

# INSERT COIN TO CONTINUE

Nutzung aktueller Finanzierungsmodelle digitaler Spiele von Kindern und Jugendlichen in Österreich

 **85%**  92%  77%  
haben bereits Spiele gespielt,  
in denen In-Game-Käufe möglich sind

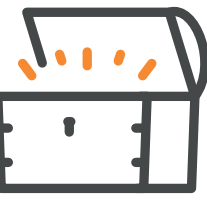
 **55%**  78%  32%  
haben bereits Geld für In-Game-Käufe ausgegeben


 **170€** werden durchschnittlich  
pro Person jährlich für  
In-Game-Käufe ausgegeben

 **64%** bezahlen über Paysafe  
und Guthabekarten\*

 **16%** nutzen simulierte Glücksspiel-  
angebote wie Coin Master oder  
Slotpark Casino\*

 **27%** haben Skins verkauft oder an  
Skin Gambling teilgenommen\*

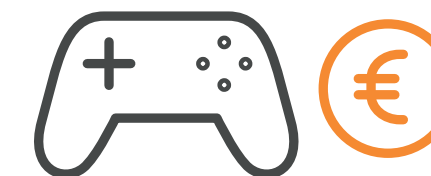
 **44%** haben Lootboxen gekauft oder  
geöffnet (Geldausgaben für Lootboxen  
betragen durchschnittlich 231 Euro  
pro Jahr und Person)\*

 **2,6%** erfüllen die Voraussetzungen für  
eine Videospielstörung (je höher die  
Geldausgaben, desto wahrscheinlicher  
ist eine Videospielstörung)\*



#### Beliebteste Influencer, die Pack Openings betreiben:


MontanaBlack  
Trymacs  
Paluten  
Eliasn97  
Standart Skill




#### Spiele, in denen am meisten Geld ausgegeben wird:


Counterstrike: Global Offensive  
FIFA  
Fortnite  
Genshin Impact  
Valorant

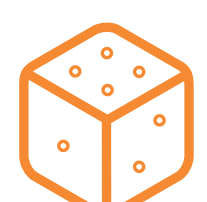
## Ergebnisse

 Geld in Spielen auszugeben ist bei Jugendlichen  
weitgehend normalisiert – 78 Prozent der  
männlichen Spielenden haben schon Geld für  
In-Game-Käufe ausgegeben

 Durchschnittlich investieren Spielende etwa  
14 Euro monatlich in Spiele, wobei einige Spielende  
besonders viel ausgeben: 10 Prozent der Spielenden  
sind für 73 Prozent der Ausgaben in Spielen  
verantwortlich

 Auch ökonomisch benachteiligte Jugendliche,  
die über wenig Geld verfügen, geben große Geld-  
mengen in Spielen aus – Grund dafür sind auch  
manipulative Mechaniken der Spielehersteller,  
die Spielende unter Druck setzen

 Influencer:innen und Streamer:innen zeigen  
einen starken Einfluss auf das Kaufverhalten  
von Jugendlichen in digitalen Spielen

 Es bestehen zahlreiche strukturelle Ähnlichkeiten  
zwischen In-Game-Käufen und Glücksspiel, was  
die Notwendigkeit von Regulierungsmaßnahmen  
unterstreicht. Einschlägige Regulierungsvorschläge  
wurden erarbeitet.



Basis: Quotiert repräsentative österreichweite Erhebung unter Schüler:innen  
zwischen 10 und 19 Jahren zu Geldausgaben für In-Game-Käufe (n=2610)



QR Code scannen, um den Bericht digital zu lesen:  
<https://doi.org/10.25364/401.2024.1>