



REPORT

Kauffunktionen in Social Media

Großes Angebot und unübersichtliche
Vorsorgemaßnahmen

Mai 2022

Social-Media-Dienste bieten immer mehr Kauffunktionen an, über die Nutzer:innen ihre Lieblings-Creator:innen finanziell unterstützen oder zusätzliche Dienstefunktionen freischalten können. jugendschutz.net recherchierte in neun Diensten angebotene Funktionen, Zahlungsmethoden und Preise sowie von den Anbietern ergriffene Vorsorgemaßnahmen zum Schutz junger Nutzer:innen. Es zeigte sich, dass Käufe beliebter und präsender Bestandteil der Dienstenutzung und auch für Minderjährige attraktiv sind. Vorsorgemaßnahmen werden noch nicht überall umgesetzt und fokussieren ausschließlich auf Altersbeschränkungen. Ob Minderjährige tatsächlich etwas kaufen können, ist aber auch von weiteren Faktoren abhängig, die sich aus dem Nutzungsweg ergeben.

jugendschutz.net recherchierte die bei Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, Twitter, Twitch, YouTube sowie den Kindercommunitys Momio und MovieStarPlanet implementierten Kauffunktionen. Dazu wurde die jeweils aktuellste App-Version für Android gesichtet und die Versionen für iOS sowie für gängige Browser stichprobenartig herangezogen.

Um alle verfügbaren Funktionen zu ermitteln, wurden die Dienste zunächst mit Accounts mit einer Altersangabe von 18 Jahren recherchiert. Die Sichtung der Vorsorgemaßnahmen erfolgte anschließend mit Accounts mit Altersangaben von 13 und 16 Jahren. Die beiden Kindercommunitys wurden ausschließlich mit einer Altersangabe von 13 Jahren recherchiert.

Im Folgenden werden zunächst die zum Zeitpunkt der Recherche verfügbaren Funktionen der Dienste dargestellt. Im Anschluss richtet sich der Fokus auf die Vorsorgemaßnahmen der Dienste sowie auf Faktoren, die die Nutzung durch Minderjährige beeinflussen.

Kauffunktionen zur Unterstützung von Creator:innen

Nutzer:innen beliebter Social-Media-Dienste machen gerne Gebrauch von angebotenen Kauffunktionen, über die sie direkt oder indirekt ihre Lieblings-Creator:innen finanziell unterstützen können.

Dadurch erhalten sie zusätzlich die Aufmerksamkeit der Creator:innen, aber z. B. auch Zugriff auf exklusiven Content. Viele Käufe werden direkt auch anderen Nutzer:innen namentlich angezeigt, was die Reichweite der eigenen Inhalte potentiell erhöhen kann.

Creator:innen

Je nach Dienst bezeichnet der Begriff „Creator:in“ entweder alle Personen, die Inhalte erstellen, oder nur die, die Teil des jeweiligen Partnerprogramms sind und ihre Inhalte monetarisieren können. Dieser Report versteht zunächst alle Inhalteersteller:innen unter diesem Begriff.

Partnerprogramme

Wer Mitglied im Partnerprogramm eines Social-Media-Dienstes ist, kann eigene Inhalte über Werbung oder Kauffunktionen monetarisieren. Um sich bewerben zu können, müssen Nutzer:innen bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Erforderlich ist meist z. B. eine bestimmte Reichweite und, dass durch die Creator:innen keine Richtlinienverstöße begangen wurden.

Informationen darüber, welchen Anteil des gezahlten Geldes die unterstützten Personen erhalten und welcher in die Tasche der Anbieter fließt oder als Transaktionsgebühr bei der Zahlung anfällt, gestalten die Dienste unterschiedlich transparent.

Während es z. B. bei YouTube möglich ist, die Informationen vor dem Kauf per Klick aufzurufen¹, muss bei TikTok die entsprechende Richtlinie² erst aktiv gesucht werden. Welchen Anteil Creator:innen hier erhalten, ist Account bezogen und bleibt am Ende unklar: Nutzer:innen erwerben gegen Echtgeld „Münzen“ und kaufen mit diesen virtuelle „Geschenke“. Creator:innen erhalten pro „Geschenk“ eine Anzahl „Diamanten“, die zu einem unbekanntem Umtauschsatz wieder in Echtgeld getauscht werden können.

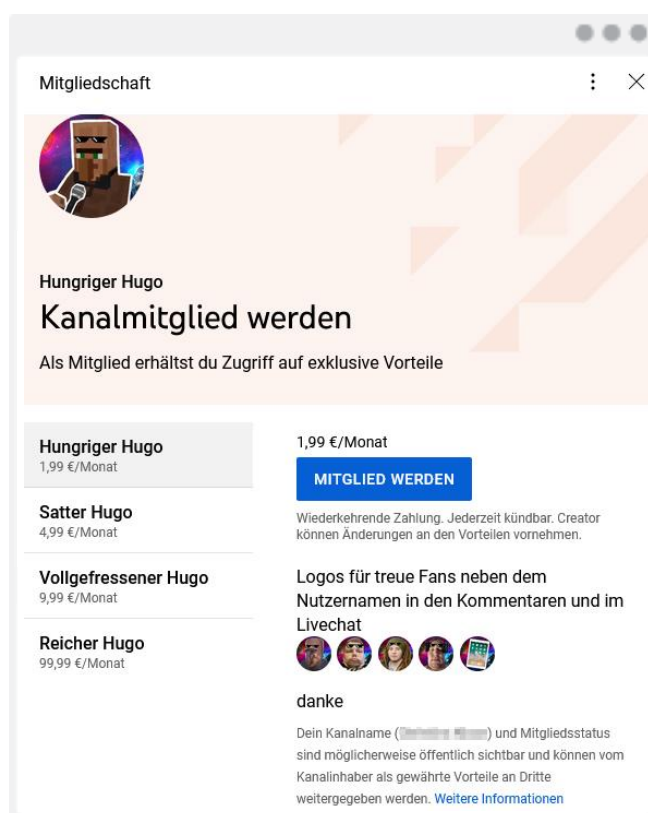
Abonnements/Mitgliedschaften für Profile oder Kanäle

Bei Facebook, Instagram³, Twitch und YouTube können Nutzer:innen kostenpflichtige Abonnements bzw. Mitgliedschaften⁴ für Profile und Kanäle abschließen, deren Inhaber:innen Teil der Partnerprogramme des jeweiligen Dienstes sind.

Ein kostenpflichtiges Abonnement abzuschließen, bietet für Nutzer:innen verschiedene Vorteile: Sie erhalten z. B. Zugang zu exklusivem Content, können besondere Emoticons nutzen oder ihre Beiträge in Livechats bei Creator:innen-Livestreams hervorheben lassen, wodurch sie mehr Aufmerksamkeit erhalten. Welche Vorteile im Abo enthalten und wie hoch die monatlichen Kosten sind, unterscheidet sich nicht nur je nach Dienst, sondern auch nach Profil/Kanal, wenn Creator:innen selbst verschiedene Abo-Pakete mit unterschiedlichen Angeboten zusammenstellen können.

Bei Facebook lag der maximale Preis zum Zeitpunkt der Recherche bei 4,99 €, bei Instagram bei 10,99 €. Bei YouTube konnten Creator:innen Mitgliedschaften in verschiedene Stufen mit unterschiedlichen Preisen und Vorteilen anbieten. Der recherchierte Maximalpreis für die höchste Stufe lag bei 99,99 € monatlich.

Auch die Browserversion von Twitch bietet ein mehrstufiges System, wobei der recherchierte Maximalbetrag für die höchste Stufe bei 19,99 € lag.



Übersicht über Stufen der Mitgliedschaften des Kanals „Hungriger Hugo“ auf YouTube.
(Quelle: YouTube: Original unverpixelt)

¹ Siehe <https://support.google.com/youtube/answer/9632365#zippy=%2Cdetails-zum-kauf>, „Creator erhalten 70 % der von Google anerkannten Super Thanks-Umsätze nach Abzug der lokalen Mehrwertsteuer und eventuell anfallender App Store-Gebühren für iOS. Alle Transaktionskosten, einschließlich Kreditkartengebühren, werden derzeit von YouTube übernommen.“, abgerufen am 10.05.22

² <https://www.tiktok.com/legal/virtual-items?lang=de> abgerufen am 10.05.2022

³ Die Funktion wird ausschließlich in den App-Versionen in einer Testphase mit zehn ausgewählten US-amerikanischen Creator:innen angeboten.

⁴ Bei YouTube heißt das kostenlose Folgen bei Kanälen „Abonnieren“, kostenpflichtig ist die Funktion „Mitglied werden“.

In allen Diensten sind die Abo-Funktionen prominent platziert und teils machen z. B. Sprechblasen noch einmal gezielt auf sie aufmerksam. Lediglich bei Twitch war die Funktion zum Zeitpunkt der Recherche in der Android-Version nicht ständig erreichbar, im Browser war sie aber in Kanälen und Livestreams jederzeit sichtbar und lockte im Recherchezeitraum mit verschiedenen Rabatten.

Virtuelle Geschenke versenden, Trinkgeld geben und kostenpflichtige Veranstaltungen

Alle Dienste außer Momio und MovieStarPlanet bieten Funktionen für Einzelkäufe an, über die Nutzer:innen die Creator:innen aus den jeweiligen Partnerprogrammen unterstützen können. Eine Ausnahme bildet TikTok: Hier können alle Nutzer:innen, die laut eigener Angabe über 18 Jahre alt sind, während eines Livestreams⁵ Geschenke empfangen, eine Mitgliedschaft im Partnerprogramm ist nicht notwendig.

Facebook, Instagram, TikTok, Twitch und YouTube bieten Kauffunktionen für die Zuschauer:innen bei Livestreams an. Über Käufe können Nutzer:innen die eigene Sichtbarkeit bei den Beschenkten und oft auch anderen Anwesenden direkt erhöhen, z. B. über hervorgehobene Chatnachrichten (YouTube) oder (animierte) Geschenke (TikTok). Bei Videos können sich Nutzerinnen bei YouTube zudem per „Super Thanks“⁶ und bei TikTok bei ausgewählten Accounts über Geschenke erkenntlich zeigen. Über Twitter können für von Creator:innen kostenpflichtig veranstaltete „Spaces“ (Live-Audio-Gespräche) Eintrittskarten erworben werden.

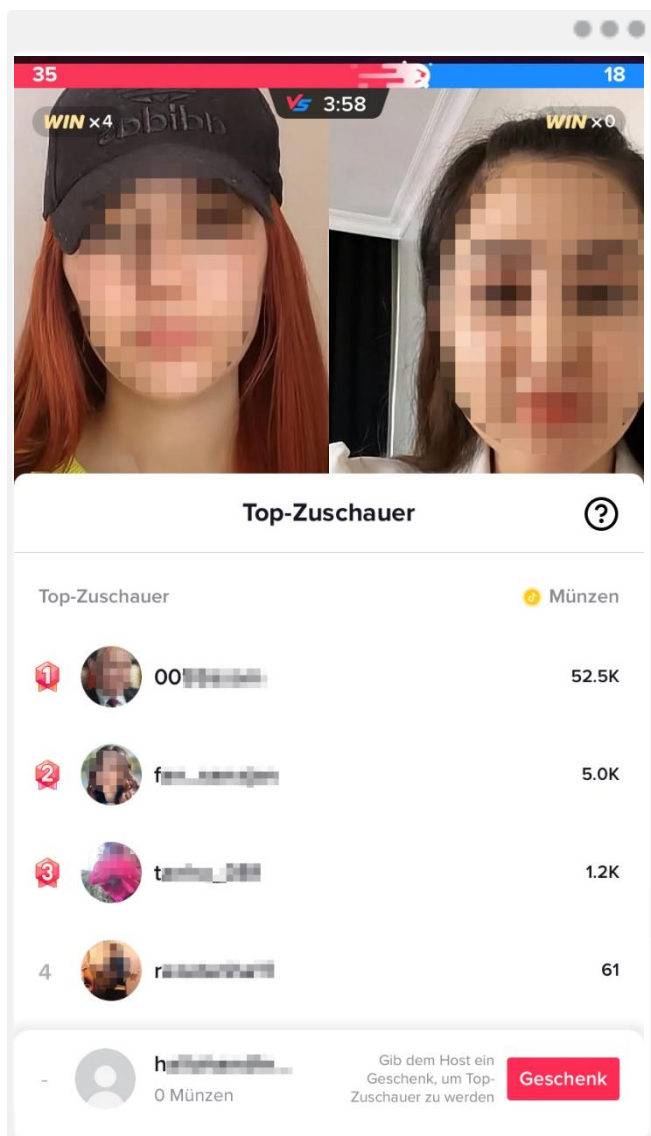
Während Nutzer:innen bei Facebook (Android), Instagram, Twitter und YouTube direkt in Euro bezahlen können, müssen sie in anderen Diensten ein verwirrendes dienste-internes Währungssystem durchschauen und tatsächliche entstehende Kosten kompliziert selbst errechnen. Durch diese Kostenintransparenz kann schnell der Überblick über Ausgaben verloren gehen.

Um die Funktionen bei TikTok, Twitch, Snapchat und Facebook (iOS) nutzen zu können, muss erst die jeweilige In-App-Währung gekauft werden. Dabei gibt es je nach Betriebssystem unterschiedliche Währungspakete mit teils großen Preisunterschieden. So z. B. bei TikTok: In der Android-Version konnten zum Zeitpunkt der Recherche bei einmaligem Kauf maximal 17.5000 Münzen für 286,59€ erworben werden, in der Browser-Version kostet dieselbe Menge nur 199,99€. Der maximal mögliche Einmalkauf über den Browser belief sich auf 2,5 Millionen Münzen für 28.750€. Das teuerste über den Browser verfügbare Geschenk (Donut) kostete 30 Münzen, in der Android-Version (TikTok Universe) 34.999 Münzen - was umgerechnet mehr als 570€ entsprach.

Alle benannten Einzelkauf-Funktionen sind in den Diensten schnell und einfach auffindbar – Gestaltungselemente wie Ranglisten der Schenkenden, das Hervorheben von Chatbeiträgen, das Anzeigen von Animationen oder das Erstellen von Geschenkewunschlisten machen zusätzlich auf diese aufmerksam. Bei TikTok finden sich zudem Ranglisten der Meistbeschenkten und „Matches“, bei denen zwei Personen parallel streamen können und die Person den Wettkampf gewinnt, die die meiste Unterstützung in Form von Likes und Geschenken in einer vorgegebenen Zeit erreicht.

⁵ Um streamen zu können, müssen Nutzer:innen mindestens 1.000 Follower:innen haben und eine Altersangabe von mindestens 16 Jahren haben.

⁶ „Super Thanks“ ist eine Animation, die einmalig nur Käufer:innen über dem Video angezeigt wird. Zusätzlich können diese einen individuellen, bunten und personalisierbaren Kommentar hinterlassen. Am ehesten vergleichbar ist die Funktion mit einem Trinkgeld.



Ansicht „Top-Zuschauer“ einer an einem Match beteiligten Streamerin. Erstplatziert ist die Person, die die meisten Geschenke während all ihrer Livestreams gesendet hat.

(Quelle: TikTok; Original unverpixelt)

Eine Obergrenze für Käufe gab es zum Zeitpunkt der Recherche lediglich bei zwei Diensten. YouTube begrenzte die Summe aller „Super Chats“, „Super Sticker“ und „Super Thanks“ pro Tag auf maximal 500 US\$ und in der Woche auf maximal 2.000 US\$. Bei Twitch konnten täglich maximal 500.000 „Bits“, die gegen „Cheermotes“ eingetauscht werden können, erworben werden – umgerechnet etwa 6.500 €.

Temporäre Abonnements und Schatztruhen an andere Nutzer:innen verschenken

Bei Twitch und Facebook können Nutzer:innen die zuvor beschriebenen Abonnements auch zum Verschenken an ausgewählte oder zufällig ermittelte Personen erwerben; die beschenkte Person erhält für den von der kaufenden Person gewählten Zeitraum des Abonnements Zugriff auf die jeweiligen Vorteile. Über das Verschenken von Abonnements können Käuferinnen Creator:innen direkt unterstützen, möglicherweise finden aber auch die Beschenkten Gefallen an den zusätzlichen Funktionen und werden nach Ablauf selbst neue Abonnent:innen.

Innerhalb von Livestreams bei TikTok können Nutzer:innen zudem „Schatztruhen“ gegen Münzen erwerben. Diese werden für alle Zuschauer:innen angezeigt und können nach Ablauf einer bestimmten Zeit „geöffnet“ werden. Die Schatztruhen können Käufer:innen unterschiedlich füllen, z. B. mit 200 Münzen, die nach Ablauf des Countdowns auf die ersten 30 Personen verteilt werden, die die Truhe per Klick öffnen.

Zum Zeitpunkt der Recherche konnten laut Anbieterinformationen täglich maximal 100.000 Münzen für Schatztruhen ausgegeben werden - bei Nutzung der Android-Version waren dies umgerechnet über 1.600 €.

Kauffunktionen zur Freischaltung weiterer Dienstfunktionen und Inhalte

Die Dienste bieten zudem Kauffunktionen an, die den Zugriff auf zusätzliche Funktionen und Inhalte des Dienstes selbst ermöglichen. Bei den explizit an Kinder und Jugendliche gerichteten Dienste Momio und MovieStarPlanet verspricht die Beschreibung der kostenpflichtigen Elemente einen besonders großen Mehrwert für die Nutzung. In allen Diensten werden vor allem Abonnements auffällig durch Pop-Ups oder Banner beworben.


Abonnements

Bei Momio, Twitch und YouTube können Nutzer:innen verschiedene kostenpflichtige Abonnements für Dienstfunktionen abschließen.

Momio offeriert über das „Fashion Club“-Abonnement z. B. täglich virtuelle Güter beim Einloggen sowie Vorteile gegenüber anderen Nutzer:innen, etwa in Form von kürzeren Wartezeiten, wegfallenden Limitierungen für Käufe von „Second Hand“-Items und exklusiven Spielfunktionen.






Ein solches Abo abzuschließen, kann den Spaß an der Nutzung deutlich erhöhen - nicht zuletzt, weil sich der für andere sichtbare Avatar stärker individualisieren lässt.

← Was ist der Fashion Club?



Die Mitgliedschaft im Fashion Club gibt dir Zugang zu exklusiven und coolen Funktionen!

Enthaltene Artikel

-  Jeden Tag an dem du dich einloggst einen Saphir und 300 Diamanten
-  Du kannst deine Sachen aus dem Kleiderschrank verkaufen
-  Trage mehr Sachen übereinander!
-  Früherer Zugriff auf neue Artikel im Shop
-  Keine Wartezeit oder Limit beim Kauf von Artikeln aus dem Second-Hand-Shop

MIT DEM EINKAUFEN FORTFAHREN

Übersicht über Vorteile des Fashion-Club-Abonnements. (Quelle: Momio)

Über „Twitch Turbo“ wird Abonnent:innen werbefreies Streaming sowie zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten wie neue Farben, „Emotes“⁷ oder ein exklusives Chat-Abzeichen⁸ geboten.

Abonnent:innen von „YouTube Music Premium“ können Musik z. B. werbefrei anhören, herunterladen oder bei Nutzung der App auch im Hintergrund wiedergeben. Das größere YouTube Premium-Abo umfasst das Musik-Abo und bietet dieselben Vorteile auch für alle anderen Videos und zusätzlich Werbefreiheit sowie Offline-Nutzung der YouTube Kids-App.

Die Abos aller drei Dienste werden jeweils mit einer Laufzeit von einem Monat mit automatischer Verlängerung angeboten: YouTube Premium kostete zum Zeitpunkt der Recherche 11,99 € (iOS: 15,99 €), YouTube Music 9,99 €, Twitch Turbo 8,99 US\$ (ca. 8,26 €) und der Fashion Club von Momio 6,99 €.

Für YouTube Premium war zudem ein Familienabo für 17,99 € erhältlich, das fünf Familienmitglieder nutzen konnten, sowie ein Prepaid-Jahrestarif ohne automatische Verlängerung für 119,99 €. Momio bot ein Halbjahres- (37,99 €) oder Jahrespaket (49,99 €) mit automatischer Verlängerung an.

Einzelkäufe

Bei Momio, MovieStarPlanet, Snapchat und YouTube sind Einzelkäufe für einzelne Dienstfunktionen oder Inhalte möglich. Bei Momio und MovieStarPlanet sind dies vor allem einmalige Käufe für Spielvorteile, die für Kinder und Jugendliche besonders interessant sind. Ein Jahr „Momio Plus“ kostete zum Zeitpunkt der Recherche einmalig 49,99 € und berechtigt z. B. zum Kauf besonderer Kleidung, auf die Standard-Nutzer:innen keinen Zugriff haben; dazu sind z. B. größere Gruppenchats möglich. Ähnlich verhält es sich bei MovieStarPlanet.

Hier steigen die Möglichkeiten zusätzlich mit dem ausgewählten VIP-Status und der Länge der Laufzeit. Ein Jahr „STAR VIP“ war mit 75 € am teuersten.

| Tier | Laufzeit | Preis | Zusätzliche Vorteile |
|-----------|----------|---------|----------------------|
| VIP | 1 Woche | 4,00 € | |
| | 1 Monat | 10,00 € | |
| | 3 Monate | 29,00 € | |
| | 1 Jahr | 55,00 € | |
| ELITE VIP | 1 Woche | 5,00 € | |
| | 1 Monat | 12,00 € | + 1 Item |
| | 3 Monate | 33,00 € | + 2 Items |
| | 1 Jahr | 69,00 € | + 5 Items |
| STAR VIP | 1 Woche | 6,00 € | |
| | 1 Monat | 13,00 € | |
| | 3 Monate | 35,00 € | |
| | 1 Jahr | 75,00 € | |

Übersicht über VIP-Stufen und Vorteile einzelner Laufzeiten bei MovieStarPlanet.

(Quelle: MovieStarPlanet)

Bei YouTube haben Nutzer:innen die Möglichkeit, Filme und Serien zu leihen oder zu kaufen. Die Preise variieren hier je nach Film bzw. Serie. Ein aktueller Film, der kürzlich erst in den Kinos lief, kostete zum Zeitpunkt der Recherche z. B. 26,99 €.

Neben diesen Funktionen, bei der die Zahlung direkt in Euro erfolgt, finden sich bei Momio, MovieStarPlanet und Snapchat auch Einzelkauf-Funktionen, bei denen die tatsächlichen Kosten intransparent sind.

Nutzer:innen können bei Momio In-App-Währungspakete kaufen, zum Zeitpunkt der Recherche z. B. 90 „Saphire“ oder 27.000 „Diamanten“ für je 16,99 €, die dann gegen Items, z. B. Kleidung, getauscht werden können. Der Preis für einzelne Items variiert stark, das teuerste von einer Nutzerin angebotene Kleid lag bei 1.200 Saphiren, umgerechnet etwa 226 €. Der Dienst bietet außerdem Pakete an, die eine Mischung aus einzelnen Items und In-App-Währung umfassen. Das teuerste lag bei 39,99 €. Bei Snapchat kann die In-App-Währung „Tokens“ in implementierten Mini-games z. B. für das Freischalten von Levels eingesetzt werden. Das mit 1.100 „Tokens“ größte Paket kostete 9,99 €.

⁷ „Emotes“ sind grafische Elemente über die Gefühle, Reaktionen und Meinungen ausgedrückt werden. Vgl. <https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/learn-the-basics/emotes/>, abgerufen am 15.05.22.

⁸ Chat-Abzeichen sind Symbole, die im Chat vor dem eigenen Nutzernamen angezeigt werden.

Funktionen zum Spenden von Geld

Auf Facebook, Instagram und YouTube haben Nutzer:innen auch die Möglichkeit, Echtgeld zu spenden. Wer zum Spenden aufrufen und für wen gespendet kann, ist unterschiedlich gestaltet.

YouTube ermöglicht es nur Partner-Kanälen aus Kanada, den USA und dem Vereinigten Königreich mit mindestens 10.000 Abonnent:innen Live-Chat-Spenden für US-amerikanische von YouTube akzeptierte NonProfit-Organisationen zu generieren.

Bei Instagram können alle Nutzer:innen eine Spendenaktion starten. Die Auswahl ist hier auf von Instagram ausgewählte gemeinnützige Organisationen mit einem Profil im Dienst beschränkt.

Spenden für gemeinnützige Organisationen können auch bei Facebook gesammelt werden. Der Dienst erlaubt Nutzer:innen auch eine eigene Aktion mit einem Sammelziel anzulegen, ohne dabei die Gemeinnützigkeit belegen zu müssen.

Die Spendenhöhe kann bei allen Diensten über ein Freitextfeld festgelegt werden; das von den Diensten gesetzte Maximum pro Spendenvorgang belief sich zum Zeitpunkt der Recherche bei Instagram auf 50 €, bei Facebook auf 950 € und bei YouTube auf 8.000 €.

Teils altersdifferenzierte Vorsorgemaßnahmen, keine verlässliche Altersprüfung

Die meisten großen Social-Media-Dienste legen in ihren AGB ein Mindestalter von 13 Jahren für die Nutzung fest, unter 18 Jahren benötigt man das Einverständnis der Erziehungsverantwortlichen. Nur YouTube sieht für einen selbstverwalteten Account ein Mindestalter von 16 Jahren vor, darunter ist eine Verwaltung durch die Eltern über das Tool zur elterlichen Begleitung (Family Link) erforderlich.

Eine verlässliche Altersprüfung erfolgt in keinem Dienst, Zugangsbeschränkungen für den gesamten Dienst und auch die jeweiligen ergriffenen altersdifferenzierten Vorsorgemaßnahmen zum Schutz junger Nutzer:innen basieren auf deren eigener Altersangabe. jugendschutz.net beobachtet immer wieder eine Nutzung der Dienste durch Kinder unter dem Mindestalter und auch von Funktionen, die mit speziellen Altersgrenzen versehen sind.

Die beiden an Kinder gerichteten Dienste begrenzen das Alter dagegen nach oben: Momio legt fest, dass Nutzer:innen unter 18 Jahre alt sein müssen, MovieStarPlanet „rät davon ab, dass Erwachsene ab 18 Jahren diese Website verwenden“. Auch hier wird das Alter nicht überprüft, altersdifferenzierte Vorsorgemaßnahmen werden bei diesen Diensten nicht ergriffen.

Alle Dienste verweisen in ihren Richtlinien darauf, dass Minderjährige Käufe nur mit dem Einverständnis der Erziehungsverantwortlichen tätigen dürfen, holen dieses aber nicht explizit ein. In Hinblick auf Kauffunktionen zeigte die Recherche, dass die Altersdifferenzierung von Funktionen bislang die einzige von einigen Diensten eingesetzte Vorsorgemaßnahme ist, und diese sich lediglich in einer Zugangsbeschränkung für jüngere Nutzer:innen erschöpft.⁹

Bei Snapchat und Twitch konnten in der Recherche keinerlei altersdifferenzierte Vorsorgemaßnahmen hinsichtlich Kauffunktionen beobachtet werden. Auch bei YouTube waren alle Funktionen ab dem Mindestalter von 16 Jahren erreichbar. TikTok und Twitter beschränkten dagegen alle angebotenen Kauffunktionen auf Profile mit Altersangaben über 18 Jahren.

Facebook ermöglichte nur Profilen mit einer Altersangabe ab 16 Jahren das Nutzen der Spendenfunktion, alle anderen Funktionen waren ab 13 verfügbar.

⁹ Eine Übersicht über Funktionen und Altersdifferenzierungen der recherchierten Dienste findet sich im Anhang.

Bei Instagram konnten alle Nutzer:innen in der iOS-Version Profile kostenpflichtig abonnieren, bei Android war dies erst ab 16 Jahren möglich. Die Spendenfunktion war dagegen in der iOS-Version erst ab 16 Jahren verfügbar und konnte in der Android-Version von allen genutzt werden. Lediglich das Versenden von Abzeichen war in beiden Versionen erst ab 18 Jahren verfügbar.

Käufe zusätzlich abhängig von Bezahlungsmöglichkeiten und Vorsorgemaßnahmen der Stores

Die Recherche ergab, dass es von verschiedenen Faktoren abhängig ist, ob Kinder und Jugendliche in einem Dienst einen Kauf tätigen können. Neben den Vorsorgemaßnahmen in Form von Alterstrennung in den Diensten selbst, spielt auch der Nutzungsweg eine Rolle. Dieser beschränkt teils die zur Verfügung stehenden Zahlungsmittel, die unterschiedlich zugänglich für junge Nutzer:innen sind. Bei der mobilen Nutzung, die insbesondere bei den großen Social-Media-Diensten sehr verbreitet ist, kommen aber auch noch Beschränkungen und Tools zur elterlichen Begleitung der Stores selbst ins Spiel.

Bei den Android-Versionen der Dienste erfolgt die Zahlung und Verwaltung von Käufen und Abonnements immer über Google Play, bei allen iOS-Versionen über den App Store. Diese bieten als Zahlungsmethode unter anderem auch Guthabekarten an, die auch für Kinder und Jugendliche im Einzelhandel erwerbbar sind.¹⁰

Sowohl bei Apple als auch bei Google ist die Verwaltung von Accounts unter 16 Jahre durch Erziehungsverantwortliche grundsätzlich vorgesehen und wird bei Eingabe eines darunterliegenden Alters bei der Registrierung angefordert. Allerdings ist es möglich, diesen Vorgang abubrechen und das Alter zu korrigieren, eine verlässliche Prüfung erfolgt also nicht.

Nutzen Erziehungsverantwortliche die Begleitmöglichkeiten hingegen und beschränken die Nutzung von Apps z. B. nach deren Altersfreigabe, haben Kinder ggf. gar keinen Zugriff auf die Dienste.

Bei der Nutzung eines Dienstes kann ein Kauf erfolgen, wenn,

- Kinder/Jugendliche das vom Dienst selbst vorgesehene Alter erreicht oder vorgetäuscht haben UND
- Kinder/Jugendliche das von Apple/Google vorgesehene Alter von 16 Jahren für einen selbstverwalteten Account erreicht oder vorgetäuscht haben UND Zugriff auf eine Zahlungsart wie z. B. eine Guthabekarte haben ODER
- die Erziehungsverantwortlichen bei der Nutzung des Tools zur Begleitung allen Käufen per Einstellung oder einem gezielt angefragten Kauf zugestimmt UND eine Familienzahlungsmethode hinterlegt haben.

Nicht alle Dienste sind vollumfänglich auch über den Browser nutzbar. Sofern Kauffunktionen angeboten werden, beschränken sich die Zahlungsmöglichkeiten oft auf Kreditkarten, PayPal und weitere, auf die Minderjährige nicht unmittelbar Zugriff haben. Lediglich Twitch bietet auch im Browser die Nutzung von Geschenkkarten und „Barzahlen“ als Option und bei Momio ist eine Bezahlung per SMS möglich.

Fazit

Kauffunktionen sind in beliebten Diensten sehr präsent. Sie sind Teil des Finanzierungsmodells der Dienste und bieten Creator:innen in den Partnerprogrammen neben dem Schalten von Werbung zusätzliche Möglichkeiten, ihre Inhalte zu monetarisieren. Angebotene Funktionen sind meist schnell und einfach erreichbar, Gestaltungselemente wie PopUps oder Sprechblasen machen Nutzer:innen zusätzlich auf diese aufmerksam.

¹⁰ Siehe auch Report [„Guthabekarten - Filme und Spiele online kaufen“](#), jugendschutz.net, Juli 2020

Eine zusätzliche Erhöhung der Sichtbarkeit erfolgt z. B. durch animierte Geschenke, die auch andere Nutzer:innen auf einen getätigten Kauf aufmerksam machen, und Elemente wie Ranglisten oder Wunschlisten. Jenseits der Ausgestaltung durch den Dienst, trägt auch das Verhalten der Creator:innen dazu bei: In Livestreams und Videos werben sie oftmals aktiv um Unterstützung in Form von Geschenken und Abos.

Die Vorteile, die Käufe mit sich bringen, sind dabei überwiegend auch für Kinder und Jugendliche interessant: Eine Erweiterung der Dienstfunktionen kann die Nutzung vereinfachen oder den Spaß durch zusätzliche Inhalte und Gestaltungselemente erhöhen. Käufe für die Lieblings-Creator:innen können diese auf einen aufmerksam machen und z. B. dazu führen, dass man mit ihnen ins Gespräch kommt. Und auch andere Nutzer:innen nehmen einen möglicherweise häufiger wahr, was nicht zuletzt für diejenigen spannend sein kann, die sich eine Karriere als Influencer:in wünschen.

Alle recherchierten Dienste schließen in ihren Richtlinien Käufe durch Minderjährige ohne Einverständnis der Eltern aus, holen dieses aber nicht gesondert ein. Die großen Social-Media-Dienste setzen bei Vorsorgemaßnahmen derzeit auf eine Altersbeschränkung ausgewählter Funktionen. Eine Wirkung entfaltet sich bei dieser Maßnahme nur dann, wenn eine wahrheitsgemäße Altersangabe gemacht wurde.

Ausgerechnet jene Dienste, die sich gezielt an Kinder und Jugendliche richten, ergreifen keinerlei Vorsorgemaßnahmen, um Kinder vor unreflektierten Käufen und ungewollt hohen Kosten zu schützen. Die von diesen Diensten hinsichtlich anderer Nutzungsrisiken bereits angebotenen Tools zur elterlichen Begleitung¹¹ bieten Erziehungsverantwortlichen bislang keine Möglichkeit, Käufe zu begleiten oder zu beschränken.

Bei der mobilen Nutzung aller Dienste können Erziehungsverantwortliche zur Begleitung ihrer Kinder auf die Tools zur elterlichen Begleitung zurückgreifen, die Google und Apple bereitstellen, deren Vorhandensein jedoch die Diensteanbieter nicht aus der Verantwortung nimmt.

Der bewusste und vernünftige Umgang mit den eigenen finanziellen Ressourcen ist eine wichtige Entwicklungsaufgabe, dazu gehört es auch, den Umgang mit digitalen Zahlungen zu erlernen. Hinzu kommt, dass es besonders für Kinder und Jugendliche heute kaum noch einen Unterschied macht, ob sie ihr Taschengeld für reale oder virtuelle Güter ausgeben – beides ist gängig und für sie von Wert. Anstatt sie also diensteseitig gänzlich von Kauffunktionen auszuschließen, wäre es im Sinne der Teilhabe wünschenswert, Kinder und Jugendliche altersgemäß zu unterstützen: Abonnements sollten erst ab 18 Jahren oder nach eingeholter Zustimmung der Erziehungsverantwortlichen abgeschlossen werden können, um sie vor unüberschaubaren Kosten zu schützen.

Bei Einzelkäufen wären im Sinne der Entwicklungsaufgabe Kinder und Jugendliche nicht von Käufen auszuschließen, die Kosten aber z. B. durch eine altersangepasste monatliche Obergrenze zu beschränken, um sie vor ungewollt hohen Kosten zu schützen.

Die Dienste sollten Minderjährige dabei unterstützen, Kaufentscheidungen wohl überlegt und ausreichend informiert zu treffen. Hierzu sollten sie für junge Nutzer:innen verständliche Informationen vor einem Kauf zur Verfügung stellen, nicht zuletzt auch zu den tatsächlichen Kosten, wenn im Dienst eine oder mehrere eigene Währungen zum Einsatz kommen. Voraussetzung für eine gelingende Umsetzung wäre dabei – wie bei anderen Vorsorgemaßnahmen der Dienste auch – eine verlässliche Prüfung des Alters.

¹¹ Vgl. Report „[Kinder schützen in Social Media](#)“, jugendschutz.net, Mai 2021

Anhang

Übersicht über Altersdifferenzierung der implementierten Kauffunktionen

| Dienst | Altersbeschränkung laut AGB | Mit Mindestalter verfügbare Funktionen | Kategorie |
|-----------------|---|--|---|
| Facebook | Ab 13 | <ul style="list-style-type: none"> • Profil-Abos • Abos verschenken • Sterne versenden | Ab 16: Spenden |
| Instagram | Ab 13 | <ul style="list-style-type: none"> • Android: Spenden • iOS: Profil-Abos | Ab 16: <ul style="list-style-type: none"> • Android: Profil-Abos • iOS: Spenden Ab 18: Abzeichen versenden |
| Snapchat | Ab 13 | <ul style="list-style-type: none"> • Geschenke versenden • Spielinhalte kaufen | |
| TikTok | Ab 13 | - | Ab 18: <ul style="list-style-type: none"> • Geschenke versenden • Schatztruhen versenden |
| Twitter | Ab 13 | - | Ab 18: Tickets für Spaces |
| Twitch | Ab 13 | <ul style="list-style-type: none"> • Kanal-Abos • Abos verschenken • Cheermotes versenden • Abo „Twitch Turbo“ | - |
| YouTube | Selbstverwalteter Account ab 16, darunter Verwaltung über Family Link | <ul style="list-style-type: none"> • Kanal-Mitgliedschaft • Superchat, Supersticker und SuperThanks • Abo „YouTube Premium“ • Abo „YouTube Music Premium“ • Filme und Serien • Spenden | - |
| Momio | Für die aktive Nutzung nicht älter als 18 | <ul style="list-style-type: none"> • Abo „Fashion Club“ • Momio Plus • Diamanten- und Saphirpakete • Itempakete • Einzelne Items | - |
| MovieStarPlanet | Nicht klar geregelt „MovieStarPlanet-Spiele sind vor allem für Spieler im Alter von 8 bis 15 Jahren gedacht. MovieStarPlanet rät davon ab, dass Erwachsene ab 18 Jahren diese Website verwenden.“ | VIP | - |

Weiterführende Informationen



Meldemöglichkeiten



Über jugendschutz.net

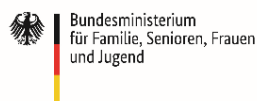
jugendschutz.net fungiert als das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie wirkt darauf hin, dass Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen beseitigt und Angebote so gestaltet werden, dass Kinder und Jugendliche sie unbeschwert nutzen können.

Die Jugendministerien der Länder haben jugendschutz.net 1997 gegründet. Die Stelle ist seit 2003 an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden. jugendschutz.net wird finanziert von den Obersten Landesjugendbehörden, den Landesmedienanstalten und gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

jugendschutz.net nimmt über seine Online-Beschwerdestelle Hinweise auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz entgegen. Verstöße im Netz können gemeldet werden unter:
<https://www.jugendschutz.net/verstoss-melden>



Gefördert vom:



Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFZA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

Kontakt
jugendschutz.net
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

Inhaltlich verantwortlich
Stefan Glaser
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

**JUGEND
SCHUTZ.NET**