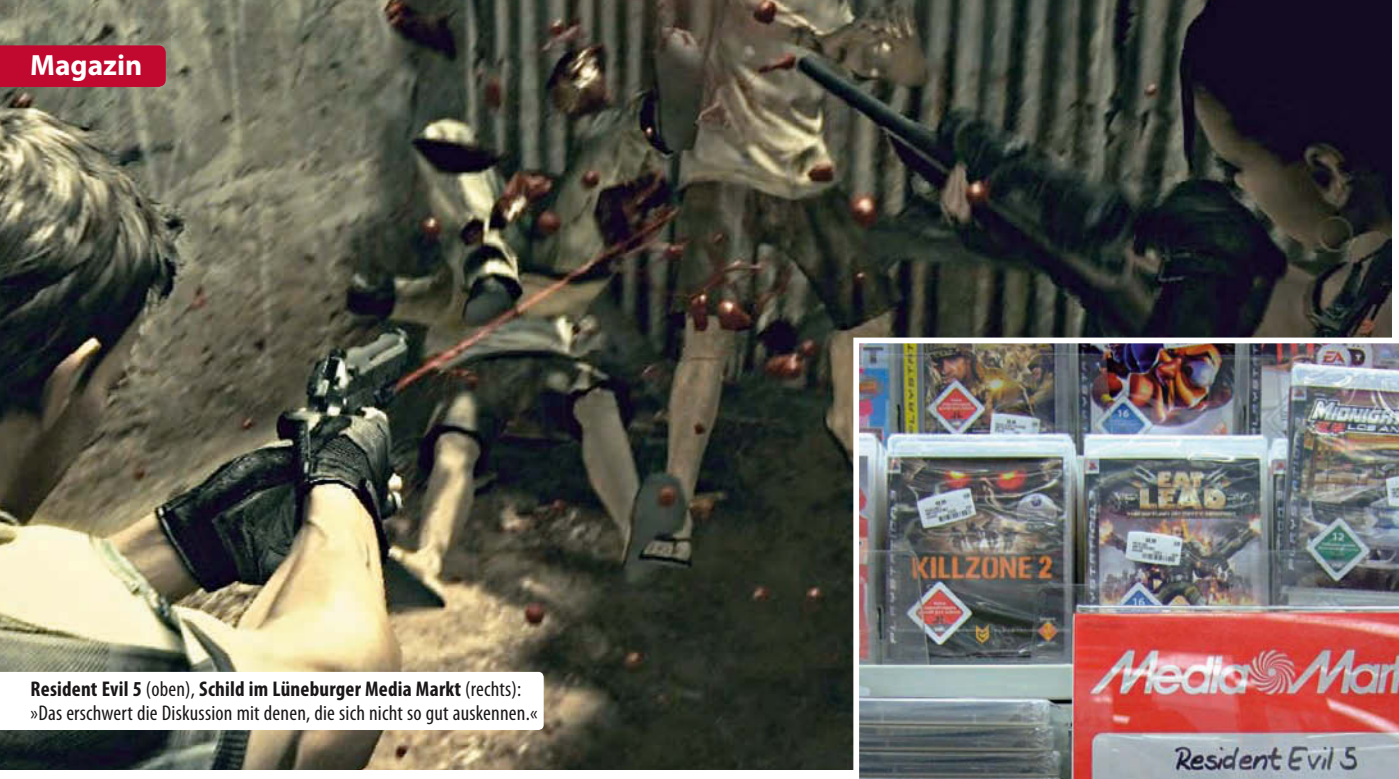

Resident Evil 5 (oben), **Schild im Lüneburger Media Markt** (rechts): »Das erschwert die Diskussion mit denen, die sich nicht so gut auskennen.«

Aus den Regalen, aus dem Sinn

Nach dem Amoklauf von Winnenden verstecken zahlreiche Händler Erwachsenen-Spiele in Schränken oder werfen sie sogar ganz aus dem Sortiment.

Am 11. März läuft der 17jährige Tim Kretschmer Amok, im schwäbischen Winnenden und im Nachbarort Wendlingen erschießt er 15 Menschen und anschließend sich selbst. Zwei Tage später und 492 Kilometer entfernt fährt der 28jährige Markus Reiter* zum Media Markt in Lüneburg, um **Resident Evil 5** für die Xbox 360 zu kaufen. Doch das Actionspiel liegt nicht im Regal, erst auf Nachfrage holt ein Verkäufer es aus einem Lagerschrank. Auf den ersten Blick haben beide Ereignisse nichts miteinander zu tun. Doch Markus fragt den Markt-Mitarbeiter nach dem Grund für das Schrank-Exil. Die Antwort: »Wegen Winnenden.«

Kaufhof in München: »Soziale und gesellschaftspolitische Verantwortung.«

Diese Geschichte klingt harmlos, schließlich spielt sie nur in einer von 546 deutschen Media-Markt-Filialen. Doch Lüneburg ist kein Einzelfall. Nach der Tragödie von Winnenden nahmen zahlreiche Händler vor allem großer Ketten gewalthaltige Titel aus dem Regal oder verbannten sie sogar ganz aus ihrem Sortiment. Die vorauseilende Selbstbeschränkung ist ein klares Indiz dafür, was Computerspiele in den Köpfen vieler Menschen nach wie vor sind: riskanter Schmuddelkram.

Ungewöhnliche Kontrolle

Bleiben wir für den Moment in Lüneburg, wo sich der Verkäufer Markus' Personalausweis zeigen lässt, bevor er **Resident Evil 5** aushändigt. Das ist gut so, denn das Jugendschutzgesetz verpflichtet Händler dazu, bei altersbeschränkten Spielen das Alter der Käufer zu prüfen. Die USK hat **Resident Evil 5** keine Jugendfreigabe erteilt, die Zombiehatz darf nur an Erwachsene ausgegeben werden. Für gewöhnlich liegen solche Ab-18-Titel ganz normal im Regal, die Alterskontrolle findet an den Kassen statt. Die sind bei Media Markt und Saturn mit einem Warnsystem ausgestattet: Wenn ein Spiel oder Film mit Altersbeschränkung über den Scanner wandert, wird der Kassierer automatisch an die Ausweiskontrolle erinnert.

In unserem Fall stellt der Verkäufer direkt in der Spieleabteilung eine Rechnung aus, auf der er Markus' Namen und Adresse vermerkt. Mit diesem Zettel und dem Spiel darf Markus zur Kasse marschieren. Er fragt die Kassiererin, ob dies denn nun bei allen Ab-18-Titeln so ablaufe. Sie antwortet: »Ab jetzt schon.« Verblüfft – aber immerhin mit **Resident Evil 5** in der Tasche – fährt Markus nach Hause. Allerdings grübelt er weiter: Warum begnügt sich der Media Markt nicht mit den regulären Alterskontrollen an den Kassen? Warum werden auf der Rechnung der Name und die Adresse notiert? Werden diese Daten gespeichert? Eine Woche später fährt Markus erneut nach Lüneburg, um diese Fragen zu klären.

Dezentrale Entscheidung

Die Mitarbeiterin am Informationstresen erklärt Markus, die Zentrale habe das neue Prozedere angeordnet. Doch das stimmt nicht. »Grundsätzlich können unsere Filialen selbst entschei-

* Name von der Redaktion geändert.

den, wie sie den Verkauf von Ab-18-Spielen handhaben«, erklärt die Media-Markt-Pressesprecherin Eva Simmelbauer. Die Handelskette sei ebenso wie ihr Pendant Saturn dezentral organisiert, die meisten Entscheidungen träfen die Geschäftsführer der Zweigstellen nach eigenem Ermessen. »Wenn jemand ein bestimmtes Spiel aus dem Sortiment nimmt, ist das für uns auch in Ordnung«, führt Simmelbauer aus.

Dazu muss man wissen, dass Saturn und Media Markt zum gleichen Unternehmen gehören, der Düsseldorfer Metro-Gruppe. Die kauft zentral eine bestimmte Anzahl von Spielen für beide Handelsketten ein; aus diesem Topf fordert dann jede Geschäftsstelle ihre Verkaufsversionen an. Wenn beispielsweise im Zentrallager 100.000 Exemplare von **Resident Evil 5** liegen, kann eine Filiale davon 1.000, 100 oder gar keines bestellen. So lange ein Markt seine generellen Gewinnziele erfüllt, darf er mit den Spielen umgehen, wie er will.

Erfassen verboten

Nach seinem Besuch an der Infotheke spricht Markus auch mit dem Geschäftsführer. Er will wissen, ob bei der Alterskontrolle der Name und die Adresse des Käufers erfasst werden. Der Marktleiter behauptet zunächst, er sei hierzu gesetzlich verpflichtet. Auch dies stimmt nicht. Verpflichtet sind die Händler nur zur Altersprüfung selbst. Laut Eva Simmelbauer werden die Daten auch nicht gespeichert, zumal dies rechtlich bedenklich wäre.

Der Rechtsanwalt Henry Krasemann vom Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz in Schleswig-Holstein erklärt: »Für die Erfassung der Daten ist eine schriftliche Einwilligung des Kunden erforderlich. Nur die Hingabe des Personalausweises reicht dafür nicht aus.« Zudem müsse der Kunde vorab über die Gründe für die Datenerfassung informiert werden. Und danach könne er jederzeit verlangen, dass sein Name und seine Adresse wieder gelöscht werden.

Ab in die Ecke

Ob Markus' Daten wirklich gespeichert wurden, bleibt jedoch unklar. Die Pressestelle streitet es ab, der Geschäftsführer des Lüneburger Media Markts möchte nicht mit uns sprechen. Doch selbst wenn dies nur ein Missverständnis sein sollte: Dass **Resident Evil 5** in Lüneburg nur auf Nachfrage verkauft wird, steht fest. Im Media Markt hängt ein Schild, auf dem steht: »Resident Evil 5: Dieses Spiel händigen wir nur gegen Vorlage des Personalausweises aus.« Daneben stehen andere Erwachsenen-Titel wie **Call of Duty 4** frei zugänglich im Regal – kurios.

Vielleicht gilt die Lüneburger Schrankregel nur für neu erschienene Spiele, vielleicht regiert im Media Markt die Willkür. Markus interessiert das nicht. Ihn besorgt nur, dass sein Hobby in ein schlechtes Licht gerückt wird. »Das ist ein falsches Signal«, sagt er. »Es erschwert die Diskussion mit denen, die sich nicht so gut mit Spielen auskennen.« Schließlich handelt es sich bei **Resident Evil 5** nicht um ein indiziertes Programm, das nicht beworben werden darf, sondern um einen Erwachsenen-Titel mit regulärer Altersfreigabe. Durch die Händlerzensur haftet dem Titel trotzdem etwas Verbotenes, etwas Verruchtes an. So werden Spiele in eine gesellschaftliche Schmuddelecke gedrängt.

Schlag gegen Counterstrike

Zumal Lüneburg kein Einzelfall ist. Nachdem Markus seine Erlebnisse in einem Internet-Forum geschildert hat, berichten andere Spieler Ähnliches. Seit dem Amoklauf in Winnenden lägen in manchen Märkten sogar Ab-16-Tiel in verschlossenen Schränken. Eine Sonderrolle hierbei spielt **Counterstrike**, das seit dem Amoklauf in Erfurt 2003 regelmäßig in die Kritik gerät. Denn die deutsche Verkaufsversion des Taktik-Shooters ist ab 16 Jahren freigegeben, ein Dorn im Auge der Spielefeinde. Weil angeblich auch Tim Kretschmer **Counterstrike** gespielt haben soll, verbannen es nun diverse Händler komplett aus ihrem Sortiment.

In der Spieleabteilung eines Münchner Saturn-Marktes etwa hängt ein Poster mit den Verkaufs-Charts. Auf dem vierten Platz: **Counterstrike Source**. Im Regal darunter prangen die Bestseller neben nummerierten Pappwürfeln, doch neben dem Würfel mit der »4« liegt – nichts. »Wegen dem Amoklauf«, begründet ein Verkäufer. »Ich habe zwar noch haufenweise Counterstrike-Versionen im Lager, darf sie aber nicht herausgeben. Sonst komme ich in Teufels Küche.« Andere Spiele wie der Team-Shooter **Day of Defeat** werden in dem Markt dagegen nach wie vor verkauft, obwohl sie ebenfalls ab 16 Jahren freigegeben sind.

Die Entscheidung, welche Spiele angeboten werden, liegt bei den Geschäftsführern der Märkte. Einige davon scheinen panisch alles aus den Regalen zu verbannen, was mit dem Amoklauf in Verbindung gebracht wird. Ein Saturn-Insider seufzt: »Ach, das war nach Erfurt genauso. Wenn Gras über die Sache gewachsen ist, dürfen wir Counterstrike sicher wieder verkaufen.« Freilich teilen nicht alle Münchner Händler die Saturn-Paranoia, die Media Märkte etwa führen **Counterstrike** weiterhin.

Verbannte Ladenhüter

Einen radikalen Schnitt macht dagegen die Warenhauskette Kaufhof, die seit dem 1. April sämtliche Ab-18-Spiele und -Filme aus ihren Regalen verbannt hat. Eine Sprecherin begründet: »Mit diesem Schritt möchte das Unternehmen ein Zeichen für seine soziale und gesellschaftspolitische Verantwortung setzen.«

Näher an der Wahrheit dürfte liegen, dass Kaufhof mit dem Verkauf von Erwachsenen-Spielen sowieso kaum Geld verdient hat. Den Amoklauf von Winnenden missbraucht das Unternehmen als Vorwand für einen Marketing-Schachzug: Die Kette präsentiert sich als Strahlemann und bereinigt zugleich ihr Sortiment. Interessant auch, dass Kaufhof wie Media Markt und Saturn zur Metro-Gruppe gehört. Die Elektronikmärkte kämen aber nie auf die Idee, Ab-18-Spiele zu verbannen. Denn die verkaufen sich dort nach wie vor blendend, man denke nur an Hits wie **Grand Theft Auto 4** und **Call of Duty 4**. Je höher also der Profit, desto geringer offensichtlich die »soziale und gesellschaftspolitische Verantwortung«.

Hysterie und Aktionismus

Die Händlerzensur ist kein rein deutsches Phänomen. Nach dem Skandal um die **Hot Coffee Mod** etwa räumten 2005 reihenweise amerikanische Ketten **GTA: San Andreas** aus den Regalen. 2004 nahmen englische Läden das Actionspiel **Manhunt** aus dem Sortiment, weil es als Vorlage für einen Mord gedient haben soll. Hierzulande ist **Manhunt** beschlagnahmt, es darf nicht verkauft werden. Denn in Deutschland gelten einige der weltweit strengsten und effektivsten Jugendschutz-Regeln. Indem die Geschäfte Ab-18-Spiele gettoisieren, untergraben sie das Vertrauen in diese Gesetze. Das ist Wasser auf die Mühlen jener Politiker, die Verbote fordern. Der bayerische Innenminister Joachim Herrmann, der Gewaltspiele gerne mit Kinderpornografie vergleicht, begrüßte den Kaufhof-Vorstoß prompt als »mutiges Signal«.

Filiale des Elektronikhändlers Saturn in der Münchner Innenstadt: »Wenn ich Counterstrike herausgebe, komme ich in Teufels Küche.«

Die Spielehersteller kuschen derweil vor den Märkten. »Die Aktionen unserer Partner kommentieren wir nicht«, wiegelt der Pressesprecher eines namhaften Publishers ab, als wir ihn auf Media Markt und Saturn ansprechen. Man will die lukrativen Beziehungen zum Fachhandel nicht gefährden. Lediglich an Kaufhof richtet die Branche deutliche Worte. Stephan Reichart, der Geschäftsführer des Entwicklerverbandes G.A.M.E., empört sich: »Das grenzt an Hysterie und Aktionismus.«

Beides passt. Denn ob der Amoklauf in Winnenden wirklich etwas mit Spielen zu tun hatte, weiß niemand. Dass die Händler dennoch zur Selbstzensur greifen, zeigt, dass Computerspiele immer noch als Spielzeug für Kinder wahrgenommen werden. Und Kinder muss man vor schlimmen Einflüssen schützen. Das führt zu Panikreaktionen, die in anderen Branchen schwer vorstellbar wären. Haben Sie von einem Waffenhändler gehört, der die Beretta-92-Pistole aus seinem Sortiment verbannt hat? Zur Erinnerung: Mit dieser Waffe wurden am 11. März 16 Menschen erschossen. Nicht mit einem Computerspiel. GR