

THEMA

NETZPOLITIK

Battle Royale um die App-Stores

Joël Adami

Mit einer kalkulierten Vertragsverletzung hat der Spielehersteller Epic Games Apple und Google herausgefordert. Was der Streit um Fortnite mit der Zukunft digitaler Plattformen zu tun hat.

Das Shooter-Spiel „Fortnite Battle Royale“ ist seit dem 13. August nicht mehr in den App-Stores von Apple und Google zu finden. Das nicht etwa durch einen Fehler oder einen freiwilligen Rückzug, sondern durch ein gezieltes Manöver des Herstellers Epic Games – der seinen Europasitz in Luxemburg hat. Die juristischen Auseinandersetzungen, in die die Firma die beiden Plattformbetreiber Google und Apple hineingezogen hat, könnten über Jahre andauern und die Art und Weise, wie viele Nutzer*innen das Netz aktuell erleben, grundlegend verändern.

Fortnite, bei dem jeweils 100 Spieler*innen in einer stetig schrumpfenden Spielwelt gegeneinander antreten und versuchen müssen, als letzte zu überleben, ist aktuell eins der beliebtesten Spiele überhaupt. Laut Epic gab es im Mai diesen Jahres 350 Millionen registrierte Spieler*innen. „PlayerUnknown's Battlegrounds“, das mit dem gleichen Spielprinzip das direkte Konkurrenzprodukt darstellt, zählte Ende des letzten Jahres 600 Millionen Downloads. Fortnite gilt dennoch als erfolgreicher, da es mehr aktive Spieler*innen und vor allem mehr Gewinn zu verzeichnen hat.

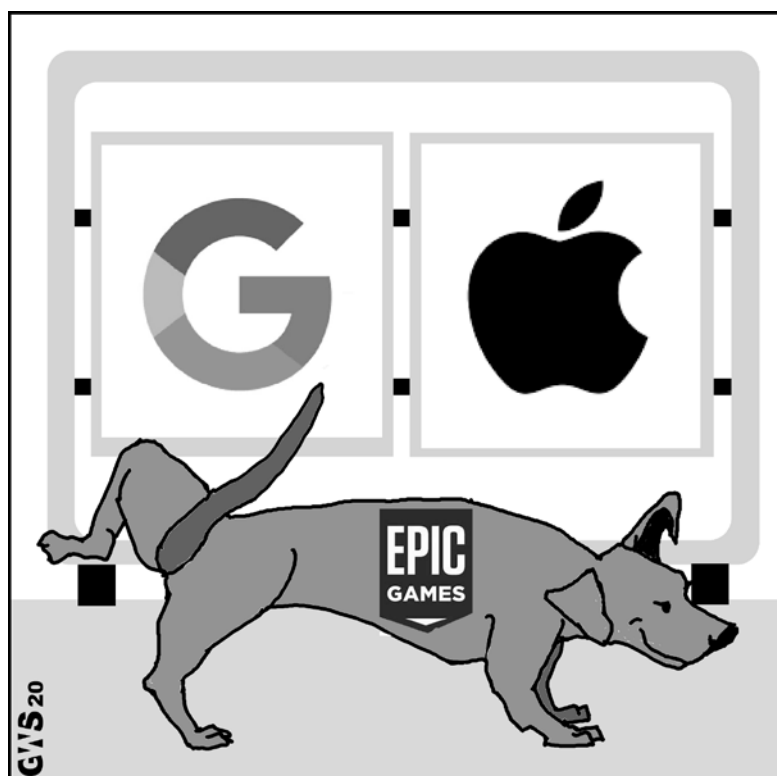
Das bunte, comicartige Spieldesign richtet sich vor allem an jüngere

Spieler*innen. Anders als bei vielen anderen Handyspielen zählt alleine das spielerische Können und nicht der Geldbeutel: Zahlen kann man bei Fortnite lediglich für kosmetische Änderungen, also andere Spielcharaktere, virtuelle Rucksäcke und die Möglichkeit, mit sogenannten „emojes“ Tänze oder andere Bewegungen auszuführen.

30 Prozent von 2 Milliarden

Der Fakt, dass das Spiel auch als langweiliger Standardcharakter gespielt und gewonnen werden kann, hindert jedoch kaum jemanden daran, Geld dafür auszugeben: 2019 verdiente Epic 1,8 Milliarden US-Dollar, im Vorjahr waren es sogar 2,4 Milliarden. Das liegt auch daran, dass Fortnite die Möglichkeit, virtuelle Güter zu erwerben, aggressiv bewirbt und mit der „Fear of missing out“ seiner oftmals jugendlichen Kund*innen spielt.

Für Epic gab es dabei nur einen Haken: Google und Apple nehmen sich 30 Prozent von allen Verkäufen virtueller Güter, die über Smartphones und Tablets in der App abgewickelt werden. Genau dieses Prinzip stellt der Spielehersteller nun in Frage. Am vergangenen Donnerstag war es in der Fortnite-App möglich, direkt bei Epic zu kaufen – mit einem Rabatt von 20 Prozent. Das war ein Bruch der Nutzungsbedingungen, die App-Entwickler*innen mit Apple und Google abschließen. Wenige Stunden später wurde Fortnite sowohl aus





dem App-Store von Apple, als auch aus Googles Play Store verbannt. Prompt folgte der Gegenschlag: Epic Games klagte wegen Wettbewerbsverzerrung und Monopolbildung gegen beide Firmen.

Besonders mit Apple, auf dessen iPhones es beinahe unmöglich ist, Apps zu installieren, die nicht aus dem offiziellen App-Store stammen, geht Epic hart ins Gericht. Innerhalb des Spiels wurde ein Video mit dem Namen „Nineteen Eighty-Fortnite“ veröffentlicht. Es ist eine Kopie des „1984“-Werbespots von Apple, der eine Heldin zeigt, die in einer dystopischen, gleichförmigen Welt mit einem Vorschlaghammer einen Bildschirm des „Big Brother“ zerstört und für Unruhe sorgt. 1984 ist nämlich nicht nur das Jahr, in dem George Orwells Roman spielt, sondern auch die Geburtsstunde des Macintosh. Der Werbespot, bei dem übrigens Ridley Scott Regie führte, war damals eine Kampfansage an den Monopolisten IBM, der den PC-Markt beherrschte.

Epic ersetzte den „Big Brother“ durch einen sprechenden Apfel und zeichnet sich selbst als mutige Rebellen gegen den Monopolisten Apple. Ob in der Fortnite-Zielgruppe viele den Originalspot kennen, kann bezweifelt werden – bei Apple wird die Botschaft sicherlich angekommen sein.

Vom Rebell zum Big Brother

Allerdings reagierte man eher gelassen: „Epic hatte seit einer Dekade Apps im App-Store und pro-

fitierte vom App-Store-Ökosystem, unter anderem den Tools, den Tests und der Distribution, die Apple allen Entwickler*innen bereitstellt. Epic hat die App-Store-Nutzungsbedingungen akzeptiert und wir freuen uns, dass sie so ein erfolgreiches Unternehmen mit dem App-Store aufbauen konnten. Der Fakt, dass ihre Geschäftsinteressen sie nun dazu verleiten, ein spezielles Arrangement aushandeln zu wollen, ändert nicht den Fakt, dass diese Regeln ein ‚Level Playing Field‘ für alle Entwickler*innen schaffen und den Store sicher für alle Nutzer*innen machen“, so der iPhone-Hersteller. Man wolle mit Epic zusammenarbeiten, um eine Lösung zu finden, sodass Fortnite in den App-Store zurück könne. Doch Epic will sicherlich mehr, als nur sein Spiel zurück in den App-Store zu bringen.

Immerhin versucht der Spielehersteller in der Welt der PC-Games mit dem Epic Game Store bereits ein Quasi-Monopol aufzubrechen. Auch der Marktführer Steam nimmt 30 Prozent Provision auf jedes verkaufte Spiel. Epic setzt dem lediglich 12 Prozent Gewinnbeteiligung entgegen und versucht, mit Exklusivtiteln und kostenlosen Spielen, Nutzer*innen an sich zu binden. Es liegt nahe, dass Epic ebenfalls einen App-Store aufbauen möchte, um Apple und Google Konkurrenz zu machen. Einen alternativen Store anzubieten, ist bei Android technisch machbar, auf iOS hingegen so gut wie unmöglich, wenn die Nutzer*innen nicht bereit sind, die Produkthaftung ihres Gerätes auf-

Spiel zu setzen. Den alternativen F-Droid-Store, der auf Android vor allem Open Source-Apps verbreitet, installiert niemand, der nicht technisch versiert ist.

Ein anderer Kritikpunkt Epics ist, dass von der 30-Prozent-Kommission lediglich digitale Güter und Dienstleistungen betroffen sind. Amazon, Essenslieferdienste und so weiter können ihre Produkte verkaufen, ohne dass Apple und Google mitverdienen. Andere Firmen, wie etwa Netflix und Spotify, lassen ihre Kund*innen lediglich auf ihren Websites für ihre Produkte zahlen und umgehen so die Provision. Spotify konkurriert mit Apple Music und hat deswegen Beschwerde bei der EU-Kommission eingelegt. Die ermittelt nun gegen Apple.

Reißt die Gartenmauern ein!

Netzaktivist*innen kritisieren die App-Stores von Google und Apple bereits seit längerem. Immerhin haben die beiden Internet-Giganten nicht nur Monopole geschaffen, von denen sie finanziell profitieren – die Firmen bestimmen auch, welche Apps überhaupt von Nutzer*innen heruntergeladen werden können. Besonders Apple gilt als streng und teilweise puritanisch, was die Inhalte der Apps angeht. Die fundamentale Kritik lautet: „Walled gardens“, also geschlossene Plattformen, die Apple und Google geschaffen haben, entziehen den Nutzer*innen die Kontrolle über ihre Geräte. Welche Apps in Charts und

als Empfehlungen präsentiert werden, bestimmen Algorithmen, deren Details nur Apple und Google kennen.

Der Autor und Aktivist Cory Doctorow stellte in einem Artikel für slate.com einen treffenden Vergleich auf: „Interoperabilität ist eine unabdingbare Voraussetzung für Selbstbestimmung. Dein Turnschuh-Hersteller hat kein Veto darüber, welche Socken du trägst.“ Fehlende Interoperabilität ist nicht nur der Grund dafür, dass manche Apps nicht in den Stores auftauchen. Auch Facebook, Twitter und andere Social Media-Plattformen zäunen ihre Dienste immer weiter ein, damit Nutzer*innen ihre Apps gar nicht mehr verlassen. Das macht es für neue, kleine und unabhängige Seiten und Dienste immer schwerer, überhaupt an Publikum zu kommen.

Der Kampf von Epic gegen Google und Apple ist nicht unbedingt der des mutigen Rebells, der sich gegen das allmächtige System auflehnt – auch Epic ist eine milliardenschwere Firma, die sich oft zweifelhafter Methoden bedient, um ihre Nutzer*innen dazu zu bringen, den Geldbeutel zu öffnen. Allerdings zeigt die Affäre, dass Internet-Giganten viel zu lange von der Politik hofiert wurden. Die hat versäumt, klare Regeln dafür aufzustellen, welche Mindestanforderungen Dienste wie die App-Stores erfüllen müssen, damit nicht technische und finanzielle Monopole entstehen, die die Freiheit der Nutzer*innen massiv einschränken.