

# Ego-Shooter: Übers Ziel hinaus



Lange Zeit galt, dass nach dem Kauf eines Computerspiels alle Verbindlichkeiten zwischen Spieler und Hersteller beendet waren. Doch mittlerweile leistet der Spieler mehr als er weiß und ihm lieb ist.

**S**pätestens seit dem Spiel »World of Warcraft« war klar, dass die Spielercommunity bereit ist mehr zu leisten. Die Verbindlichkeiten enden heute nicht mehr am Ladentisch, in gewissen Genres ist es Usus weitere finanzielle Leistungen zu erbringen, um die Spiele insbesondere online nutzen zu können. Für die Online-Nutzung werden teilweise monatliche Gebühren verlangt, jedoch für die Hersteller sind detaillierte persönliche Informationen ihrer Spieler noch viel wertvoller. Diese müssen, für die Online-Nutzung via Endnutzer-Lizenzvereinbarung (EULA) ebenfalls über das Internet bekannt gegeben werden. Die Frage, die sich hier stellt, ist, wie weit die Hersteller gehen dürfen, um solche Informationen zu bekommen, und viel wichtiger, ab wann dabei eine rechtliche Grenze überschritten wird.

**Fragwürdige Vereinbarung.** Ein besonders interessanter Fall hat sich im Zuge der Veröffentlichung von »Battlefield 3« rund um die dabei verwendete EULA aufgetan. EULA ist die Nutzungsvereinbarung, der ein Kunde nach dem Kauf einer Software zustimmen muss, um diese nutzen zu können. Im Fall von Battlefield 3, das von EA-Games veröffentlicht und über die Online-Plattform Origin angeboten wird, waren die EULA in der ursprünglichen Version von fragwürdigem Inhalt. In den Bestimmungen wurde u.a. vom Spieler gefordert, Geschlecht, Postleitzahl, Geräte-IDs, Internetprotokolle und IP-Adressen bekannt zu geben. Darüber hinaus sah die EULA vor, dass der Spieler den Hersteller über die Online-Plattform dazu ermächtigt, die Daten zu sammeln, zu speichern und in anonymisierter Form weiterzugeben.

In Deutschland wurde deshalb eine Petition ins Leben gerufen, die den Verkauf von

Battlefield 3 in der Bundesrepublik gänzlich verhindern soll. Klar ist: sowohl die alten als auch die neuen Regelungen der EULAs verstoßen teilweise gegen geltendes Datenschutzrecht.

Wie in Deutschland festgestellt wurde, handelt es sich bei EULA um Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) zu denen Hersteller oder Verkäufer kontrahieren möchten. Als solche unterliegt eine EULA, wie alle anderen AGBs auch, einer Geltungs- und Inhaltskontrolle, damit sie wirksamer Vertragsbestandteil wird. Zuerst muss geprüft werden, ob die EULA überhaupt Vertragsbestandteil geworden ist und wenn dies der Fall ist, ob diese nicht gröblich benachteiligend wirkt.

Besonders kritisch ist der Punkt der Geltungskontrolle zu betrachten: Es ist notwendig, dass derjenige, der sich den AGB unterwirft zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses (bei einem Computerspiel ist dies in der Regel der Kaufvertrag im Geschäft des Verkäufers) in diese einsehen kann. Da der EULA aber erst nach der Installation des Spiels zugestimmt werden kann, also nach Abschluss des Kaufes, ist die Einsicht nicht möglich. Somit kann die EULA nicht Vertragsbestandteil werden und im Ergebnis kommt dem Spieler die Möglichkeit der Spielrückgabe zu.

Selbst wenn der Hersteller, wie angekündigt, bei der aktualisierten EULA von der anonymisierten Weitergabe absieht, erwecken auch die neuen Bestimmungen durchwegs den Eindruck man stimme der Installation von Spyware auf dem eigenen Rechner zu. Darüber hinaus ist abzuwarten, wie sich die problematische EULA auf den Verkauf des Spieles auswirkt, denn »Call of Duty«, der schärfste Konkurrent von »Battlefield 3« steht kurz vor der Veröffentlichung.

Daniel Piff

## Steckbrief

**Name:** Daniel Piff

**Position:** Research Assistant

**Organisation:** europäisches Zentrum für e-commerce und internetrecht

**Tel.:** (01) 535 46 60

**Mail:** office@e-center.eu

**Web:** www.e-center.eu

## Who is who?



Das »europäische Zentrum für e-commerce und internetrecht« ist die größte europäische Plattform für Rechtsfragen der Informations- und Kommunikationstechnologie. Unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Zankl sorgt es für Rechtssicherheit im E-Commerce und Mobile Business.

Partner des e-center sind: A1 Telekom Austria, DAS, Deloitte, Erste Bank, Hutchison 3G, MBO Media, Microsoft, Orange, Raiffeisen Informatik, Siemens, Six Card Solutions, Telering, T-Mobile, Wolf Theiss.

Näheres sowie profunde Rechtsinformation zu E-Commerce und IT-Law unter

[WWW.E-CENTER.EU](http://WWW.E-CENTER.EU)