführlich LOBER (2007) sowie PSCZOLLA (2009).

28 Das Spiel ist mit mehr als einer Milliarde Dollar Umsatz jährlich eines der lukrativsten Unterhaltungsmedien. [5] Wie bei manchen MMORPGs üblich, muss für World of Warcraft ein monatliches Entgelt entrichtet werden. Das Spiel zählte im August 2011 circa 11,1 Millionen Abonnenten. Neben dem Austausch im Spiel selbst hat sich ein reger externer Handel von Gold und Gegenständen außerhalb des Spiels gegen echtes Geld entwickelt.

setzt auf ein gemischtes Erlösmodell. Lukrativ sind diese vor allem deshalb, weil die wenigen Käufer relativ hohe Beträge aufwenden. Die dadurch erzielten Einnahmen werden auf alle aktiven Teilnehmer eines Angebots umgelegt. Auf diese Weise lässt sich der durchschnittliche Umsatz pro Teilnehmer – der „Average Revenue Per User“ (ARPU)<sup>29</sup> – ermitteln.<sup>30</sup>

**Tabelle 2: Vertriebskontexte virtueller Güter**

Angebotsformen	Beispiele	Virtuelle Ökonomie	Warenfluss	Erlösquellen
<b>Web-Communities</b>				
<b>Soziale Netzwerke</b>	Facebook	keine	B2C	Werbung, Item-Selling
<b>Themen-Communities</b>	Stardoll	keine	B2C	Werbung, Item-Selling
<b>Virtuelle Welten</b>				
<b>Für Erwachsene</b>	Second Life	Komplex	B2C, C2C	Abos, Item-Selling
<b>Jugendnah</b>	Habbo Hotel	einfach	B2C, C2C	Werbung, Item-Selling
<b>Online-Games</b>				
<b>Klassische MMOG</b>	World of Warcraft	komplex	B2C, C2C	Abos, Item-Selling, Spielverkäufe
<b>Social Games</b>	Farmville	einfach	B2C	Item-Selling
<b>Konsolenspiel</b>		komplex	B2C, C2C	Item-Selling, Spielverkäufe

Quelle: FRIELING 2011

Vor diesem Hintergrund lassen sich die **Interessenlinien der beteiligten Akteure** und die damit verbundenen rechtlichen Problemlagen zusammenfassen. Unterscheiden kann man zwischen den Interessen der Betreiber der virtuellen Welten, denen der Spieler und solchen der

Jedoch ist die rechtliche Basis für solche Geschäfte bisher umstritten, wobei Händler und Spielehersteller konträre Positionen einnehmen. Gemäß den Endbenutzerlizenzvereinbarungen von World of Warcraft ist diese Art von Geschäften ausdrücklich verboten und wird mit Schließung des Accounts geahndet. Vgl. ausführlich den Wikipedia und die dort angegebenen Quellen unter [http://de.wikipedia.org/wiki/World\\_of\\_Warcraft](http://de.wikipedia.org/wiki/World_of_Warcraft).

29 Der ARPU ist ein Kennwert für die Wirtschaftlichkeit eines Angebots (der zunächst in der Mobilfunkbranche verwendet wurde). Im Kontext virtueller Güter bezieht sich der Wert üblicherweise auf den Jahresumsatz pro Teilnehmer.

30 Zu den Geschäftsmodellen in den verschiedenen virtuellen Spielwelten vgl. ausführlich ACKERMANN u.a. (2010).

Allgemeinheit. Hinzu kommt die Unterscheidung zwischen den Ebenen „In-World“ und „reale Welt“. Interessen der **Spieler** ergeben sich zunächst aus Investitionen in das Spiel und deren Realisation in der virtuellen Welt. Sie bestehen in aufgewendeter Spielzeit, die sich vor allem in der zunehmenden Variabilität des Avatars niederschlägt sowie in der Programmierleistung bei der Erstellung der virtuellen Objekte niederschlägt. Zu berücksichtigen ist auch ein gemeinsames Interesse des **Spielbetreibers** und der Spieler an einem „fairen“ Spiel, d. h. am Einhalten der Spielregeln. Gegen die Spielregeln verstoßen etwa Aktivitäten wie „Cheating“, aber auch der „Real Money Transfer“, der weitere Verkauf von virtuellen Gegenständen außerhalb der Spielwelt. Bei letzterem werden zahlungskräftigen Spielern – jedenfalls nach den Maßstäben des Spiels – unangemessene Vorteile eingeräumt. Möglicherweise **betroffene Allgemeingüter** sind schließlich die Persönlichkeitsentwicklung von Jugendlichen, der Schutz informationeller Selbstbestimmung der Teilnehmer sowie generelle ökonomische und soziale Entwicklungen, die der Aufenthalt in den virtuellen Welten für die Gesellschaft mit sich bringt (SCHULZ und HEILMANN 2009: 13ff.).

#### 4. Zentrale rechtliche Problemstellungen

Die rechtliche Regelung der virtuellen Welt befindet sich erst in der **Anfangsphase**. Zum einen liegt dies in der Natur des Regelungsgegenstandes: Die virtuellen Güter sind eine Neuerung, so dass die aus der realen Welt bekannte und bewährte Typisierung der Rechtsverhältnisse auf sie nicht ohne weiteres übertragbar ist. Zum anderen sind der Nutzer der Online-Community, der streitige Gegenstand, die Geschehensräumlichkeiten usw. nicht an einen realen Ort gebunden. Die räumliche Einordnung ist allerdings für die Bestimmung des Anknüpfungspunktes für eine gesetzliche Regelung entscheidend, denn mangels „Weltrechts“ ist überwiegend **das jeweilige nationale Recht** anwendbar.

##### 4.1. Rechtsbeziehung zwischen Betreiber und Nutzer

Da es sich bei den Geschäften in der virtuellen Welt überwiegend um grenzüberschreitende Sachverhalte handelt, stellt sich zuerst die Frage, welches Recht anwendbar ist.<sup>31</sup>

Verträge zwischen Betreiber und Nutzer werden regelmäßig eine **Rechtswahlklausel** in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten, die die Anwendung des für den Nutzer ausländischen Rechts bestimmt.<sup>32</sup> Eine solche Vereinbarung ist möglich, da der Grundsatz der freien

---

31 Vgl. zur Fragestellung im Allgemeinen LEUPOLD und GLOSSNER (2011: Rn. 274 ff.).

32 So z.B. bei Second Life, „Terms of Service“ (TOS) des Betreibers Linden Research, Inc. („Linden Lab“): „12.2. The applicable law and venue for any non-arbitrated dispute is California. You agree that this Agreement and the relationship between You and Linden Lab shall be governed by the laws of the State of California without regard to conflict of law principles or the United Nations Convention on the International Sale of Goods“, abrufbar unter <http://secondlife.com/corporate/tos.php?lang=en-US#tos11>.

Rechtswahl nach Art. 3 Abs. 1 Satz 1 Rom I-VO auch gegenüber Verbrauchern gilt.<sup>33</sup> Die Klausel ist auch in der Regel für den Verbraucher nicht überraschend i. S. d. § 305c Abs. 1 BGB und somit wirksam. Denn der Nutzer weiß in der Regel, dass der Anbieter im Ausland sitzt, so dass das ausländische Recht Anwendung finden könnte. Allerdings finden bei den Verträgen mit deutschen Nutzern die zwingenden deutschen Verbraucherschutzvorschriften über Art. 6 Abs. 2 Rom I-VO und ggf. Art. 46 EGBGB Anwendung trotz der Rechtswahlklausel, so dass der Verbraucherschutz gewährleistet wird (LEUPOLD und GLOSSNER 2011: Teil 5, Rn. 281). Ist keine Rechtswahl vereinbart, so ist das Recht des Staates anzuwenden, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat, Art. 6 Abs. 1 Rom I-VO, was bei den deutschen Nutzern zur Anwendung des deutschen Rechts führt.

Die Einordnung des Vertrages zwischen dem Betreiber und Nutzer ist umstritten. So wird vertreten, dass es sich um einen Werkvertrag handelt, da die Leistung des Betreibers erfolgsbezogen ist (REDEKER 2007: Rn. 1014). Stellt man in Anlehnung an den BGH die technischen Leistungen in den Vordergrund, so könnte ein Mietvertrag vorliegen.<sup>34</sup> Es sind aber auch Elemente des Verwahrungsvertrages, Pachtvertrages (die Früchte bleiben beim Pächter) usw. vorhanden. Es spricht vieles dafür, dass ein **Vertrag sui generis** mit unterschiedlichen Elementen vorliegt (LOBER UND WEBER 2006: 839).

Dementsprechend ist es auch umstritten, welche Rechte am virtuellen Gut der Nutzer erwirbt. Jedenfalls wird es sich dabei nicht um Eigentum i. S. d. § 903 BGB handeln, der für bewegliche Sachen und für Grundstücke gilt. Virtuelle Güter stellen keine Sachen i. S. d. § 90 BGB dar, da sie keine körperlichen Gegenstände sind (RIPPERT und WEIMER 2007: 274). Vertretbar könnte aber ein Vergleich der virtuellen Güter mit Computerdaten sein. Hier wird es aber wohl an der Verkörperung auf einem Datenträger fehlen, um die Sacheigenschaft zu bejahen.<sup>35</sup> Jedenfalls wird das Eigentum wie jedes absolute Recht dadurch gekennzeichnet, dass der Rechtsinhaber auf bestimmte Rechtsobjekte einwirken und fremde Einwirkungen ausschließen darf (STAUDINGER 2002: § 903, Rn. 2). Das ist bei virtuellen Gütern nicht der Fall, da die Betreiber über die letzte Verfügungsmacht über die Gegenstände verfügen. Das sog. virtuelle Eigentum an virtuellen Gütern stellt **kein Eigentum** i. S. d. BGB dar.<sup>36</sup> Allerdings stellen virtuelle Gegenstände, insbesondere Avatare, einen Vermögenswert dar und sind übertragbar, so dass ihnen ein **immateriellgüterrechtsähnlicher Schutz** zu gewähren ist (RIPPERT und WEIMER 2007: 275).<sup>37</sup>

---

33 Verordnung (EG) Nr. 593/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Juni 2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom I).

34 Vgl. die Entscheidung von BGH zu Application Service Providing (ASP)-Vertrag, Beschluss v. 15.11.2006 (Neue Juristische Wochenschrift - NJW 2007: 2394).

35 So hat der BGH die Sacheigenschaft der Computerdaten bejaht, Urteil v. 14.07.1993 (Neue Juristische Wochenschrift - NJW 1993: 2436).

36 So zumindest die Rechtslage in Deutschland. In den USA hat ein Second Life Resident gegen dessen Betreiber Linden Lab wegen Eigentumsverletzung geklagt, da sein Konto wegen - wohl unter Ausnutzung der Schwachstellen des Systems - nicht zulässigen Tätigkeit (Kauf eines Grundstücks unter dem Preis) gesperrt wurde. Der Rechtsstreit endete mit einem Vergleich (Bragg v. Linden Research, Inc., 487 F. Supp. 2d 593 (E.D.Penn. 2007)).

37 Vertretbar erscheint zumindest bei den Gegenständen, die lediglich vom Betreiber zur Verfügung gestellt werden, ein bloßes Einräumen von Nutzungsrechten.

Andererseits sind beispielweise in den TOS von Second Life Klausel enthalten, die dem Betreiber das Recht vorbehalten, den Account unter bestimmten Voraussetzungen ohne Erstattung für den Nutzer schließen zu können.<sup>38</sup> Deswegen werden virtuelle Gegenstände teilweise als „labile Vermögenswerte“ bezeichnet, da der Wert in dem Gegenstand nur temporär besteht und unabhängig vom Willen des Nutzers entzogen werden kann (LEUPOLD und GLOSSNER 2011: Teil 10, Rn. 393).

#### 4.2. Rechtsbeziehung zwischen den Nutzern

Nicht eindeutig fällt die Qualifizierung des Vertrages über den „Verkauf“ eines virtuellen Gutes innerhalb einer Online-Welt und somit auch die Bestimmung der Gewährleistungsrechte aus. Es könnte bereits fraglich sein, ob die Akteure eines Onlinespiels bei ihren Tätigkeiten überhaupt über einen Rechtsbindungswillen verfügen, also ob z. B. dem Verkauf einer virtuellen Raumstation innerhalb des Spiels vom Rechtsverkehr eine rechterhebliche Bedeutung beigemessen wird. Denn ein **Rechtsbindungswille** ist notwendig, um einen Vertrag abschließen zu können. Was für einen nicht kundigen Außenstehenden wie eine spielerische und somit nicht ernstgemeinte Handlung aussieht (schließlich würde keiner auf die Idee kommen, beim Kauf einer „Schlossallee“ auf die Erfüllung des Vertrages zu pochen oder die Geschäftsfähigkeit des Käufers zu überprüfen), ist für den betroffenen Rechtskreis – die Online-Community – eine verbindliche Erklärung. Dafür spricht schon die wirtschaftliche Bedeutung solcher Käufe auch außerhalb der virtuellen Welt.<sup>39</sup>

Nimmt man die Rechterheblichkeit solcher Handlungen an, so bleibt die Frage, welches Recht Anwendung findet. Es ist bereits fraglich, ob bei dem Kauf eines virtuellen Guts, also eigentlich beim Tausch eines virtuellen Gutes gegen die virtuelle Währung, die Regelung der Kaufvorschriften nach Art. 4 Abs. 1 lit. a Rom I-VO Anwendung findet, so dass auf das Recht des gewöhnlichen Aufenthalts des „Verkäufers“ abzustellen wäre.<sup>40</sup> Zu demselben Ergebnis käme man aber auch über Art. 4 Abs. 2 Rom I-VO, wonach subsidiär auf das Recht der Vertragspartei abgestellt wird, die die charakteristische Leistung erbringt, was bei solchen Käufen das Recht des „Verkäufers“ wäre.<sup>41</sup> Jedenfalls bleibt die Bestimmung eines solchen Aufenthaltsortes schwierig, da die

---

38 Teil 11 der TOS „Suspension and termination of your account“.

39 So wurde 2009 die Raumstation „Crystal Palace“ in der Online-Welt „Entropia“ für 3 300 000 PED (Project Entropia Dollar) und somit für 330 000 US-Dollar verkauft, vgl. [http://www.entropiadirectory.com/wiki/Crystal\\_Palace\\_Space\\_Station](http://www.entropiadirectory.com/wiki/Crystal_Palace_Space_Station).

40 Zumindest liegt beim virtuellen Gut keine bewegliche Sache vor, vgl. Art. 4 Abs. 1 lit. a Rom I-VO: „Soweit die Parteien keine Rechtswahl gemäß Artikel 3 getroffen haben, bestimmt sich das auf den Vertrag anzuwendende Recht unbeschadet der Artikel 5 bis 8 wie folgt: a) Kaufverträge über bewegliche Sachen unterliegen dem Recht des Staates, in dem der Verkäufer seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat [...]“.

41 Vgl. Art. 4 Abs. 2 Rom I-VO: „Fällt der Vertrag nicht unter Absatz 1 oder sind die Bestandteile des Vertrags durch mehr als einen der Buchstaben a bis h des Absatzes 1 abgedeckt, so unterliegt der Vertrag dem Recht des Staates, in dem die Partei, welche die für den Vertrag charakteristische Leistung zu erbringen hat, ihren gewöhnlichen Aufenthalt hat“.

Geschäfte zwischen den Avataren der Nutzer in der Online-Welt stattfinden, so dass der reelle Aufenthaltsort des realen Menschen nicht ohne weiteres ermittelbar ist. Erst wenn es zu gerichtlichen Auseinandersetzungen kommt, wird die wahre Identität des Nutzers und somit sein Aufenthaltsort preisgegeben – und erst jetzt kann sich das Internationale Privatrecht entfalten. Die Vertragsparteien, zumindest der Käufer, erfahren somit das anzuwendende Recht erst beim Gerichtsverfahren. Das ist mit erheblichen **Rechtsunsicherheiten** für die Nutzer verbunden.

Die andere Möglichkeit ist, gemäß Art. 4 Abs. 4 Rom I-VO das Recht des Staates anzuwenden, zu dem der Vertrag die engste Verbindung aufweist.<sup>42</sup> Da die Rechtsbeziehungen zwischen den Nutzern der virtuellen Welten über den Betreiber abgewickelt werden, könnte der Schwerpunkt eines solchen Vertrages beim Sitz des Betreibers liegen. Das hätte den Vorteil, dass innerhalb einer virtuellen Welt dasselbe nationale Recht – nämlich das Recht des Betreibers – anzuwenden ist.

Ist das deutsche Recht anwendbar, so stellt sich weiter die Frage nach der **Qualifizierung des Vertrages**. Bei einem Kaufvertrag verpflichtet sich der Käufer, an den Verkäufer das Eigentum an der Sache oder ein Recht zu übertragen, §§ 433, 453 BGB. Virtuelle Güter stellen zumindest keine Sachen i. S. d. § 90 BGB dar (s.o.). Umstritten ist allerdings – wie oben dargestellt – ob sie immaterielle Güter darstellen oder nur bestimmte Nutzungsrechte sind. Jedenfalls setzt ein Kaufvertrag eine Gegenleistung des Käufers in Geld voraus, § 433 Abs. 2 BGB. Findet der Verkauf des Gegenstandes innerhalb der Online-Welt statt, so ist die Gegenleistung kein Geld, so dass kein Kaufvertrag vorliegt. Nichts anderes gilt auch für die Welt von Second Life: Zwar werden dort virtuelle Gegenstände mit den sog. Linden Dollars bezahlt, doch stellt dieses „Geld“ kein anerkanntes Zahlungsmittel dar. Da es an der Körperlichkeit der Gegenstände fehlt, handelt es sich auch nicht um einen Tauschvertrag, so dass ein **Vertrag sui generis** anzunehmen ist. Dementsprechend richten sich auch hier die Gewährleistungsansprüche nach dem Inhalt der Verpflichtung.<sup>43</sup>

Wird dagegen ein virtueller Gegenstand außerhalb der Online-Welt, z. B. über die Ebay-Plattform angeboten, handelt es sich um ein sog. „**Real Money Trade**“. Dann wird wohl ein Rechtskauf anzunehmen sein. Ein solches Geschäft verstößt regelmäßig gegen die „Spielregeln“ des Betreibers und somit gegen die AGB.<sup>44</sup> Jedoch könnte ein solches Veräußerungsverbot nichtig sein (LOBER und WEBER 2005: 660). Jedenfalls wird in allen Fällen auf der dinglichen Ebene zumindest das Nutzungsrecht am virtuellen Gegenstand gemäß §§ 413, 398 ff. BGB übertragen (RIPPERT und WEIMER 2007: 278).

In der virtuellen Welt sind ansonsten auch alle Vertragstypen wie in der realen Welt möglich: Ein (virtueller) Gegenstand kann geliehen, gemietet, geschenkt oder hergestellt werden, so dass die entsprechende Normen analog heranzuziehen sind.

---

42 Art. 4 Abs. 4 Rom I-VO: „Kann das anzuwendende Recht nicht nach Absatz 1 oder 2 bestimmt werden, so unterliegt der Vertrag dem Recht des Staates, zu dem er die engste Verbindung aufweist“.

43 Es werden wohl regelmäßig die kaufrechtlichen Vorschriften heranzuziehen sein.

44 Vgl. B. die Regelung I. 4 der World of Warcrafts-Nutzungsbestimmungen (Stand: 09.12.2010), abrufbar unter [http://eu.blizzard.com/de-de/company/legal/wow\\_tou.html](http://eu.blizzard.com/de-de/company/legal/wow_tou.html).

### 4.3. Urheberrechtsverletzung

Zumindest bei sozialen Welten werden den Nutzern weite Verwendungsmöglichkeiten eingeräumt, so dass neue Funktionen oder optische Gestaltungen individuell kreiert werden können. Diese Werke sind urheberrechtlich geschützt, wenn sie eine persönliche **geistige Schöpfung gemäß § 2 Abs. 2 UrhG** darstellen. So sind die individuellen Avatare urheberrechtlich geschützt (KLICKERMANN 2007: 768). Es entsteht somit das sog. geistige Eigentum am virtuellen Gut mit dessen Schaffung. Andererseits wird auch kontrovers diskutiert, ob die sog. **Cheatbots** – automatisierte Programme, mittels derer die Nutzer bestimmte Vorteile gegenüber anderen Mitspielern gewinnen – eine Urheberrechtsverletzung des Nutzers an den Rechten des Betreibers darstellen (WIEDUWILT 2008: 715).

### 4.4. Sonstige Rechtsgebiete

Erhebliche rechtliche Probleme bereitet auch der **Umgang mit personenbezogenen Daten** bei Onlinespielen. Solche Daten sind alle Informationen, die einen Bezug zu einer Person haben, somit neben den Bestandsdaten wie Name, Adresse usw. auch Daten, die Rückschlüsse auf das Verhalten des Nutzers ermöglichen.<sup>45</sup> So können Informationen erfasst werden, die auf motorische Schwächen oder Problemlösungsfähigkeit hindeuten.<sup>46</sup>

Auch beim **Datenschutz** stellt sich zuerst die Frage nach dem anwendbaren Recht. Kommt man zu Anwendbarkeit des deutschen Rechts, z. B. weil der Sitz des Anbieters oder der gewöhnlicher Aufenthalt des Nutzers in Deutschland ist, so finden sich die hier relevanten spezialgesetzlichen Regelungen unter anderem im **Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)** und **Telemediengesetz (TMG)**. Der Anwendungsbereich der Gesetze ist eröffnet, wenn personenbezogene Daten durch öffentliche oder nicht-öffentliche Stellen erhoben, verarbeitet oder genutzt werden (§ 1 BDSG und § 1 TMG). Für die Onlinespiele sind insbesondere §§ 11 ff. TMG relevant. Dort sind allgemeine Grundsätze des Umgangs mit den Daten, wesentliche Informationsverpflichtungen des Anbieters sowie Voraussetzungen für Datenverarbeitung ohne die Einwilligung des Nutzers geregelt.<sup>47</sup>

Im Übrigen ist die Verwirklichung der **Straftatbestände** in der virtuellen Welt wie im realen Leben möglich (LEUPOLD und GLOSSNER 2011: Teil 10, Rn. 372). Diebstahl, Raub sowie

---

45 Vgl. § 3 Abs. 1 BDSG: „Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer natürlichen Person (Betroffener)“.

46 Von manchen Unternehmen wird das Onlinespiel im Rahmen eines Bewerbungsverfahrens eingesetzt. So ersetzt das Spiel „Karrierejagd“ von der Firma Cyquest ein Assessment-Center in der realen Welt, abrufbar unter <http://www.karrierejagd.de>.

47 Vgl. dazu die Informationen des Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein, abrufbar unter <https://www.datenschutzzentrum.de/dos>. Der dort aufgeführte Leitfaden „Datenschutz in Online-Spielen“ vom 14. September 2010 ist als **Anlage** beigelegt.

Sachbeschädigung können mangels Sachqualität der virtuellen Gegenstände nicht verwirklicht werden.<sup>48</sup> Betrug kann sich allerdings auch innerhalb der virtuellen Welt abspielen. Daneben werden neue Möglichkeiten für Geldwäsche durch die Lieferung von virtuellen Gütern und Dienstleistungen eröffnet. Auch Delikte mit gewaltverherrlichenden, beleidigenden, verleumderischen, volksverhetzenden und pornografischen Inhalten können in der virtuellen Welt begangen werden.

## 5. Fazit

Der Markt für virtuelle Güter befindet sich derzeit noch in einem **relativ frühen Stadium** der Entwicklung. Festzuhalten ist, dass es sich bei virtuellen Gütern um eine neue, originäre Produktform handelt, die sich von konventionellen Produkten unter anderem durch die kontextuelle Einbettung in Online-Communities unterscheidet. Der Echtgeldhandel mit virtuellen Gütern stellt eine neue Variante des E-Commerce dar, bei der nicht nur der Kaufprozess im Internet stattfindet, sondern auch die Ware selbst online konsumiert wird. Es ist abzusehen, dass virtuelle Güter in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen werden. Von einem Massenmarkt kann derzeit allerdings noch nicht die Rede sein. Der **zunehmende kommerzielle Handel** mit virtuellen Gütern eröffnet vielschichtige Untersuchungsaspekte und wirft einige **grundlegende Fragen** auf. Auf rechtlicher Ebene stellt sich insbesondere das Problem der Anwendbarkeit des nationalen Rechts, der Qualifizierung der Verträge und der Bestimmung des Urheberrechtsschutzes. Aber auch sonstige Kriminalitätserscheinungen der realen Welt wie Betrug, Beleidigung und Mobbing sind der virtuellen Welt nicht fremd. Wie die bisherigen Erfahrungen mit der Internetwirtschaft zeigen, besitzen die virtuellen Welten ein gesellschaftlich und wirtschaftlich hohes Entwicklungspotenzial. Es wird jedoch entscheidend sein, dass die weitere Entwicklung der virtuellen Welten **nicht allein im Bereich der Onlinespiele** stattfindet, sondern sich letztlich im gesamten Wirtschaftsleben niederschlägt.

---

48 So wurden 2009 ein Himmelstränenband, Phönixschuhe, ein Siamesenmesser und sieben Millionen Yang „gestohlen“. Das Opfer war ein Avatar, der Tatort liegt im Cyberspace und es handelt sich um Ausrüstungsgegenstände eines Onlinespiels. Da der Nutzer die Daten selber weitergegeben hat, dürfte der Tatbestand des Ausspähsens von Daten erfüllt sein (LEUPOLD und GLOSSNER 2011: Teil 10, Fn. 699). Der Fall ist nachzulesen unter <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,604334,00.html>.

## 6. Literatur

ACKERMANN, Sebastian; WÜNDERLICH, Nancy V.; WANGENHEIM, Florian von (Hrsg.) (2010). Geschäftsmodelle in virtuellen Spielwelten: Eine Broschüre aus dem Forschungsprojekt Second Business. München: BoD – Books on Demand.

ADLER, Olivia; GASSNER, Oliver (2007). Second Life - Das Buch zum zweiten Leben. Köln: , O'Reilly.

BOGEN, Manfred; KUCK, Roland; SCHRÖTER, Jens (Hrsg.) (2009): Virtuelle Welten als Basistechnologie für Kunst und Kultur? Eine Bestandsaufnahme. Bielefeld: Transcript.

BÜCHNER, Thomas (2008). Die urheberrechtliche Schutzfähigkeit virtueller Güter. In: Kommunikation & Recht, Heft 7/8, 425-428.

BÜCHNER, Thomas (2011). Die rechtlichen Grundlagen der Übertragung virtueller Güter. Baden-Baden: Nomos.

CASTRONOVA, Edward (2002). On Virtual Economies. Cesifo Working Paper No. 752, July 2002, abrufbar unter [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=338500](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=338500).

FRIELING, Jens (2011). Virtuelle Güter: Grundlagen, Eigenschaften und Monetarisierung. MedienWirtschaft 2/2011, 14-21.

GRAU, Oliver (2004). Virtual Art: From Illusion to Immersion. Cambridge Mass.: MIT Press.

HABEL, Oliver (2008). Eine Welt ist nicht genug -Virtuelle Welten im Rechtsleben. Multimedia und Recht (MMR), Heft 2, 71-77.

IN-STAT (2010). Virtual Goods in Social Networking and Online Gaming (Abstract), November 2010, abrufbar unter <http://www.instat.com/abstract.asp?id=212&SKU=IN1004659CM> [Stand 20.09.2011].

KLICKERMANN, Paul (2007). Virtuelle Welten ohne Rechtsansprüche? Multimedia und Recht (MMR), Heft 12, 766-769.

LEUPOLD, ANDREAS; GLOSSNER, SILKE (2011). Münchener Anwaltshandbuch. IT-Recht. 2. Auflage. München: Beck.

LINDNER, Christian (2002). Avatare: Digitale Sprecher für Business und Marketing. Berlin: Springer.

LOBER, Andreas (2007). Virtuelle Welten werden real: Second Life, World of Warcraft & Co Faszination, Gefahren, Business. Hannover: Heise.

LOBER, Andreas; WEBER, Olaf (2005). Money for Nothing? Der Handel mit virtuellen Gegenständen und Charakteren. Multimedia und Recht (MMR), Heft 10, 653-660.

- 
- LOBER, Andreas; WEBER, Olaf (2006). Den Schöpfer verklagen – Hafteten Betreiber Welten ihren Nutzern für virtuelle Güter? Computer und Recht (CR), 836-844.
- MAI, Jochen (2011). Durch Daddeln zum neuen Job. Unternehmen entdecken Online-Spiele für die Personalsuche: Durch Social Games wollen Firmen neue Fachkräfte gewinnen. DIE ZEIT online, 21. März 2011, abrufbar unter <http://pdf.zeit.de/karriere/bewerbung/2011-03/recruiting-online-games.pdf>.
- NÄNNI, Matthias (2008). Der Vertrag über die Nutzung virtueller Welten. Jusletter 02/08, 25. Februar, abrufbar unter [www.rwi.uzh.ch/lehreforschung/alphabetisch/vdc/cont/Jusletter\\_MN.pdf](http://www.rwi.uzh.ch/lehreforschung/alphabetisch/vdc/cont/Jusletter_MN.pdf).
- PANNICKE, Danny; ZARNEKOW, Rüdiger (2008). Schlagwort „Virtuelle Welten“. Wirtschaftsinformatik, 51 (2) 215-219.
- PETERS, Ralf (2010). Internet-Ökonomie. Berlin: Springer.
- PREUB, Jesko (2009). Rechtlich geschützte Interessen an virtuellen Gütern. Berlin: Duncker & Humblot.
- PSCZOLLA, Jan-Peter (2008). Onlinespielrecht: Rechtsfragen im Zusammenhang mit Onlinespielen und virtuellen Parallelwelten. Marburg: Tectum-Verlag.
- QUANDT, Thorsten; WIMMER, Jeffrey; WOLLING, Jens (Hrsg.) (2009). Die Computerspieler. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- REDEKER, HELMUT (2007). IT-Recht. 4. Auflage. München: Beck.
- REIERMANN, Christian; SCHUMANN, Harald (2000). Globalisierung: Steueroase Internet. DER SPIEGEL, Nr. 24, 12.06.2000, zugleich abrufbar unter <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-16659103.html>.
- RIPPERT, STEPHAN; WEIMAR, KATHARINA (2007). Rechtsbeziehungen in der virtuellen Welt. Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht (ZUM), 272-282.
- SCHULZ, Wolfgang; HEILMANN, Stefan (2009). Reales Recht und virtuelle Welten. Berlin: FES.
- SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. (1999). Online zum Erfolg. Strategie für das Internet-Business. München: Langen Müller.
- SPINDLER, Gerald (2011). Der Schutz virtueller Gegenstände. Zeitschrift für geistiges Eigentum (ZGE), 3 (2) 129 - 150.
- STAUDINGER (2002). BGB-Kommentar. München: Sellier / de Gruyter.
- STRIEZEL, Julia (2010). Der Handel mit virtuellen Gegenständen aus Onlinewelten. Stuttgart: Boorberg.

WANHOFF, Thomas (2011). Wa(h)Re Freunde: Wie sich unsere Beziehungen in Sozialen Online-Netzwerken verändern. Heidelberg: Spektrum Akademie Verlag.

WIEDUWILT, HENDRIK (2008). Cheatbots in Online-Spielen –eine Urheberrechtsverletzung? Zeitschrift Multimedia und Recht (MMR), 715-719.

**7. Anlage: Leitfaden „Datenschutz in Online-Spielen“**