
Wolfsburg Invisible Hand Studies

W I H St

Herausgegeben von

Jan René Judek, Marco Lorenz und Markus Spiwoks

No. 17 (November 2023)

Oliver Kunzmann

**Empirische Überprüfung des Gleichgewichtspreises
im Onlinemarkt für digitale Game Keys**

Abstract

Das neoklassische Marktmodell ist zweifelsohne eines der bekanntesten und einflussreichsten Modelle der Ökonomie. Die Vorstellung, dass Angebot und Nachfrage in ein Gleichgewicht mit einem einheitlichen Gleichgewichtspreis führen, ist auch über die Fachgrenzen hinweg bekannt. Allerdings zeigt die Forschung, dass das Modell auf einer Reihe von unrealistischen Annahmen besteht und deshalb zur Erklärung der Märkte in der Praxis weitestgehend untauglich ist. Der einheitliche Gleichgewichtspreis ist ein Mythos, welcher von keiner Studie empirisch bewiesen werden konnte. Auch die Einführung des Internets führte zu keiner Konvergenz der Preise in den Onlinemärkten. Im Rahmen dieser Arbeit wurden 1030 Preisdaten von 12 Game Keys im Internet untersucht. Für dieses bisher unerforschte digitale Gut konnte eine erhebliche prozentuale Preisstreuung von mindestens 10% bei allen Produkten nachgewiesen werden. Folglich wurde die Existenz des Neoklassischen Gleichgewichtspreises für homogene Güter zu einem Zeitpunkt widerlegt. Mögliche Gründe dafür wurden hauptsächlich in der Heterogenität der Verkäufer und den Suchkosten identifiziert.

Inhaltsverzeichnis

Seite

| | |
|--|-----------|
| Abbildungsverzeichnis | III |
| Tabellenverzeichnis | IV |
| 1. Einleitung | 1 |
| 1.1 Fragestellung..... | 2 |
| 1.2 Methodik..... | 3 |
| 1.3 Aufbau..... | 3 |
| 2. Neoklassisches Gleichgewichtsmodell..... | 4 |
| 2.1 Ursprung und Abgrenzung zur Klassischen Ökonomie..... | 4 |
| 2.2 Grundannahmen und Prinzipien | 7 |
| 2.2.1 Methodologischer Individualismus und Homo Oeconomicus..... | 8 |
| 2.2.2 Marginalismus und subjektive Werttheorie | 9 |
| 2.2.3 Modell der vollständigen Konkurrenz | 10 |
| 2.2.4 Gleichgewichtsdenken | 11 |
| 2.2.5 Zusammenfassung..... | 12 |
| 2.3 Neoklassische Nachfragefunktion..... | 12 |
| 2.4 Neoklassische Angebotsfunktion | 17 |
| 2.5 Marktgleichgewicht | 19 |
| 2.6 Preismechanismus | 21 |
| 2.7 Zusammenfassung | 26 |
| 3. Forschungsstand | 28 |
| 3.1 Empirische Untersuchungen zum neoklassischen Gleichgewichtspreis und Preisstreuung . | 28 |
| 3.1.1 Stationärer Handel | 28 |
| 3.1.2 Onlinehandel..... | 30 |
| 3.1.3 Zusammenfassung..... | 33 |
| 3.2 Gründe für Preisstreuung | 33 |
| 3.2.1 Verkäuferheterogenität..... | 33 |
| 3.2.2 Suchkosten und unvollständige Information | 37 |
| 3.2.3 Durchschnittspreis..... | 42 |
| 3.2.4 Regelmäßigkeit des Kaufs | 45 |
| 3.2.5 Anzahl der Anbieter..... | 47 |
| 3.2.6 Weitere Auslöser von Preisstreuung | 48 |
| 3.2.7 Zusammenfassung..... | 50 |
| 3.3 Einfluss des Internet auf die Preisstreuung..... | 51 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4 Zusammenfassung | 54 |
| 4. Empirische Datenerhebung zu digitalen Game Keys | 55 |
| 4.1 Forschungsziel | 55 |
| 4.2 Studiendesign..... | 56 |
| 4.3 Einzelauswertung der Produkte | 58 |
| 4.3.1 FIFA 23 | 58 |
| 4.3.2 Forza Horizon 5 | 60 |
| 4.3.3 Terraria | 61 |
| 4.3.4 Minecraft | 63 |
| 4.3.5 Super Smash Bros. Ultimate | 64 |
| 4.3.6 Payday 2..... | 65 |
| 4.3.7 Deponia | 66 |
| 4.3.8 Starfield..... | 68 |
| 4.3.9 Escape from Tarkov | 69 |
| 4.3.10 Elden Ring Deluxe Edition..... | 71 |
| 4.3.11 GTA 5 | 72 |
| 4.3.12 Black Desert Online Traveler Edition..... | 73 |
| 4.3.13 Zusammenfassung..... | 74 |
| 4.4 Gesamtauswertung und Interpretation der Ergebnisse | 75 |
| 4.5 Zusammenfassung | 79 |
| 5. Fazit und Ausblick | 80 |
| Literaturverzeichnis..... | 82 |
| Anhang A..... | 90 |
| Anhang B | 103 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abb. 1: Gesetz der Nachfrage in einem Preis-Mengen-Diagramm | 13 |
| Abb. 2: Nutzenfunktion, Grenznutzen und Opportunitätskosten | 14 |
| Abb. 3: Optimaler Konsumplan anhand von Indifferenzkurven | 15 |
| Abb. 4: Herleitung der Nachfragekurve aus dem optimalen Konsumplan | 16 |
| Abb. 5: Aggregation der individuellen Nachfrage zur Marktnachfrage | 17 |
| Abb. 6: Gesetz des Angebots in einem Preis-Mengen-Diagramm | 18 |
| Abb. 7: Gesetz von zunehmenden Grenzkosten | 18 |
| Abb. 8: Aggregation des individuellen Angebots zum Gesamtangebot..... | 19 |
| Abb. 9: Marktgleichgewicht durch Angebot und Nachfrage | 20 |
| Abb. 10: Preismechanismus im Fall von Angebotsüberschuss..... | 22 |
| Abb. 11: Preismechanismus im Fall von Nachfrageüberschuss | 23 |
| Abb. 12: Preismechanismus bei technischem Fortschritt | 25 |
| Abb. 13: Preismechanismus bei Einkommenserhöhung..... | 26 |
| Abb. 14: Dichtefunktion der Preise nach dem Varian-Modell..... | 41 |
| Abb. 15: Prozentuale Preisspanne in Abhängigkeit von der Anzahl an Wettbewerbern..... | 47 |
| Abb. 16: Boxplot, FIFA 23 | 59 |
| Abb. 17: Boxplot, Forza Horizon 5 | 61 |
| Abb. 18: Boxplot, Terraria | 62 |
| Abb. 19: Boxplot, Minecraft | 63 |
| Abb. 20: Boxplot, Super Smash Bros. Ultimate | 65 |
| Abb. 21: Boxplot, Payday 2 | 66 |
| Abb. 22: Boxplot, Deponia | 67 |
| Abb. 23: Boxplot, Starfield..... | 69 |
| Abb. 24: Boxplot, Escape from Tarkov | 70 |
| Abb. 25: Boxplot, Elden Ring Deluxe Edition..... | 71 |
| Abb. 26: Boxplot, GTA 5 | 72 |
| Abb. 27: Boxplot, Black Desert Online Traveler Edition..... | 74 |
| Abb. 28: Beispiel für Händlerbewertungen auf dem Marktplatz Kinguin | 76 |
| Abb. 29: Variationskoeffizient in Abhängigkeit vom Durchschnittspreis | 77 |
| Abb. 30: Variationskoeffizient in Abhängigkeit von der Anzahl der Preise | 78 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Tab. 1: Grundannahmen des Markts der vollständigen Konkurrenz, 1-7 | 10 |
| Tab. 2: Grundannahmen des Markts der vollständigen Konkurrenz, 8-10 | 11 |
| Tab. 3: Hedonische Preisverteilung bei Verkäuferheterogenität | 34 |
| Tab. 4: Preisverteilung bei Suche | 38 |
| Tab. 5: Prozentuale Preisstreuung in Abhängigkeit vom Suchumfang für ein Handy und Buch..... | 43 |
| Tab. 6: Lage- und Streuungsparameter, FIFA 23, 05.09.23 | 58 |
| Tab. 7: Lage- und Streuungsparameter, Forza Horizon 5, 05.09.23..... | 60 |
| Tab. 8: Lage- und Streuungsparameter, Terraria, 05.09.23 | 61 |
| Tab. 9: Lage- und Streuungsparameter, Minecraft, 05.09.23 | 63 |
| Tab. 10: Lage- und Streuungsparameter, Super Smash Bros. Ultimate, 05.09.23 | 64 |
| Tab. 11: Lage- und Streuungsparameter, Payday 2, 05.09.23 | 65 |
| Tab. 12: Lage- und Streuungsparameter, Deponia, 07.09.23..... | 67 |
| Tab. 13: Lage- und Streuungsparameter, Starfield, 09.09.23..... | 68 |
| Tab. 14: Lage- und Streuungsparameter, Escape from Tarkov, 09.09.23 | 70 |
| Tab. 15: Lage- und Streuungsparameter, Elden Ring Deluxe Edition, 12.09.23..... | 71 |
| Tab. 16: Lage- und Streuungsparameter, GTA 5, 12.09.23..... | 72 |
| Tab. 17: Lage- und Streuungsparameter, Black Desert Online Traveler Edition, 12.09.23 | 73 |
| Tab. 18: Datenerhebung, FIFA 23, 05.09.2023 | 93 |
| Tab. 19: Datenerhebung, Forza Horizon 5, 05.09.2023..... | 94 |
| Tab. 20: Datenerhebung, Terraria, 05.09.2023 | 95 |
| Tab. 21: Datenerhebung, Minecraft, 05.09.2023 | 96 |
| Tab. 22: Datenerhebung, Super Smash Bros. Ultimate, 05.09.2023 | 96 |
| Tab. 23: Datenerhebung, Payday 2, 05.09.2023 | 97 |
| Tab. 24: Datenerhebung, Deponia, 07.09.2023 | 98 |
| Tab. 25: Datenerhebung, Escape from Tarkov, 09.09.2023 | 99 |
| Tab. 26: Datenerhebung, Starfield, 09.09.2023..... | 100 |
| Tab. 27: Datenerhebung, Elden Ring Deluxe Edition, 12.09.2023..... | 101 |
| Tab. 28: Datenerhebung, GTA 5, 12.09.2023 | 102 |
| Tab. 29: Datenerhebung, Black Desert Online Traveler Edition, 12.09.2023..... | 102 |

1. Einleitung

Die Neoklassische Wirtschaftstheorie basiert auf der zentralen Annahme, dass alle Menschen Nutzenmaximierer sind. Dieses Konzept ist auch als Homo Oeconomicus bekannt¹. Wenn dieser Annahme gefolgt wird, kann man erwarten, dass Menschen stets beim günstigsten Anbieter einkaufen. Dies ist allerdings in der Realität so gut wie nie der Fall. Allerdings stellt der einheitliche Gleichgewichtspreis, der durch Angebot und Nachfrage bestimmt wird, einen fundamentalen Bestandteil des Neoklassischen Marktmodells dar². Der Preismechanismus sorgt dafür, dass alle Anbieter ihre Güter zum uniformen Gleichgewichtspreis anbieten³. Diese Annahme, auch als "Law of one Price" bekannt, lässt sich heute leichter denn je mittels Preisvergleichsseiten überprüfen. Hierbei wird jedoch schnell deutlich, dass die Preise nicht immer einem einheitlichen Gleichgewichtspreis entsprechen. Es gibt Käufer, die vom Modell des Homo Oeconomicus abweichen und bei teureren Anbietern einkaufen, was auf den ersten Blick irrational erscheint, aber durchaus nachvollziehbare Gründe hat. Zum Beispiel wird ein Käufer, der einen Fernseher für 1000 € im Elektronikladen nebenan kaufen kann, nicht den Aufwand betreiben, zu einem Elektronikhändler in die Stadt, die 10 km entfernt ist, zu fahren, um den selben Fernseher für 999 € zu erwerben. Die Fahrtkosten allein würden die Ersparnis zunichtemachen. Hinzu kommt die Zeit, die für die Hin- und Rückfahrt aufgewendet werden müsste. Das Neoklassische Marktmodell ignoriert diese offensichtlichen Transaktionskosten jedoch vollständig und geht davon aus, dass alle rationalen Käufer den günstigsten Anbieter in der entfernteren Stadt aufsuchen würden. Hierin liegt das Kernproblem der Neoklassischen Theorie – ihre Annahmen vereinfachen die Realität zu stark und treffen nicht zu⁴. Diese Diskrepanz führte zur Entwicklung neuer Wirtschaftstheorien, die als Kritik und Gegenprogramm zur Neoklassik entstanden und irrationales Verhalten systematisch zu erklären versuchen⁵. Vor allem die moderne Verhaltensökonomie gewinnt zunehmend an Akzeptanz als legitime Denkweise für die Erklärung wirtschaftlicher Zusammenhänge. Dies zeigte sich durch die Verleihung zahlreicher Nobelpreise an Forscher der Verhaltensökonomik⁶. Richard Thaler gewann 2017 den Wirtschaftsnobelpreis für die „Tötung des Homo Oeconomicus“⁷.

Dennoch ist der Einfluss der Neoklassischen Theorie als vorherrschende Standardökonomik in Wirtschaftspolitik und Forschung immer noch unbestritten⁸. Vor allem mit der Entwicklung und Etablierung des Internets wurde erwartet, dass sich die Online-Märkte dem neoklassischen Markt der vollkommenen Konkurrenz annähern und die Theorie somit wieder wissenschaftlich an Bedeutung gewinnt⁹. Diese Arbeit zielt auf die Untersuchung der Existenz des Neoklassische Gleichgewichtspreis

¹ Vgl. Dittrich, D. A. V. (2019), S. 842, Conrad, C. A. (2020), S. 294, Richert, R. (2021), S. 5, Söllner, F. (2021), S. 99

² Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor, M. P. (2021), S. 81-83

³ Vgl. Caspari, V. (2022), S. 145, Woeckener, B. (2019), S. 82-83

⁴ Vgl. van Suntum, U. (2005), S. 11-12, Göbel, E. (2021), S. 55-56

⁵ Vgl. Strotebeck, F. (2020), S. 7-10

⁶ Vgl. Dittrich, D. A. V. (2019), S. 842

⁷ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor, M. P. (2021), S. 170

⁸ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 411-415

⁹ Vgl. Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006), S. 236

im Internet ab und soll den Forschungsstand um weitere empirische Daten aus dem realen Markt ergänzen. Als Forschungsgegenstand wurden digitale Game Keys gewählt, welche im Internet von verschiedenen Verkäufern auf diversen Websites erworben werden können. Die Websites fungieren dabei meist nur als Marktplatz für unterschiedliche gewerbliche und auch private Anbieter. Game Keys ermöglichen die Aktivierung eines Spiels mit einem Code, welcher bei den Key-Resellern erworben werden kann. Die Herkunft der Keys ist dabei nicht nachweisbar. Bei dem Markt handelt es sich um einen Graumarkt, da die Spiele meist günstiger als über den offiziellen Vertriebskanal des Herstellers erworben werden können. Die Codes für die Keys können zum Beispiel vom Entwickler selbst an Anbieter auf dem Graumarkt verkauft worden sein oder in einem Drittland für einen günstigeren Preis erworben worden sein. Vereinzelt sind aber auch illegal erworbene Keys auf dem Graumarkt zu finden¹⁰. Eine Homogenität der Keys ist durch die Aktivierung eines, in den Eigenschaften einheitlichen, Spiels gewährleistet.

1.1 Fragestellung

Die neoklassische Markttheorie geht davon aus, dass zu einem bestimmten Zeitpunkt alle Anbieter ein homogenes Gut zum gleichen Preis anbieten. Der Preis wird dabei vom Preismechanismus durch das Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage bestimmt. Die Forschung konnte diesen Gleichgewichtspreis in den letzten 60 Jahren jedoch nicht empirisch nachweisen (vgl. Kapitel 3.1). Stattdessen wurde sowohl im stationären Handel als auch im Internet eine persistente Preisstreuung bewiesen. Die Existenz des Preismechanismus, das Herzstück des Neoklassischen Markts, wurde in Frage gestellt. Die Arbeit soll empirisch beantworten, ob ein Gleichgewichtspreis auf dem Markt für digitale Game Keys beobachtbar ist. Diese Produktkategorie wurde aus dem Grund ausgewählt, dass es sich bei Game Keys um digitale Güter handelt. Digitale Güter weisen hohe Fixkosten und Grenzkosten nahe Null auf und ermöglichen die Elimination von Transaktionskosten, da anders als bei herkömmlichen Gütern weder Lager- noch Versandkosten anfallen¹¹. Es ist anzumerken, dass die Grenzkosten nahe Null nur für den Spieleentwickler zutreffen. Anbieter welche den Aktivierungscode anderweitig günstiger einkaufen um diesen teurer weiterzuverkaufen, weisen eine andere Kostenstruktur auf. Gepaart mit den Eigenschaften des Internets, die Suchkosten zu reduzieren und den Wettbewerb zu erhöhen, ist für die Game Keys, im Vergleich zu den bisher untersuchten homogenen Gütern, eine größere Übereinstimmung mit den idealtypischen Annahmen des Neoklassischen Marktmodells zu erwarten. Digitale Güter wurden bisher, wie später im Kapitel 3 dargestellt, von keiner empirischen Arbeit auf die Existenz des Neoklassischen Gleichgewichtspreis untersucht. Anhand der Preisdaten einer Stichprobe von Game Keys für 12 Computerspiele, soll die Forschungs-

¹⁰ Vgl. Kosta, L. (2016), <https://lockesjourney.wordpress.com/2016/03/17/the-hard-truth-about-g2a-kinguin-and-grey-market-keys/>

¹¹ Vgl. Sauer, A. (2019), S. 40-41

frage beantwortet werden, ob auf dem Markt für die digitalen Game Keys ein neoklassischer Gleichgewichtspreis zu beobachten ist. Falls eine Preisstreuung vorliegt, soll der Einfluss von Durchschnittspreis und Anzahl der Anbieter auf die Streuung untersucht werden.

1.2 Methodik

Für die Überprüfung des neoklassischen Gleichgewichtspreises wurde eine Primärdatenerhebung durch Beobachtung durchgeführt. Dazu wurden 1030 Preisdaten für 12 Game Keys unterschiedlicher Spiele auf dem Markt beobachtet und per Screenshot dokumentiert. Die daraus resultierende Verteilung der Preise auf die Anbieter wurde dann mittels univariater Analysemethoden ausgewertet. Die verwendeten Lage- und Streuungsparameter geben einen geeigneten Überblick über die Preise der Anbieter und ermöglichen die Beantwortung der Forschungsfrage. Falls die Streuungsparameter nicht gleich Null sind, muss die Nullhypothese H_0 , d.h. ein Gleichgewichtspreis liegt vor, abgelehnt werden.

1.3 Aufbau

Zu Beginn soll das Neoklassische Marktmodell erläutert werden. Hierzu werden in Kapitel 2 die grundlegenden Prämissen erläutert, welche für die Funktion des Preismechanismus angenommen werden. Darüber hinaus wird gezeigt, wie aus dem individuellen Angebot und der individuellen Nachfrage das Marktgleichgewicht entsteht und durch den Preismechanismus zeitlich stabil ist. Mittels dieser Grundlagen wird in Kapitel 3 der aktuelle Stand der Forschung zum Gleichgewichtspreis und der Preisstreuung von homogenen Gütern vorgestellt. In dieser Arbeit werden neben den Ergebnissen empirischer Forschungen zum Gleichgewichtspreis im stationären Handel und im Internet auch mögliche Erklärungen der Literatur für die auftretende Preisstreuung präsentiert. Darüber hinaus wurde gesondert untersucht, wie sich die Einführung des Internets auf die Preisstreuung ausgewirkt hat. Schließlich erfolgt im Kapitel 4 die Auswertung der empirischen Ergebnisse dieser Arbeit für jedes Produkt, sowie gesamtheitlich für den Einfluss der Anzahl der Anbieter und dem Durchschnittspreis auf die Preisstreuung. Im letzten Kapitel werden die Erkenntnisse der Arbeit zusammengefasst und mit einem Ausblick für zukünftige Forschungen abgeschlossen.

2. Neoklassisches Gleichgewichtsmodell

Um den Neoklassischen Gleichgewichtspreis überprüfen zu können, ist ein Verständnis der Neoklassischen Theorie und insbesondere des Neoklassischen Gleichgewichtsmodells notwendig. Dieses Modell postuliert einen einheitlichen Preis für homogene Güter bei allen Anbietern. Die Neoklassische Theorie hat ein eigenes Verständnis für die Bildung dieser Preise durch den Preismechanismus entwickelt. Um dieses Konzept besser zu verstehen, beginnt Kapitel 2.1 mit einer Erklärung des Ursprungs aus der Klassischen Theorie. Dies bildet die Grundlage, um die neuen Annahmen des Neoklassischen Marktmodells in den nachfolgenden Kapiteln eingehender zu behandeln. Kapitel 2.2 widmet sich den Grundannahmen und Prinzipien der Neoklassik. In den Kapiteln 2.3 und 2.4 erfolgt die Herleitung der neoklassischen Nachfrage- und Angebotsfunktion um diese dann in Kapitel 2.5 zur Erklärung des Marktgleichgewichts zusammenzuführen. Kapitel 2.6 beschäftigt sich abschließend mit der Stabilität des Marktgleichgewichts durch den Preismechanismus.

2.1 Ursprung und Abgrenzung zur Klassischen Ökonomie

Die Neoklassische Theorie entstand im 19. Jahrhundert, wobei der genaue Zeitpunkt der Entstehung unbekannt ist. Die Pioniere der Neoklassik, darunter William Stanley Jevons (1835–1882), Carl Menger (1840–1921) und Léon Walras (1834–1910), leiteten die marginalistische Revolution ein, die um 1870 herum begann¹². Mit der Begründung des Marginalismus begann ein Umdenken in der Wirtschaftstheorie des 19. Jahrhunderts, welche bis dahin von der Klassischen Ökonomie geprägt war. Die Klassische Ökonomie geht auf den schottischen Philosophen und Ökonom Adam Smith (1723–1790) und sein Buch „An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations“ (1776) zurück und war in erster Linie der Makroökonomie zuzuordnen¹³.

Smith gilt als Begründer der Volkswirtschaftslehre¹⁴. Er vertrat die Auffassung, dass Menschen egoistisch handeln und bestrebt sind, ihren eigenen wirtschaftlichen Nutzen zu maximieren. Dieses Menschenbild stellte einen Vorläufer zum Homo Oeconomicus dar¹⁵. Da jeder Mensch nach Smith aufgrund seines Egoismus bestrebt ist, den maximalen wirtschaftlichen Nutzen zu erzielen, fördert dies den Gesamtwohlstand der Gesellschaft¹⁶. Smith betonte, dass Arbeit der Grundpfeiler des Wohlstands einer Nation sei. Dieser lässt sich durch Qualität der Arbeiter und Arbeitsteilung steigern. Da die Qualität der Arbeiter nur begrenzt beeinflussbar ist, betont Smith die Bedeutung von Arbeitsteilung in einer Volkswirtschaft¹⁷. Dies veranschaulichte er an dem Beispiel einer Stecknadel. *„Bei der Produktion von Stecknadeln könnte „ein Arbeiter ... auch bei größtem Fleiß im Tag vielleicht kaum eine einzige Nadel und sicherlich keine zwanzig machen“. Doch durch Arbeitsteilung können*

¹² Vgl. Söllner, F. (2021), S. 95

¹³ Vgl. Richert, R. (2021), S. 3-4

¹⁴ Vgl. Caspari, V. (2022), S. 83

¹⁵ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 57-59

¹⁶ Vgl. Thielscher, C. (2022), S. 132-134

¹⁷ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 59-60

zehn Männer, „zusammen an einem Tag etwa zwölf Pfund Stecknadeln herstellen. Ein Pfund enthält über viertausend Stecknadeln mittlerer Größe. Diese zehn Personen konnten also zusammen an einem Tag über achtundvierzigtausend Stecknadeln herstellen“. Daher kann man jeden einzelnen „als Hersteller von täglich viertausendachthundert Stecknadeln ansehen. Hätten sie aber alle einzeln und unabhängig voneinander gearbeitet ... so hätte sicherlich keiner von ihnen an einem Tag zwanzig, vielleicht auch nur eine Nadel machen können ...“¹⁸ .

Smith prägte auch das Bild der Marktwirtschaft und erklärte mit seiner Preis- und Verteilungstheorie erstmals, wie Preise durch Angebot und Nachfrage zustande kommen¹⁹. Er unterschied daher zwischen dem Nutzwert und dem Tauschwert von Gütern. Der Nutzwert eines Gutes basiert auf dem Wert, den es durch seinen Gebrauch stiftet, während der Tauschwert den Preis darstellt, zu dem das Gut tatsächlich gehandelt werden kann²⁰. Ein Beispiel dafür ist das Diamanten-Wasser-Paradoxon: „Nichts ist nützlicher als Wasser: Doch lässt sich dafür kaum etwas kaufen; kaum etwas ist im Tausch dafür zu haben. Umgekehrt hat ein Diamant kaum einen Nutzwert; aber oft ist eine sehr große Menge anderer Güter im Tausch dafür zu haben.“²¹. Der Marktpreis bzw. Tauschwert eines Gutes wird durch Angebot und Nachfrage beeinflusst. Smith legte somit den Grundstein für das Verständnis des Preismechanismus, den wir später in ähnlicher Form in der Neoklassik wiederfinden. Im Gegensatz zur Neoklassik vertrat Smith die Theorie der Produktionspreise, bei der der Marktpreis langfristig unabhängig von der Nachfrage war²². Demnach entspricht der natürliche Preis auf einem Markt mit vollkommener Konkurrenz den Herstellungskosten unter Berücksichtigung der Produktionsfaktoren Arbeit, Kapital und Boden. Der Marktpreis kann von diesem kurzfristig abweichen, da dieser durch Angebot und Nachfrage bestimmt wird. Eine zu hohe Nachfrage führt zu einem höheren Marktpreis, welcher wiederum zu einer Erhöhung der Produktionsfaktoren führt, um die Ressourcen bestmöglich zu nutzen. Dadurch wird der Nachfrageüberschuss ausgeglichen. Angebot und Nachfrage sind wieder im Gleichgewicht. Der Preis geht dabei zurück auf den natürlichen Preis. Andersherum führt ein Angebotsüberschuss kurzfristig zu einem niedrigeren Marktpreis als der natürliche Preis. Dadurch werden die Produktionsfaktoren eingeschränkt und das Angebot reduziert. Durch die Anpassung des Angebots an die Nachfrage ist der natürliche Preis auf dem Markt wieder hergestellt. Nach diesem Prinzip schwankt der Marktpreis bei Änderungen von Angebot und Nachfrage kurzfristig um den natürlichen Preis, wird jedoch langfristig gesehen im Gleichgewicht immer dem natürlichen Preis entsprechen²³. Um den Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage zu gewährleisten, forderte Smith eine weitgehende Marktliberalisierung und minimale staatliche Eingriffe. In einem Staat mit größtmöglicher Freiheit sorgen die Individuen mit ihrem Streben nach wirtschaftlicher Nutzenmaximierung automatisch für die Wohlfahrt der Allgemeinheit. In diesem Zusammen-

¹⁸ Vgl. Smith, A. (1776) zit. nach Wächter, L. (2017), S. 129

¹⁹ Vgl. Thielscher, C. (2022), S. 59

²⁰ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 61

²¹ Vgl. Smith, A. (1776) zit. nach Wächter, L. (2017), S. 130

²² Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 62

²³ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 59

hang taucht auch der Begriff der unsichtbaren Hand auf, welcher in der Neoklassik später als Metapher für das Marktgleichgewicht verwendet wird²⁴. Die Rolle des Staats beschränkt sich in der Klassischen Theorie nach Smith auf wesentliche Aufgaben in der Hoheit der Öffentlichkeit wie Staatsverteidigung, Rechtsschutz, öffentliche Einrichtungen und Bauwerke und im Wettbewerb auf Eingriffe wie Schutzzölle für junge Industrien und Bekämpfung von Monopolen²⁵. Einfuhrzölle hielt Smith hingegen für kontraproduktiv, da diese die Märkte verkleinern und das Kapital falsch steuern²⁶. Waren, die günstiger aus dem Ausland bezogen werden können, als diese im Inland zu produzieren, sollten bevorzugt gekauft werden. Stattdessen sollte der Staat lieber auf die Produktion von Gütern setzen, welche mit Kostenvorteilen im Inland hergestellt werden können. *„Wenn ein fremdes Land uns mit einer Ware billiger versorgen kann, als wir selbst sie erzeugen können, so sollten wir sie besser mit einem Teil des Ertrages unserer eigenen Tätigkeit – und zwar einer solchen, bei der wir einen Vorteil haben – von ihm kaufen.“*²⁷. Diese Idee wurde später von David Ricardo zur Theorie der komparativen Kostenvorteile weiterentwickelt. Ein Land kann auch vom Außenhandel durch Spezialisierung profitieren, wenn das Land in der Produktion aller Güter weniger effizient als das andere Land ist²⁸. Neben Ricardo entwickelten weitere Ökonomen der Klassischen Schule die Ideen von Smith aus „Wealth of Nations“ weiter. Jean-Baptiste Say (1767–1832) entwickelte unter anderem das Saysche Gesetz, welches postuliert, dass sich jedes Angebot seine eigene Nachfrage schafft²⁹. Die Klassik behielt ihren Einfluss in den Wirtschaftswissenschaften bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts und wurde erst mit der modernen Makroökonomie und dem Neoinstitutionalismus verdrängt³⁰.

Die Neoklassik entstand als Reaktion auf einige Limitationen der klassischen Ökonomie, welche die neuen Fragestellungen Mitte des 19. Jahrhunderts nicht beantworten konnte. Aufgrund des scheinbar gesicherten Wachstums und Wohlstands in den Industrienationen verloren die Fragen der Klassik zu Wachstum und Verteilung des Wohlstandes von Völkern und Nationen an Bedeutung. Das Ziel der Neoklassik war hingegen die Erklärung des mikroökonomischen individuellen Verhaltens der einzelnen Wirtschaftssubjekte. Der Fokus lag vor allem auf der Bestimmung der Werte und Preise einzelner Güter, sowie der optimalen Verteilung gegebener Ressourcen auf unterschiedliche Verwendungsmöglichkeiten³¹. Die Neoklassische Theorie basiert auf den Ansätzen von Smith und der Klassischen Schule, wurde jedoch um die Ideen des Marginalismus und weitere Konzepte erweitert. Zu den wichtigsten Begründern der Neoklassischen Schule zählen Antoine Augustin Cournot (1801–1877), der das Fundament der Preistheorie errichtete, Hermann Heinrich Gossen (1810–

²⁴ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 62-63, Richert, R. (2021), S. 3, Wächter, L. (2017), S. 130

²⁵ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 62

²⁶ Vgl. Thielscher, C. (2022), S. 129

²⁷ Vgl. Smith, A. (1776) zit. nach Wächter, L. (2017), S. 131

²⁸ Vgl. Thielscher, C. (2022), S. 130-131

²⁹ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 64

³⁰ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 95

³¹ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 153-154

1858), der mit den zwei Gossenschen Gesetzen die Konsumtheorie begründete und Johann Heinrich von Thünen (1783–1850), der die Grundlagen der Produktions- und Verteilungstheorie legte³².

Wie auch die Klassiker gingen die Neoklassiker davon aus, dass die Individuen ihr persönliches Eigeninteresse verfolgen. Die Neoklassische Theorie versucht dabei mit dem „methodologischen Individualismus“ das gesamte wirtschaftliche Verhalten zu erklären³³. In der Neoklassik wird ausschließlich vom idealtypischen Menschenbild des vollständig informierten und stets rational handelnden Homo Oeconomicus ausgegangen, welcher stets seinen eigenen Nutzen maximieren will. Dieses geht auf John Stuart Mill und sein Werk „System der deduktiven und induktiven Logik“ (1843) zurück³⁴. Klassiker als auch Neoklassiker stehen staatlichen Interventionen skeptisch gegenüber und unterstellen, dass in einem System mit freiem Wettbewerb, der Marktmechanismus durch Angebot und Nachfrage zu einer effizienten Ressourcenallokation führt³⁵. Im Gegensatz zur Klassik integrierte allerdings die Neoklassische Theorie die Ideen aus der marginalistischen Revolution. Der Marginalismus ersetzte die objektive Arbeitswerttheorie durch die subjektive Grenznutzentheorie. Der Preis wird dadurch nicht mehr durch die Herstellkosten bestimmt, sondern basiert in der Neoklassik auf den subjektiven Bedürfnissen des Individuums. Dazu wurde der Begriff des Grenznutzens eingeführt, welcher gemäß dem ersten Gossenschen Gesetz mit dem Konsum jeder weiteren Einheit eines Guts abnimmt³⁶. Walras entwickelte die für die Neoklassik essentielle Gleichgewichtstheorie, nach welcher sich Angebot und Nachfrage in einer Marktwirtschaft immer zu einem Marktgleichgewicht ausgleichen³⁷. Alfred Marshall (1842-1924), als einer der bedeutendsten Vertreter der Neoklassik, führte schließlich mit dem sogenannten „Marshall-Kreuz“ zur Vollendung der Marginalanalyse. Das Marshall-Kreuz nimmt sowohl das Produktionskostenprinzip aus der Klassik in der Angebotsfunktion, als auch das Grenznutzenprinzip in der Nachfragefunktion auf. Der Schnittpunkt beider Funktionen zeigt das Marktgleichgewicht mit Gleichgewichtsmenge und Gleichgewichtspreis (vgl. Abb. 9, S. 20)³⁸.

Auch heutzutage ist die Neoklassik trotz großer Kritik am Menschenbild des Homo Oeconomicus und Restriktionen in der Erklärung von Marktversagen eine der einflussreichsten Wirtschaftstheorien der Neuzeit und Grundlage vieler ökonomischer Analysen³⁹.

2.2 Grundannahmen und Prinzipien

Die Theorie der Neoklassik lässt sich nur schwer auf wenige Grundannahmen beschränken. Dieses Kapitel folgt den Kerninhalten wie sie von Söllner und Pierenkemper für die Neoklassik identifiziert wurden⁴⁰. In Kapitel 2.2.1 wird der methodologische Individualismus und der Homo Oeconomicus

³² Vgl. Söllner, F. (2021), S. 95-97,

³³ Vgl. Thielscher, C. (2022), S. 136

³⁴ Vgl. Wächter, L. (2017), S. 209, S. 607

³⁵ Vgl. Richtert, R. (2021), S. 5

³⁶ Vgl. Wächter, L. (2017), S. 17, Caspari, V. (2022), S. 117-119

³⁷ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 170-173

³⁸ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 174-178

³⁹ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 411-415

⁴⁰ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 155-157, Söllner, F. (2021), S. 97-100

erläutert. Darauf folgt in Kapitel 2.2.2 eine genauere Erklärung von Marginalismus und der subjektiven Wertetheorie. In Kapitel 2.2.3 folgen die Prämissen des Modells der vollständigen Konkurrenz. Schließlich wird mit dem Gleichgewichtsdanken in der Neoklassik im Kapitel 2.2.4 abgeschlossen.

2.2.1 Methodologischer Individualismus und Homo Oeconomicus

Der methodologische Individualismus besagt, dass alle ökonomischen Entscheidungen von Individuen ausgehen und nicht vom Staat oder ähnlichen Kollektiven. Deshalb sind zur Erklärung wirtschaftlicher Phänomene die Motive, Entscheidungen und Handlungen der Individuen einer Wirtschaft zu untersuchen⁴¹. Gemäß dem methodologischen Individualismus dürfen ausschließlich den Individuen Intentionen und Ziele zugeschrieben werden. Innerhalb von Kollektiven wie einem Staat oder Unternehmen existieren keine Ziele oder Strategien, sondern lediglich individuelle Ziele und Strategien von Individuen innerhalb dieser Kollektive⁴². Damit ist die Neoklassik deutlich mikroökonomischer orientiert als die Klassische Schule⁴³. Nachfrager werden in der Mikroökonomie auch als Haushalte bezeichnet, Anbieter als Unternehmen.

Ein wesentliches Axiom des methodologischen Individualismus ist der Homo oeconomicus⁴⁴. Mit diesem Modell aus Verhaltensannahmen soll das ökonomische Verhalten von Wirtschaftssubjekten erklärt werden. Durch den Homo Oeconomicus ist es möglich, reproduzierbare und vergleichbare Ergebnisse zu erzielen, welche die Grundlage für die Entwicklung mathematischer Modelle sind⁴⁵. Allerdings ist anzumerken, dass es sich bei dem Homo Oeconomicus keinesfalls um ein realitätsnahes Modell für das Verhalten von Wirtschaftssubjekten handelt, sondern vielmehr um heuristische Fiktion, welche jedoch zur Erklärung gewisser Fragestellungen durchaus geeignet ist⁴⁶. Die Grundannahme vom Homo Oeconomicus ist das Rationalitätsprinzip. Die Neoklassik geht davon aus, dass jedes Individuum seinen eigenen Nutzen maximieren möchte⁴⁷. Bei einem Wahlproblem wird sich der Homo Oeconomicus stets für die Alternative entscheiden welche seinen Nutzen oder eine andere Zielfunktion, wie Gewinn oder Kosten, optimiert⁴⁸. Nach dem Prinzip der Problemorientierung ist der Homo Oeconomicus stets in der Lage, Wahlprobleme richtig zu modellieren und dadurch die Entscheidung zu treffen, welche seinen Nutzen maximiert⁴⁹. Eine solche Handlung gilt als rational. Ein Wirtschaftssubjekt, welches seinen Nutzen nicht maximiert, gilt also per Definition als irrational. Der eigene Nutzen ist dabei stets individuell und richtet sich nach den Präferenzen des Wirtschaftssubjekts. Diese inneren Präferenzen sind stabil und stehen den Restriktionen aus dem externen Umfeld gegenüber. Der Homo Oeconomicus wählt aus dem Zusammenspiel seiner Präferenzen und

⁴¹ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 27

⁴² Vgl. Göbel, E. (2021), S. 49

⁴³ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 100

⁴⁴ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 155

⁴⁵ Vgl. van Suntum, U. (2005), S. 12

⁴⁶ Vgl. Strotebeck, F. (2020), S. 8-9

⁴⁷ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 155, Göbel, E. (2021), S. 48

⁴⁸ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 97

⁴⁹ Vgl. Göbel, E. (2021), S. 48

den aktuellen Bedingungen die optimale Handlung aus. Aufgrund der Stabilität der inneren Präferenzen ist eine Änderung des Verhaltens deshalb immer auf eine externe Änderung der Restriktionen zurückzuführen.⁵⁰ Dies soll an einem Beispiel veranschaulicht werden: Ein Individuum, welches normalerweise einmal pro Woche einen Yogakurs besucht hat, ändert sein Verhalten und nimmt nun drei Mal pro Woche an dem Yogakurs teil. Die Neoklassik erklärt diese Verhaltensänderung dadurch, dass der Preis, als externe Restriktion, für den Kurs gesunken sein muss und nicht, dass sich die innere Präferenz des Individuums geändert hat, zum Beispiel durch größeres Interesse an Yoga oder gestiegenes Gesundheitsbewusstsein.

2.2.2 Marginalismus und subjektive Werttheorie

Rationales Verhalten bedeutet immer, dass eine Zielfunktion (z.B. Nutzen, Gewinn, Kosten) unter Beachtung bestimmter Bedingungen (z.B. Einkommen, Budget, Faktorausstattung oder Produktionsmenge) optimiert wird, indem diese entweder maximiert oder minimiert wird. Deshalb ist eine Grenzwertbetrachtung, d.h. eine marginale Analyse der Veränderung der Zielgröße bei infinitesimaler Variation der zur Verfügung stehenden Aktionsparameter notwendig⁵¹. Das Marginalprinzip geht auf Hermann Heinrich Gossen (1810–1858) zurück, der das klassische Wertparadoxon löste. Dieses Paradoxon offenbart sich durch die Existenz von Wirtschaftsgütern, welche einerseits einen hohen Gebrauchswert, aber einen niedrigen Tauschwert besitzen. Ein Beispiel dafür ist Wasser. Andererseits gibt es Güter mit geringem Gebrauchswert, aber hohem Tauschwert, wie beispielsweise Diamanten. Gossen identifiziert den Grund für das Auftreten dieses Diamanten-Wasser-Paradoxons (vgl. Kapitel 2.1) im sinkenden Grenznutzen⁵². Gossen lieferte die Erkenntnis, dass der Nutzen eines Gutes für das Individuum keine konstante Größe ist, sondern davon abhängig ist, wie viele Einheiten der Haushalt davon bereits besitzt. Im Beispiel des Wasser-Diamanten-Paradoxons ist der erste Liter Wasser pro Tag für den Mensch extrem wertvoll, da er lebensnotwendig ist. Je mehr Wasser allerdings zur Verfügung steht, desto geringer ist der Nutzen, den der Mensch jeder zusätzlichen Einheit an Wasser beimisst. Der Grenznutzen nimmt entsprechend dem ersten Gossenschen Gesetz mit jedem weiteren Liter Wasser ab. Da der Marktpreis dem Grenznutzen aller Haushalte entspricht, der Beweis soll später in Kapitel 3 erfolgen, kostet Wasser aufgrund seiner Verfügbarkeit weniger als Diamanten. Daraus folgt das zweite Gossensche Gesetz: Das Verhältnis der Grenznutzen zweier Güter muss für jeden Konsumenten genau der Relation ihrer Marktpreise entsprechen⁵³. Léon Walras (1834–1910), William Stanley Jevons (1835–1882) und Carl Menger (1840–1921) entwickelten unabhängig voneinander dieses Marginalprinzip weiter. Die marginalistische Revolution führte zu einer grundlegenden Veränderung im ökonomischen Denken gegenüber den bis dahin vorherrschenden klassischen Auffassungen. Die Vertreter der Grenznutzschule nahmen an, dass

⁵⁰ Vgl. Göbel, E. (2021), S. 47-48

⁵¹ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 97

⁵² Vgl. Richert, R. (2021), S. 4

⁵³ Vgl. van Suntum, U. (2005), S. 36-38

der Wert der Güter sich durch die subjektive Wertschätzung der Individuen (subjektive Werttheorie) bestimmen lasse und nicht wie bis dahin angenommen durch objektive Bedingungen in der Produktion (objektive Werttheorie), wie z.B. in der Produktionskostentheorie unterstellt⁵⁴. Demnach ist der Nutzen eines Gutes oder Dienstleistung von den persönlichen Präferenzen der Individuen abhängig⁵⁵. Die Haushalte wägen in ihrer Nachfrage bei jeder weiteren Einheit gemäß des Marginalismus ab, ob der persönliche Grenznutzen die Opportunitätskosten übersteigt. Die Opportunitätskosten stellen dabei den Preis für den Verzicht auf eine Alternative dar⁵⁶. Wenn die Opportunitätskosten den Grenznutzen übersteigen, wird der Haushalt entsprechend keine weitere Einheit des Gutes nachfragen und stattdessen die Alternative wählen.

2.2.3 Modell der vollständigen Konkurrenz

In dem Neoklassischen Marktmodell bildet das Modell der vollkommenen Konkurrenz die Grundlage für die Existenz eines Gleichgewichts⁵⁷. Da die idealtypischen Annahmen in der Realität so gut wie nicht auftreten, beschäftigen sich viele Forscher der Neoklassischen Theorie auch mit anderen erweiterten Modellen, wie zum Beispiel für Monopole, welche von den Standardannahmen abweichen. Für das grundlegende Verständnis des Neoklassischen Marktmodells und eine einfache mathematische Berechnung des Marktgleichgewichts ist es jedoch sinnvoll vom idealtypischen Markt auszugehen⁵⁸. Durch die Annahmen des Markts der vollkommenen Konkurrenz wird überhaupt erst eine effiziente Ressourcenverteilung durch den Preismechanismus möglich⁵⁹.

Tab. 1: Grundannahmen des Markts der vollständigen Konkurrenz, 1-7

| |
|---|
| 1. Es gibt viele Käufer und Verkäufer im Markt. |
| 2. Jeder Käufer und Verkäufer verfügt über vollkommene Information. |
| 3. Kein einzelner Käufer und Verkäufer ist groß genug oder hat die Macht, um den Preis zu beeinflussen. (Beide werden deshalb „Mengenanpasser“ oder „Preisnehmer“ genannt.) |
| 4. Es gibt freien Markteintritt und freien Marktaustritt. |
| 5. Die produzierten Güter sind homogen. |
| 6. Käufer und Verkäufer handeln unabhängig voneinander und berücksichtigen bei ihren Entscheidungen ausschließlich ihre eigene Situation. |
| 7. Es gibt vollständig definierte Eigentumsrechte, d. h., dass sowohl die Produzenten als auch die Konsumenten in ihre Entscheidungen alle Kosten und Nutzen einbeziehen. |

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 64

⁵⁴ Vgl. Pierenkemper, T. (2012), S. 158

⁵⁵ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 58, Zuckarelli, J. L. (2023), S. 97

⁵⁶ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 5-7

⁵⁷ Vgl. van Suntum, U. (2005), S. 11

⁵⁸ Vgl. van Suntum, U. (2005), S. 12, Strotebeck, F. (2020), S. 8-9

⁵⁹ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 63-64

Tab. 2: Grundannahmen des Markts der vollständigen Konkurrenz, 8-10

| |
|---|
| 8. Alle Anbieter und Nachfrager sind rationale Nutzenmaximierer. |
| 9. Es gibt keine Transaktionskosten bzw. diese werden nicht berücksichtigt. |
| 10. Es gibt keine externen Effekte bzw. diese werden vernachlässigt. |

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 1 zeigt einen Überblick nach Mankiw und Taylor über die allgemeinen Annahmen des Marktmodells. Diese werden durch drei weitere in der Literatur als allgemeingültig aufgefasste Annahmen in Tabelle 2 ergänzt. Die Annahmen 1 bis 7 beschreiben hauptsächlich den vollkommenen Markt mit vollständiger Konkurrenz⁶⁰. In diesem Markt gibt es eine Vielzahl von Anbietern und Nachfragern mit jeweils geringen Marktanteilen. Kein Marktteilnehmer hat aufgrund seiner Größe die Möglichkeit den Preis zu beeinflussen, da ein großer Wettbewerb in dem beschriebenen Polypol herrscht. Zusätzlich können die Käufer und Verkäufer kostenlos in den Markt ein- und wieder austreten. Gemäß Annahme 9 und 10 fallen beim Kauf keine Transaktionskosten an und externe Effekte wie Umweltschutz werden vernachlässigt (vgl. Tab. 2)⁶¹. Außerdem wird davon ausgegangen, dass keine qualitativen Unterschiede zwischen den Gütern verschiedener Anbieter bestehen, das heißt, die Güter sind homogen. Aufgrund von vollkommener Transparenz bei den Preisen und in vielen Modellen unendlich schneller Anpassungsgeschwindigkeit auf den Märkten, wird der stets rational handelnde homo oeconomicus nur beim günstigsten Händler einkaufen⁶². Anbieter, die auch nur einen marginal teureren Preis anbieten, führen nicht mehr zum Nutzenmaximum der Käufer. Aufgrund vollkommener Information der Käufer gemäß Annahme 2 wird der teurere Händler keine Absätze erzielen, da die Nachfrager bei einem günstigeren Händler kaufen. Dementsprechend kann auf einem vollkommenen Markt unter Berücksichtigung von Annahme 8 nur ein einheitlicher Preis beobachtbar sein⁶³. Jevons beschrieb das sogenannte "Law of one price" wie folgt: "[...] in the same open market, at any one moment, there cannot be two prices for the same kind of article"⁶⁴.

2.2.4 Gleichgewichtsdenken

Die Neoklassiker gehen fundamental von der Existenz von Gleichgewichten aus. Dabei kann zwischen dem individuellen Gleichgewicht und dem Marktgleichgewicht unterschieden werden. Das individuelle Gleichgewicht entspricht dem Nutzenmaximum der Haushalte bzw. Gewinnmaximum der Unternehmen. Das allgemeine Marktgleichgewicht entspricht wiederum dem Gleichgewicht auf allen

⁶⁰ Vgl. Edling, H. (2023), S. 38

⁶¹ Vgl. Strotebeck, F. (2020), S. 9, Göbel, E. (2021), S. 96, Filiz, I. et al. (2022), S. 98

⁶² Vgl. Söllner, F. (2021), S. 99, van Suntum, U. (2005), S. 11, Sellenthin, M. (2022), S. 164, Strotebeck, F. (2020), S. 9

⁶³ Vgl. Caspari, V. (2022), S. 145

⁶⁴ Jevons, W. S. (1888), S. 91

Märkten⁶⁵. Im Marktgleichgewicht hat kein Individuum Interesse an einer Verhaltensänderung, weshalb dieses Gleichgewicht stabil ist. Erst eine Änderung der zugrundeliegenden Bedingungen wie Präferenzen oder Einkommen der Haushalte führt zu einer Anpassung des Gleichgewichts und temporären Nichtgleichgewichtssituationen. Langfristig stellt das Gleichgewicht jedoch den Normalfall dar⁶⁶. Voraussetzung für die Entstehung von Gleichgewichten ist das Bruttosubstituierbarkeitsaxiom. Dieses postuliert, dass grundsätzlich alle Güter untereinander austauschbar sind und daher einen Preis haben, der sich in Einheiten eines beliebigen anderen Gutes ausdrücken lässt. Der Preis dient als Instrument zur Allokation von Gütern und ermöglicht durch den Preismechanismus die Bildung von Marktgleichgewichten⁶⁷.

2.2.5 Zusammenfassung

Das Neoklassische Marktmodell impliziert eine große Menge an idealtypischen Grundannahmen und Prinzipien. Eines der bedeutendsten Axiome der Neoklassik ist der methodologische Individualismus und das dazugehörige Konzept vom Homo Oeconomicus. Alle Zusammenhänge im Neoklassischen Markt basieren auf den individuellen Entscheidungen von rational nutzenmaximierenden Wirtschaftssubjekten. Individuelle Präferenzen sorgen dafür, dass jeder Haushalt unterschiedliche Zahlungsbereitschaften für ein Gut besitzt. Mithilfe des Grenznutzens war es der Neoklassik Fragestellungen wie das Diamanten-Wasser-Paradoxon zu erklären, welche mit der Klassischen Ökonomie unbeantwortet geblieben sind. Vor allem die Erkenntnis vom sinkenden Grenznutzen gemäß dem ersten Gossenschen Gesetz beeinflusste die Entwicklung vom darauffolgenden Neoklassischen Gleichgewichtsmodell. Der Markt wird dafür als ein Markt der vollkommenen Konkurrenz angenommen, welcher durch perfekten Wettbewerb zum „Law of one price“ führt. Mithilfe des Preismechanismus geht die Neoklassische Theorie deshalb stets von stabilen Gleichgewichten zwischen Angebot und Nachfrage mit einem einheitlichen Gleichgewichtspreis aus.

2.3 Neoklassische Nachfragefunktion

Gemäß dem Gesetz der Nachfrage wird ceteris paribus davon ausgegangen, dass bei steigenden Preisen die Nachfrage nach einem Gut sinkt und umgekehrt bei sinkendem Preis die nachgefragte Menge steigt⁶⁸. Dieser Zusammenhang lässt sich in einem Preis-Mengen-Diagramm wie in Abbildung 1 darstellen.

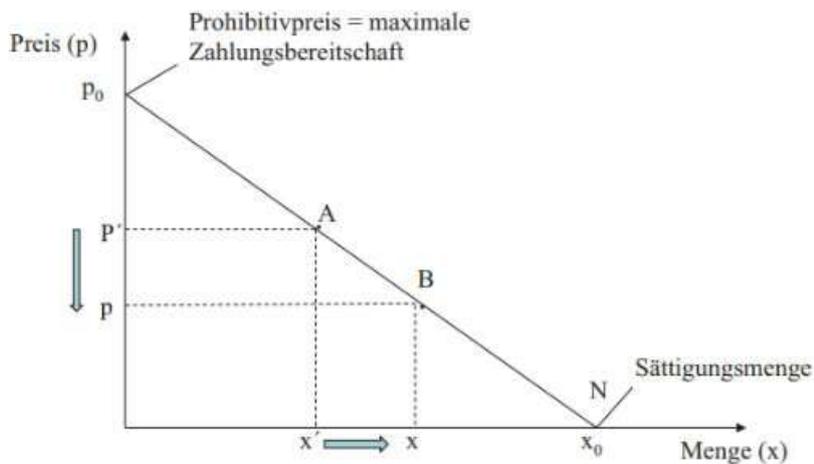
⁶⁵ Vgl. Neumann, M. (1998), S. 276

⁶⁶ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 99, Pierenkemper, T. (2012), S. 156-157

⁶⁷ Vgl. Söllner, F. (2021), S. 98

⁶⁸ Vgl. Edling, H. (2023), S. 43

Abb. 1: Gesetz der Nachfrage in einem Preis-Mengen-Diagramm



Quelle: Edling, H. (2023), S. 43

Die fallende Nachfragekurve in Abbildung 1 zeigt den inversen Zusammenhang von Preis und nachgefragter Menge. Die Nachfrage ist jedoch auch von weiteren Faktoren, wie dem Einkommen abhängig. Bei normalen Gütern steigt die Nachfragemenge mit steigendem Einkommen. Eine Ausnahme bilden inferiore Güter, auf welche im Rahmen dieser Arbeit nicht genauer eingegangen werden soll⁶⁹.

Zur Plausibilisierung der fallenden Nachfragekurve soll das Entscheidungskalkül der Haushalte gemäß dem methodologischen Individualismus genauer erläutert werden. Ausgangspunkt für die Entstehung von Nachfrage sind Bedürfnisse, welche als das Empfinden eines Mangels definiert werden⁷⁰. Mängel sind prinzipiell unendlich und führen zu dem Wunsch dieses Bedürfnis zu stillen. Dazu sind in aller Regel Mittel notwendig, um ein Gut zu erwerben. Ausgenommen davon sind freie Güter, wie z.B. Luft die das Bedürfnis zu atmen stillt⁷¹. Die Mittel sind allerdings aufgrund von Knappheit im ökonomischen Problem im Gegensatz zu den Bedürfnissen begrenzt⁷². Beim wirtschaftlichen Handeln wird deshalb zur Befriedigung eines Bedürfnisses durch den Einsatz von begrenzt zur Verfügung stehenden Mitteln indirekt auf einen anderen Nutzen, z.B. durch Konsum, verzichtet. Dieser entgangene Nutzen durch den Verzicht auf Konsum eines anderen Guts wird auch als Opportunitätskosten bezeichnet⁷³. Opportunitätskosten sind Kosten, die dadurch entstehen, dass aufgrund einer Handlung ein alternativer Nutzen nicht wahrgenommen werden kann⁷⁴. Ein Haushalt vergleicht stets den individuellen Grenznutzen mit den Opportunitätskosten und versucht durch rationales Handeln seine Kosten nach dem Minimalprinzip zu reduzieren bzw. so viele Waren wie möglich durch

⁶⁹ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 72

⁷⁰ Vgl. Forner, A. (2022), S. 22, Schumann, J. et al. (2011), S. 4

⁷¹ Vgl. Edling, H. (2023), S. 14

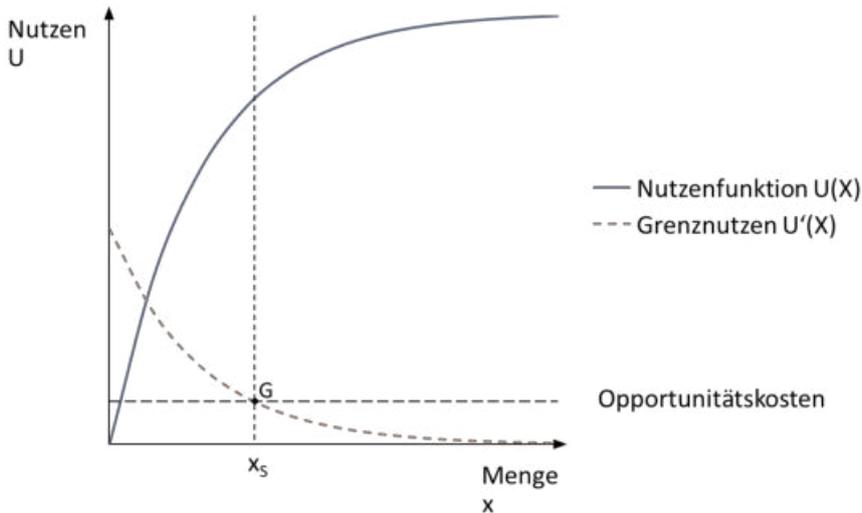
⁷² Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 2,

⁷³ Vgl. Forner, A. (2022), S. 22-23

⁷⁴ Vgl. Frambach, H. A. (2019), S. 271

das Maximalprinzip zu erhalten⁷⁵. Im Kapitel 2.2.2 wurde bereits der Grenznutzen beschrieben, welcher entscheidend für das Verständnis der neoklassischen Theorie ist. Der Grenznutzen entspricht dem zusätzliche Nutzen den ein Wirtschaftssubjekt durch den Konsum einer weiteren Einheit eines Guts erhält⁷⁶. Dieser zusätzliche Nutzen ist individuell von den Präferenzen abhängig und kann als Zahlenwert quantifiziert werden⁷⁷. Gemäß dem ersten Gossenschen Gesetz nimmt der Grenznutzen mit steigendem Verbrauch eines Gutes ab⁷⁸. Daraus resultiert eine flacher werdende, aber steigende Nutzenfunktion und eine gegen Null konvergierende Grenznutzenfunktion⁷⁹.

Abb. 2: Nutzenfunktion, Grenznutzen und Opportunitätskosten



Quelle Eigene Darstellung in Anlehnung an Conrad, C. A. (2020), S. 44 / Edling, H. (2023), S. 48

Beispielhaft soll zwischen den Gütern A und B unterschieden werden. In Abbildung 2 ist die Nutzenfunktion von Gut A für einen Haushalt dargestellt. Das Gut A liefert zu Beginn einen höheren Grenznutzen als das Gut B, dessen Nutzen den Opportunitätskosten entspricht. Entsprechend dem Neoklassischen Rationalitätsprinzip wird ein Wirtschaftssubjekt nur so lange durch den Einsatz von Mitteln nach dem Gut A nachfragen, wie der Grenznutzen die Opportunitätskosten übersteigt. Sobald das Bedürfnis eines Haushalts soweit gesättigt wurde, dass der Konsum einer weiteren Einheit des Gut A nicht mehr Nutzen stiftet als der Konsum einer Einheit des Gut B, so wird dieser keine weiteren Einheiten des Gut A nachfragen. Andernfalls entsteht ein Nutzenverlust durch die Opportunitätskosten beim Verzicht auf das Gut B, welche den Grenznutzen übersteigen. Ein solches Verhalten wird von den Neoklassikern, welche vom stets rational handelnden und nutzenmaximierenden Homo Oeconomicus ausgehen, abgelehnt. Daraus resultiert eine Sättigungsmenge x_s der Nachfrage im Gleichgewichtspunkt G. Hier entspricht der Grenznutzen den Opportunitätskosten⁸⁰. Die Sättigungsmenge x_s entspricht der effektiven Nachfragemenge von Gut A. Erst wenn der Preis von

⁷⁵ Vgl. Göbel, E. (2021), S. 45-46

⁷⁶ Vgl. Frambach, H. A. (2019), S. 267

⁷⁷ Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 97

⁷⁸ Vgl. Schumann, J. et al. (2011), S. 52

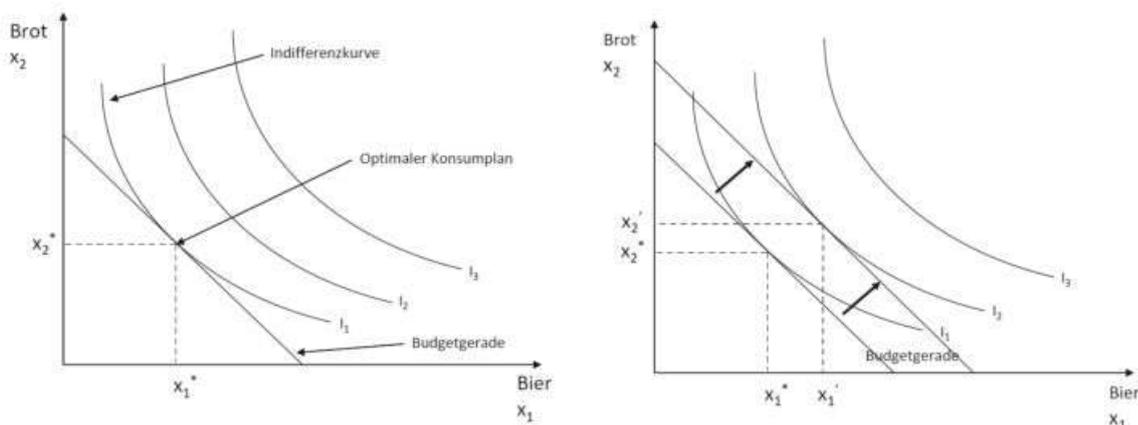
⁷⁹ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 801

⁸⁰ Vgl. Conrad, C. A. (2020), S. 44

Gut A sinkt, wird die Sättigungsmenge ansteigen, da durch den geringeren Preis auf weniger vom Gut B verzichtet werden muss und deshalb die Opportunitätskosten sinken. Bei steigendem Einkommen wird ebenfalls die Nachfrage ansteigen, da mehr von Gut B bei gleicher Menge A konsumiert werden kann und somit dessen Grenznutzen sinkt. Durch die sinkenden Opportunitätskosten, da auf weniger von Gut B verzichtet werden muss, wird kann von Gut A mehr nachgefragt werden.

Neoklassische Haushalte stehen dauerhaft vor dem Wahlproblem zwischen zwei Gütern, welche unterschiedliche Nutzen bieten. Vereinfacht soll von Brot und Bier ausgegangen werden, welche untereinander substituierbar sind. Mit Hilfe der Indifferenzkurvenanalyse kann analysiert werden, welche Mengen der beiden Güter bei begrenztem Einkommen gewählt werden müssen um die nutzenoptimale Menge beider Güter zu erhalten. Eine Indifferenzkurve gibt alle Güterkombinationen an, bei welchen ein gleiches Nutzenniveau erreicht wird. Aufgrund der Substituierbarkeit der Güter sind alle Güterbündel auf einer Indifferenzkurve für den Konsumenten indifferent. Die Indifferenzraten weisen einen konvexen Verlauf auf. Grund dafür ist das Gesetz von der abnehmenden Grenzrate der Substitution. Dieses gibt an wie viel Einheiten eines Guts abgegeben werden müssen um eine zusätzliche Einheit des anderen Guts zu erhalten, wobei das Nutzenniveau gleich bleiben soll. Da ein Haushalt weniger bereit ist auf eine Einheit vom Brot zu verzichten, wenn er von diesem wenig besitzt, wird er entsprechend eine größere Menge Bier zur Substitution verlangen. Daraus resultieren eine abnehmende Grenzrate und der konvexe Verlauf der Indifferenzkurve. Theoretisch sind unendlich viele Indifferenzkurven möglich, welche jeweils ein anderes Nutzenniveau aufweisen. Weiterhin können sich Indifferenzkurven nicht schneiden⁸¹.

Abb. 3: Optimaler Konsumplan anhand von Indifferenzkurven



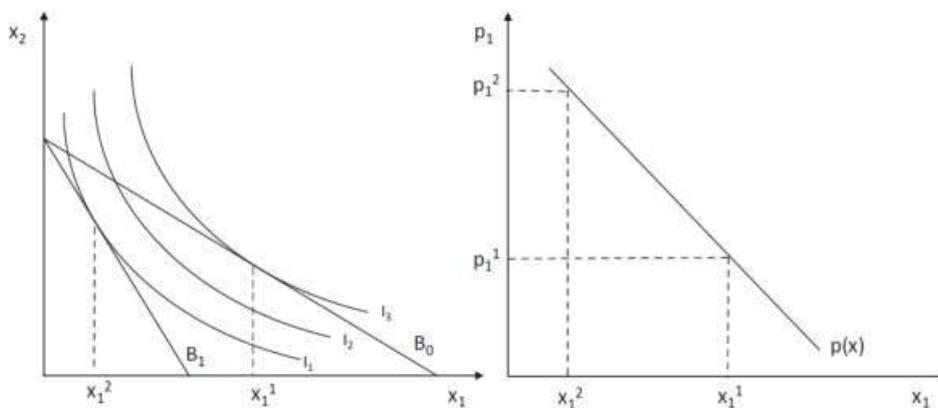
Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Sellenthin, M. (2022), S. 111, S. 115

Aufgrund der Budgetrestriktion der Haushalte, ist nur ein Nutzenniveau maximal erreichbar. Um das maximale Nutzenniveau zu bestimmen, muss die Budgetgerade des Haushalts die Indifferenzkurve, welche unter Budgetrestriktion gerade noch erreicht wird, tangieren. Abbildung 3 zeigt drei Indifferenzkurven mit unterschiedlichem Nutzenniveau, sowie eine Budgetgerade welche zu Beginn (linker

⁸¹ Vgl. Edling, H. (2023), S. 49-52

Teil der Abbildung) die Indifferenzkurve I_1 tangiert. In diesem Tangentialpunkt liegt die nutzenmaximale Konsumgütermenge vom Brot x_1^* und Bier x_2^{*82} . Die Budgetgerade stellt grafisch dar, welche Güterkombinationen sich ein Haushalt von seinem Einkommen leisten kann, wenn sein gesamtes Budget für den Konsum der beiden Güter ausgegeben wird⁸³. Durch eine Erhöhung des Einkommens verschiebt sich diese Budgetgerade nach rechts, da mehr Güter konsumiert werden können (vgl. Abb. 3 rechter Teil). Dadurch ist ein höheres Nutzenniveau erreichbar. Das Nutzenniveau entspricht der Indifferenzkurve, welche die Budgetgerade nach der Verschiebung tangiert. Diese Indifferenzkurve ist im rechten Teil der Abbildung 3 nach der Verschiebung die Indifferenzkurve I_2^{84} . Zwar wären mit dem vorhandenen Budget auch die Güterbündel auf der Budgetgerade I_1 erreichbar. Diese liegen jedoch auf einer Indifferenzkurve mit niedrigerem Nutzenniveau und entsprechend demnach keiner nutzenmaximalen Verwendung des Budgets.

Abb. 4: Herleitung der Nachfragekurve aus dem optimalen Konsumplan



Quelle: Sellenthin, M. (2022), S. 120

Die Nachfragefunktion zeigt, welche Menge ein Haushalt zu jedem Preis nachfragt und lässt sich aus den Budgetgeraden und Indifferenzkurven herleiten. Wird bei vorgegebenen Einkommen der Preis von Gut 1 erhöht, so dreht sich die Budgetgerade B_0 um den Ordinatenschnittpunkt nach links, da weniger von Gut 1 gekauft werden kann. Durch die Abbildung der nutzenmaximalen Menge von Gut 1 zu dem jeweiligen Preis in einem Preis-Mengen-Diagramm abbildet, erhält man die individuelle Nachfragekurve (vgl. Abb. 4 rechts)⁸⁵. Da die Herleitung der Kurve aus den Indifferenzkurven der Haushalte erfolgt und diese aufgrund von persönlichen Präferenzen für jeden Haushalt unterschiedlich sind, handelt es sich hierbei um eine individuelle Nachfragekurve. Zur Ermittlung der Neoklassischen Nachfragefunktion des Marktes ist es deshalb notwendig, gemäß dem methodologischem Individualismus alle Nachfragekurven der einzelnen Haushalte zusammenzuführen. Grafisch ist eine Lösung mit Hilfe von horizontaler Aggregation der individuellen Nachfragekurven möglich (vgl. Abb.

⁸² Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 65

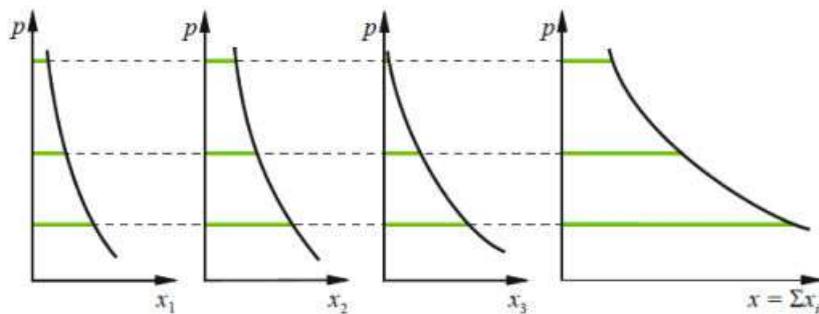
⁸³ Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 122

⁸⁴ Vgl. Sellenthin, M. (2022), S. 115

⁸⁵ Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 149-151, Schumann, J. et al. (2011), S. 16

5). Die individuellen Nachfragemengen der Haushalte zum jeweiligen Preis werden addiert und als Marktnachfrage eingezeichnet.⁸⁶ Diese Nachfragekurve stellt die gesamte Nachfrage des Marktes in Abhängigkeit vom Preis dar und entspricht der neoklassischen Nachfragefunktion, welche auch häufig als Marshall'sche Nachfragefunktion bezeichnet wird⁸⁷.

Abb. 5: Aggregation der individuellen Nachfrage zur Marktnachfrage



Quelle: Schumann, J. et al. (2011), S. 17

2.4 Neoklassische Angebotsfunktion

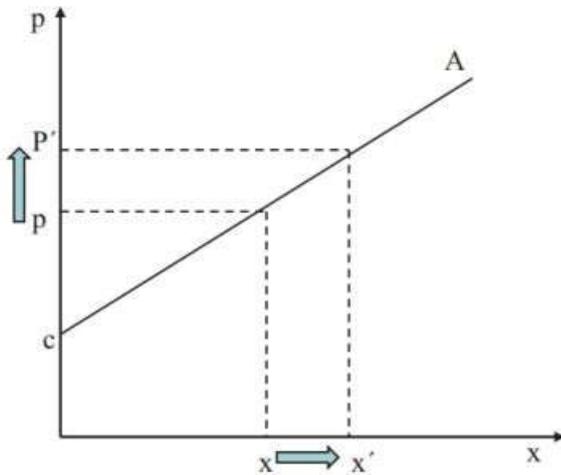
Im Neoklassischen Marktmodell ist der Handlungsraum von Unternehmen beschränkt. Gemäß dem Modell der vollständigen Konkurrenz (vgl. Kapitel 2.2.3) kann kein Anbieter die Marktpreise aufgrund seiner Größe oder der Marktsituation beeinflussen. Es handelt sich bei den Anbietern stets um Mengenanpasser. Die einzige Entscheidung der Unternehmen ist die Festlegung der Produktionsmenge, da der Markt den Preis bestimmt. Dementsprechend wird der Unternehmer als Homo Oeconomicus diejenige Ausbringungsmenge wählen, welche seinen Gewinn maximiert. Diese Menge ist von vielen Bestimmungsfaktoren abhängig, unter anderem dem Marktpreis des angebotenen Gutes, dem Stand der Technologie für die Produktion des Gutes, die Preise anderer vom Unternehmen produzierten Güter, die Preise der eingesetzten Produktionsfaktoren sowie administrativ festgelegten Preisaufschlägen wie Zöllen und Steuern. Entsprechend dem Gesetz des Angebots führen steigende Preise ceteris paribus dazu, dass die Unternehmen eine größere Menge an Gütern produzieren und anbieten werden. Daraus resultiert eine steigende Angebotskurve im Preis-Mengen-Diagramm, wie in Abbildung 6 dargestellt⁸⁸.

⁸⁶ Vgl. Forner, A. (2022), S. 170

⁸⁷ Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 149-151

⁸⁸ Vgl. Edling, H. (2023), S. 69-72

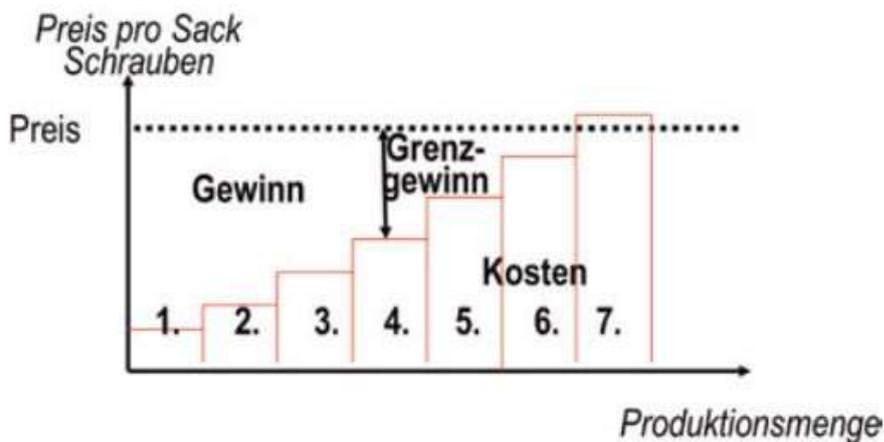
Abb. 6: Gesetz des Angebots in einem Preis-Mengen-Diagramm



Quelle: Edling, H. (2023), S. 72

Die Neoklassiker erklären die Angebotsfunktion mithilfe des Gesetzes von zunehmenden Grenzkosten. Dieses besagt, dass mit zunehmender Anzahl an produzierten Einheiten die Grenzkosten für das Unternehmen ebenfalls zunehmen⁸⁹. Dieser Anstieg muss nicht zwingend stetig sein, sondern wird eher in Stufen stattfinden. Dieses Verhalten ist in Abbildung 7 dargestellt.

Abb. 7: Gesetz von zunehmenden Grenzkosten



Quelle: Conrad, C. A. (2020), S. 42

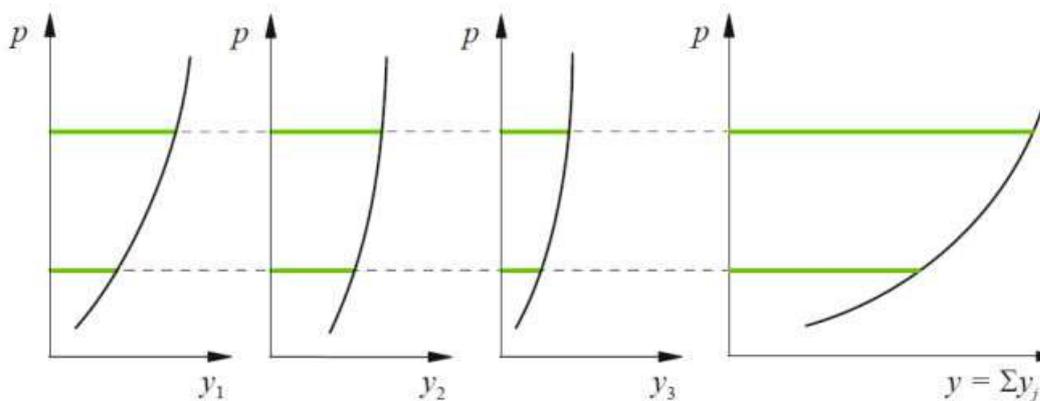
Grund dafür ist die Produktivität der zur Gütererstellung eingesetzten Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Maschinen. Der Anbieter wird zuerst den Produktionsfaktor mit der höchsten Produktivität einsetzen und dann den Nächstproduktiveren. Weiterhin nimmt der Verschleiß bei einer höheren Belastung durch eine größere Produktionsmenge zu, weshalb insgesamt der Ertrag mit zunehmendem Einsatz der Produktionsfaktoren abnimmt⁹⁰. Der rationale Produzent produziert nur so lange

⁸⁹ Vgl. Edling, H. (2023), S. 73

⁹⁰ Vgl. Conrad, C. A. (2020), S. 42

zusätzliche Einheiten, wie er sich noch im Gewinnbereich befindet. Dies ist der Fall, wenn die Grenzkosten pro Einheit unterhalb des Grenzerlös liegen. Der Erlös ist das Produkt aus Preis und verkaufter Menge, weshalb der Grenzerlös dem Marktpreis entspricht. Der Unternehmer erzielt somit mit jeder Einheit Gewinne, wenn deren Grenzkosten unterhalb des Marktpreises liegen und wird entsprechend seine Ausbringungsmenge so wählen, dass die Grenzkosten dem Verkaufspreis entsprechen⁹¹. Wie in Abbildung 7 dargestellt, würde der Produzent bei einer größeren Ausbringungsmenge mit den zusätzlichen Einheiten einen Verlust einfahren und somit seinen Gesamtgewinn schmälern. Aufgrund des Axioms der Rationalität der Wirtschaftssubjekte wird er deshalb davon absehen.

Abb. 8: Aggregation des individuellen Angebots zum Gesamtangebot



Quelle: Schumann, J. et al. (2011), S. 21

Die Grenzkostenkurve entspricht der Angebotskurve eines Unternehmens⁹². In Abbildung 8 sind die Angebotskurven von drei Unternehmen dargestellt. Bei steigendem Preis nimmt die Angebotsmenge zu. Wie auch bei der Nachfragekurve handelt es sich erst nur um eine individuelle Angebotskurve. Grund dafür sind die unterschiedlichen Produktionsfaktoren der Unternehmen. Um die gesamte Nachfrage auf dem neoklassischen Markt zu ermitteln, müssen alle individuellen Angebotskurven horizontal aggregiert werden⁹³. Dadurch erhält man die Neoklassische Angebotsfunktion aller Unternehmen im rechten Teil der Abbildung 8.

2.5 Marktgleichgewicht

Der Markt wird in der Neoklassik als Treffpunkt von Angebot und Nachfrage aufgefasst⁹⁴. Das Marktangebot ist von den Produktionskosten abhängig (vgl. Kapitel 2.4) und die Marktnachfrage (vgl. Ka-

⁹¹ Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 233-234

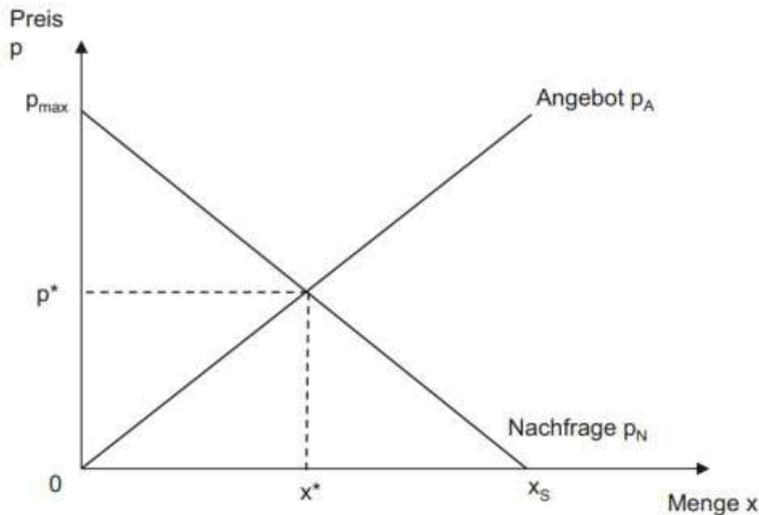
⁹² Vgl. Zuckarelli, J. L. (2023), S. 233

⁹³ Vgl. Schumann, J. et al. (2011), S. 21-22

⁹⁴ Vgl. Forner, A. (2022), S. 125

pitel 2.3) von den Zahlungsbereitschaften der Haushalte. Die Preisbildung erfolgt durch den Vertragsschluss über den Austausch von Waren und Dienstleistungen, d.h. durch die Realisierung von Angebot und Nachfrage⁹⁵. Das Marktgleichgewicht ist die Preis-Mengen-Kombination, bei welcher die aggregierte Nachfragefunktion und aggregierte Angebotsfunktion übereinstimmen⁹⁶. Der Ansatz, die aggregierte Grenznutzen- und Grenzkostenkurve zum Angebots- und Nachfragekreuz zusammenzuführen, geht dabei auf Alfred Marshall zurück⁹⁷.

Abb. 9: Marktgleichgewicht durch Angebot und Nachfrage



Quelle: Sellenthin, M. (2022), S. 165

Das Marktgleichgewicht kann unter der neoklassischen Annahme von Preisen, die durch den Preismechanismus aufgrund von Angebot und Nachfrage bestimmt werden, grafisch ermittelt werden. Dazu werden die Angebotsfunktion p_A und Nachfragefunktion p_N in dem gleichen Preis-Mengen-Diagramm wie in Abbildung 9 eingetragen. Vereinfacht werden beide Funktionen als linear angenommen. An der Stelle des Schnittpunkts beider Funktionen liegt das Marktgleichgewicht. Dieses definiert den Gleichgewichtspreis p^* und die Gleichgewichtsmenge x^* . Im Marktgleichgewicht können alle einzelwirtschaftlichen Angebots- und Nachfragepläne realisiert werden, weshalb keine Veränderung des Zustands angestrebt wird⁹⁸. Die Unternehmen können ihre zum Gleichgewichtspreis gehörende gewinnmaximale Angebotsmenge verkaufen und die Haushalte können ihre zum Gleichgewichtspreis gehörende nutzenmaximale Nachfragemenge kaufen⁹⁹. Der Gleichgewichtspreis entspricht in der Neoklassik dem Grenznutzen des letzten Nachfrager und den Grenzkosten des letzten Produzenten und wird auch als Marktpreis bezeichnet. Laut der Neoklassischen Theorie muss dieser Marktpreis allerdings im Zeitverlauf nicht konstant sein. Sämtliche Änderungen in den Angebots- und Nachfragekurven führen zu einer Anpassung des Gleichgewichtspreises als Reaktion darauf.

⁹⁵ Vgl. Sellenthin, M. (2022), S. 164

⁹⁶ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 81

⁹⁷ Vgl. Conrad, C. A. (2020), S. 45

⁹⁸ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 81

⁹⁹ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 81, Edling, H. (2023), S. 98-99

Die Neoklassik postuliert mit dem Gesetz von Angebot und Nachfrage, dass sich auf Dauer immer ein Gleichgewichtspreis durch den Preismechanismus einstellt und dieser zum Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage führt¹⁰⁰. Durch die eindeutige Definition einer stetig steigenden Angebotsfunktion und einer stetig fallenden Nachfragefunktion ist zu jedem Zeitpunkt immer nur ein Gleichgewicht im Schnittpunkt möglich. Es kann keinen zweiten Preis geben, welcher sich durch die Gleichheit von Angebot und Nachfrage ergibt¹⁰¹.

2.6 Preismechanismus

Die Neoklassische Theorie geht davon aus, dass die Einkommen und Nutzenfunktionen der Haushalte, sowie Technologien der Unternehmen exogen bestimmt sind¹⁰². Daraus resultieren, wie in den vorherigen Kapiteln beschrieben, die Angebots- und Nachfragefunktion, welche in ihrem Schnittpunkt zum Marktgleichgewicht führen. Weiterhin geht die neoklassische Theorie davon aus, dass bei unveränderten exogenen Faktoren die Märkte stabil sind und sich stets das Marktgleichgewicht bildet¹⁰³. Bei erstmaliger Einstellung des Marktgleichgewichts oder durch Änderung der exogenen Einflüsse kann es jedoch zu einem temporären Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage kommen. Dies führt zu einem Angebotsüberschuss bzw. Nachfragedefizit oder Nachfrageüberschuss bzw. Angebotsdefizit. Es kommt dadurch zu einer Abweichung vom Wohlfahrtsoptimum, da der Marktpreis entweder zu hoch ist und somit eine Produzentenrente oder zu niedrig und eine Konsumentenrente ermöglicht. Aus diesem Grund wird die real auf dem Markt gehandelte Menge unter der optimalen Gleichgewichtsmenge liegen. Langfristig führt jedoch die Unsichtbare Hand des Markts, wie sie bereits Adam Smith beschrieben hat, mithilfe des Preismechanismus zum Gleichgewicht und Wohlfahrtsoptimum¹⁰⁴. Dazu sind keine staatlichen Eingriffe notwendig, da der Markt, außer im Falle des Marktversagens, sich selbst regeln kann¹⁰⁵.

¹⁰⁰ Vgl. Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 83

¹⁰¹ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 81

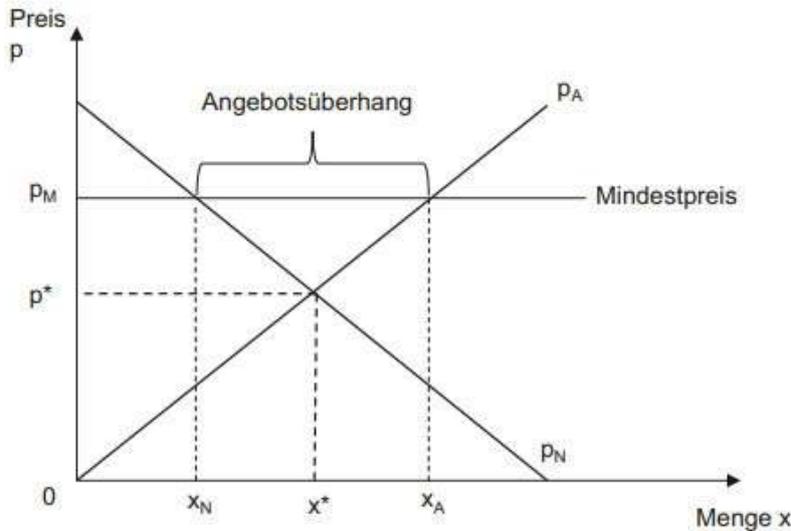
¹⁰² Vgl. Breyer, F. (2020), S. 199

¹⁰³ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 82-83

¹⁰⁴ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 92-94

¹⁰⁵ Vgl. Frambach, H. A. (2019), S. 167-168, Forner, A. (2022), S. 502, Mankiw, N. G. / Taylor M. P. (2021), S. 11

Abb. 10: Preismechanismus im Fall von Angebotsüberschuss



Quelle: Sellenthin, M. (2022), S.169

Zuerst soll der Preismechanismus im Falle eines Angebotsüberschusses betrachtet werden. Im Angebotsüberschuss liegt der Marktpreis über dem normalen Gleichgewichtspreis p^* . Ein Grund dafür kann zum Beispiel ein vom Staat festgelegter Mindestpreis sein (vgl. Abb. 10). Durch den erhöhten Preis weiten die Unternehmen die Produktion aus, um ihren Gewinn zu maximieren. Dementsprechend liegt die vom Markt angebotene Menge bei x_A oberhalb der optimalen Menge x^* . Die neue Menge x_A wird durch den Schnittpunkt des Mindestpreises mit der Angebotskurve bestimmt. Gleichzeitig sinkt durch den Mindestpreis die nachgefragte Menge von der Gleichgewichtsmenge auf die neue Nachfrage x_N . Dies liegt daran, dass die Opportunitätskosten für die Haushalte durch den erhöhten Preis ebenfalls ansteigen und somit gemäß dem Prinzip der Nutzenmaximierung eine geringe Menge nachgefragt wird. Aus dem Angebotsüberhang resultiert ein Ungleichgewicht aus angebotener Menge und nachgefragter Menge¹⁰⁶. Auf dem Markt wird nur die nachgefragte Menge x_N realisiert. Die Unternehmen erhalten dabei eine Produzentenrente entsprechend der Fläche des zwischen p_M , x_N , der Angebotskurve und Ordinate, weil diese einen höheren Preis erzielen können als im Gleichgewicht. Diesen Extragewinn durch den höheren Preis bezeichnete Marshall auch als positiven Quasirent¹⁰⁷. Allerdings wird der Gesamtgewinn durch die verminderte Nachfrage und den Wohlfahrtsverlust geschmälert. Da die Unternehmen mehr produzieren, als auf dem Markt verkauft wird, müssen überproduzierte Güter gelagert werden. Die daraus resultierenden Lagerhaltungskosten führen zu weiteren Verlusten. Dementsprechend werden Unternehmen vor allem bei verderblichen Gütern oder besonders hohen Lagerkosten versuchen, ihre überschüssigen Güter durch Senkung der Preise abzuverkaufen. Dies wird meist dadurch verstärkt, dass die Nachfrager die Absatzprobleme erkennen und deshalb niedrigere Preise fordern¹⁰⁸. Gleichzeitig werden die Unternehmen

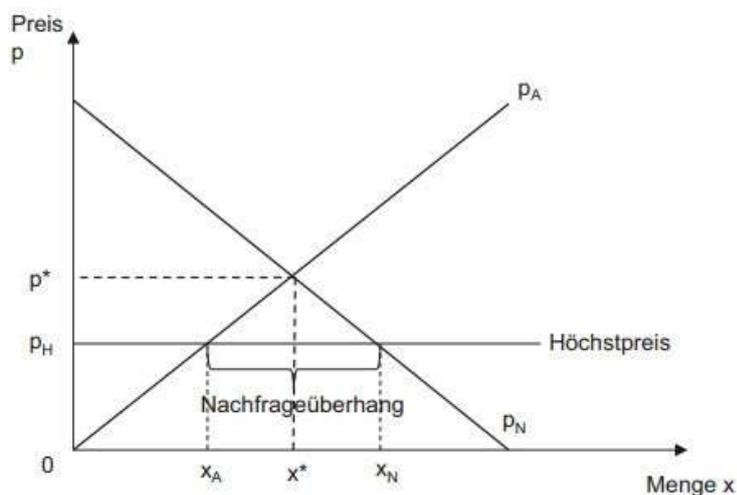
¹⁰⁶ Vgl. Sellenthin, M. (2022), S. 169

¹⁰⁷ Vgl. Caspari, V. (2019), S. 106-107

¹⁰⁸ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 83

aufgrund des Nachfragemangels ihre Produktion reduzieren. Dadurch sinken die Grenzkosten und die Unternehmen sind in der Lage, die Güter wieder günstiger anzubieten. Bei Preissenkungen steigt auch der Grenznutzen für die Haushalte und somit die Nachfrage. Dadurch erfolgt eine Bewegung im Preis-Mengen-Diagramm bis der Marktpreis dem Gleichgewichtspreis p^* und die Nachfrage der Gleichgewichtsmenge x^* entspricht. Dieser Prozess, welcher zum Marktgleichgewicht führt, wird als Preismechanismus bezeichnet. Staatliche Eingriffe, wie Preisregulierung durch den Mindestpreis in diesem Beispiel, behindern den Preismechanismus und werden deshalb von den Neoklassiker abgelehnt. Langfristig wird auch im Falle von staatlichen Mindestpreisen eine Anpassung an den Gleichgewichtspreis erfolgen müssen, so zum Beispiel bei den EU-Agrarsubventionen vor wenigen Jahren¹⁰⁹.

Abb. 11: Preismechanismus im Fall von Nachfrageüberschuss



Quelle: Sellenthin, M. (2022), S.168

Der zweite Fall des Ungleichgewichts ist der Nachfrageüberschuss. Dieser entsteht zum Beispiel durch die Einführung eines staatlichen Höchstpreises, welcher unter dem Gleichgewichtspreis liegt (vgl. Abb. 11). Es entsteht, wie beim Angebotsüberschuss, ein Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage. Grund dafür ist, dass die Nachfrager aufgrund der Preisreduzierung eine größere Menge x_N nachfragen und die Anbieter aufgrund des zu geringen Verkaufspreises ihre Produktionsmenge auf x_A reduzieren müssen¹¹⁰. Die Nachfrager erhalten das Gut zu einem günstigeren Preis als sie bereit wären im Gleichgewicht dafür zu zahlen. Dies bezeichnete Marshall als negativen Quasirenten¹¹¹. Durch die Senkung des Preises verringern sich die Opportunitätskosten, weshalb sich die Nachfrage auf x_N vergrößert. Allerdings können die Unternehmen unter der Bedingung der Gewinnmaximierung nicht die nachgefragte Menge x_N produzieren. Grund dafür ist die Grenzkostenfunktion, die dazu führt, dass jede produzierte Einheit, deren Grenzkosten über dem Marktpreis

¹⁰⁹ Vgl. Sellenthin, M. (2022), S. 170

¹¹⁰ Vgl. Sellenthin, M. (2022), S. 168

¹¹¹ Vgl. Caspari, V. (2019), S. 107

liegt, zu Verlusten führt. Unternehmen werden nur die Menge x_A produzieren, bei welcher die Grenzkosten der letzten Einheit dem Verkaufspreis entsprechen. Da die erhöhte Nachfrage das zu geringe Angebot übersteigt, konkurrieren die Haushalte um das geringe Angebot und sind bereit höhere Preise zu zahlen¹¹². Es bleiben Konsumenten zurück, deren Nachfrage trotz höherer Zahlungsbereitschaft nicht bedient werden kann. Ohne staatliche Eingriffe würden die Unternehmen deshalb im Nachfrageüberschuss ihre Produktion ausweiten und höhere Preise verlangen. Durch höhere Preise sinkt gleichzeitig die Nachfrage der Haushalte und der Preismechanismus führt zu einer Bewegung zum Marktgleichgewicht mit Gleichgewichtspreis p^* und Gleichgewichtsmenge x^* . Im Falle der staatlichen Preisregulierung durch einen Höchstpreis führen Schwarzmärkte zu einem Gleichgewicht. Die Nachfrager mit einer Zahlungsbereitschaft über dem Höchstpreis, zahlen eine Preisprämie bis zum Gleichgewichtspreis p^* an die Unternehmen, um das Gut bei einem Angebotsdefizit dennoch zu erhalten¹¹³.

Wie in beiden Fällen gezeigt, führt der Preismechanismus im Markt der vollkommenen Konkurrenz immer zu einem Gleichgewicht. Unabhängig vom Ausgangspreis sorgen die Anpassungskräfte des Marktes dafür, dass sich Angebot und Nachfrage angleichen und ein Gleichgewichtspreis realisiert wird. Das Marktgleichgewicht ist langfristig stabil und der Gleichgewichtspreis bei unveränderter Lage der Angebots- und Nachfragefunktion konstant¹¹⁴. Diese sind jedoch durch endogene Faktoren bestimmt welche sich im Zeitverlauf ändern können. Einflussfaktoren für die Angebotsfunktion sind unter anderem die Effizienz der Technologien, die Höhe der Faktorpreise und die Zahl der Anbieter. Auf der anderen Seite ist die Nachfragefunktion unter anderem von den maximalen Zahlungsbereitschaften für das Gut, den Einkommen der Haushalte und der Anzahl der Nachfrager abhängig¹¹⁵. Beispielhaft soll anhand des technischen Fortschritts und der Einkommenserhöhung *ceteris paribus* erläutert werden, wie eine Änderung der beiden Markt-Funktionen durch den Preismechanismus zu einem neuen Gleichgewicht führt.

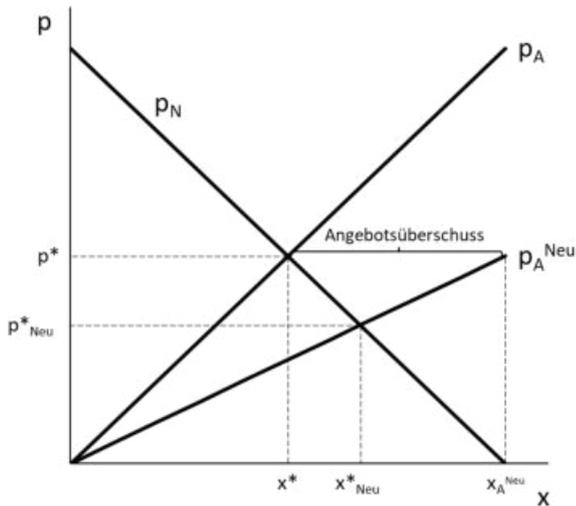
¹¹² Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 83

¹¹³ Vgl. Forner, A. (2022), S. 185, Sellenthin, M. (2022), S. 168

¹¹⁴ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 82-83

¹¹⁵ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 84, Zuckarelli, J. L. (2023), S. 281-282

Abb. 12: Preismechanismus bei technischem Fortschritt

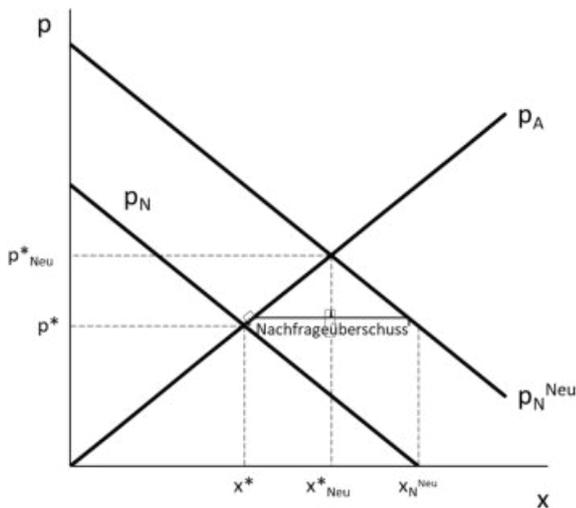


Quelle: eigene Darstellung

Die Abbildung 12 zeigt die Veränderung des Marktgleichgewichts bei technischem Fortschritt. Aufgrund verbesserter Effizienz der Produktion, sinken die Grenzkosten und das Unternehmen kann eine größere Menge an Gütern zum gleichen Preis anbieten. Daraus resultiert eine flachere Angebotsfunktion p_A^{Neu} als die ursprüngliche Angebotsfunktion p_A . Die Nachfrage hingegen bleibt unverändert, da die Zahlungsbereitschaften der Haushalte durch ihre inneren Präferenzen zeitlich konstant sind. Dementsprechend können die Unternehmen zwar eine größere Menge x_A^{Neu} produzieren, aber nicht absetzen. Es resultiert ein Angebotsüberschuss, welcher durch den Preismechanismus behoben wird. Die Preise sinken, wodurch die angebotene Menge auf x^*_{Neu} sinkt und die Nachfrage im Vergleich zu x^* steigt. Es bildet sich ein neues Gleichgewicht im Schnittpunkt der neuen Angebotsfunktion p_A^{Neu} mit der Nachfragefunktion p_N . Im Vergleich zum alten Gleichgewicht ist die neue Gleichgewichtsmenge auf x^*_{Neu} gestiegen und der Gleichgewichtspreis auf p^*_{Neu} gesunken¹¹⁶.

¹¹⁶ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 84-85

Abb. 13: Preismechanismus bei Einkommenserhöhung



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 13 zeigt den Fall einer Verschiebung der Nachfragefunktion durch eine beispielhafte Einkommenserhöhung der Haushalte. In diesem Fall verschiebt sich die Nachfragekurve nach rechts zu p_N^{Neu} . Den Haushalten steht mehr Geld zur Verfügung, weswegen sie ein höheres Nutzenniveau durch mehr Konsum erreichen können. Da die Haushalte stets nutzenmaximierend handeln, werden sie also mehr Güter am Markt nachfragen. Diese Nachfrage zeigt sich in der neuen Menge x_N^{Neu} . Diese kann allerdings nicht von den Anbietern produziert werden, da eine Produktionsausweitung mit steigenden Grenzkosten einhergeht. Es entsteht ein Nachfrageüberschuss. Der Preismechanismus wird folglich im Markt der vollkommenen Konkurrenz das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage wiederherstellen. Die Preise steigen, da ein gewisser Teil der Haushalte gewillt ist auch einen höheren Preis zu bezahlen. Gleichzeitig können die Anbieter durch die gestiegenen Preise ihre Produktion ausweiten, wodurch das Angebot steigt. Nach Beendigung des Marktanpassungsprozesses liegt ein neues stabiles Gleichgewicht zum Gleichgewichtspreis p^*_{Neu} vor. Dieser ist höher als der ursprüngliche Gleichgewichtspreis p^* . Gleichzeitig hat sich die Gleichgewichtsmenge von x^* auf x^*_{Neu} erhöht. Die neue Gleichgewichtsmenge liegt allerdings unter der anfangs maximal nachgefragten Menge x_N^{Neu} . Grund dafür ist der Preisanstieg, welcher dazu führt, dass Einkommenserhöhungen real gesehen am Markt zum Teil wieder verloren gehen¹¹⁷.

2.7 Zusammenfassung

Das Neoklassische Gleichgewichtsmodell entstand mit der Neoklassischen Theorie als Weiterentwicklung zur Klassischen Ökonomie. Vor allem die Herleitung der Marktnachfrage aus dem Grenznutzen, begründet durch die marginalistische Revolution, stellte eine der wesentlichen Änderungen

¹¹⁷ Vgl. Woeckener, B. (2019), S. 85

zur bis dahin vorherrschende wirtschaftliche Lehre der Klassik dar. Außerdem wurde das zentrale Konzept vom Homo Oeconomicus zum zentralen Bestandteil der Neoklassischen Theorie. Ausgangspunkt für die Erklärung des Marktmodells sind die Individuen, gemäß des methodologischen Individualismus. Auf einem Markt der vollkommenen Konkurrenz sorgt der Preismechanismus dafür, dass Angebot und Nachfrage der Individuen zu einem stabilen Gleichgewicht führen. Die Marktnachfrage wird durch den persönlichen Grenznutzen der Haushalte mittels Aggregation bestimmt. Die Neoklassik postuliert dabei einen abnehmenden Grenznutzen. Das Marktangebot wird durch die Grenzkosten der Unternehmen. Daraus resultiert auf dem Markt ein Gleichgewicht zu dem Gleichgewichtspreis. Mithilfe von Anpassungen des Preises sorgt der Preismechanismus dafür, dass dieses Marktgleichgewicht auch langfristig stabil bleibt.

3. Forschungsstand

Bisherige empirische Studien zum Neoklassischen Marktmodell beziehen sich meist auf den Gleichgewichtspreis, da sowohl die Angebotsfunktion als auch die Nachfragefunktion in der Realität nicht beobachtet werden können. Das Marktmodell geht davon aus, dass zu einem Zeitpunkt alle Transaktionen am Markt zu einem Gut nur zu einem einheitlichen Preis stattfinden, dem sogenannten Gleichgewichtspreis¹¹⁸. Dementsprechend haben diverse Studien durch das Sammeln von Preisen von homogenen Gütern eines Herstellers bei verschiedenen Händlern zu einem Zeitpunkt empirisch überprüft, ob dieser Gleichgewichtspreis auch in der Realität beobachtbar ist oder eine Preisstreuung vorliegt. Die Ergebnisse vergangener empirischer Forschungen werden im Kapitel 3.1 für den stationären Handel und Onlinehandel dargestellt. Eine Preisstreuung bedeutet, dass mehr als nur ein Preis am Markt beobachtbar ist und somit kein Gleichgewichtspreis vorliegt. Die möglichen Gründe für dieses Phänomen werden im Kapitel 3.2 vorgestellt. Abschließend wird in Kapitel 3.3 der Einfluss des Internets auf die Preisstreuung ermittelt.

3.1 Empirische Untersuchungen zum neoklassischen Gleichgewichtspreis und Preisstreuung

Das Kapitel 3.1 ist in zwei Teilen strukturiert. Im Kapitel 3.1.1 werden empirische Preisforschungen vorgestellt, welche den Gleichgewichtspreis im stationären Handel untersucht haben. Mit Beginn der Jahrtausendwende wandte sich die Forschung vermehrt dem Internet zu. Deshalb werden im Kapitel 3.1.2 die Ergebnisse der Forschung zu den Online-Märkten dargestellt.

3.1.1 Stationärer Handel

Erstmals wurde die Existenz einer Preisstreuung von Stigler 1961 empirisch nachgewiesen. Der wegweisende Artikel „The Economics of Information“ stellte einen paradigmatischen Wendepunkt für die wirtschaftswissenschaftliche Forschung zum Neoklassischen Gleichgewichtspreis dar und inspirierte eine Vielzahl an weiteren Untersuchungen zur Preisstreuung. Stigler analysierte die Preisdaten von Chevrolets und Anthrazitkohle aus den 1950er Jahren und stellte fest, dass in beiden Fällen eine erhebliche Preisspanne vorlag¹¹⁹. Stigler führte dies auf eine unvollständige Information der Marktteilnehmer zurück. Sowohl die Anbieter als auch die Nachfrager hatten keine vollständige Kenntnis darüber, welche Preise auf dem Markt angeboten wurden. Dies führte zu einer Differenzierung der Preise. Die Suche nach dem günstigsten Anbieter ist mit Zeit und nicht unerheblichem Aufwand verbunden. Die Annahme vollständiger Information, wie sie im neoklassischen Marktmodell

¹¹⁸ Vgl. Filiz, I. et al. (2022), S. 98-99

¹¹⁹ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 213-214

gemacht wird, erwies sich aufgrund der damit verbundenen Suchkosten für die Konsumenten als unrentabel¹²⁰. Im Kapitel 3.2.2 wird ausführlicher erörtert, wie die Suchkosten den Gleichgewichtspreis beeinflussen.

Eine weitere bedeutende empirische Studie zum Gleichgewichtspreis wurde von Pratt et al. im Jahr 1979 veröffentlicht. Die Forscher wählten für die empirische Überprüfung des Marktpreises 39 Produktkategorien zufällig aus, wobei von diesen Kategorien jeweils ein Produkt untersucht wurde, welches relativ standardisiert war, um Homogenität sicherzustellen. Damit sollte sichergestellt werden, dass eine Preisstreuung nicht auf nur ein bestimmtes Produkt beschränkt war. Die Ergebnisse zeigten eine erhebliche Preisstreuung bei allen untersuchten Produkten. Die Forscher konnten zeigen, dass allgemein kein Gleichgewichtspreis gemäß der Neoklassischen Theorie auf dem Markt eintritt. Bei 18 der 39 Produkte wurde ein Höchstpreis festgestellt, der mehr als doppelt so hoch war wie der Minimalpreis¹²¹. Darüber hinaus stellten die Forscher einen positiven Zusammenhang zwischen Durchschnittspreis und Standardabweichung fest. Die Autoren nahmen an, dass die Suchkosten sich nicht wesentlich zwischen teuren und günstigen Gütern unterscheiden. Somit sollte es für rational handelnde Käufer rentabler sein, eine aufwendigere Suche mit höheren Gesamt-Suchkosten bei teuren Produkten zu betreiben, wodurch sich die Preisstreuung minimiert. Die Ergebnisse wiesen jedoch auf das Gegenteil hin, was Pratt et al. darauf zurückführten, dass teure Güter in der Regel unregelmäßiger gekauft werden. Dadurch reduziert sich das Interesse der Käufer nach Preisen zu diesem Produkt zu suchen, weshalb die Preisstreuung steigt¹²².

In den Jahren von Mitte der 1970er bis Ende der 1980er Jahre wurden zahlreiche weitere Studien veröffentlicht, die die Existenz eines neoklassischen Gleichgewichtspreises widerlegten¹²³. Im Jahr 1988 veröffentlichte Van Hoomissen eine Untersuchung zur Beziehung zwischen Preisstreuung und Inflation. Hierzu sammelte Van Hoomissen Preisdaten für 13 Produkte aus dem Verbraucherpreisindex in Israel von 1971 bis 1984. In dieser Zeit stieg die Inflation in Israel von einer sehr niedrigen bis negativen Inflationsrate auf eine extrem starke Inflation von über 20% pro Monat. Das Preisniveau erhöhte sich insgesamt um das 500-fache. Die ausgewählten Produkte reichten von günstigen, regelmäßig gekauften Produkten bis zu teureren, seltener gekauften Produkten. Van Hoomissen konnte zeigen, dass steigende Inflation zu einer größeren Preisstreuung führt¹²⁴.

Im Jahr 1991 wiesen Borenstein und Rose anhand von Preisdaten eine Preisstreuung innerhalb einer Fluglinie nach. Passagiere bezahlten für das gleiche Ticket unterschiedliche Preise, wobei die Preisspanne über 35% vom durchschnittlichen Ticketpreis abwich¹²⁵. Darüber hinaus konnten die

¹²⁰ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 214-216

¹²¹ Vgl. Pratt, J. W. et al. (1979), S. 204, S. 206-207

¹²² Vgl. Pratt, J. W. et al. (1979), S. 205

¹²³ Vgl. Marvel, H.P. (1976), S. 1033-1060, Carlson, J. A. / Pescatrice, D. R. (1980), S. 21

¹²⁴ Vgl. Van Hoomissen, T. (1988), S. 1307-1313

¹²⁵ Vgl. Borenstein, S. / Rose, N. L. (1991), S. 2

Forscher anhand der Daten nachweisen, dass die Preisstreuung mit mehr Wettbewerbern zunimmt¹²⁶. Im Jahr 2000 zeigte Sorensen, dass die Preisstreuung für Medikamente, die in regelmäßigen Abständen in Apotheken gekauft werden müssen, abnimmt.¹²⁷ In den Jahren um 2000 wurden im stationären Einzelhandel kaum neue Erkenntnisse aus empirischen Forschungen gewonnen. Alle verfügbaren Studien widerlegten die Annahme des Gleichgewichtspreises auf Basis von Preisdaten aus der Realität¹²⁸. Das Interesse der Forschung wandte sich stattdessen verstärkt dem Internet zu, das einen völlig neuen Markt geschaffen hatte. Dennoch führten einige Forscher wie Zhao und Lewis weiterhin Untersuchungen über Preise in physischen Geschäften durch und konnten weiterhin eine Preisstreuung nachweisen¹²⁹. Vukina und Zheng untersuchten im Jahr 2010 den Markt für lebende Schweine und stellten eine erhebliche Preisstreuung fest, die von der Tageszeit abhängig¹³⁰. Auch neue Arbeiten aus den letzten Jahren konnten keinen neoklassischen Gleichgewichtspreis in Offline-Märkten belegen¹³¹.

3.1.2 Onlinehandel

Der Aufstieg des Internets ermöglichte die Entwicklung eines völlig neuen Markts. Im Internet konnten neue Verkäufer erstmals nahezu ohne Markteintrittsbarrieren ihre Waren anbieten und verkaufen. Preisanpassungen konnten fast kostenlos umgesetzt werden und Preisvergleichsseiten ermöglichten es den Verbrauchern, den günstigsten Preis weltweit mit minimalem Zeitaufwand und ohne zusätzliche Kosten zu ermitteln. Dadurch sollte der Wettbewerb zwischen den Verkäufern stark intensiviert werden. Während im stationären Handel immer noch hohe Suchkosten und Informationslücken der Käufer als Gründe für die Preisstreuung bei homogenen Gütern ausgemacht wurden, sollten diese Effekte im Online-Markt minimiert sein und der Markt weitestgehend der idealtypischen Vorstellung aus der Neoklassik entsprechen¹³². Die Erwartung der Forscher zu Beginn der 2000er Jahre war, dass das Internet im Vergleich zu traditionellen Märkten die Preisstreuung erheblich reduzieren würde. Diese Annahme konnte jedoch in den frühen Arbeiten zur Online-Preisstreuung nicht empirisch bestätigt werden¹³³.

Eine der ersten Studien wurde 1998 von Bailey veröffentlicht. Im Rahmen der Studie wurden 23.789 Preise zu 337 Produkten erfasst, welche zu den drei Produktgruppen Bücher, CDs und Software gehörten. Die Beobachtung erfolgte sowohl im Internet als auch offline. Bailey stellte in beiden Fällen eine signifikante Preisstreuung fest. Im Internet war die Preisstreuung bei Büchern und CDs stärker ausgeprägt, während sie bei Software geringfügig schwächer als im stationären Handel war. Bailey

¹²⁶ Vgl. Borenstein, S. / Rose, N. L. (1991), S. 31

¹²⁷ Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 849

¹²⁸ Vgl. Villas-Boas, J. M. (1995), S. 85-107, Kessner, E. / Polborn, M. K. (2000), S. 221-237, Aalto-Setälä, V. (2003), S. 1-16, Lach, S. (2002), S. 1-26

¹²⁹ Vgl. Zhao, Y. (2006), S. 1190-1191, Lewis, M. (2008), S. 677

¹³⁰ Vgl. Vukina, T. / Zheng, Z. (2010), S. 544

¹³¹ Vgl. Pennerstorfer, D. et al. (2020), S. 884-885, Moen, E. R. et al. (2020), S. 1204

¹³² Vgl. Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006), S. 236

¹³³ Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 6-7

fürte dies auf eine aggressive Loss-Leader-Strategie der Online-Verkäufer zurück¹³⁴. Im selben Zeitraum wiesen auch Brynjolfsson und Smith sowie Clemons et al. nach, dass eine erhebliche Preisstreuung mit einer prozentualen Preisspanne von über 20% im Internet fortbesteht¹³⁵. Die Autoren um Smith et al. vermuten auch, dass die Preisstreuung auf eine fehlende Reife des Marktes zurückzuführen ist¹³⁶.

Im Jahr 2001 konnten Clay et al. die Beobachtungen der ersten Studien nicht widerlegen. Die Forscher untersuchten den Online-Büchermarkt zwischen 1999 und 2000. Dazu wurden die Preisdaten von 399 Büchern aus den Kategorien New York Times Bestseller, Computer Bestseller und zufällige Bücher mittels Preisvergleichsmaschinen und manueller Suche ermittelt¹³⁷. Insgesamt zeigte sich für alle Produktkategorien eine Preisstreuung, wobei die Bestseller-Bücher sogar die größte Streuung aufwiesen. Dies widersprach der Hypothese, dass stärker umworbene Bücher eine geringere Preisstreuung aufweisen sollten. Wenn jedoch die Marktmacht der größten Anbieter berücksichtigt wurde und nur die drei größten Marktteilnehmer betrachtet wurden, änderte sich die Preisverteilung erheblich. In diesem Fall wiesen die New York Time Bestseller die geringste Streuung auf, wohingegen die zufälligen Bücher, welche weniger intensiv beworben wurden, die höchste Standardabweichung aufwiesen. Dies legte nahe, dass stärker beworbene Produkte tendenziell eine geringere Preisstreuung aufweisen¹³⁸. Baylis und Perloff stellten 2002 in einem längeren Beobachtungszeitraum nicht nur eine Preisstreuung fest, sondern auch, dass Anbieter im Preisranking im Laufe der Zeit weitestgehend konstant blieben. Dies sprach gegen eine Erklärung der Preisstreuung durch Preisanpassungen der Unternehmen, um ihre Wettbewerber zu unterbieten. Außerdem fanden die Forscher keinen Beweis dafür, dass ein besserer Service der Internetanbieter zu höheren Preisen führt, wie bis dahin teilweise in der Literatur spekuliert wurde¹³⁹. In den frühen 2000er Jahren veröffentlichten Baye et al. mehrere Studien, in denen sie die Abwesenheit des Gleichgewichtspreises untersuchten. Sie stellten ebenfalls über einen längeren Zeitraum hinweg eine konstante Preisstreuung im Internet fest¹⁴⁰. Scholten und Smith trugen 2002 in ihrer Studie zu der Erkenntnis bei, dass das Internet trotz gestiegener Reife nicht zu einer Annäherung an den Gleichgewichtspreis geführt hat. In der Arbeit untersuchten die beiden Forscher Preisdaten für Bücher und CDs aus dem Jahr 2000 im Internet und verglichen diese mit alten Preisdaten von 1976 aus dem stationären Handel. Scholten und Smith stellten fest, dass die Preisstreuung im Jahr 2000 genauso groß war wie im Jahr 1976. In Bezug auf die Bücher war die Preisstreuung sogar größer als 1976¹⁴¹. Eine Studie von Elisson und Elisson aus 2004 weckte jedoch wieder die Hoffnung, dass das Internet mit zunehmenden

¹³⁴ Vgl. Bailey, J. (1998), S. 81-89

¹³⁵ Vgl. Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000), S. 21-24, Clemons, E. K. et al. (2002), S. 535

¹³⁶ Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 6

¹³⁷ Vgl. Clay, K. et al. (2001), S. 9-12

¹³⁸ Vgl. Clay, K. et al. (2001), S. 17-19

¹³⁹ Vgl. Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 322-323

¹⁴⁰ Vgl. Baye, M. R. et al. (2002), S. 21-22, Baye, M. R. et al. (2004), S. 490

¹⁴¹ Vgl. Scholten P. / Smith, S. A. (2002), S. 18-19

der Reife zu einer Verringerung der Preisstreuung führen könnte. Die Forscher stellten für PC-Speicherkarten lediglich eine Preisstreuung von 5% fest¹⁴². Diese Hoffnung sollte sich allerdings nicht bestätigen, da in den darauffolgenden Jahren weiterhin keine Anzeichen für einen Gleichgewichtspreis oder eine Reduzierung der Preisstreuung im Internet beobachtet wurden¹⁴³.

Neuere Studien aus den letzten Jahren, wie die von Zhuang et al., versuchen vor allem Modelle zur Erklärung der Preisstreuung zu entwickeln. Zhuang et al. zeigten 2017 eine größere Online-Preisstreuung im Vergleich zur Offline-Preisstreuung und führten dies auf die Anzahl der Anbieter und deren Typ sowie auf das Risiko beim Onlinekauf zurück¹⁴⁴. Fedoseeva et al. stellte im Jahr 2017 ähnliche Ergebnisse für die Preisstreuung auf dem deutschen Lebensmittelmarkt sowohl im Onlinehandel als auch im stationären Handel fest. Als einen möglichen Grund identifizierten die Forscher Lock-In Effekte, bei welchem Kunden einen bestimmten Anbieter im Internet aufgrund von Vertrauen und Bequemlichkeit treu bleiben, auch wenn dieser einen höheren Preis verlangt¹⁴⁵. Gonzalez und Miles-Touya sowie Aparicio et al. untersuchten in den letzten Jahren ebenfalls den Lebensmittelmarkt und stellten eine Preisstreuung bei homogenen Lebensmitteln fest¹⁴⁶. Bazenkov et al. und Böheim et al. wiesen eine Preisstreuung im Internet für verschiedene Panels nach¹⁴⁷. Wang et al. stellten 2021 als erste Forscher für das Internet fest, dass die eine größere Anzahl an Wettbewerbern eher zu höheren Preisen und höherer Preisstreuung führt. Bis dahin gab es nur im stationären Handel Hinweise auf einen solchen Zusammenhang¹⁴⁸. Eine der neuesten Studien zum Gleichgewichtspreis wurde von Filiz et al. 2022 veröffentlicht. Im Rahmen der Arbeit untersuchten Studenten die Preise für homogene Güter im stationären Handel und Onlinehandel. In drei von 146 Preisvergleichen konnte ein Gleichgewichtspreis, d.h. eine Preisspanne von Null festgestellt werden. Dies wurde allerdings auf eine zu geringe Anzahl von Preisdaten für diese drei Produkte zurückgeführt. Bei weiteren Beobachtungen desselben Produkts mit mehr Preisdaten wurde eine Preisstreuung festgestellt. Insgesamt zeigten die Ergebnisse der Studie eine größere Preisstreuung im Internet im Vergleich zum stationären Handel. Schlussfolgernd wurde die neoklassische Theorie des Gleichgewichtspreises in Frage gestellt. Wie in weiteren Arbeiten und diesem Kapitel bereits dargestellt, ist ein solcher Gleichgewichtspreis in der Realität nicht zu beobachten. Der Marktmechanismus allein führt nicht zwangsläufig zu einem effizienten Marktergebnis. Daher ist die Entwicklung eines neuen Marktmodells dringend erforderlich¹⁴⁹.

¹⁴² Vgl. Ellison, G. / Ellison, S. (2004) zit. nach Baye, M. R. et al. (2004), S. 463-464

¹⁴³ Vgl. Pan, X. et al. (2004), S. 123, Hong, H. / Shum, M. (2006), S. 266-267, Walter, Z. et al. (2006), S. 46-51, Nelson, R. A. et al. (2007), S. 96-97, Chellappa, R. K. et al. (2011), S. 94-96

¹⁴⁴ Vgl. Zhuang, H. et al. (2017), S. 13-14

¹⁴⁵ Vgl. Fedoseeva, S. et al. (2017), S. 70

¹⁴⁶ Vgl. González, X. / Miles-Touya, D. (2018), S. 134-135, Aparicio, D. et al. (2021), S. 26

¹⁴⁷ Vgl. Bazenkov, N. et al. (2019), S. 8-9, Böheim, R. et al. (2019), S. 25-26

¹⁴⁸ Vgl. Wang, W. et al. (2021), S. 152

¹⁴⁹ Vgl. Filiz, I. et al. (2022), S. 111-112

3.1.3 Zusammenfassung

In diesem Kapitel wurde die Preisstreuung im Online- und Offline-Markt anhand von bisherigen empirischen Forschungsarbeiten untersucht. Der Einführungsartikel von Stigler in 1961 legt nahe, dass eine Preisstreuung in den Märkten auftritt, welche dem neoklassischen Gleichgewicht widerspricht. Stigler schloss, dass unvollständige Informationen der Marktteilnehmer die Hauptursache für die Preisstreuung seien, da weder Anbieter noch Nachfrager einen umfassenden Überblick über alle Preise auf dem Markt haben. Dies führte zu einer Spanne an Preisen. Weitere empirische Studien bestätigten die Preisstreuung in verschiedenen Produktkategorien und zeigten, dass ein Neoklassischer Gleichgewichtspreis in der Realität nicht existiert. Die Forschung legt nahe, dass neben Suchkosten und unregelmäßiger Nachfrage, Durchschnittspreise und Inflation die Preisstreuung beeinflussen. Auch in der Zeit des Internets konnte die neoklassische Annahme eines Gleichgewichtspreises für den Onlinehandel nicht bestätigt werden. Frühe Studien in den 2000er Jahren zeigten, dass Preisstreuung im Internet weiterhin vorhanden ist und führten dies auf Faktoren, wie aggressives Pricing und die noch fehlende Reife des Online-Markts, zurück. Auch neue Forschungsarbeiten der letzten Jahre kommen zur generellen Erkenntnis, dass die neoklassische Theorie des Gleichgewichtspreises in der Realität nicht zutrifft. Dies unterstreicht die Notwendigkeit der Entwicklung eines neuen Marktmodells, da der Marktmechanismus allein nicht zwangsläufig zu einem effizienten Ergebnis führt.

3.2 Gründe für Preisstreuung

Im Laufe der Forschung wurde eindeutig festgestellt, dass die Realität von der neoklassischen Markttheorie aufgrund der vorhandenen Preisstreuung abweicht. Die Ergebnisse der Studien wurden jedoch vielfältig interpretiert. In den folgenden Unterkapiteln werden verschiedene Ursachen für die Preisstreuung erläutert. Im Unterkapitel 3.2.1 wird der Einfluss der Heterogenität der Verkäufer näher beleuchtet. In 3.2.2 wird der Zusammenhang zwischen Preisstreuung und Suchkosten sowie unvollständiger Information erläutert. Das Unterkapitel 3.2.3 widmet sich dem Einfluss des Durchschnittspreises des Produkts. In 3.2.4 wird die Regelmäßigkeit des Kaufs als möglicher Auslöser für eine Preisstreuung behandelt. Das Unterkapitel 3.2.5 beschäftigt sich mit der Anzahl der Anbieter und deren Einfluss auf die Preisstreuung. Schließlich werden in 3.2.6 weitere, weniger erforschte Faktoren als mögliche Ursachen für Preisstreuungen beschrieben.

3.2.1 Verkäuferheterogenität

Da in der Realität keine Gleichgewichtspreise beobachtbar sind, stellten viele Forscher die Frage, wodurch diese Abweichung vom Neoklassischen Marktmodell zustande kommt. Eine Vielzahl an Forschern identifizierte eine Erklärung darin, dass die idealtypische Vorstellung vom Markt (vgl. Kapitel 2.2) die Realität nicht akkurat widerspiegelt. Bereits Stigler merkte 1961 an, dass eine absolute

Homogenität der Güter nicht sichergestellt werden kann, wenn die Rahmenbedingungen beim Austausch von Gütern beachtet werden¹⁵⁰. In der Praxis kommt es oft zu einer vertikalen Differenzierung der Verkäufer, die durch zusätzliche Serviceleistungen, wie beispielsweise kostenlosen Versand oder Größe der Auswahl im Sortiment, geschaffen wird. Die Händler bieten diese Leistungen über den Preis hinaus an, wodurch ein Nutzen für den Kunden entsteht¹⁵¹. Dieser Nutzen rechtfertigt wiederum eine zusätzliche Serviceprämie auf den Preis des Gutes, die zu einer Preisstreuung führt, da die Unternehmen aufgrund von Heterogenität ein unterschiedliches Wertversprechen über das Produkt hinaus bieten¹⁵². Diese Preisstreuung aufgrund der Heterogenität der Verkäufer wurde durch verschiedene Arbeiten belegt¹⁵³. Weiterhin führt eine größere Differenzierung zwischen den Verkäufern auf dem Markt zu einer erhöhten Preisstreuung¹⁵⁴. Dennoch kann mit der Heterogenität nur ein Teil der Preisstreuung erklärt werden. Stigler schrieb dazu: „[] *it would be metaphysical, and fruitless, to assert that all dispersion is due to heterogeneity.*“¹⁵⁵.

Tab. 3: Hedonische Preisverteilung bei Verkäuferheterogenität

| | A | B | C |
|--------------------------------|----------|----------|----------|
| Verkaufspreis | 20,00€ | 23,00€ | 25,00€ |
| - Kostenloser Versand (2,00 €) | - | + | + |
| - Kostenlose Retouren (4,00€) | - | - | + |
| = Hedonischer Preis | 20,00€ | 21,00€ | 19,00€ |

Quelle: Eigene Darstellung

Veranschaulicht werden soll die Preisstreuung aufgrund von Heterogenität der Verkäufer anhand eines hypothetischen Beispiels in Tabelle 3. Es gelten ceteris paribus die Annahmen des Neoklassischen Marktmodells. Die Wirtschaftssubjekte sind rational handelnde Nutzenmaximierer. Auf diesem Markt existieren drei Anbieter A, B und C, welche das gleiche homogene Gut zu einem unterschiedlichen Preis verkaufen. Allerdings differenzieren sich die Anbieter in ihrem angebotenen Service in Form von kostenlosem Versand und kostenlosen Retouren. Der Nutzen aus diesem Service rechtfertigt einen höheren Preis. Anbieter C sollte entsprechend dem Wertversprechen das Produkt zu dem höchsten Preis anbieten, da sein Service den größten Kundennutzen generiert. Die Verbraucher handeln rational, wenn sie das Gut mit dem höchsten Nutzen für sich auswählen, also dasjenige mit den minimalen Opportunitätskosten bzw. dem niedrigsten hedonischen Preis. Hedonische Preise sind implizierte Preise, die aus den Marktpreisen für differenzierte Produkte und ihren jeweiligen Eigenschaften abgeleitet werden¹⁵⁶. Die Bewertung der Serviceleistungen ermöglicht die

¹⁵⁰ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 214

¹⁵¹ Vgl. Pan, X. et al. (2002), S. 434

¹⁵² Vgl. Brynjolffson, E. / Smith, M. (2000), S. 26, Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 308

¹⁵³ Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 846-848, Brynjolffson, E. / Smith, M. (2000), S. 26-29, Lach, S. (2002), S. 6-9, Lewis, M. (2008), S. 658-660, Moen, E. R. et al. (2020), S. 1204

¹⁵⁴ Vgl. Böheim, R. et al. (2019), S. 18

¹⁵⁵ Stigler, G. J. (1961), S. 214

¹⁵⁶ Vgl. Rosen, S. (1974), S. 34

Ermittlung des besten Anbieters nach Abzug dieser Serviceleistungen vom Verkaufspreis. Im gegebenen Beispiel ist Unternehmen C der günstigste Anbieter, wenn der Versand mit einem Nutzen von 2,00 € und die Retoure mit 4,00 € bewertet werden. Der hedonische Preis von C beträgt nach Bereinigung um diese Serviceleistungen 19 €. Somit ist der Verkäufer mit dem teuersten Marktpreis gemäß dem Rationalitätsprinzip der Verkäufer, welcher den Nutzen der Kunden maximiert. Diese beispielhafte Preisdifferenzierung aufgrund von Qualitätsunterschieden der Anbieter erklärt, warum auf dem Markt verschiedene Preise für homogene Güter existieren.

Theoretisch könnte ein Gleichgewicht trotz differenzierter Preise erreicht werden, wenn alle Anbieter nach Abzug des Nutzens durch zusätzliche Leistungen denselben Preis anbieten würden. Ein solches Modell wurde von Rosen 1974 unter der Voraussetzung von vollkommener Information auf dem Markt vorgeschlagen. In diesem Modell sind die Güter durch eine Vielzahl zusätzlicher Eigenschaften differenziert. Obwohl die Verbraucher diese Merkmale in ihrer Gesamtheit jeweils identisch bewerten, kann der subjektive Wert für jeden Konsumenten unterschiedlich sein. Gleichzeitig können die Unternehmen entscheiden, welche Merkmale ihr Produkt aufweisen soll, wobei die Grenzkosten für zusätzliche Differenzierungen positiv sind. Unter diesen Bedingungen beschreibt das Modell von Rosen vereinfacht einen funktionalen Zusammenhang zwischen den Preisen der Unternehmen und dem Service, welcher zusätzlich darüber angeboten wird. Die Preisstreuung im Rosen-Modell kann unter der Annahme perfekter Information vollständig durch Unterschiede in den von den Verkäufern angebotenen Serviceleistungen erklärt werden¹⁵⁷.

Dennoch bleibt in der Realität eine Preisstreuung bestehen, die sich nicht allein durch die Differenzierung im angebotenen Service erklären lässt¹⁵⁸. Dies zeigt auch die Preisstreuung der hedonistischen Preise in Tabelle 3. Selbst nach Bereinigung um die Zusatzleistungen liegt kein einheitlicher Preis aller Anbieter vor. Das bedeutet, dass Unternehmen A und B in der Theorie keinen Umsatz erzielen sollten, da ihr Preis zu hoch ist. Dies steht jedoch im Widerspruch zur Realität, da teurere Unternehmen über längere Zeiträume hinweg zu hohe Preise für homogene Güter beibehalten, obwohl ihr Service nicht den höchsten Nutzen stiftet¹⁵⁹. Ein möglicher Grund ist, dass gemäß dem methodologischen Individualismus die Präferenzen für zusätzliche Serviceleistungen von Haushalt zu Haushalt individuell variieren. Dies führt dazu, dass die tatsächlichen Nutzenwerte für kostenlose Retouren und kostenlosen Versand unterschiedlich ausfallen. Ein Haushalt könnte zum Beispiel kein Interesse an der Retoure eines Produkts haben. Für diesen Haushalt würde der Nutzen des Service beispielsweise nur einen Wert von 0,50 € annehmen. Daraus resultiert, dass das Unternehmen C für diesen Haushalt der teuerste Anbieter mit einem hedonistischen Preis von $25 € - 2,00 € - 0,50 € = 22,50 €$ ist. Der Haushalt würde stattdessen beim Anbieter A kaufen. Da es nahezu unendlich viele Möglichkeiten der Differenzierung für Unternehmen gibt und die Haushalte diese Differenzierungen

¹⁵⁷ Vgl. Rosen, S. (1974), S. 36-51, Pan, X. et al. (2002), S. 434

¹⁵⁸ Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 846-848, Brynjolffson, E. / Smith, M. (2000), S. 26-29, Lach, S. (2002), S. 6-9, Lewis, M. (2008), S. 658-660, Moen, E. R. et al. (2020), S. 1204

¹⁵⁹ Vgl. Wildenbeest, M. R. (2011), S. 742-744, Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 317-319

unterschiedlich bewerten, ist es in der Praxis für die Wirtschaftssubjekte kaum möglich, alle Aspekte zu berücksichtigen, insbesondere aufgrund hoher Suchkosten. Deshalb ist davon auszugehen, dass auch im neoklassischen Gleichgewicht unter der Annahme, dass alle anderen Wettbewerbsbedingungen gemäß dem Modell der vollkommenen Konkurrenz gelten, weiterhin eine Preisstreuung besteht¹⁶⁰.

Darüber hinaus wird sich die Bewertung des im Preis enthaltenen Services in der Realität oft als schwierig gestalten. Haushalte sollten sich zwar bewusst sein, dass der kostenlose Versand einen Nutzen bringt, aber nur wenige Verbraucher würden eine umfassende Nutzenbewertung, wie in der Tabelle 3 dargestellt, durchführen, um ihre Kaufentscheidung zu treffen. Stattdessen neigen die Käufer dazu, dem scheinbar günstigsten Preis oder anderen Faktoren wie Vertrauen oder Markenbekanntheit einen übermäßig großen Wert beizumessen¹⁶¹. Insbesondere im Online-Markt spielt Vertrauen eine bedeutende Rolle, da hier Güter und Geld nicht gleichzeitig ausgetauscht werden. Die Kunden erhalten die Güter erst nach der Bezahlung. Daher sind Haushalte bereit, einen Aufpreis für den Kauf bei einem vertrauenswürdigen Anbieter zu zahlen, den sie als zuverlässig erachten¹⁶². Die qualitativen Merkmale eines Verkäufers gelten oft auch für seine anderen Produkte. Aus diesem Grund nutzen viele Unternehmen Marken zur Differenzierung und leichteren Wiedererkennung. Marken dienen dem Kunden als Signal für erwartete Qualität oder Service und schaffen Vertrauen¹⁶³. Ein Haushalt, der ein Produkt erwerben möchte, wird sich eher für ein Unternehmen entscheiden das aufgrund von Brand Awareness oder positiven Erfahrungen aus der Vergangenheit bekannt ist. Durch die Steigerung der Brand Awareness steigt die Loyalität gegenüber der Marke¹⁶⁴. Im Gegensatz dazu müssen unbekannte Verkäufer oft niedrigere Preise anbieten um Kunden anzulocken¹⁶⁵. Obwohl Marken aufgrund ihrer Bekanntheit oft in der Lage sind, höhere Preise zu verlangen, sind sie nicht immer die teuersten Anbieter auf dem Markt, sondern benutzen auch zufällige Preisstrategien¹⁶⁶. Insbesondere wenn den Käufern nur begrenzte Informationen für ihre Kaufentscheidung zur Verfügung stehen, gewinnt die Bedeutung von Marken und deren Image an Wert¹⁶⁷. Mit zunehmend wahrgenommenen Nutzen aus der Markenidentifikation oder dem Brand Image steigt auch die Kundenbindung gegenüber dieser Marke. Für loyale Kunden ist die Preiselastizität geringer als für Haushalte, die keine Präferenz für eine bestimmte Marke haben¹⁶⁸. Selbst wenn anderswo erheblich niedrigere Preise angeboten werden, bleiben loyale Haushalte ihrer bevorzugten Marke treu, da sie dieser einen erheblichen Wert beimessen. Somit kann es zu einer Abweichung vom Rationalitätsprinzip

¹⁶⁰ Vgl. Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 305

¹⁶¹ Vgl. Bitkom Research (Hrsg.) (2023), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1074819/umfrage/kriterien-fuer-die-wahl-eines-online-shops-in-deutschland/>

¹⁶² Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 12-13

¹⁶³ Vgl. Ribbink, D. et al. (2004), S. 454, VuMA (Hrsg.) (2021), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/287109/umfrage/umfrage-unter-singles-zu-ausgabebereitschaft-bzw-affinitaet-fuer-luxus/>

¹⁶⁴ Vgl. Pratama, H. / Suprpto, B. (2017), S. 53

¹⁶⁵ Vgl. Chen, P. / Hitt, L. M. (2001), S. 2-3

¹⁶⁶ Vgl. Chen, P. / Hitt, L. M. (2001), S. 9-10

¹⁶⁷ Vgl. Degeratu, A. M. et al. (2000), S. 76

¹⁶⁸ Vgl. Krishnamurthi, L. / Raj, S. P. (1991), S. 181

es. Aufgrund der Loyalität gegenüber der Marke kaufen Haushalte aus irrationalen Gründen teurere Markenprodukte, was zu weiterer Preisdifferenzierung führt¹⁶⁹.

3.2.2 Suchkosten und unvollständige Information

Unvollständige Information der Konsumenten ist in der Literatur als einer der wahrscheinlich wichtigsten Gründe für die beobachtbare Preisstreuung von homogenen Gütern anerkannt¹⁷⁰. Dabei handelt es sich um eine Abweichung von den idealtypischen Annahmen des Neoklassischen Marktmodells (vgl. Kapitel 2.2.3). Dies liegt daran, dass die Suche nach dem günstigsten Anbieter und somit die vollständige Information über alle angebotenen Preise, in der Realität mit erheblichem Aufwand verbunden ist. Dieser Aufwand besteht sowohl in der aufgebrauchten Zeit als auch in den Kosten für die Beschaffung der Informationen, beispielsweise durch Anrufe bei Händlern, und wird allgemein als Suchkosten bezeichnet. Die Suchkosten sind von den persönlichen Präferenzen abhängig. Kunden, denen Zeit viel wert ist, zum Beispiel aufgrund hoher Einkommen, weisen höhere Suchkosten auf¹⁷¹. Solche Haushalte sind häufig nicht bereit, die hohen Suchkosten zu zahlen, um den günstigsten Preis zu finden und verzichten deshalb auf einen Preisvergleich. Die Kunden kaufen dann beim erstbesten Anbieter und dieser kann die Unwissenheit der Kunden ausnutzen, indem er zu hohe Preise verlangt. Andere Haushalte hingegen sammeln eine größere Anzahl von Preisen durch Recherche und kaufen bei den günstigeren Anbietern. Sie müssen abwägen, ob sie bei einem zufälligen ausgewählten Händler tatsächlich kaufen oder die Kosten für die Suche nach einem weiteren Preis auf sich nehmen. Mit mehr Preisinformationen sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass sie bei einem höherpreisigen Anbieter kaufen. Die unterschiedlichen Suchstrategien und Präferenzen der Haushalte führen zu einer Differenzierung des Wissens über den günstigsten Anbieter, was wiederum zu einer Preisstreuung führt¹⁷².

Dass Suchkosten für die Preisstreuung verantwortlich sind, wurde schon von Stigler 1961 im wegweisenden Artikel „The Economics of Information“ nachgewiesen. Stigler ging davon aus, dass die angebotenen Preise vor allem nach oben gestreut sind. Die Preise sollten im Durchschnitt über den Grenzkosten liegen, da die Anbieter einen absoluten Mindestpreis haben, bei dem der Gewinn Null beträgt, aber keinen Höchstpreis haben. Ein Käufer kann bei einem zufällig ausgewählten Unternehmen zum angebotenen Preis kaufen oder weitere Preise sammeln und dann beim günstigsten Anbieter aus seiner Suche kaufen. Wenn die Preisstreuung verhältnismäßig größer ist als die Suchkosten, kann der Haushalt durch Suche an zusätzlichem Nutzen gewinnen¹⁷³.

¹⁶⁹ Vgl. Wernerfelt, B. (1991), S. 239

¹⁷⁰ Vgl. Wildenbeest, M. R. (2011), S. 729, Pennerstorfer, D. et al. (2020), S. 871

¹⁷¹ Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 15

¹⁷² Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 835, Baye, M. R. et al (2006), S. 2-3, Zhao, Y. (2006), S. 1177, Pratt, J. W. et al. (1979), S. 209-210,

¹⁷³ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 214

Tab. 4: Preisverteilung bei Suche

| Anzahl an gesuchten Preisen | Wahrscheinlichkeit eines Minimalpreises von | | Erwarteter Minimalpreis |
|-----------------------------|---|--------|-------------------------|
| | \$2,00 | \$3,00 | |
| 1 | 50% | 50% | \$2,50 |
| 2 | 75% | 25% | \$2,25 |
| 3 | 87,5% | 12,5% | \$2,125 |
| 4 | 93,75% | 6,25% | \$2,0625 |
| ∞ | 100,00% | 0,00% | \$2,00 |

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Stigler, G. J. (1961), S.214

Stigler illustrierte dies an einem vereinfachten Beispiel. Auf einem Markt bieten Anbieter ein homogenes Gut entweder zu \$2 oder \$3 an. Tabelle 4 zeigt den zu erwartenden Minimalpreis für den Käufer in Abhängigkeit von der Anzahl der gesammelten Preise. Der Nachfrager kann beim ersten zufällig ausgewählten Unternehmen zum angebotenen Preis kaufen. Da der Preis entweder \$2 oder \$3 entspricht, liegt der zu erwartende Minimalpreis beim zufälligen Kauf bei \$2,50. Wenn der Käufer nun einen weiteren Preis durch Suche sammelt, sinkt der Erwartungswert für den günstigsten Preis auf \$2,25. Der Käufer erhält somit einen Grenznutzen von \$0,25 aus der Suche nach einem weiteren Preis. Je mehr Preise der Kunde sammelt, desto wahrscheinlicher wird es, dass er nur den minimalen Preis von \$2 zahlen muss. Der zu erwartende Minimalpreis konvergiert zum tatsächlichen Minimalpreis. Mit jeder weiteren Suche nimmt jedoch die Wahrscheinlichkeit ab, dass ein günstigerer Preis gefunden wird, was den Grenznutzen der Suche mindert. Der Grenznutzen beträgt bei der Suche nach einem dritten Preis nur noch \$0,125. In einem Markt mit unendlich vielen Anbietern müsste eine unendliche Anzahl an Preisen gesammelt werden, damit der Erwartungswert auch dem tatsächlichen minimalen Preis entspricht. Dies ist unwirtschaftlich, da die Suche mit Kosten verbunden ist. Daher ergibt sich eine optimale Menge an Suche, bei dem die Suchkosten dem Grenznutzen aus der Suche entsprechen. Die Suchkosten variieren je nach den Präferenzen der Haushalte und sind daher unterschiedlich¹⁷⁴. Je niedriger die Suchkosten sind, desto mehr Preise werden die Haushalte suchen und aufgrund des Informationsvorteils bei günstigeren Händlern kaufen. Die Preisstreuung sollte dadurch abnehmen und der Preis zum Gleichgewichtspreis konvergieren¹⁷⁵.

Das Modell von Stigler wurde vielfach weiterentwickelt und diente als Inspiration für weitere Modelle der Suchtheorie¹⁷⁶. Eines der wichtigsten Modelle der Suchtheorie wurde von Burdett und Judd in

¹⁷⁴ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 214-216

¹⁷⁵ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 218

¹⁷⁶ Vgl. Baye, M. R. et al (2006), S. 3

1983 veröffentlicht. Dieses Modell geht von einer großen Anzahl von Unternehmen aus, die zu denselben Grenzkosten produzieren und ihre Preise selbst festlegen. Auf der anderen Seite gibt es eine große Anzahl an Kunden, welche sich über die Verteilung der Preise bewusst sind, allerdings nicht wissen, welches Unternehmen den günstigsten Preis verlangt. Dazu ist eine Suche notwendig. Die Kunden werden deshalb gegen Geld eine Angabe des Preises von den Unternehmen verlangen und darauf basierend ihre Kaufentscheidung treffen. Die erhaltene Preisangabe wird zufällig aus der Verteilung der Angebotspreise gezogen. Der Haushalt wird bei dem Unternehmen einkaufen, von welchem er die günstigste Preisangabe erhalten hat¹⁷⁷. Burdett und Judd konnten erstmalig zeigen, dass auch im Neoklassischen Gleichgewicht eine Preisstreuung um den Gleichgewichtspreis bei ex ante homogenen Gütern und homogenen Unternehmen aufgrund von Suchkosten auftreten kann¹⁷⁸.

Alternativ zur Suchtheorie entwickelte sich mit den Clearinghouse-Modellen eine zweite Theorie, welche die Preisstreuung aufgrund von unvollständiger Information erklärte. Der Fokus dieser Modelle lag auf der Erklärung von Preisstreuung durch Heterogenität in dem Wissen der Käufer über die angebotenen Preise. Einige Nachfrager besitzen Zugang zu einem „Clearinghouse“, welches ihnen eine Liste aller Preisangebote aller Unternehmen zeigt, beispielsweise durch Werbung in einer Zeitung oder Preisvergleichsseiten im Internet. Diese Haushalte werden entsprechend nur zum günstigsten Preis kaufen. Der andere Teil der Nachfrager hat allerdings keine Informationen über die angebotenen Preise¹⁷⁹. Je mehr Haushalte Zugang zum Clearinghouse haben, desto näher sollte der angebotene Preis an den Grenzkosten liegen und die Preisstreuung sollte sinken¹⁸⁰. Die wichtigsten Clearinghouse-Modelle stammen von Salop und Stiglitz aus dem Jahr 1977 und Varian aus dem Jahr 1980. In diesen Modellen gibt es zwei Arten von Kunden:

1. uninformierte Kunden, die ein zufälliges Geschäft auswählen und den dort angebotenen Preis bezahlen, wenn dieser unterhalb dem für sie maximal akzeptablen Preis liegt
2. informierte Kunden, die eine Liste aller Preise und Anbieter gegen Bezahlung eines Fixpreises erhalten haben, z.B. durch Kauf einer Zeitschrift mit einer Liste aller Preise, und somit ohne weitere Suchkosten beim günstigsten Anbieter einkaufen¹⁸¹.

In dem Modell von Salop und Stiglitz führt dies zu einer Preisstreuung, da es Unternehmen geben wird, welche sich auf die uninformierten Kunden konzentrieren und deshalb höhere Preise verlangen können. Der Preis kann dabei beliebig hoch gewählt werden, solange dieser unter dem noch für den Kunden akzeptablen Wert liegt. Andererseits wird ein Teil der Unternehmen zu wettbewerbsfähigen Preisen entsprechend ihren Grenzkosten verkaufen. Kunden, die bei diesen Anbietern kaufen, werden hauptsächlich informierte Kunden sein, die über die Preise Bescheid wissen, sowie diejenigen

¹⁷⁷ Vgl. Burdett, K. / Judd, K. (1983), S. 957-958

¹⁷⁸ Vgl. Burdett, K. / Judd, K. (1983), S. 967, Baye, M. R. et al (2006), S. 18-21

¹⁷⁹ Vgl. Baye, M. R. et al (2006), S. 4

¹⁸⁰ Vgl. Pennerstorfer, D. et al. (2020), S. 872

¹⁸¹ Vgl. Salop, S. / Stiglitz, S. (1977), S. 495-496, Varian, H. R. (1980), S. 652, 657-658,

uninformierten Kunden, die zufällig diese Art von Geschäften auswählen. Dies führt zu einer Fragmentierung des Marktes und einer Preisstreuung im Gleichgewicht¹⁸². Baylis und Perloff konnten das Salop-Stiglitz Modell 2002 anhand von Preisdaten aus dem Internet überwiegend bestätigen¹⁸³. Van Hoomissen stellt in ihrer empirischen Studie zum Einfluss der Inflation auf die Preisstreuung ebenfalls fest, dass Preisstreuung von unterschiedlich informierten Konsumenten stark beeinflusst wird¹⁸⁴.

Varian erweiterte das Modell von Salop und Stiglitz im Jahr 1980, um einige Limitationen zu überwinden. Eine davon war die Annahme, dass einige Geschäfte konstant den günstigsten Preis anbieten würden. Wenn die Kunden in der Lage sind aus Erfahrung zu lernen, ist die dauerhafte Preisstreuung nicht plausibel¹⁸⁵. Varian führte zusätzlich zu dem Modell von Salop und Stiglitz zufällige Preisstrategien der Anbieter ein. Die Unternehmen haben eine Dichtefunktion für ihre angebotenen Preise, auf deren Grundlage jede Woche zufällig ein Preis ausgewählt wird. Dies ist mit Rabattaktionen in der Realität vergleichbar. Das Unternehmen gewinnt die Rabattaktion, wenn es von allen Anbietern den günstigsten Preis anbietet. Dadurch werden alle informierten Konsumenten und der Anteil an zufälligen, uninformatierten Konsumenten bei dem Unternehmen einkaufen. Bei einem zu hohen Preis erzielt das Unternehmen lediglich einen Umsatz durch die uninformatierten Kunden¹⁸⁶. Das Modell von Varian zeigt, dass es für Unternehmen vorteilhaft sein kann, zufällige Preise zu verlangen. Daraus resultiert eine Dichtefunktion in Form eines „U“ (vgl. Abb. 14). Die Unternehmen sollten in der Praxis hauptsächlich Preise nahe der Grenzkosten bzw. dem Gleichgewichtspreis anbieten, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, alle informierten Kunden zu gewinnen. Andererseits sollte im Fall eines zu hohen Preises, bei welchem keine informierten Kunden beim Anbieter kaufen, ein möglichst hoher Preis knapp unterhalb des maximal akzeptablen Preises r gewählt werden. Grund dafür ist, dass alle uninformatierten Kunden zufällig den Anbieter auswählen und es somit irrelevant ist, ob das Unternehmen einen wettbewerbsfähigen Preis anbietet. Daher wird der Gewinn bei dem Maximalpreis r maximiert. Diese Preisstrategie entspricht der Realität, da größere Einzelhandelsunternehmen in der Regel dazu neigen, Produkte entweder zu regulären Preisen oder im Rahmen von Sonderangeboten zu verkaufen, wohingegen selten Preise dazwischen angeboten werden¹⁸⁷.

¹⁸² Vgl. Salop, S. / Stiglitz, S. (1977), Varian, H. R. (1980), S. 651, Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 309

¹⁸³ Vgl. Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 317-323

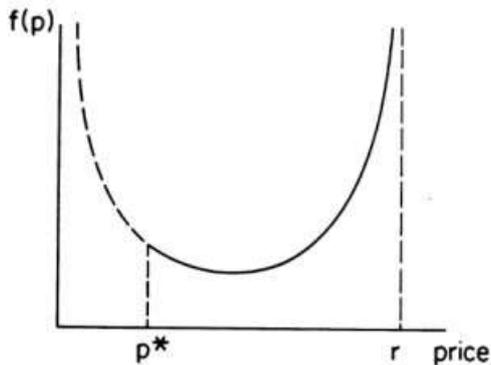
¹⁸⁴ Vgl. Van Hoomissen, T. (1988), S. 1304

¹⁸⁵ Vgl. Varian, H. R. (1980), S. 651

¹⁸⁶ Vgl. Varian, H. R. (1980), S. 652

¹⁸⁷ Vgl. Varian, H. R. (1980), S. 653-658

Abb. 14: Dichtefunktion der Preise nach dem Varian-Modell



Quelle: Varian, H. R. (1980), S.656

Das Modell von Varian wurde empirisch durch verschiedene Arbeiten gestützt. Eine Untersuchung von Villas-Boas aus dem Jahr 1995 überprüfte, ob die von Varian ermittelte Preisverteilung, wie sie in der Abbildung 14 dargestellt ist, für die Produkte Kaffee und Salzcracker in der Realität zutrifft. Die Ergebnisse der Studie konnten die Gültigkeit von Varian's Modell für einen beträchtlichen Anteil der Anbieter nicht widerlegen¹⁸⁸. Weiterhin untermauerte eine Analyse von Lach aus dem Jahr 2002, die auf Preisdaten aus einem Zeitraum von über 48 Monaten basierte, die These von Varian. Diese Analyse zeigte, dass sich die Position der Händler im Preisvergleich fortlaufend änderte, was darauf hinweist, dass zufällige Preise in Form von Rabatten Anwendung finden¹⁸⁹. Baye et al. stellten ebenfalls zufällige Preisstrategien bei einigen Verkäufern fest¹⁹⁰.

In seinem bahnbrechenden Artikel von 1961 stellte Stigler zusätzlich die Annahme auf, dass Preise und Preisstreuung für stark beworbene Artikel sinken sollten, da die Werbung mit Preisen die Suchkosten für diese Artikel reduziert¹⁹¹. Diese Annahme scheint nicht auf das Internet zuzutreffen. Clay et al. stellten beispielsweise fest, dass beworbene New York Times Bestseller eine größere Standardabweichung aufwiesen als zufällig ausgewählte Bücher im Internet¹⁹². Walter et al. erzielte ähnliche Ergebnisse für beworbene Bücher und Flugzeugtickets im Internet, jedoch nicht für CDs¹⁹³. In einer umfassenden Literaturanalyse zur Preisstreuung von Baye et al. im Jahr 2006, wurde festgestellt, dass aus den bis zu diesem Zeitpunkt durchgeführten wissenschaftlichen Studien keine eindeutigen Schlussfolgerungen gezogen werden konnten, wie sich die Höhe der Suchkosten auf die Preisstreuung auswirkt. Eine Reduzierung der Suchkosten kann je nach Marktumgebung die Preisstreuung sowohl erhöhen als auch verringern. Darüber hinaus führt die Beseitigung der Suchkosten nicht zwangsläufig zur vollständigen Auflösung der Preisstreuung¹⁹⁴. Allgemein wird in der Theorie

¹⁸⁸ Vgl. Villas-Boas, J. M. (1995), S. 97-100

¹⁸⁹ Vgl. Lach, S. (2002), S. 13

¹⁹⁰ Vgl. Baye, M. R. et al. (2004), S. 486

¹⁹¹ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 222-224

¹⁹² Vgl. Clay, K. et al. (2001), S. 17-18

¹⁹³ Vgl. Walter, Z., et al. (2006), S. 52

¹⁹⁴ Vgl. Baye, M. R. et al (2006), S. 33

von Suchkosten und unvollständiger Information der Konsumenten davon ausgegangen, dass höhere Suchkosten zu einer verstärkten Preisstreuung führen, da die Beschaffung von Informationen teurer ist und infolgedessen mehr Konsumenten die vorliegenden Preise akzeptieren, ohne sich weiter zu informieren. Aalto-Setälä lieferte hierfür 2003 einen empirischen Beweis¹⁹⁵.

3.2.3 Durchschnittspreis

Aus Stiglers wegweisenden Artikel von 1961 ging auch die Annahme hervor, dass teurere Produkte eine geringere Preisstreuung aufweisen sollten¹⁹⁶. Dieses Phänomen fand sich auch in den von Stigler präsentierten Daten für Kohle und Autos wieder. In Stiglers Arbeit betrug der Variationskoeffizient für Kohle 14,7%, während er für das deutlich teurere Auto nur 1,7% betrug¹⁹⁷. Dies lässt sich dadurch erklären, dass die zu erwartenden durchschnittlichen Einsparungen durch die Suche nach dem günstigsten Preis bei teuren Produkten in absoluten Zahlen wesentlich höher sind als bei preisgünstigen Produkten¹⁹⁸. Die Suchkosten hingegen sind nahezu unabhängig vom Preis und steigen proportional mit der Anzahl an eingeholten Preisangeboten durch Suche¹⁹⁹. Folglich lohnt sich die Suche nach günstigeren Angeboten bei teureren Produkten stärker, was dazu führt, dass mehr Konsumenten nach Preisinformationen suchen und tendenziell bei günstigeren Anbietern einkaufen. Teurere Anbieter erzielen keine Umsätze, wenn der Kunde Wissen über einen günstigeren Anbieter erlangt. Daher sind die Anbieter, bei größerer Suche der Konsumenten, gezwungen, ihre Preise stärker an den Gleichgewichtspreis zu Grenzkosten anzugleichen. Dies führt zu einer geringeren Preisstreuung bei hohen Durchschnittspreisen.

Dieses Konzept kann anhand eines vereinfachten Beispiels erläutert werden, welches durch das Beispiel von Stigler (vgl. Tab. 4, S. 38) inspiriert wurde. In diesem Beispiel gibt es eine große Anzahl von Anbietern und zwei Produkte: ein Handy, das zwischen 75 € und 125 € angeboten wird, und ein Buch, das zwischen 7,50 € und 12,50 € kostet. Die angebotenen Preise entsprechen einer stetigen Gleichverteilung zwischen der oberen und unteren Preisgrenze. Dadurch streuen die Preise beider Produkte im Urzustand, d.h. ohne Suche, prozentual gleich stark. Konsumenten können allerdings nach einer beliebigen Zahl n an Preisangeboten suchen, wobei sie jeweils einen zufälligen Preis aus der Gleichverteilung erhalten. Die Suchkosten werden für beide Produkte und alle Konsumenten als konstant bei 0,40 € pro Preisangabe angenommen. Daraus ergibt sich eine Verteilung der zu erwartenden Minimalpreise für jeden Suchumfang n , zu denen informierte Konsumenten kaufen würden. Die Differenz aus den Minimalpreisen bei einer weiteren Suche ist der Grenznutzen der Suche, wie in Tabelle 5 links für das Handy und rechts für das Buch dargestellt. Demzufolge ist der Erwartungs-

¹⁹⁵ Vgl. Aalto-Setälä, V. (2003), S. 11

¹⁹⁶ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 219

¹⁹⁷ Vgl. Baye, M. R. et al (2006), S. 38

¹⁹⁸ Vgl. Scholten P. / Smith, S. A. (2002), S. 14

¹⁹⁹ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 216

wert des Minimalpreises nach n Preisauskünften für das Handy der Erwartungswert der Zufallsvariable $\min(X_1, \dots, X_n)$, wobei die X_i jeweils auf (75 €, 125 €) gleichverteilte Zufallsvariablen sind. Es ist also:

$$(1) E(\min(X_1, \dots, X_n)) = \int_{75}^{125} x F'(x) dx,$$

wobei

$$(2) F'(x) = n \frac{(125-x)^{n-1}}{50^n}$$

x: Preis [75, 125]

X: gleichverteilte Zufallsvariable [75, 125]

n: Anzahl an gesuchten Preisen X

die Dichtefunktion der Zufallsvariable ist. Die Herleitung der Formeln befindet sich im Anhang auf Seite 91. Dieses Modell ignoriert darüber hinaus die Angebotsfunktion der Verkäufer. Es wird davon ausgegangen, dass alle Anbieter das Produkt unabhängig von der tatsächlichen Menge zum jeweiligen Preis verkaufen können. Das Modell ist aufgrund der teilweise sehr unrealistischen Annahmen nicht geeignet, um die tatsächliche Preisstreuung auf einem Markt zu berechnen. Allerdings lässt sich durch die Vereinfachung der Realität ein Zusammenhang zwischen dem Durchschnittspreis und der Preisstreuung ermitteln.

Tab. 5: Prozentuale Preisstreuung in Abhängigkeit vom Suchumfang für ein Handy und Buch

| Handy | | | | | | Buch | | | | | |
|-------|------------------|--------|----------------|---------|--------|------|------------------|--------|----------------|--------|--------|
| n | E _{min} | U' | σ ² | σ | V | n | E _{min} | U' | σ ² | σ | V |
| 1 | 100,00 € | - | 208,33 | 14,43 € | 14,43% | 1 | 10,00 € | - | 2,08 | 1,44 € | 14,43% |
| 2 | 91,67 € | 8,33 € | 138,89 | 11,79 € | 12,86% | 2 | 9,17 € | 0,83 € | 1,39 | 1,18 € | 12,86% |
| 3 | 87,50 € | 4,17 € | 93,75 | 9,68 € | 11,07% | 3 | 8,75 € | 0,42 € | 0,94 | 0,97 € | 11,07% |
| 4 | 85,00 € | 2,50 € | 66,67 | 8,16 € | 9,61% | 4 | 8,50 € | 0,25 € | 0,67 | 0,82 € | 9,61% |
| 5 | 83,33 € | 1,67 € | 49,60 | 7,04 € | 8,45% | 5 | 8,33 € | 0,17 € | 0,50 | 0,70 € | 8,45% |
| 6 | 82,14 € | 1,19 € | 38,27 | 6,19 € | 7,53% | 6 | 8,21 € | 0,12 € | 0,38 | 0,62 € | 7,53% |
| 7 | 81,25 € | 0,89 € | 30,38 | 5,51 € | 6,78% | 7 | 8,13 € | 0,09 € | 0,30 | 0,55 € | 6,78% |
| 8 | 80,56 € | 0,69 € | 24,69 | 4,97 € | 6,17% | 8 | 8,06 € | 0,07 € | 0,25 | 0,50 € | 6,17% |
| 9 | 80,00 € | 0,56 € | 20,45 | 4,52 € | 5,65% | 9 | 8,00 € | 0,06 € | 0,20 | 0,45 € | 5,65% |
| 10 | 79,55 € | 0,45 € | 17,22 | 4,15 € | 5,22% | 10 | 7,95 € | 0,05 € | 0,17 | 0,41 € | 5,22% |
| 11 | 79,17 € | 0,38 € | 14,69 | 3,83 € | 4,84% | 11 | 7,92 € | 0,04 € | 0,15 | 0,38 € | 4,84% |
| 12 | 78,85 € | 0,32 € | 12,68 | 3,56 € | 4,52% | 12 | 7,88 € | 0,03 € | 0,13 | 0,36 € | 4,52% |
| 13 | 78,57 € | 0,27 € | 11,05 | 3,32 € | 4,23% | 13 | 7,86 € | 0,03 € | 0,11 | 0,33 € | 4,23% |
| 14 | 78,33 € | 0,24 € | 9,72 | 3,12 € | 3,98% | 14 | 7,83 € | 0,02 € | 0,10 | 0,31 € | 3,98% |
| 15 | 78,13 € | 0,21 € | 8,62 | 2,94 € | 3,76% | 15 | 7,81 € | 0,02 € | 0,09 | 0,29 € | 3,76% |

Quelle: eigene Darstellung

n: Anzahl an gesuchten Preisen

E_{min}: Erwarteter Minimalpreis

U': Grenznutzen der Suche

σ²: Varianz

σ: Standardabweichung

V: Variationskoeffizient

Der erwartete Minimalpreis E_{\min} ist das günstigste Angebot, welches dem Konsumenten nach n gesuchten Preisen vorliegt. Bei fünf vorliegenden Preisangeboten für das Handy wäre dies ein Preis von 83,33 €. Es ist also zu erwarten, dass ein Kunde nach fünf Preisanfragen das Handy zu dem Preis von 83,33 € kauft. Aufgrund der zufälligen Ziehung der Preise aus einer Gleichverteilung wird nicht jeder Konsument bei identischer Anzahl von n Angeboten, den gleichen minimalen Preis erhalten. Die Werte streuen um den Erwartungswert. Deshalb kann eine Preisstreuung mithilfe der Varianz ermittelt werden. Im Anhang (S. 92) befindet sich die in den Tabellen verwendete Formel für die Varianz, sowie deren Herleitung aus der Formel der Varianz für diskrete Zufallsvariablen. Die Wurzel aus der Varianz entspricht der Standardabweichung der zu erwartenden Preise. Das Verhältnis der Standardabweichung zum Erwartungswert ergibt den Variationskoeffizienten bzw. die prozentuale Preisstreuung.

Aus dem Modell geht hervor, dass die prozentuale Preisstreuung bei gleicher Suche für beide Produkte identisch ist. Der Variationskoeffizient V ist unabhängig vom Durchschnittspreis des Produktes durch die Anzahl n der gesuchten Preise bestimmt. Der optimale Umfang der Suche ist allerdings vom Durchschnittspreis abhängig. Unter Beachtung der Suchkosten werden rationale Kunden nur solange nach weiteren Preisen suchen, wie der Preisvorteil aus der Suche größer ist als die daraus resultierenden Kosten. Gemäß dem Neoklassischen Modell würden deshalb *ceteris paribus* alle Konsumenten für das Handy eine optimale Suche von $n = 10$ Preisen durchführen und für einen Durchschnittspreis von 79,55 € einkaufen. Bei $n = 11$ Preisen ist lediglich ein zusätzlicher Nutzen von 0,38 € durch die Suche zu erwarten, welcher geringer als die Suchkosten von 0,40 € ist. Die Konsumenten würden durch die Suche nach dem 11. Preis das Nutzenmaximum verlassen. Das Buch hingegen erfordert aufgrund seiner geringeren absoluten Kosten nur einen geringeren optimalen Suchumfang. Der Grenznutzen aus der Suche entspricht nur einem Zehntel des Grenznutzens vom Handy, da dieses zehnmal so teuer ist. Dadurch wird das Nutzenmaximum durch eine optimale Suche bei $n = 3$ Preisen erreicht. Die Analyse anhand der Standardabweichung zeigt, dass die absolute Preisstreuung des Handys mit 4,15 € trotzdem größer ist als die des Buchs mit 0,97 €, obwohl das Buch im Verhältnis zum Handy weniger kostet. Dies ist auf den zehnmal höheren Durchschnittspreis des Handys im Vergleich zum Buch zurückzuführen. Prozentual betrachtet ist die Preisstreuung des teureren Handys mit 5,22% vom Durchschnittspreis der Käufer deutlich geringer als die des preisgünstigen Buchs mit 11,07%. Dies kann intuitiv dadurch erklärt werden, dass mehr Preise für das teurere Produkte gesammelt werden, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Mindestpreise enger beieinanderliegen und gegen den Minimalpreis konvergieren. Im Gegensatz dazu kann ein Konsument bei nur drei gesammelten Preisen für das Buch leichter keine günstigen Angebote finden, da die Anzahl der "Versuche" stärker begrenzt ist. Das führt dazu, dass die Minimalpreise der Konsumenten bei günstigeren Produkten stärker streuen. Zusammengefasst zeigt das Modell also,

dass teurere Produkte zu einer größeren optimalen Suche führen. Diese reduziert wiederum die prozentuale Preisstreuung im Vergleich zu günstigeren Produkten.

Dieses Ergebnis wird auch durch eine Vielzahl von Forschungsarbeiten zur Preisstreuung gestützt. Carlson und Pescatrice fanden in einer Studie von 1980 empirische Beweise für eine negative Korrelation zwischen dem Durchschnittspreis eines Produkts und dem Variationskoeffizienten. Ähnlich wie vorher beschriebenen Modell war die absolute Preisstreuung für teure Produkte größer, aber im Verhältnis zum Durchschnittspreis geringer als bei günstigeren Produkten²⁰⁰. Scholten und Smith erweiterten 24 Jahre später die Arbeit von Carlson und Pescatrice um weitere Daten aus dem stationären Handel und dem Internet. Auch sie fanden Hinweise auf einen abnehmenden Variationskoeffizienten. Bei Produkten mit einem Preis von unter \$100 lag der Variationskoeffizient im Durchschnitt bei 17% im Internet und 18% im stationären Handel. Produkte mit einem Preis von über \$100 wiesen hingegen durchschnittlich einen Variationskoeffizienten von 5% im Internet und 3,5% im stationären Handel auf²⁰¹. Diese Ergebnisse wurden von zahlreichen weiteren empirischen Studien zur Preisstreuung bestätigt²⁰².

Das in diesem Kapitel beschriebene Modell (vgl. Tab. 5) deutet außerdem an, dass der Einfluss des Durchschnittspreises bei günstigeren Produkten wesentlich stärker ausgeprägt sein sollte als bei teureren Produkten. Diese Beobachtung ergibt sich aus dem proportionalen Anstieg des Grenznutzens der Suche zum Durchschnittspreis und der dadurch steigenden Suche mit höherem Preis. Je höher der Durchschnittspreis ist, desto geringer wirkt sich eine absolute Preissteigerung von 1 € auf den Suchumfang aus, da der Grenznutzen mit steigender Suche gegen Null konvergiert. Daraus ergibt sich, dass mit steigendem Preis eines Produkts der Umfang der optimalen Suche immer weniger stark zunimmt. Dies wirkt sich wiederum auf den Variationskoeffizienten aus, welcher durch den Suchumfang n bestimmt wird und der bei steigender Suche ebenfalls gegen Null konvergiert. Infolgedessen kann davon ausgegangen werden, dass der Variationskoeffizient bei steigendem Preis eines Produkts immer weniger stark abnimmt, da die Preisstreuung sich Null und somit einem Gleichgewichtspreis annähert. Der Zusammenhang zwischen Durchschnittspreis und Preisstreuung wird in Kapitel 5.3 anhand der empirischen Daten dieser Studie überprüft.

3.2.4 Regelmäßigkeit des Kaufs

Stigler stellte in seinem einflussreichen Artikel von 1961 ebenfalls eine bedeutende Hypothese über den Einfluss der Regelmäßigkeit des Kaufs auf die Preisstreuung auf. Er argumentierte, dass eine höhere Regelmäßigkeit der Käufe zu einer Verringerung der Preisstreuung führt, da regelmäßige

²⁰⁰ Vgl. Carlson, J. A. / Pescatrice, D. (1980), S. 21 – 27 zit. nach Aalto-Setälä, V. (2003), S. 9, Scholten, P. / Smith, S. A. (2002), S. 14, Baye, M. R. et al (2006), S. 38, Van Hoomissen, T. (1988), S. 1307

²⁰¹ Vgl. Scholten, P. / Smith, S. A. (2002), S. 14-16

²⁰² Vgl. Pratt, J. W. et al. (1979), S. 205, Clay, K. et al. (2001), S. 30 / Aalto-Setälä, V. (2003), S. 9-10, / Baye, M. R. et al. (2006), S. 38, Fedoseeva, S. et al. (2017), S. 67, Böheim, R. et al. (2019), S. 25

Käufer tendenziell intensiver nach Preisen suchen. Diese Annahme beruht auf der Idee, dass Käufer, die ein Produkt häufig erwerben, von einer umfangreicheren Suche profitieren, da sie den Preis über mehrere Transaktionen hinweg senken können. Der Nutzen der Suche entspricht dann nicht mehr allein dem Nutzengewinn durch einen niedrigeren Preis in einer Transaktion, sondern dem Barwert aller abgezinsten Nutzengewinne, die durch das Zahlen eines niedrigeren Preises in der Zukunft erzielt werden können. Dies führt dazu, dass regelmäßige Käufer im Vergleich zu Gelegenheitskäufern tendenziell eine größere Menge an Preisen sammeln, da für sie die Langzeiterparnisse einen höheren Wert haben²⁰³.

Dieses Konzept kann anhand eines Beispiels verdeutlicht werden. Angenommen, es gibt zwei Arten von Käufern: Touristen und Einheimische. Beide Gruppen haben Suchkosten von 0,40 € pro Preisangabe. Touristen sind nur temporär auf dem für sie unbekanntem Markt und haben keinen langfristigen Nutzen aus der Suche. Daher suchen sie nur so lange nach Preisen, wie die erwarteten Einsparungen die Suchkosten übersteigen. Einheimische hingegen kaufen das Produkt regelmäßig und haben einen langfristigen Nutzen von der Suche. Für sie ist nicht nur der unmittelbare Nutzen aus dem niedrigeren Preis bei einer Transaktion relevant, sondern auch der langfristige Nutzen, der sich aus den niedrigeren Preisen in allen zukünftigen Transaktionen ergibt. Wenn sich der zu erwartende Preis durch das Suchen nach einem weiteren Preisangebot lediglich um 0,10 € reduziert, aber diese Angabe dem Einheimischen 0,40 € kostet, kann ihm dies immer noch einen größeren Nutzen verschaffen als wenn er nicht nach der zusätzlichen Preisangabe suchen würde. Wenn er das Produkt über die Zeit insgesamt viermal kauft, erhält er dadurch schon 0,40 € an Preiseinsparungen zurück. Die optimale Menge an Suche hängt daher von der persönlichen Kaufhäufigkeit und den individuellen Suchkosten ab. Ein Tourist wird aufgrund des fehlenden zukünftigen Nutzens, bei einer für ihn optimalen Menge an Suche, einen durchschnittlich höheren Preis zahlen als ein einheimischer Kunde²⁰⁴.

Die Überprüfung der Hypothese von Stigler ist allerdings nur eingeschränkt möglich, da der Zusammenhang zwischen Kaufregelmäßigkeit und Preisstreuung nicht objektiv überprüfbar ist, da es keine eindeutige Möglichkeit gibt, die Kaufregelmäßigkeit von Produkten zu bestimmen²⁰⁵. Dennoch fanden einige empirische Studien, darunter Untersuchungen von Carlson und Pescatrice sowie Pratt et al., Hinweise auf die Gültigkeit von Stiglers Hypothese²⁰⁶. Eine objektivere Überprüfung der Hypothese von Stigler gelang erst Sorensen im Jahr 2000. Grund dafür war der Untersuchungsgegenstand. Er analysierte die Preisstreuung von verschreibungspflichtigen Medikamenten in Apotheken aus zwei Städten und wies diesen Medikamenten anhand selbst definierter Variablen zur Kaufregelmäßigkeit eine Regelmäßigkeit zu. Diese Variable leitete er aus den Angaben zur empfohlenen Dosierung und Behandlungsdauer des jeweiligen Medikaments ab²⁰⁷. Sorensen konnte nachweisen,

²⁰³ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 216

²⁰⁴ Vgl. Stigler, G. J. (1961), S. 218-219

²⁰⁵ Vgl. Baye, M. R. et al. (2006), S. 39

²⁰⁶ Vgl. Carlson, J. A. / Pescatrice, D. (1980), S. 21 – 27 zit. nach Baye, M. R. et al. (2006), S. 38, Van Hoomissen, T. (1988), S. 1307

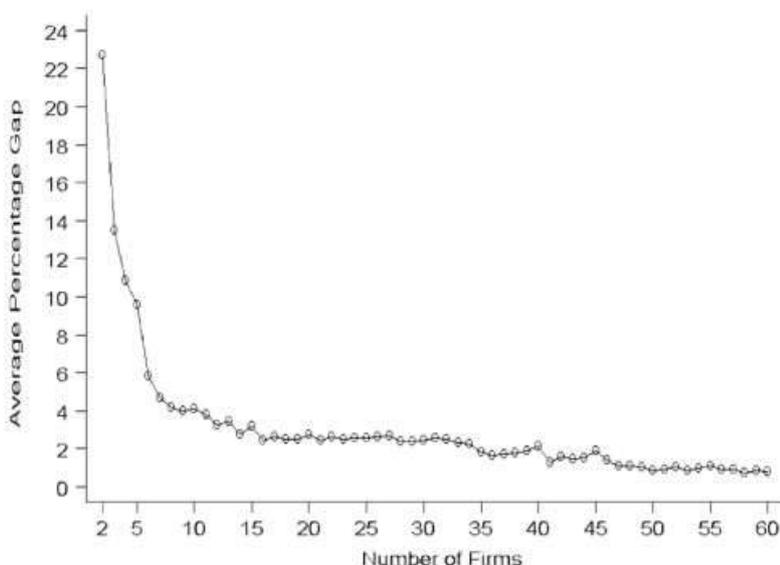
²⁰⁷ Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 839-840

dass ein negativer Zusammenhang zwischen Preisstreuung und Kaufregelmäßigkeit besteht. Dieses Ergebnis blieb auch nach Bereinigung der Daten um die Unterschiede zwischen den Apotheken bestehen²⁰⁸. Aktuellere Forschungen haben ebenfalls gezeigt, dass eine größere Kaufregelmäßigkeit mit einer geringeren Preisstreuung einhergeht²⁰⁹.

3.2.5 Anzahl der Anbieter

Der Einfluss der Marktstruktur auf die Preisstreuung wurde vielfach untersucht. Dennoch gestaltet sich die Herausarbeitung eindeutiger Aussagen als anspruchsvoll. Ein Hauptfokus liegt dabei auf der Anzahl der Verkäufer auf dem Markt. Intuitiv könnte man erwarten, dass mit zunehmender Anzahl von Verkäufern und Käufern die Preise und die Preisstreuung sinken, da der Wettbewerb intensiver wird²¹⁰. Dieser Zusammenhang ist jedoch unter Beachtung der Suchkosten sowohl in suchtheoretischen Modellen als auch Clearinghouse-Modellen nicht eindeutig. Es zeigt sich, dass die Preisstreuung bei steigender Anzahl von Verkäufern ansteigen kann²¹¹. Baye et al. erzielten 2004 in einer umfangreichen Analyse von 4 Millionen Preisbeobachtungen für über 1000 Elektroartikel im Internet ein gegenteiliges Ergebnis. Die durchschnittliche prozentuale Preisspanne nahm mit zunehmender Anzahl an Anbietern auf dem Markt deutlich ab. So betrug die durchschnittliche Preisspanne bei lediglich zwei Anbietern 23%, während sie bei mehr als 15 Preisangeboten auf unter 3% fiel (vgl. Abb. 15)²¹². Auch weitere Forscher gelangten zu dem Ergebnis von abnehmender Preisstreuung bei steigender Anzahl an Wettbewerbern²¹³.

Abb. 15: Prozentuale Preisspanne in Abhängigkeit von der Anzahl an Wettbewerbern



²⁰⁸ Vgl. Sorensen, A. T. (2000), S. 841-843

²⁰⁹ Vgl. Zhao, Y. (2006), S. 1182-1183, Kaplan, G. et al. (2019), S. 100

²¹⁰ Vgl. Wang, W. et al. (2021), S. 145

²¹¹ Vgl. Barron, J. M. et al. (2004), S. 1042, Baye, M. R. et al. (2004), S. 468-470

²¹² Vgl. Baye, M. R. et al. (2004), S. 478-480

²¹³ Vgl. Giulietti, M. / Waterson, M. (1997), S. 824-828, Barron, J. M. et al. (2004), S. 1063

Quelle: Baye, M. R. et al. (2004), S.479

Allerdings existieren auch abweichende Erkenntnisse. Haynes und Thompson identifizierten 2006 im Online-Markt von Digitalkameras einen gegenläufigen Trend, in Form einer positiven Korrelation zwischen der Anzahl der Anbieter und der Preisstreuung. Insbesondere bei weniger als zehn Anbietern war dieser Effekt besonders ausgeprägt. Die Forscher erklärten dies damit, dass eine verstärkte Marktbeteiligung zu einer Senkung der Minimalpreise führte, jedoch die Medianpreise nicht in gleichem Maße sanken. Darüber hinaus hatte die steigende Popularität von Produkten zur Folge, dass nicht nur mehr Anbieter auftauchten, sondern auch die Vielfalt der Verkäufer zunahm. Dies trug dazu bei, dass die Preisstreuung mit einer wachsenden Anzahl an Anbietern anstieg²¹⁴. Dieser positive Zusammenhang konnte ebenfalls von einer Vielzahl an Forschungsarbeiten nachgewiesen werden²¹⁵. Die Ambiguität der Ergebnisse aus der Literatur lassen keine eindeutigen Schlüsse auf die Richtung des Zusammenhangs zwischen Preisstreuung und Anzahl der Anbieter zu. Dennoch zeigt sich, dass die Anzahl der Anbieter in vielen Fällen einen nachweisbaren Einfluss auf die Preisstreuung hat.

3.2.6 Weitere Auslöser von Preisstreuung

Der Einfluss von Demografie auf die Preisstreuung ist noch weitestgehend unerforscht. Eine Untersuchung von Aalto-Setälä im Jahr 2003 beleuchtete den Einfluss von Familien mit Kindern sowie dem Einkommen der Bevölkerung auf die Preisstreuung von homogenen Supermarktprodukten. Dabei stellte sich heraus, dass sowohl die Anzahl der Familien mit Kindern als auch das Einkommen einen signifikanten Einfluss auf die Preisstreuung hatten. Es zeigte sich eine negative Korrelation zwischen der Anzahl der Familien mit Kindern und der Preisstreuung. Aalto-Setälä erklärte diesen Zusammenhang damit, dass diese Familien im Durchschnitt größere Mengen an Lebensmitteln kaufen, was zu einer Reduzierung ihrer Suchkosten führt (ähnlich wie bei regelmäßigen Käufern). Weiterhin stieg die Preisstreuung mit zunehmendem Einkommen. Dieser Zusammenhang wurde auf die steigenden Opportunitätskosten der Zeit bei höherem Einkommen zurückgeführt, was zu höheren Suchkosten und einer geringeren Preisstreuung führte²¹⁶.

Van Hoomissen argumentierte 1988, dass Inflation die Preisstreuung beeinflusst. Grund dafür sah die Forscherin in dem fallenden Nutzen der Suche, da sich die Preise in der Zukunft ändern. Dies verringert den Anreiz für regelmäßige Käufer, umfassende Informationen durch Suche zu sammeln und dadurch Preiseinsparungen zu erzielen. Unternehmen können dies ausnutzen und differenzierte

²¹⁴ Vgl. Haynes, M. / Thompson, S. (2008), S. 470-471

²¹⁵ Vgl. Borenstein, S. / Rose, N. L. (1991), S. 31, Nelson, R. A. et al. (2007), S. 108, Böheim, R. et al. (2019), Wang, W. et al. (2021), S. 150-152

²¹⁶ Vgl. Aalto-Setälä, V. (2003), S. 11

Preise verlangen²¹⁷. Van Hoomissen konnte diese Annahme anhand von Preisdaten aus Israel während Zeiten starker Inflation belegen. Es wurde eine positive Korrelation zwischen Preisstreuung und Inflation festgestellt²¹⁸.

Ein weiterer Grund für die Preisstreuung kann in der Preisdifferenzierung durch einzelne Anbieter liegen. Preisdifferenzierung und Preisstreuung unterscheiden sich in ihrer Natur. Preisdifferenzierung ist als das Angebot von einem homogenen Gut zu verschiedenen Preisen bei einem einzelnen Unternehmen definiert. Voraussetzung dafür ist eine Heterogenität der Käufer, wie sie der methodologische Individualismus beschreibt. Das Ziel von Unternehmen ist, die unterschiedlichen Zahlungsbereitschaften der Konsumenten auszunutzen, die aufgrund subjektiver Präferenzen dem Produkt verschiedene Nutzen zuordnen und somit unterschiedliche Nachfrage entwickeln. Mithilfe der Preisdifferenzierung können die Unternehmen ihre Gewinne maximieren und bei vollkommener Preisdifferenzierung die gesamte Zahlungsbereitschaften der Konsumenten abschöpfen. Preisstreuung hingegen ist das Ergebnis von unterschiedlichen Preisangeboten zu einem homogenen Produkt von einer Vielzahl an Unternehmen, welche am Markt teilnehmen²¹⁹.

Smith et al. (1999) stellten die Hypothese auf, dass Preisdiskriminierungsstrategien insbesondere im Internet an Bedeutung gewinnen würden. Sie begründeten dies damit, dass Unternehmen im Internet einfacher Informationen über ihre Kunden sammeln können und die Anpassungskosten der Preise geringer ausfallen. Eine vielversprechende Form der Differenzierung wurde in der Ausnutzung von unterschiedlicher Preissensibilität der Konsumenten identifiziert. Kunden denen niedrige Preise wichtig sind, neigen eher dazu, eine umfangreiche Suche durchzuführen. Solche Kunden habe geringere individuell Suchkosten, da ihnen ihre Zeit weniger wert ist. Zeitsensible Kunden legen stattdessen einen hohen Wert auf ihre Zeit und werden weniger suchen, das heißt sie sind weniger preissensibel. Die Forscher vermuteten, dass durch die Bereitstellung eines absichtlich zeitaufwendigen und komplexen Prozesses zur Suche nach dem besten Preis und ansonsten höheren Preisen zwischen diesen beiden Arten von Kunden differenziert werden kann²²⁰. Hinweise darauf fanden die Forscher auch in Beispielen aus der Praxis. So warb Books.com im Internet damit, den besten Preis von drei anderen großen Internetanbietern zu haben. Die Seite bot den Kunden einen Preisvergleich mit diesen drei Websites durch das Drücken eines Knopfs an. Wenn der Preis nicht niedriger war als auf den anderen Websites, passte sich der Preis automatisch an, um der günstigste zu sein. Allerdings war diese Preisanpassung nicht permanent und nicht für alle Kunden gültig. Nur wenn eine Kunde aktiv durch das Drücken des Knopfes nach dem günstigsten Preis suchte, wurde ihm nach einer Wartezeit von bis zu einer Minute individuell ein neuer Preis vorgeschlagen. Die Forscher stellten einen durchschnittlichen Nutzen von \$0,15 aus dieser Wartezeit fest. Daher war

²¹⁷ Vgl. Van Hoomissen, T. (1988), S. 1305-1306

²¹⁸ Vgl. Van Hoomissen, T. (1988), S. 1307-1313

²¹⁹ Vgl. Reinartz, W. et al. (2017), S. 3-4

²²⁰ Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 14-15

anzunehmen, dass nur preissensible Kunden dieses Angebot annahmen, während zeitbewusste Kunden auf den günstigeren Preis verzichteten²²¹.

Eine ähnliche Form der Preisdifferenzierung konnten auch Clemons et al. (2002) für Reisebürowebseiten dokumentieren. Sowohl der teuerste als auch der günstigste Anbieter gehörten derselben Muttergesellschaft an. Der günstigste Anbieter verfügte über eine benutzerunfreundliche Benutzeroberfläche, während der teuerste Anbieter eine hochmoderne Benutzeroberfläche hatte. Kunden, denen ihre Zeit viel wert ist, sollten dementsprechend den teureren Anbieter bevorzugen. Kunden, denen der Preis hingegen wichtiger ist, sollten sich eher für den günstigen Anbieter entscheiden, obwohl die Benutzeroberfläche umständlicher ist. Das Userinterface dient somit als Form der Preisdifferenzierung, um zu verhindern, dass zeitsensible Nachfrager bei einem günstigen Preis keine persönliche Arbitrage durch eine gleichzeitig einfach zu bedienende Benutzeroberfläche erhielten und stattdessen auf den teureren Anbieter zurückgreifen. Die höhere Zahlungsbereitschaft dieser Kundengruppe konnte daher durch Preisdiskriminierung ausgenutzt werden²²².

3.2.7 Zusammenfassung

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass verschiedene Studien sich mit den Ursachen für die Preisstreuung auseinandergesetzt haben, die in der Praxis anstelle von Gleichgewichtspreisen beobachtet wird. Ein potenzieller Grund liegt in der Heterogenität der Verkäufer, die zusätzliche Leistungen über das Produkt hinaus anbieten und dadurch einen Preisaufschlag verlangen können. Ein weiterer Erklärungsansatz sind die Suchkosten, welche im neoklassischen Marktmodell nicht berücksichtigt werden. Diese führen zu unvollständiger Information bei den Konsumenten, da sie nur so lange suchen, wie der Nutzen aus der Suche die Suchkosten übersteigt. Unternehmen können die Unwissenheit der Kunden ausnutzen, um höhere Preise zu verlangen, was zur Preisstreuung führt. Es wird auch angenommen, dass höhere Preise die prozentuale Preisstreuung reduzieren. Dies resultiert aus der Unabhängigkeit der Suchkosten vom Preis. Der Grenznutzen aus der Suche steigt jedoch proportional zum Preis, weshalb bei teureren Produkten mehr gesucht wird. Dadurch nimmt die prozentuale Preisstreuung bei steigenden Preisen ab. Weiterhin hat die Regelmäßigkeit des Kaufs einen Einfluss, da die Konsumenten von der Suche auch durch geringere Preise in der Zukunft profitieren. Deshalb wird in der Anfangsperiode mehr Suche betrieben, wodurch die Preisstreuung sinkt. In Bezug auf den Zusammenhang zwischen der Anzahl der Anbieter und der Preisstreuung kann keine eindeutige Schlussfolgerung gezogen werden. Darüber hinaus könnten demografische Faktoren wie Familien mit Kindern, höhere Einkommen und die Inflation möglicherweise die Preisstreuung beeinflussen. Schließlich konnte auch eine Preisdifferenzierung in der Praxis identifiziert werden, die verschiedene Preise bei einem Anbieter für Konsumenten mit

²²¹ Vgl. Smith, M. D. et al. (1999), S. 15-16

²²² Vgl. Clemons, E. K. et al. (2002), S. 547

unterschiedlichen Suchkosten ermöglicht und somit zur allgemeinen Preisstreuung auf dem Markt beiträgt.

3.3 Einfluss des Internet auf die Preisstreuung

*“The explosive growth of the Internet promises a new age of perfectly competitive markets. With perfect information about prices and products at their fingertips, consumers can quickly and easily find the best deals. In this brave new world, retailers’ profit margins will be competed away, as they are all forced to price at cost.”*²²³. Die rasante Entwicklung des Internets weckte ursprünglich die Erwartung, dass es zu einer Ära vollkommener Wettbewerbsmärkte führen würde²²⁴. Das Internet sollte also die Eigenschaften eines perfekten Neoklassischen Marktes aufweisen, in dem ein einheitlicher Gleichgewichtspreis existiert oder zumindest eine Annäherung der Preise daran. Wenn Verkäufer heterogen sind, sollten die höheren Preise aufgrund von Zusatzkosten, wie im Kapitel 3.2.1 beschrieben, ausgeglichen werden. In der Realität war dies jedoch nicht festzustellen²²⁵. Diverse Arbeiten gingen von einer Reduzierung der Suchkosten im Vergleich zu herkömmlichen Märkten aus, da die Preise verschiedener Anbieter in wenigen Sekunden, insbesondere durch Preisvergleichsseiten, an einem Ort abgerufen werden können, während im stationären Handel die Geschäfte physisch besucht werden müssen²²⁶. Allerdings blieb eine von der Literatur erwartete eindeutige Reduzierung der Preisstreuung aus, was jedoch auch auf die generellen Uneindeutigkeit bezüglich der Auswirkung von Suchkosten auf die Preisstreuung gelegen haben könnte (vgl. Kapitel 3.2.2). Wang et al. argumentierten im Jahr 2021 dagegen, dass die Suchkosten im Internet reduziert werden, da Preisanpassungen hier wesentlich regelmäßiger erfolgen, bedingt durch die geringeren Kosten für Preisanpassungen im Internet²²⁷. Darüber hinaus ist die Menge an verfügbaren Informationen aufgrund verschiedener Services im Internet deutlich größer. Die Anbieter unterscheiden sich teilweise sehr deutlich in ihrer Servicequalität bezüglich Versand, Retouren, Lieferzeiten, Kundenkommunikation etc. Diese Faktoren erhöhen nicht nur die Preisstreuung aufgrund von Heterogenität, sondern auch die Komplexität der Suche. Konsumenten müssen üblicherweise nicht nur einen Preisvergleich durchführen, sondern auch nach den Produkteigenschaften, Servicequalität, Bewertung des Anbieters und zusätzlichen Kosten suchen. Das erfordert mehr Klicks auf den Websites während der Suche, im Vergleich zu dem einfachen Anklicken des günstigsten Angebots auf einer Preisvergleichsseite. Die Annahme von stark reduzierten bzw. nicht existenten Suchkosten im Internet ist also obsolet²²⁸. Zusätzlich führt laut Wang et al. die erhöhte Unsicherheit hinsichtlich der Produkt-

²²³ o.V. (1999), <https://www.economist.com/finance-and-economics/1999/11/18/frictions-in-cyberspace>

²²⁴ Vgl. Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006), S. 236

²²⁵ Vgl. Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002), S. 305-306

²²⁶ Vgl. Pereira, P. (2005), S. 62, Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006), S. 236, Smith, M. (2000), S. 446, Alba, J. et al. (1997), S. 45, Bakos, J. Y. (1997), S. 2-13

²²⁷ Vgl. Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000), S. 16-19, Böheim, R. et al. (2019), S. 5, Wang, W. et al. (2021), S. 141

²²⁸ Vgl. Wang, W. et al. (2021), S. 142

und Servicequalität sowie die größere Anzahl von Anbietern aufgrund niedrigerer Markteintrittsbarrieren zu zeitaufwändigeren Suchvorgängen²²⁹. Es lässt sich festhalten, dass die Suchkosten durch die leichtere Informationsbeschaffung im Internet zwar geringer sind, aber dafür auch der Nutzen aus der Suche aufgrund der genannten Gründe abnimmt.

Bei der Heterogenität der Verkäufer zeigt sich im Internet zumindest ein Wandel in Bezug auf die Bedeutung bestimmter Dienstleistungen. Im stationären Handel sind vor allem Faktoren wie Auswahl, Erreichbarkeit, Ambiente, Verfügbarkeit von Informationen oder Sicherheit der Lieferung von Bedeutung²³⁰. Im Internet gibt es zweifellos ebenfalls Dienstleistungen, welche einen Preisaufschlag rechtfertigen. Allerdings unterscheiden sich diese aufgrund der Natur elektronischer Märkte von denen der herkömmlichen Märkte. Nicht jede zusätzliche Eigenschaft ermöglicht es auch den Verkäufern einen höheren Preis zu verlangen²³¹. Brynjolfsson und Smith (2000) vermuteten beispielsweise, dass insbesondere Qualitäten wie Vertrauen und Markenbildung im Internet an Bedeutung gewinnen würden, da Verbraucher sich vor betrügerischen Websites in Acht nehmen müssten. Obwohl solche Websites immer die Zahlung akzeptieren, kann sich ein Kunde im Internet nie sicher sein, ob er das Produkt tatsächlich wie angegeben erhält. Die Forscher gehen davon aus, dass Kunden daher bereit sind, höhere Preise bei bekannten Anbietern zu zahlen, anstatt bei einem unbekanntem Anbieter zu kaufen. Insbesondere große Anbieter und Unternehmen, die auch im stationären Handel präsent sind, können dadurch vom Internet profitieren²³².

Eine aktuelle Studie durch Bitkom Research zu den wichtigsten Kriterien von Online-Shops in Deutschland bestätigen diese These. Für 56% der Käufer war eine positive persönliche Erfahrung mit dem Shop ein bedeutendes Kriterium. Das wichtigste Kriterium war, wie erwartet, der günstigste Preis. Allerdings gaben nur 65% der Käufer dies als relevantes Kriterium an. Dies deutet darauf hin, dass das neoklassische Marktmodell überholt ist, da 35% der Bevölkerung offensichtlich nicht ausschließlich nutzenmaximierend handeln. Weitere wichtige Gründe für die Auswahl eines Online-Shops waren kostenloser Versand und Rückgabe, eine große Auswahl an Produkten und schnelle Lieferzeiten²³³. Eine weitere wichtige Qualität zur Differenzierung von Onlineshops kann in der angebotenen Zahlungsmethode liegen. Vor allem die E-Wallet PayPal gewinnt dabei immer mehr an Bedeutung²³⁴. Shops, die nicht die bevorzugte elektronische Zahlungsart der Kunden anbieten, erleben häufiger Kaufabbrüche bei der Bezahlung, da die Kunden dann lieber bei einem anderen Anbieter einkaufen²³⁵. Dennoch können auch im Internet die angebotenen Qualitäten über das Produkt hinaus nur einen Teil der beobachtbaren Preisstreuung erklären²³⁶.

²²⁹ Vgl. Wang, W. et al. (2021), S. 146

²³⁰ Vgl. Pan, X. et al. (2002), S. 434

²³¹ Vgl. Pan, X. et al. (2002), S. 443, Walter, Z., et al. (2006), S. 57-58

²³² Vgl. Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000), S. 26-29

²³³ Vgl. Bitkom Research (Hrsg.) (2023), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1074819/umfrage/kriterien-fuer-die-wahl-eines-online-shops-in-deutschland/>

²³⁴ Vgl. DPD (Hrsg.) (2023), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/784646/umfrage/treiber-fuer-den-online-einkauf-aus-kundensicht-in-deutschland/>, Süß, Y. (2016), S. 56

²³⁵ Vgl. Süß, Y. (2016), S. 51

²³⁶ Vgl. Baye, M. R. et al. (2002), S. 20-21, Pan, X. et al. (2002), S. 442

Eine weitere Vermutung der frühen Forschung zur Online-Preissteuerung war, dass Preisvergleichsseiten mit zunehmender Beliebtheit die Preissteuerung senken sollten, da sie einen einfachen Überblick über die Marktstruktur bieten²³⁷. Während Preisvergleichsseiten zu Beginn des Internets noch nicht besonders populär waren, hat sich dies mittlerweile geändert. Eine Umfrage von 2018 zeigte, dass in Deutschland 83% der Befragten Preisvergleichsseiten nutzen, davon 18% sogar häufig²³⁸. Allerdings scheint die gestiegene Nutzung von Preisvergleichsseiten keinen Einfluss auf das Phänomen der Preissteuerung gehabt zu haben. Auch neuere Studien deuten nicht auf die Bildung eines Gleichgewichtspreises hin (vgl. Kapitel 3.1.2). Brynjolfsson et al. untersuchten im Jahr 2010 das Verhalten von Kunden auf einer Preisvergleichsseite. Obwohl die Kunden die Angebote nach Preis sortiert angezeigt bekamen, klickte etwa die Hälfte der Kunden nicht auf das günstigste Angebot. Die Forscher leiteten daraus ab, dass für die Kunden nicht nur das Basisprodukt von Bedeutung ist, sondern auch die von den Verkäufern angebotenen Zusatzleistungen in die Preisbestimmung einbezogen werden. Offenbar ist für die Kunden der hedonische Preis wichtig, welcher alle Produkteigenschaften und den Gesamtnutzen berücksichtigt²³⁹. Ronayne untersuchte 2021 den Einfluss der Preisvergleichsseiten auf die Preisstruktur. Er entwickelte dabei ein Modell, welches zeigt, dass Konsumenten im Durchschnitt durch die Einführung von Preisvergleichsseiten durch höhere Preise eher verlieren. Dies widerspricht der Annahme, dass Preisvergleichsseiten den Wettbewerbsdruck erhöhen und somit Preise und Preissteuerung aufgrund geringerer Suchkosten reduzieren. Der Grund dafür sind die Provisionen, die Unternehmen an die Preisvergleichsseiten zahlen müssen. Diese Kosten werden auf die Verbraucher übertragen, wodurch die Preise für sie unabhängig von der Nutzung von Preisvergleichsseiten steigen. Laut dem Modell tritt Preissteuerung aufgrund von unvollständiger Information auch unabhängig von Preisvergleichsseiten auf²⁴⁰.

Eine weitere Veränderung gegenüber dem stationären Handel ist die Möglichkeit von algorithmischer Preisanpassung im Internet. Aufgrund der geringen Menükosten im Internet ist es möglich, die Preise mit hoher Frequenz automatisch durch einen Algorithmus nur geringfügig zu ändern und an die Preise der Konkurrenz anzupassen. Diese marginalen Preisanpassungen aufgrund geringer Menükosten sind erst durch die Entwicklung des Internets möglich geworden. Im stationären Handel müssen alle Preise von Hand angepasst werden müssen und die Entscheidung über den Preis trägt entscheidend zu den Anpassungskosten bei²⁴¹. Aparicio et al. fanden im Jahr 2021 im Online-Lebensmittelhandel algorithmische Preise, die in den letzten Jahren zunehmend verwendet werden. Gleichzeitig stellten die Forscher auch eine Preisdifferenzierung nach Postleitzahlen fest, welche mit steigender Intensität von algorithmischen Preisstrategien ebenfalls zunahm. Eine intuitive Erklärung dafür liegt darin, dass algorithmische Preise auf eine Preispersonalisierung nach Postleitzahlen abzielen. Algorithmische Preise erlauben außerdem eine große Flexibilität in Bezug auf Preisstrategien

²³⁷ Vgl. Walter, Z., et al. (2006), S. 58

²³⁸ Vgl. YouGov (Hrsg.) (2018), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/951120/umfrage/nutzung-von-vergleichsportalen-im-internet-in-deutschland/>

²³⁹ Vgl. Brynjolfsson, E. et al. (2010), S. 6

²⁴⁰ Vgl. Ronayne, D. (2021), S. 1081-1083

²⁴¹ Vgl. Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000), S. 17-18, Böheim, R. et al. (2019), S. 4-5,

wie marginale Preisanpassungen oder das Anpassen an die Preise der Konkurrenz. Das Ergebnis der Arbeit zeigte, dass 83% der Preisanpassungen aufgrund von Konkurrenz-Matching unterhalb des Medianpreises stattfinden. Dieses Preis-Matching führte zu 2,7% günstigeren Preisen und könnte darauf hindeuten, dass Preisalgorithmen die Preise reduzieren und dadurch die Konsumentenrente erhöhen. Gleichzeitig bestand bei Aparicio et al. jedoch eine signifikante Preisstreuung, welche online sogar größer als offline war²⁴². Es ist jedoch nicht eindeutig, ob die Preisstreuung online größer oder kleiner ist als offline. Der Großteil an Forschern stellte eine größere Preisstreuung im Internet als im stationären Handel für gleiche homogene Produkte fest²⁴³. Nur vereinzelt konnte eine geringere Preisstreuung oder nicht offensichtlich größere Preisstreuung im Internet festgestellt werden²⁴⁴. Die Literatur ist sich jedoch einig, dass die Preisstreuung trotz des Internets fortbesteht²⁴⁵.

3.4 Zusammenfassung

In Kapitel 3 wurde eine umfassende Analyse des aktuellen Forschungsstandes zum Neoklassischen Gleichgewichtspreis durchgeführt. Empirische Untersuchungen erstreckten sich sowohl auf physische Geschäfte als auch ab den 90er Jahren auf Online-Märkte und ergaben ein eindeutiges Ergebnis: Die Existenz eines Gleichgewichtspreises konnte in keinem der betrachteten Fälle bewiesen werden. Stattdessen wurde bei einer breiten Palette von Produkten eine signifikante Preisstreuung festgestellt. Diese Preisstreuung resultiert aus verschiedenen Faktoren, die von den Annahmen des Neoklassischen Marktmodells abweichen. Insbesondere die Heterogenität der Verkäufer, die Existenz von Suchkosten und daraus resultierende unvollständige Information der Konsumenten tragen zu diesem Phänomen bei. Es wurde festgestellt, dass Suchkosten dazu neigen, die Preisstreuung bei höherpreisigen und regelmäßig nachgefragten Produkten zu reduzieren. Hinsichtlich der Anzahl der Anbieter gab es unterschiedliche Erkenntnisse über deren Einfluss auf die Preisstreuung. Zusätzlich wurde aufgezeigt, dass Variablen wie demografische Unterschiede, Inflationsraten und Preisdifferenzierung möglicherweise ebenfalls zur Erklärung der beobachteten Preisstreuung beitragen. Schließlich wurde speziell der Einfluss des Internets untersucht. Obwohl ursprünglich die Erwartung bestand, dass das Internet zu Märkten der vollkommenen Konkurrenz führen würde, ergab die Forschung, dass im Internet sogar eine tendenziell größere Preisstreuung zu verzeichnen ist.

²⁴² Vgl. Aparicio, D. et al. (2021), S. 2-5

²⁴³ Vgl. Pan, X. et al. (2004), S. 117-120, Stylianou, A. C. et al. (2005), S. 135

²⁴⁴ Vgl. Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000), S. 30, Scholten P. / Smith, S. A. (2002), S. 19-20, Brown, J. / Goolsbee, A. (2000), S. 17-18, Filiz, I. et al. (2022), S. 109, Bailey, J. (1998), S. 128, Zhuang, H. et al. (2017), S. 13-14

²⁴⁵ Vgl. Fedoseeva, S. et al. (2017), S. 63, Baye, M. R. et al (2006), S. 45

4. Empirische Datenerhebung zu digitalen Game Keys

Im Rahmen dieses Kapitels werden die empirisch erhobenen Preisdaten für digitale Game Keys analysiert und auf die Existenz eines Gleichgewichtspreises überprüft. Beginnend mit der konkreten Vorstellung des Forschungsziels in Kapitel 4.1, bietet Kapitel 4.2 eine detaillierte Erläuterung des angewandten Studiendesigns. Daran anschließend erfolgt in Kapitel 4.3 die Einzelauswertung der Preisdaten von zwölf ausgewählten Game Keys. Abschließend werden die Gesamtergebnisse in Kapitel 4.4 zusammenfassend dargestellt.

4.1 Forschungsziel

Innerhalb dieser Studie soll die Preisverteilung auf dem Markt für digitale Game Keys auf das Vorliegen eines neoklassischen Gleichgewichtspreises untersucht werden. Hierfür werden die Preise aller Online-Händler von digitalen Game Keys zu einem spezifischen Zeitpunkt erfasst und verglichen. Gemäß dem Neoklassischen Gleichgewichtsmodell sollte auf einem Markt lediglich nur ein einziger Preis – der sogenannte Gleichgewichtspreis – beobachtbar sein. Daraus ergeben sich die Nullhypothese H_0 und die Alternativhypothese H_1 , welche in dieser Arbeit empirisch überprüft werden sollen.

Nullhypothese H_0 : Auf dem Onlinemarkt für einen homogenen digitalen Game Key ist zu einem spezifischen Zeitpunkt nur ein einheitlicher Preis bei allen Anbietern beobachtbar, d.h. es existiert ein Gleichgewichtspreis.

Alternativhypothese H_1 : Auf dem Onlinemarkt für einen homogenen digitalen Game Key ist zu einem spezifischen Zeitpunkt eine Vielzahl an Preisen bei den Anbietern beobachtbar, d.h. es existiert eine Preisstreuung.

Wie in Kapitel 3 gezeigt wurde, ist die Preisstreuung ein anhaltendes Phänomen, das nicht durch das Neoklassische Gleichgewichtsmodell erklärt werden kann. Dies resultiert aus der Tatsache, dass die im Kapitel 2.2 dargelegten Annahmen die Realität nicht hinreichend abbilden, da sie zu stark vereinfacht sind. Daher ist vor allem aufgrund von Heterogenität zwischen den Verkäufern und unvollständiger Information aufgrund von Suchkosten mit dem Auftreten einer Preisstreuung (Alternativhypothese H_1) und der Ablehnung der Nullhypothese H_0 zu rechnen. Die Ergebnisse dazu werden in Kapitel 4.3 präsentiert. Diese Arbeit trägt zur aktuellen Forschung bei, insbesondere in Bezug auf die Preisstreuung im Internet, indem sie eine neue Kategorie von Gütern untersucht, die bisher nach bestem Wissen noch nicht erforscht wurde. Bei digitalen Game Keys handelt es sich um digitale Güter, die im Vergleich zu physischen Gütern erheblich geringere Transaktionskosten aufweisen. Insbesondere die sonst im Internet bestehenden Versand- und Lagerkosten entfallen bei diesen Produkten vollständig. Zudem sind digitale Güter durch hohe Fixkosten und Grenzkosten nahe Null

gekennzeichnet²⁴⁶. Die empirischen Ergebnisse der Arbeit sollten daher im Vergleich zu früheren Arbeiten, stärker auf das Zutreffen der Nullhypothese H_0 als das Zutreffen der Alternativhypothese H_1 hinweisen.

Darüber hinaus wurden während der Literaturanalyse zwei potenzielle Einflussfaktoren identifiziert, die möglicherweise Auswirkungen auf das Vorhandensein von Preisstreuung haben und anhand der vorliegenden Preisdaten überprüft werden können. Dies ist zum einen der Zusammenhang von Durchschnittspreis und Preisstreuung. Der aktuelle Forschungsstand (vgl. Kapitel 3.2.3) deutet auf eine negative Korrelation zwischen Durchschnittspreis und prozentualer Preisstreuung hin. Deshalb werden folgende Hypothese und Alternativhypothese aufgestellt:

Nullhypothese H_{2a} : Zwischen dem Durchschnittspreis und der prozentualen Preisstreuung besteht eine negative Korrelation.

Alternativhypothese H_{2b} : Zwischen dem Durchschnittspreis und der prozentualen Preisstreuung besteht keine negative Korrelation.

Ein weiterer Faktor, bei dem es keine eindeutige Richtung in der Literatur gibt, ist der Zusammenhang zwischen der Anzahl der Anbieter und der Preisstreuung. In Kapitel 3.2.5 wurden sowohl empirische Hinweise auf das Vorliegen einer negativen als auch einer positiven Beziehung festgestellt. Deshalb wurde die Nullhypothese 3a unabhängig von der Richtung eines Zusammenhangs gewählt. Die Alternativhypothese 3b hingegen lehnt eine Korrelation zwischen beiden Parametern ab:

Nullhypothese H_{3a} : Zwischen der Anzahl der Anbieter und der prozentualen Preisstreuung besteht eine Korrelation.

Alternativhypothese H_{3b} : Zwischen der Anzahl der Anbieter und der prozentualen Preisstreuung besteht keine Korrelation.

Diese Arbeit trägt somit zu einem besseren Verständnis der Preisstreuung und ihrer Zusammenhänge mit dem Durchschnittspreis und der Anzahl der Wettbewerber bei, wobei die Ergebnisse neuartige Erkenntnisse liefern, da digitale Güter bisher noch nicht untersucht wurden.

4.2 Studiendesign

In dieser Arbeit soll die Existenz des neoklassischen Gleichgewichtspreises für digitale Game Keys nachgewiesen werden. Die Untersuchung ist auf das Internet beschränkt. Das Internet, als globales Medium, ermöglicht den Vergleich von Preisen auf der ganzen Welt. Da es sich bei den untersuchten Produkten um digitale Güter handelt, ist es theoretisch unerheblich, von welchem Ort auf der Welt die Preise beobachtet werden. Da kein Versand notwendig ist, um das Produkt zu erhalten, kann

²⁴⁶ Vgl. Sauer, A. (2019), S. 40-41

auch von Anbietern aus anderen Teilen der Welt gekauft werden. Eine umfassende Dokumentation aller weltweit verfügbaren Preise würde jedoch den Umfang dieser Arbeit sprengen. Daher wurden die Preise aus der Perspektive eines Kunden in Deutschland erfasst. Es erscheint unwahrscheinlich, dass ein Kunde angesichts der großen Auswahl an Anbietern in Deutschland und Europa auf Anbieter aus anderen Ländern zurückgreifen würde, die keine Produktbeschreibung in deutscher Sprache und keine Preise in Euro anbieten. In solchen Fällen wurden diese Anbieter automatisch ausgeschlossen. Darüber hinaus weisen die Game Keys die Besonderheit auf, dass sie nur in bestimmten Ländern anhand der IP-Adresse aktiviert werden können. Daher wurden nur Preise von Game Keys erfasst, die auch in Deutschland aktivierbar waren. Dies stellt sicher, dass die Schlüssel aus Sicht eines deutschen Kunden homogen sind und unabhängig vom Anbieter die Freischaltung desselben Spiels ermöglichen.

Bei der Auswahl der Stichprobe wurden die 12 Game Keys zufällig ausgewählt. Die Online-Preise der Anbieter wurden mithilfe der Suchmaschine Google ermittelt. Es wurde die Prämisse gesetzt, dass nur Angebote bis zur fünften Seite der Google-Suche herangezogen werden, um eine vergleichbare Suchtiefe zu gewährleisten. Die Mehrheit der Preise konnte über Preisvergleichsseiten gefunden werden. Hierfür wurden alle Einträge auf den Preisvergleichsseiten manuell geöffnet, um sicherzustellen, dass die angegebenen Preise korrekt waren und keine zusätzlichen Transaktionskosten anfielen. Diese zusätzlichen Transaktionskosten, die erst beim Bezahlen berechnet wurden und nicht im ursprünglichen Angebotspreis auf der Website enthalten waren, konnten nur auf der Seite eneba.com dokumentiert werden. Da gemäß dem Neoklassischen Marktmodell alle Anbieter zu einem Zeitpunkt den gleichen Preis anbieten sollten, wurden die Preisangebote auf den Websites innerhalb weniger Minuten geöffnet und anschließend dokumentiert. Falls das Produkt nicht verfügbar war, wurde der Anbieter eliminiert und nicht in die Liste der erhobenen Preise aufgenommen. Die Listen aller Preise zu den jeweiligen Produkten befinden sich im Anhang ab Seite 93. Zusätzlich wurde jedes Angebot durch einen Screenshot dokumentiert. Diese Screenshots finden sich im Anhang B.

Zur Untersuchung der Existenz eines Gleichgewichtspreises für die Produkte gemäß der Nullhypothese H_0 werden die erhobenen Daten im Anschluss ausgewertet. Hierbei werden verschiedene Lage- und Streuungsparameter mithilfe von Excel aus den Daten berechnet und in einer eigenen Tabelle dargestellt. Anhand dieser Tabellen werden die Produkte in Kapitel 4.3 auf das Vorliegen des Gleichgewichtspreises analysiert. Falls ein Gleichgewichtspreis vorliegt, ist davon auszugehen, dass alle beobachteten Preise einheitlich sind. Infolgedessen würden der Minimumpreis (in Excel ermittelt mit der Formel: =MIN) und der maximale Preis (Formel: =MAX) auf dem Markt identisch sein. Die Differenz zwischen beiden Preisgrenzen ist die Spannweite aller Preise. Da es sich dabei um eine absolute Zahl handelt, wird prozentuale Preisspanne zur besseren Vergleichbarkeit zwischen Game Keys unterschiedlicher Preisklassen durch Division der Spannweite durch den Durchschnittspreis normiert. Der Durchschnittspreis wird mithilfe des arithmetischen Mittelwerts (Formel:

=MITTELWERT) in Excel berechnet. Zudem kann mithilfe von Excel der Modalwert (Formel: =MODUS.VIELF) berechnet werden, der den am häufigsten vorkommenden Preis angibt und somit ebenfalls Hinweise auf das Vorliegen eines Gleichgewichtspreises liefern kann. Zusätzlich sind noch die beiden Streuungsparameter Standardabweichung und Variationskoeffizient für die Analyse der Daten relevant. Die Standardabweichung (Formel: =STABW.N) gibt an, um welchen Wert die Preisdaten im Durchschnitt um den Mittelwert streuen. Dies ist insofern wichtig, da einzelne Ausreißer die Spannweite deutlich erhöhen können. Wenn dennoch der Großteil der Daten einem Gleichgewichtspreis entspricht oder in einem sehr engen Bereich liegt, würde dies mit einer geringen Standardabweichung identifiziert werden können. Da auch die Standardabweichung ein absoluter Wert ist, wird zusätzlich der Variationskoeffizient berechnet, indem die Standardabweichung durch den Durchschnittspreis geteilt wird. Der Variationskoeffizient kann somit als das wichtigste Streuungsmaß herangezogen werden, um die prozentuale Preisstreuung zwischen den Produkten zu vergleichen. Schließlich wurde für jeden Datensatz ein Boxplot mithilfe der Kastengrafik-Funktion von Excel erstellt.

4.3 Einzelauswertung der Produkte

Um das Vorhandensein eines Gleichgewichtspreises auf dem Markt für digitale Game Keys zu überprüfen, wurde eine Stichprobe von zwölf verschiedenen Keys zu einem spezifischen Zeitpunkt untersucht. Die Ergebnisse werden in den folgenden Unterkapiteln für jedes Spiel einzeln anhand der Lage- und Streuungsparameter ausgewertet und auf die Nullhypothese H_0 hin überprüft. Die untersuchten Game Keys und die zugehörigen Unterkapitel lauten wie folgt: 4.3.1 FIFA 23, 4.3.2 Forza Horizon 5, 4.3.3 Terraria, 4.3.4 Minecraft, 4.3.5 Super Smash Bros Ultimate, 4.3.6 Payday 2, 4.3.7 Deponia, 4.3.8 Escape from Tarkov, 4.3.9 Starfield, 4.3.10 Elden Ring Deluxe Edition, 4.3.11 GTA 5, 4.3.12. Black Desert Online Traveler Edition.

4.3.1 FIFA 23

Der erste untersuchte Game Key ist ein Schlüssel für das Fußballspiel FIFA 23. Hierbei wurden ausschließlich Keys für die Aktivierung auf der Plattform Origin bzw. dessen Nachfolger, der EA-App, berücksichtigt, die in Deutschland aktivierbar sind. Eine umfassende Tabelle mit allen aufgenommenen Preisen befindet sich im Anhang auf Seite 93.

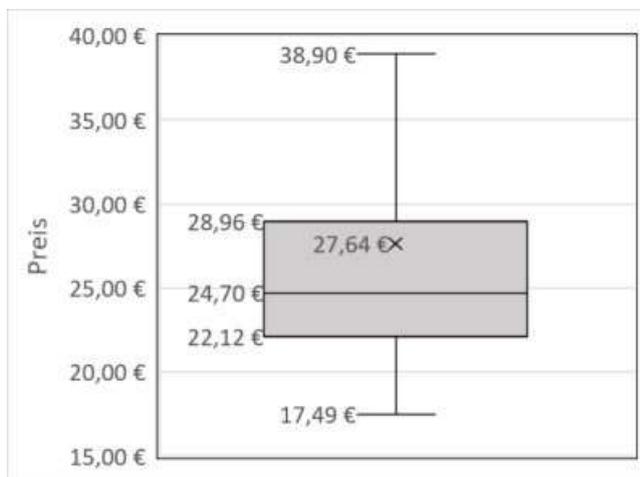
Tab. 6: Lage- und Streuungsparameter, FIFA 23, 05.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 144 | 17,49 € | 72,82 € | 55,33 € | 200,20% | 27,64 € | 24,83 € | 9,59 € | 34,71% |

Quelle: eigene Darstellung

Die Auswertung erfolgt anhand der Tabelle 6. Insgesamt wurden 144 Preise verschiedener Anbieter am 05.09.2023 im Internet erfasst. Die Preisspanne reichte von 17,49 € als Minimalwert bis 72,89 € als Höchstpreis. Dies ergibt eine Spannweite von 55,33 € bzw. 200,20% im Verhältnis zum Durchschnittspreis, der bei 27,64 € lag. Diese große Spanne deutet auf eine erhebliche Preisstreuung hin, da die Preise stark voneinander abweichen und somit nicht dem Neoklassischen Marktmodell entsprechen, welches eine Preisspanne von Null postuliert. Die Standardabweichung von 9,59 € dokumentiert weiterhin die starke Streuung der Preise, wobei die Preise im Durchschnitt um 34,71% vom Mittelwert abweichen. Es konnte außerdem ein Modalwert von 24,83 € festgestellt werden, der unter dem Durchschnittspreis lag und von drei Anbietern angeboten wurde. Dieser Preis wurde auffälligerweise dreifach auf derselben Internetseite dokumentiert (vgl. Tab. 18, S. 93), welche lediglich als Marktplatz für verschiedene Anbieter dient. Es fällt auf, dass auf Seiten mit mehreren Anbietern häufig zwei Anbieter denselben Preis anbieten oder sich um einen Cent unterscheiden. Da die Anbieter nach dem niedrigsten Preis sortiert sind, könnte dies einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Es konnte dokumentiert werden, dass dieses Phänomen, bei dem einige Anbieter den FIFA 23 Key zum gleichen Preis anboten oder sich um einen Cent unterschieden, auch websiteübergreifend auftrat. Dies deutet darauf hin, dass möglicherweise Preis-Matching-Strategien, eventuell durch Algorithmen, angewendet wurden.

Abb. 16: Boxplot, FIFA 23



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 16 zeigt, dass eine erhebliche Preisstreuung um den Median von 24,70 € vorliegt. Die Hälfte aller Preise liegt in der Box zwischen 22,12 € und 28,96 €. In diesem Intervall befindet sich auch das arithmetische Mittel von 27,64 €. Da der Mittelwert über dem Median liegt, lässt dies darauf schließen, dass die Preisstreuung vor allem durch die höheren Preise stark beeinflusst wird. Dies wird durch die beiden Whisker im Boxplot verdeutlicht. Der Bereich zwischen dem Minimalpreis von 17,49 € und dem ersten Quartil bei 22,12 € umfasst 25% der Preisbeobachtungen.

Im Kontrast dazu ist die Spanne zwischen dem dritten Quartil bei 28,96 € und dem höchsten Wert, der nicht als Ausreißer betrachtet wird, bei 38,90 €, doppelt so groß. Ausreißer, deren Interquartilsabstand 1,5-mal größer war als das dritte Quartil oder 1,5-mal kleiner als das erste Quartil, wurden aus dem Boxplot entfernt²⁴⁷. Da der untere Whisker des Boxplots bis zum Minimalpreis reicht, wurden keine Ausreißer nach unten festgestellt. In Bezug auf den oberen Whisker reichte dieser jedoch nur bis zu 38,90 € und nicht bis zum Höchstwert von 72,82 €. Insgesamt wurden somit 13 Angebote als Ausreißer nach oben eingestuft.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Nullhypothese H_0 anhand der Ergebnisse zu FIFA 23 widerlegt und somit die Alternativhypothese H_1 bestätigt werden kann. Es existiert eine signifikante Preisstreuung von 34,71%, gemessen am Variationskoeffizienten. Ein einheitlicher Gleichgewichtspreis ist nicht erkennbar, da die Preise zwischen den Anbietern erheblich variieren. Das Boxplot zeigt, dass die Preisschwankungen besonders bei den höheren Preisen ausgeprägt sind, während die günstigeren Anbieter näher beieinander liegen.

4.3.2 Forza Horizon 5

Für das Rennspiel Forza Horizon 5 wurde ebenfalls eine Datenerhebung durchgeführt. Dazu wurden in Deutschland aktivierbare Keys für die Plattform XBOX/Microsoft untersucht. Anhand dieser Daten soll überprüft werden, ob die Nullhypothese H_0 bzw. ein Gleichgewichtspreis bestätigt werden kann. Die Ergebnisse der Untersuchung vom 05.09.2023 befinden sich im Anhang auf Seite 94 bzw. komprimiert auf die Lage- und Streuungsparameter in Tabelle 7.

Tab. 7: Lage- und Streuungsparameter, Forza Horizon 5, 05.09.23

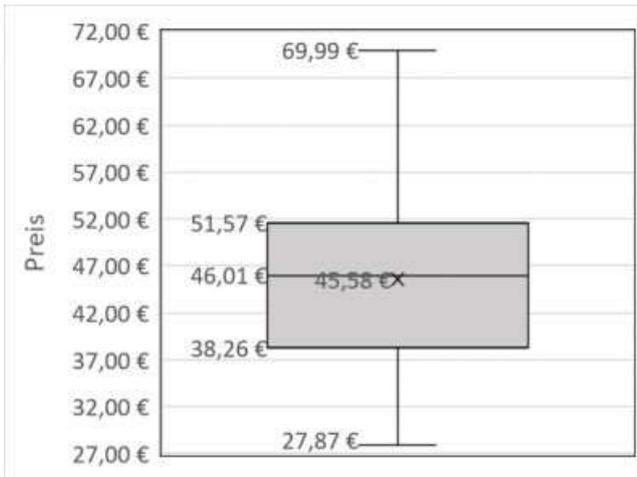
| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 63 | 27,87 € | 69,99 € | 42,12 € | 92,42% | 45,58 € | - | 9,59 € | 21,03% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt wurden 63 verschiedene Angebote im Internet registriert. Der minimale Preis betrug 27,87 €, während der teuerste Preis eines Verkäufers bei 69,99 € lag. Dies ergibt eine absolute Spanne von 42,12 € bzw. 92,42% gemessen am arithmetischen Mittel, das bei 45,58 € lag. Weiterhin lag kein eindeutiger Modalwert vor. Die Preise 42,89 €, 46,42 € und 56,74 € konnten jedoch jeweils zwei Mal beobachtet werden. Diese Preise wurden auf demselben Marktplatz von unterschiedlichen Anbietern angeboten. Die Standardabweichung betrug 9,59 € und zeigte eine signifikante Preisstreuung um den Mittelwert, was 21,03% im Verhältnis zum Durchschnittspreis entspricht.

²⁴⁷ o.V. (2020), <https://statologie.de/boxplots-excel/>

Abb. 17: Boxplot, Forza Horizon 5



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot (vgl. Abb. 17) zeigt keine Ausreißer nach oben oder unten. Beide Whisker reichen bis zum Minimalpreis und Maximalpreis. Das arithmetische Mittel und der Median lagen nah beieinander, was darauf hindeutet, dass die Preisstreuung um den Mittelwert nach oben und unten relativ gleich verteilt ist. 50% der Preise befanden sich in der Box von 38,26 € bis 51,57 €. Dieser Bereich ist nicht sehr eng und signalisiert somit keine geringfügige Preisstreuung um einen Wert.

Insgesamt lässt sich für Forza Horizon 5 kein neoklassischer Gleichgewichtspreis für den Game Key ermitteln, da die Streuungsparameter ungleich null sind. Die Nullhypothese H_0 muss deshalb verworfen werden. Es liegt stattdessen eine signifikante Preisstreuung gemäß der Alternativhypothese H_1 vor.

4.3.3 Terraria

Für das Spiel Terraria wurden alle Preise der Game Keys für die Plattform Steam am 05.09.2023 gesammelt und auf das Vorhandensein eines Gleichgewichtspreises gemäß der Nullhypothese H_0 überprüft. Die Lage- und Streuungsparameter der Preisdaten sind in Tabelle 9 zusammengefasst. Im Anhang (vgl. Tab. 20, S. 95) befindet sich eine Liste aller Preisdaten zum Game Key.

Tab. 8: Lage- und Streuungsparameter, Terraria, 05.09.23

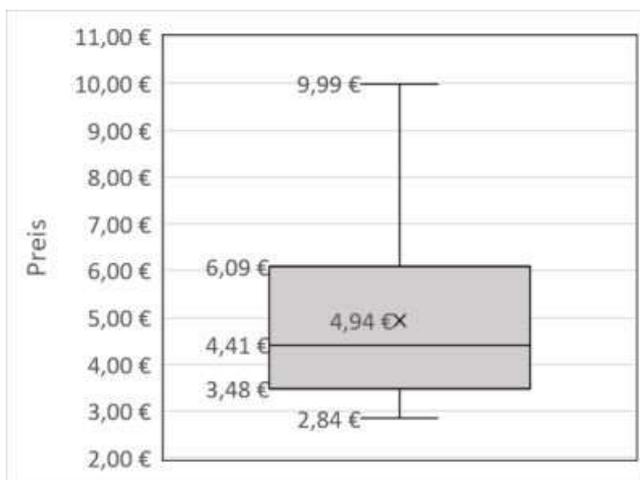
| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 74 | 2,84 € | 9,99 € | 7,15 € | 144,67% | 4,94 € | - | 1,85 € | 37,53% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt wurden Preise bei 74 verschiedenen Anbieter für den Game Key erfasst (vgl. Tab. 8). Der niedrigste beobachtete Preis betrug 2,84 € und der höchste Preis 9,99 €. Somit wurde eine

Preisstreuung festgestellt, da die Spannweite bei 7,15 € lag. Dies entspricht einer großen prozentualen Preisspanne von 144,67% im Verhältnis zum durchschnittlichen Preis von 4,94 €. Es war kein eindeutiger Modalwert zu beobachten, aber die Preise 3,25 €, 3,78 €, 4,41 € und 8,49 € wurden jeweils drei Mal beobachtet. Es fiel auf, dass der Terraria-Key für 3,25 € auf drei verschiedenen Websites angeboten wurde, während die anderen drei Modalpreise von verschiedenen Anbietern auf derselben Seite zum gleichen Preis angeboten wurden. Es war außerdem häufig zu beobachten, dass die Verkäufer sich um geringe Cent-Beträge, insbesondere auf derselben Website, unterboten oder zum gleichen Preis anboten, was auf Preis-Matching-Strategien hinweist. Hinsichtlich der Streuung konnte eine Standardabweichung von 1,84 € festgestellt werden. Dieser Wert klingt nicht besonders hoch, was jedoch auf den niedrigen Durchschnittspreis des Keys zurückzuführen ist. Im Verhältnis dazu beträgt der Variationskoeffizient 37,53% und ist somit höher als bei den zuvor beschriebenen Game Keys.

Abb. 18: Boxplot, Terraria



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot (vgl. Abb. 18) verdeutlicht die starke Streuung der Werte. Das erste Quartil liegt bei 3,48 € und das dritte Quartil bei 6,09 €. Dementsprechend verteilen sich die Hälfte der Werte um den Median von 4,41 € zwischen den beiden Quartilgrenzen in der Box. Die 25% der Anbieter, die die günstigsten Preise anbieten, liegen mit ihren Preisen deutlich näher beieinander. Der untere Whisker reicht von 3,48 € bis zum Minimum von 2,84 €. Der obere Whisker ist mit einer Spanne von 6,09 € bis 9,99 € deutlich länger. Da in diesem Preisbereich ebenfalls 25% der Preisangebote liegen und der Durchschnittspreis größer ist als der Median, ist zu schließen, dass die Preise im oberen Preisbereich übermäßig stark streuen. Es lagen weiterhin keine Ausreißer vor.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass kein Gleichgewichtspreis für den Terraria Game Key vorliegt. Die Preisstreuung ist insbesondere prozentual auffällig groß. Die empirischen Forschungsergebnisse widersprechen der Nullhypothese H_0 und stimmen stattdessen mit der Alternativhypothese H_1 überein.

4.3.4 Minecraft

Für die Game Keys des Open-World-Spiels Minecraft wurden am 05.09.2023 alle gefundenen Preise für die Java Edition und die Aktivierung im Microsoft Store in Deutschland erfasst. Anhand dieser Daten, die in Tabelle 9 und Tabelle 21, S. 96, dargestellt werden, wurde die These eines Gleichgewichtspreises auf dem Markt zu einem bestimmten Zeitpunkt überprüft.

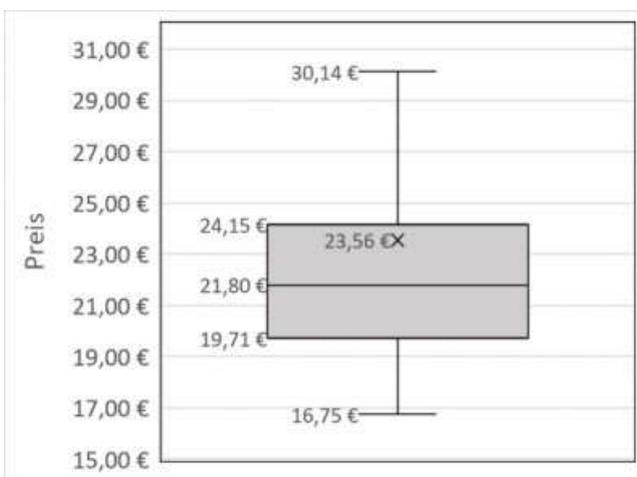
Tab. 9: Lage- und Streuungsparameter, Minecraft, 05.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 102 | 16,75 € | 135,16 € | 118,41 € | 502,67% | 23,56 € | - | 11,75 € | 49,88% |

Quelle: eigene Darstellung

In der empirischen Preiserhebung konnten 102 Preise dokumentiert werden (vgl. Tab. 9). Diese reichten von 16,75 € bis 135,16 €. Dies führte bei einem Durchschnittspreis von 23,56 €, bei einer Spannweite von 118,41 € bzw. 502,67%. Ein eindeutiger Modalwert war nicht beobachtbar. Sehr häufig wurde von zwei Anbietern der gleiche Preis angeboten oder um einen Cent unterboten. Dies deutet auf Preis-Matching hin, dass möglicherweise aufgrund minimaler Cent-Beträge durch Algorithmen verursacht wurde. Da die Preisdaten nur einmal und nicht mit hoher Frequenz beobachtet wurden, können keine qualifizierte Aussagen über den Einsatz von Preisalgorithmen getroffen werden. Die Standardabweichung von 11,75 € zusammen mit dem Variationskoeffizienten von 49,88% zeigt jedoch eine sehr große Preisstreuung. Diese fällt jedoch deutlich geringer aus, als die prozentuale Preisspannung vermuten lassen hätte. Grund dafür ist ein Ausreißer von 135,16 €, welcher bei einem einzigen Händler festgestellt wurde. Der zweit teuerste Anbieter lag hingegen nur bei 38,33 €. Möglicherweise ist ein Fehler bei der Preiseingabe entstanden. Ohne diesen Ausreißer hätte die prozentuale Preisstreuung bei 17,20% gelegen.

Abb. 19: Boxplot, Minecraft



Quelle: Eigene Darstellung

Dies wird auch durch das Boxplot in Abbildung 19 verdeutlicht. Der obere Whisker reicht nur bis zu 30,14 €. Daher wurden vier Werte als Ausreißer nach oben aus der Betrachtung entfernt. Insbesondere der extrem hohe Ausreißer von 135,16 € könnte ein Grund dafür sein, dass der Durchschnittspreis über dem Median von 21,80 € liegt. Dies deutet darauf hin, dass teurere Anbieter über dem Median tendenziell höhere und stärker differenzierte Preise verlangen als günstigere Anbieter. Die Hälfte aller Anbieter liegt in der Box zwischen 19,71 € und 24,15 €. Das untere Viertel der Anbieter liegt mit den Preisen im Bereich von 16,75 € bis 19,71 €. Es wurden keine Ausreißer nach unten festgestellt.

Insgesamt lässt sich anhand des Ergebnisses festhalten, dass kein Gleichgewichtspreis auf dem Markt für Minecraft Game Keys vorliegt. Die Nullhypothese H_0 muss daher zurückgewiesen werden, da stattdessen anhand der Preisdaten eine Preisstreuung im Einklang mit der Alternativhypothese H_1 nachgewiesen wird.

4.3.5 Super Smash Bros. Ultimate

Am 05.09.2023 wurde auch das Spiel Super Smash Bros. Ultimate für die Nintendo Switch untersucht. Es wurden nur Game Keys für die Untersuchung verwendet, welche im Nintendo eShop in Deutschland aktivierbar sind. Die gesamte Liste der Preise befindet sich im Anhang in Tabelle 22, Seite 96. Die Lage- und Streuungsparameter des Datensatzes sind in Tabelle 10 aufgeführt.

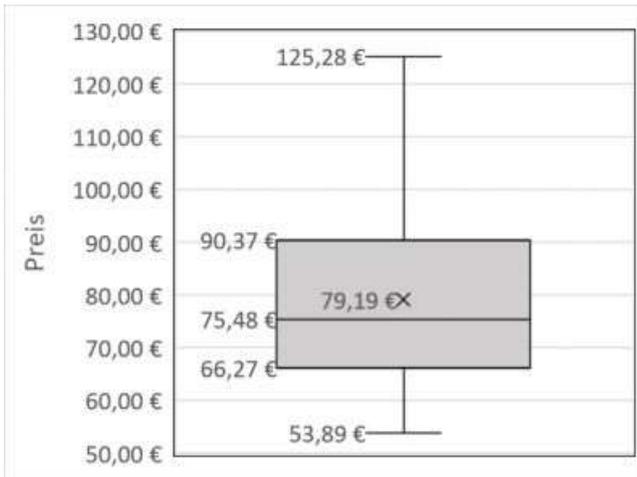
Tab. 10: Lage- und Streuungsparameter, Super Smash Bros. Ultimate, 05.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 18 | 53,89 € | 125,28 € | 71,39 € | 90,15% | 79,19 € | 69,49 € | 16,44 € | 20,76% |

Quelle: Eigene Darstellung

Für den Game Key wurden nur 18 verschiedene Angebote erfasst (vgl. Tab. 10). Der minimale Preis lag bei 53,89 €, während der maximale Preis 125,28 € betrug. Die zugehörige absolute Spannweite ist mit 71,39 € sehr groß, was jedoch auf den hohen durchschnittlichen Preis des Spiels von 79,19 € zurückzuführen ist. Die prozentuale Preisspanne beträgt deshalb nur 90,15%. Der Modalwert lag bei 69,49 € und wurde bei zwei verschiedenen Anbietern auf unterschiedlichen Websites identifiziert. Die Standardabweichung ist mit 16,44 € aufgrund des Produktpreises als absolute Zahl recht hoch und zeigt eine signifikante Preisstreuung. Prozentual betrachtet liegt die Preisstreuung hingegen bei 20,76 %.

Abb. 20: Boxplot, Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 20 verdeutlicht die Preisstreuung erneut. Die Hälfte der Preise liegt zwischen den Quartilsgrenzen von 66,27 € und 90,37 €. Der Median liegt bei 75,48 € und somit unterhalb des Durchschnittspreises. Dies liegt daran, dass die teureren Anbieter im obersten Quantil vergleichsweise höhere Preise verlangen als günstige Anbieter, die Preise unterhalb des Medians anbieten. Dies wird auch durch den längeren oberen Whisker von 90,37 € bis 125,28 € angedeutet. Es liegen keine Ausreißer vor.

Insgesamt zeigt die Untersuchung des Game Keys für das Spiel Super Smash Bros. Ultimate, dass es keine Abwesenheit von Preisstreuung gibt. Die Preisspanne ist deutlich über Null und die prozentuale Preisstreuung ist mit 20,76% signifikant. Dementsprechend führt das Ergebnis der empirischen Forschung zur Ablehnung der Nullhypothese H_0 und bestätigt die Preisstreuung aus der Alternativhypothese H_1 .

4.3.6 Payday 2

Der Game Key für das Spiel Payday 2 wurde am 05.09.2023 empirisch auf das Vorliegen eines Gleichgewichtspreises geprüft. Dafür wurden alle in Deutschland verwendbaren Keys für die Plattform Steam in einer Preisliste dokumentiert (vgl. Tab. 23, S. 97). Mithilfe von Excel wurden die Lage- und Streuungsparameter in Tab. 11 ermittelt.

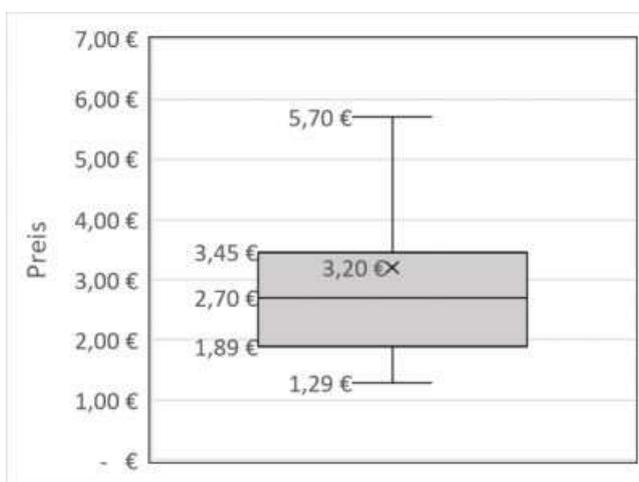
Tab. 11: Lage- und Streuungsparameter, Payday 2, 05.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 195 | 1,29 € | 25,09 € | 23,80 € | 743,19% | 3,20 € | 1,59 € | 2,43 € | 75,81% |

Quelle: Eigene Darstellung

Es konnten 195 Anbieter gefunden werden, welche einen Key für Payday 2 im Angebot hatten (vgl. Tab. 11). Der günstigste beobachtete Preis war 1,29 €. Der maximale Preis lag hingegen bei 25,09 €. Dies entsprach einer Spannweite von 23,80 €. Gemessen am Durchschnittspreis von 3,20 € ergab sich eine extreme prozentuale Preisspanne von 743,19%. Der Modalwert entsprach einem Angebotspreis von 1,59 €, der bei fünf verschiedenen Anbietern dokumentiert wurde. Vier dieser Preise stammten allerdings vom gleichen Marktplatz. Zusätzlich wurden viele Preise von zwei verschiedenen Verkäufern angeboten oder um einen Cent unterboten, was auf Preis-Matching hindeutet. Die Standardabweichung des Datensatzes betrug 2,43 €. Dieser Wert erscheint zunächst gering, jedoch liegt die prozentuale Preisstreuung im Verhältnis zum Durchschnittspreis bei 75,81%, was auf eine extrem starke Preisstreuung hindeutet.

Abb. 21: Boxplot, Payday 2



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot verdeutlicht die Existenz einer Preisstreuung (vgl. Abb. 21). Die Hälfte aller Werte liegt zwischen 1,89 € und 3,45 €, fast gleichmäßig um den Median verteilt. Nach oben ist der Whisker jedoch deutlich länger und reicht bis 5,70 €. 13 Werte wurden aus dem Boxplot als Ausreißer nach oben ausgeschlossen. Bei den günstigsten 25% der Verkäufer liegen die Preise hingegen deutlich enger zusammen. Das Ergebnis deutet auf eine verhältnismäßig stärkere Streuung der teureren Preise hin, weshalb der Durchschnittspreis über dem Median liegt.

Insgesamt lässt sich eine extrem große Preisstreuung gemäß der Alternativhypothese H_1 feststellen. Die Nullhypothese H_0 erweist sich als falsch. Es liegt kein Gleichgewichtspreis für den Payday 2 Key vor.

4.3.7 Deponia

Im Rahmen der Untersuchung von Deponia wurden sämtliche Preisdaten für Game Keys erfasst, die eine Aktivierung und einen Download über Steam ermöglichen und in Deutschland nutzbar sind.

Ziel dieser empirischen Datenerhebung war die Überprüfung des Vorhandenseins eines Gleichgewichtspreises zum Zeitpunkt der Untersuchung am 07.09.2023. Die vollständige Liste der Preise ist im Anhang B auf Seite X zu finden. Im Folgenden werden die Daten anhand der Lage- und Streuungsparameter aus Tabelle 12 ausgewertet.

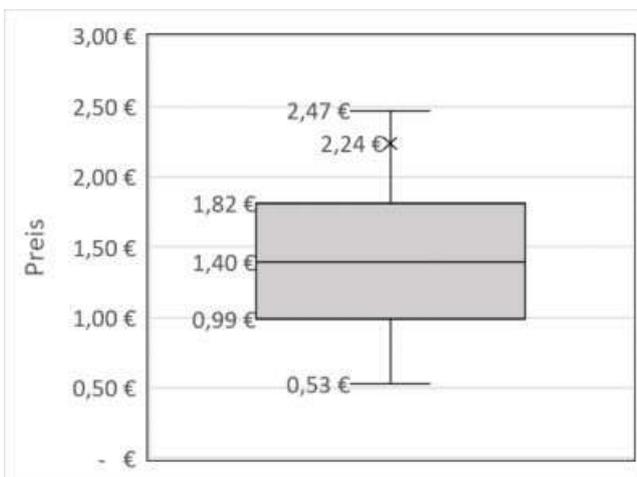
Tab. 12: Lage- und Streuungsparameter, Deponia, 07.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 70 | 0,53 € | 9,99 € | 9,46 € | 422,73% | 2,24 € | 9,99 € | 2,57 € | 114,70% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt konnten 70 verschiedene Angebote beobachtet werden (vgl. Tab. 12). Dabei lag der minimale Preis bei 0,53 € und der maximale Preis bei 9,99 €. Daraus ergibt sich eine absolute Preisspanne von 9,46 €. Dieser hohe Wert kann auf die Existenz einer relativ großen Anzahl von Anbietern zum Modalwert von 9,99 € zurückgeführt werden, der gleichzeitig dem offiziellen Verkaufspreis auf Steam entspricht und als Maximalwert fungiert. Die Standardabweichung des Datensatzes betrug 2,57 € und war also größer als der Durchschnittspreis. Dies führt zum höchsten beobachteten Variationskoeffizienten bei allen untersuchten Game Keys in Höhe von 114,70 %.

Abb. 22: Boxplot, Deponia



Quelle: Eigene Darstellung

Die extrem hohe prozentuale Preisstreuung ist auf die Aufteilung des Marktes in günstige Anbieter und sehr teure Anbieter zurückzuführen. Die teuren Verkäufer bieten den offiziellen Verkaufspreis von 9,99 € oder knapp darunter an. Dies wird durch das Boxplot in Abbildung 22 verdeutlicht. Die Mehrheit der Verkäufer hatte den Key zwischen 0,53 € und 2,47 € gepreist. Es gab jedoch neun teure Anbieter, die als Ausreißer nicht im Boxplot enthalten sind. Der nächsthöhere Preis nach 2,47 € betrug 4,28 €, also fast das Doppelte. Die restlichen acht Anbieter verlangten Preise zwischen 8,39 € und 9,99 €. Dies weist auf das Vorhandensein eines Wettbewerbspreises hin, da die Anbieter

im Bereich um den Median von 1,40 €, bei Ausschluss der teuren Ausreißer, sehr gleichmäßig verteilt waren. Dies wird durch die nahezu gleich großen Quartile verdeutlicht. In diesem Bereich versuchten die Anbieter, sich gegenseitig zu unterbieten, indem sie um Centbeträge voneinander abweichende Preise oder in einigen Fällen denselben Preis anboten. Die Spanne und Streuung der Preise im Boxplot bleibt zwar groß, jedoch verstärkt die zweite Gruppe von teuren Anbietern, die zum offiziellen Preis oder knapp darunter anbietet, diese Streuung erheblich. Diese Preise von bis zu 9,99 € waren teilweise vierfach so hoch, wie der teuerste Preis der günstigen Anbieter von 2,47 €. Dieser teure Preis kann angesichts der Vielzahl von günstigen Anbietern eigentlich nicht gerechtfertigt werden. Die Verteilung der Preise erinnert an das Modell der Preisverteilung von Varian (vgl. Kapitel 2.3.2). Eine mögliche Erklärung für dieses Ergebnis könnte sein, dass die günstigen Anbieter um die informierten Kunden kämpfen, welche zum Beispiel Preisvergleichsseiten verwenden. Aufgrund zufälliger Preisstrategien, möglicherweise auch durch den Einsatz von Algorithmen, kommt es dennoch zu Preisschwankungen bei diesen Anbietern. Die zweite Gruppe von teureren Anbietern bietet hingegen den höchsten akzeptablen Preis an, zu dem Kunden, die keinen Überblick über die Preise anderer Anbieter haben, den Key dennoch kaufen. Dies könnte der Preis sein, zu dem das Spiel auch direkt vom offiziellen Verkäufer erworben werden kann.

Die Beantwortung der eigentlichen Hypothese der Arbeit ist jedoch eindeutig und erfordert keine Spekulation. Die Nullhypothese H_0 hält dem empirischen Test nicht stand. Ein Gleichgewichtspreis gemäß dem Neoklassischen Marktmodell ist nicht vorhanden. Stattdessen liegt eine extreme prozentuale Preisstreuung von 114,70% vor, was die Alternativhypothese H_1 bestätigt.

4.3.8 Starfield

Am 09.09.2023 wurden die Preisdaten für Starfield Keys erhoben. Dabei wurden alle Keys der Standard Edition auf Steam erfasst, die in Deutschland aktivierbar sind, um die Gültigkeit der Nullhypothese H_0 zu überprüfen. Der entsprechende Datensatz ist im Anhang (vgl. Tab. 26, Seite 100) verfügbar und die zugehörigen Lage- und Streuungsparameter finden sich in Tabelle 13.

Tab. 13: Lage- und Streuungsparameter, Starfield, 09.09.23

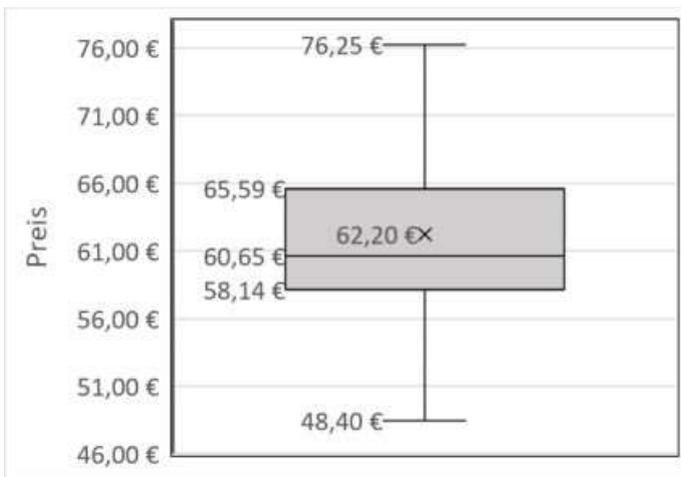
| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 88 | 48,40 € | 85,71 € | 37,31 € | 59,99% | 62,20 € | 64,14 € | 6,47 € | 10,41% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt wurden 88 verschiedene Angebote für den Key gefunden (vgl. Tab. 13). Die Preise erstreckten sich über eine Spannweite von 37,31 €, wobei sie von 48,40 € bis 85,71 € reichten. Aufgrund des durchschnittlichen Preises von 62,20 € ergab sich eine prozentuale Preisspanne von 59,99%, was den niedrigsten Wert unter allen 12 untersuchten Produkten darstellte. Der Modus

entsprach einem Preis von 64,14 €, der von drei verschiedenen Anbietern auf dem Marktplatz eneba.com angeboten wurde. Des Weiteren wurde in einigen Fällen derselbe Preis von zwei unterschiedlichen Anbietern, meist auf derselben Website, angeboten oder von einem anderen Verkäufer um einen Cent unterboten. Dies deutet daraufhin, dass die Preise an die Konkurrenz angepasst werden. Ein günstigerer Preis, auch wenn nur um einen Cent, bringt den Vorteil, dass der Anbieter auf der Preisvergleichsseite oder auf dem Marktplatz auf einer Website zuerst erscheint. Die Standardabweichung der Daten lag bei 6,47 €. Gemessen am Durchschnittspreis war der Variationskoeffizient mit 10,41% relativ gering, jedoch war die Streuung keineswegs vernachlässigbar.

Abb. 23: Boxplot, Starfield



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 23 zeigt ebenfalls, dass kein Gleichgewichtspreis auf dem Markt existierte. Das untere Quartil der Verkäufer hatte den Key zwischen 48,40 € und 58,50 € im Angebot. Der Median lag bei 60,64 € und die Hälfte der Anbieter streute um diesen Median herum im Intervall von 58,05 € bis 65,40 €. Der obere Whisker reichte nur bis 76,25 €, das heißt zwei Angebote zum Höchstpreis von 85,71 € wurden als Ausreißer betrachtet.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Nullhypothese H_0 in der Realität für den Key nicht standgehalten hat. Aufgrund der Verteilung und Streuung der Preise wird stattdessen die anhaltende Preisstreuung aus der Literatur gemäß der Alternativhypothese H_1 bestätigt.

4.3.9 Escape from Tarkov

Ein weiterer untersuchter Game Key gehörte zum Spiel Escape from Tarkov. Die Voraussetzungen für diesen Key waren die Aktivierung auf der offiziellen Website und die Verwendbarkeit in Deutschland. Die Preisdaten wurden in einer umfassenden Liste gesammelt (vgl. Tab. 25, S. 99) und anschließend mithilfe der Lage- und Streuungsparameter in Tabelle 14 analysiert.

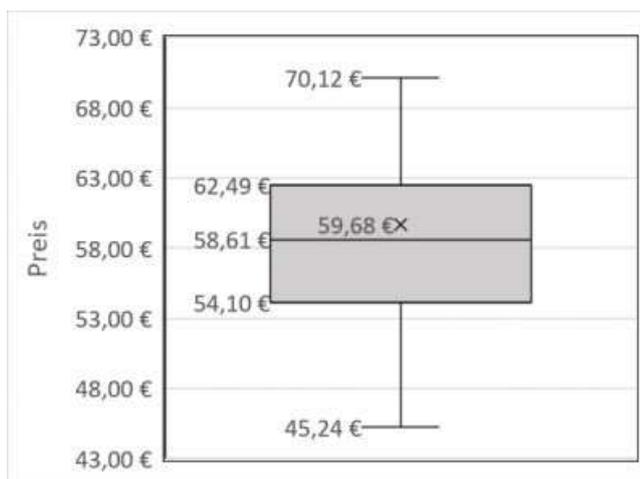
Tab. 14: Lage- und Streuungsparameter, Escape from Tarkov, 09.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 60 | 45,24 € | 89,00 € | 43,76 € | 73,33% | 59,68 € | - | 9,43 € | 15,81% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt konnten 60 verschiedene Angebote für den Game Key am 09.09.2023 dokumentiert werden (vgl. Tab. 14). Der niedrigste Preis lag bei 45,24 €, während der höchste Preis bei 89,00 € lag. Der Durchschnittspreis betrug 59,68 €, was zu einer Preisspanne von 43,76 € führte. Daraus resultiert eine prozentuale Preisspanne von 73,33%. Ein eindeutiger Modalwert konnte nicht festgestellt werden. Teilweise wurde ein Preis auf einer Website von zwei Anbietern angeboten oder von einem anderen Anbieter um einen Cent unterboten. Dies lässt auf Preis-Matching-Strategien schließen. Abgesehen davon zeigten die Preise eine Streuung, was auch durch die Standardabweichung von 9,43 € verdeutlicht wird. Der Variationskoeffizient betrug 15,81%.

Abb. 24: Boxplot, Escape from Tarkov



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 24 zeigt eine relativ symmetrische Verteilung der Preise. Das erste Quartil erstreckt sich von 45,24 € bis 54,10 €, während die Hälfte der Preise in der Box zwischen 54,10 € und 62,49 € liegt. Der obere Whisker reicht bis zu 70,12 €. Fünf Preise oberhalb von 70,12 € wurden als Ausreißer eingestuft. Der Mittelwert liegt leicht über dem Median, was wahrscheinlich auf die Ausreißer durch übermäßig teure Verkäufer zurückzuführen ist.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass für Escape from Tarkov kein Gleichgewichtspreis ermittelt werden konnte. Die Streuungsparameter weichen von Null ab, und somit konnte eine Preisstreuung im Einklang mit der Alternativhypothese H_1 nachgewiesen werden.

4.3.10 Elden Ring Deluxe Edition

Anders als bei den anderen Produkten wurde für das Spiel Elden Ring nicht der Key für die Standardversion untersucht, sondern die Preise für die teurere Deluxe Edition erhoben. Dazu wurden am 12.09.2023 alle in Deutschland aktivierbaren Steam-Keys in einer Preisliste (vgl. Tabelle 27, Seite 101) aufgenommen, deren Auswertung anhand der Tabelle 15 erfolgt.

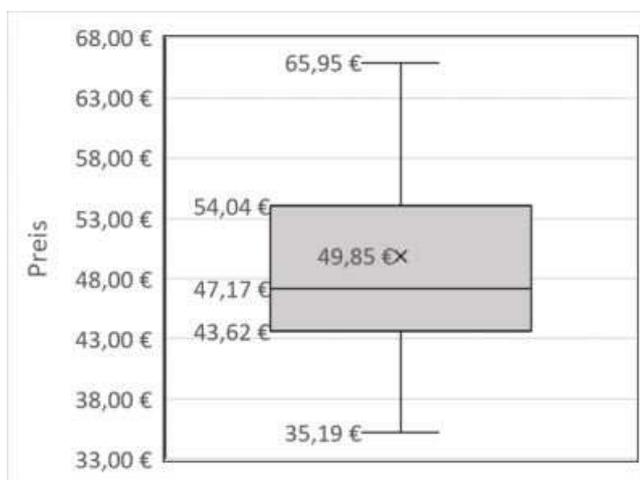
Tab. 15: Lage- und Streuungsparameter, Elden Ring Deluxe Edition, 12.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 100 | 35,19 € | 87,19 € | 52,00 € | 104,31% | 49,85 € | 52,79 € | 9,89 € | 19,85% |

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt konnten 100 verschiedene Angebote für die Deluxe Edition dokumentiert werden (vgl. Tab. 15). Der Durchschnittspreis für den Key betrug 49,85 €. Der günstigste Anbieter verlangte 35,19 €, während der teuerste Anbieter 87,19 € für den Key veranschlagte. Dies führte zu einer Spannweite von 52,00 € und einer prozentualen Preisspanne von 104,31%. Der Modalwert war ein Preis von 52,79 €, welcher dem offiziellen Verkaufspreis auf Steam entsprach und von drei verschiedenen Anbietern angeboten wurde. Die Standardabweichung um den Durchschnittspreis betrug 9,89 €. Daraus resultiert ein Variationskoeffizient von 19,85%.

Abb. 25: Boxplot, Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: Eigene Darstellung

Die Verteilung der Preisangebote wird durch das Boxplot (vgl. Abb. 25) verdeutlicht. Die Hälfte der Preise lag zwischen dem ersten Quartil von 43,62 € und dem dritten Quartil bei 54,04 €. Die untere und obere Grenze ohne Ausreißer waren 35,19 € und 65,95 €. Sechs Preise oberhalb von 65,95 € wurden als Ausreißer betrachtet. Der leicht längere obere Whisker und die Ausreißer sind der Grund dafür, dass die Preisstreuung stärker zur teureren Seite oberhalb des Medians gewichtet ist, weshalb der Durchschnittspreis über dem Median von 47,17 € liegt.

Die Daten zeigen, durch die breite Verteilung der Preise, eine Preisstreuung gemäß der Alternativhypothese H_1 . Eine Interpretation der Daten als Vorhandensein vom neoklassischen Gleichgewichtspreis ist nicht möglich. Die Nullhypothese H_0 muss demnach abgelehnt werden.

4.3.11 GTA 5

Der Key für das Spiel GTA 5 wurde am 12.09.23 auf das Vorliegen eines Gleichgewichtspreises überprüft. Dazu wurden die Preise für alle Keys, die eine Aktivierung auf der Plattform Rockstar Games Launcher in Deutschland ermöglichen, erfasst und in einer Liste zusammengefasst (vgl. Tab. 28, S. 102). Anschließend wurden die Lage- und Streuungsparameter mithilfe von Excel berechnet.

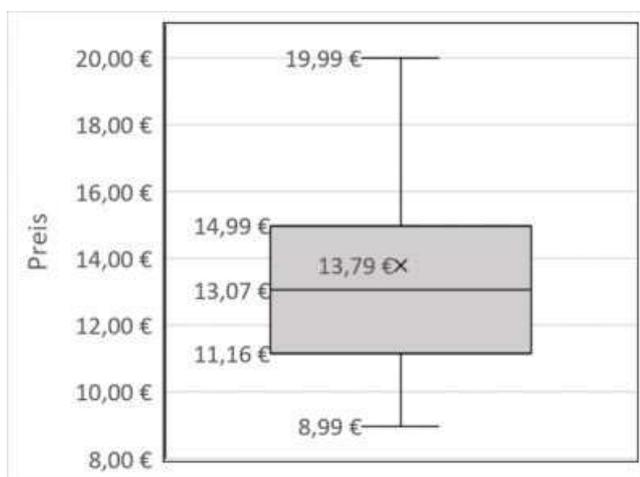
Tab. 16: Lage- und Streuungsparameter, GTA 5, 12.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 96 | 8,99 € | 39,99 € | 31,00 € | 224,78% | 13,79 € | - | 4,89 € | 35,48% |

Quelle: Eigene Darstellung

Es wurden 96 verschiedene Angebote zum Beobachtungszeitpunkt gefunden (vgl. Tab. 16). Der minimale Preis betrug 8,99 €, während der höchste Preis bei 39,99 € lag. Bei einem arithmetischen Mittel von 13,79 €, entsprach die prozentuale Preisspanne 224,78% bzw. absolut 31,00 €. Ein eindeutiger Modalwert konnte nicht identifiziert werden. Eine große Reihe an identischen Preisen wurde von zwei Anbietern zum Erhebungszeitpunkt verlangt. Oftmals wurden die Preise, insbesondere auf derselben Website, von einem Anbieter um einen Cent unterboten. Dieses Matching der Preise erfolgte wahrscheinlich, um bei der Sortierung nach dem günstigsten Preis auf den Websites eine bessere Position zu erreichen. Die Preise streuten durchschnittlich um 4,89 € um den Mittelwert, was einer prozentualen Preisstreuung von 35,48% entspricht.

Abb. 26: Boxplot, GTA 5



Quelle: eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 26 verdeutlicht die Verteilung der Preise. Die günstigsten 25% der Anbieter boten den Key zwischen 8,99 € und 11,16 € an. Die mittleren 50% der Anbieter verlangten zwischen 11,16 € und 14,99 € für den Key. Der Median lag dabei ziemlich genau in der Mitte bei 13,07 €. Die Streuung der Preise war nach oben hin größer. Der Whisker reichte von 14,99 € bis 19,99 €. Drei Preise wurden von Excel als Ausreißer aussortiert, da sie deutlich über den unteren Werten lagen und zwischen 33,99 € und 39,99 € lagen. Selbst nach der Aussortierung der Ausreißer blieben die Preise weit verteilt, und es war keine geringe Streuung um einen Wert ersichtlich.

Aufgrund dieser Ergebnisse muss die Nullhypothese H_0 abgelehnt werden. Die empirischen Ergebnisse zeigen eine eindeutige Preisstreuung, aufgrund einer Verteilung der Preise der Anbieter über eine breite Preisspanne.

4.3.12 Black Desert Online Traveler Edition

Das letzte untersuchte Produkt war die Traveler Edition von Black Desert Online für die Plattform Steam. Die empirischen Daten wurden am 12.09.2023 erfasst. Eine Liste aller Preise befindet sich im Anhang (vgl. Tab. 29, S. 102). Die Auswertung erfolgt anhand der Lage- und Streuungsparameter in Tabelle 17.

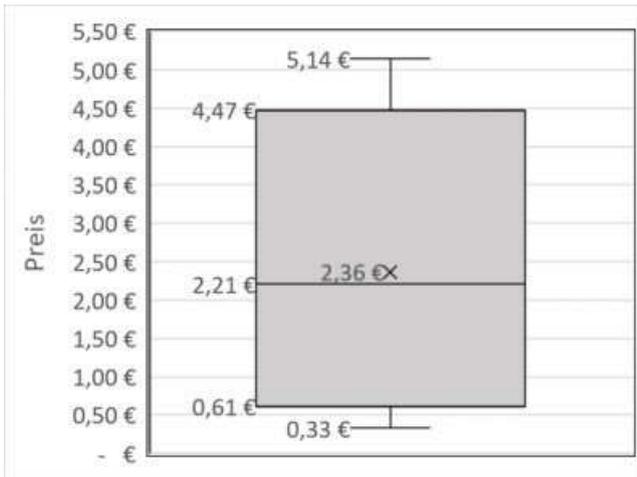
Tab. 17: Lage- und Streuungsparameter, Black Desert Online Traveler Edition, 12.09.23

| Anzahl | Minimaler Preis | Maximaler Preis | Spannweite | Prozentuale Preisspanne | Durchschnittspreis | Modalwert | Standardabweichung | Variationskoeffizient |
|--------|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|--------------------|-----------|--------------------|-----------------------|
| 19 | 0,33 € | 5,14 € | 4,81 € | 203,81% | 2,36 € | - | 1,74 € | 73,70% |

Quelle: Eigene Darstellung

Es wurden 19 Angebote bei der Erhebung festgestellt (vgl. Tab. 17). Der niedrigste Preis lag bei 0,33 € und der höchste Preis bei 5,14 €, was zu einer absoluten Spanne von 4,81 € führte. Der Durchschnittspreis lag bei 2,36 €, und die prozentuale Preisspanne betrug 203,81 %. Da kein Preis doppelt beobachtet wurde, konnte kein Modus bestimmt werden. Die Standardabweichung lag bei 1,74 €, was einer prozentualen Preisstreuung von 73,70% um den Durchschnittspreis entspricht.

Abb. 27: Boxplot, Black Desert Online Traveler Edition



Quelle: Eigene Darstellung

Das Boxplot in Abbildung 27 fällt im Vergleich zu den Boxplots der anderen Produkte auf, da die Box zwischen dem ersten und dritten Quartil sehr groß ist, während die Whisker hingegen sehr klein sind. Es traten keine Ausreißer auf. Die Spanne zwischen dem minimalen Preis von 0,31 € und dem ersten Quartil bei 0,61 € ist im Vergleich zur Spanne vom ersten Quartil bis zum Median bei 2,21 € und vom Median bis zur oberen Boxgrenze bei 4,47 € sehr gering. Die Preisstreuung der teuersten 25% der Anbieter ist im Vergleich zu den durchschnittlichen Anbietern ebenfalls deutlich geringer. Der Whisker reicht von 4,47 € bis 5,14 €. Während bei anderen Produkten eher eine stärkere Preisstreuung im unteren und oberen Quartil beobachtet wurde, scheint hier ein umgekehrter Zusammenhang vorzuliegen. Im mittleren Bereich streuen die Werte sehr stark.

Auch für den Key von Black Desert Online Traveler Edition lässt sich kein Gleichgewichtspreis gemäß der Neoklassischen Erwartung nachweisen. Die Nullhypothese H_0 kann aufgrund der großen Streuung der Preise nicht bestätigt werden. Stattdessen entsprechen die Werte der Alternativhypothese H_1 .

4.3.13 Zusammenfassung

In Kapitel 4.3 wurden verschiedene Game Keys für digitale Produkte auf ihre Preisstreuung und das Vorhandensein von einem Gleichgewichtspreis untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass in keinem der untersuchten Fälle ein Gleichgewichtspreis auf dem Markt vorliegt. Stattdessen wurde eine erhebliche Preisstreuung festgestellt. Weiterhin deuteten die Daten häufig auf Unterbieten der Preise der Konkurrenz durch sogenanntes Preis-Matching hin. Beim Key für Deponia lag möglicherweise eine Differenzierung der Preise zwischen informierten und uninformierten Kunden vor. Die Nullhypothese, die einen Gleichgewichtspreis annahm, wurde in allen Fällen abgelehnt, während die Alternativhypothese, die auf Preisstreuung hinweist, bestätigt wurde.

4.4 Gesamtauswertung und Interpretation der Ergebnisse

Mithilfe der empirischen Daten soll die Forschungsfrage beantwortet werden, ob der Neoklassische Gleichgewichtspreis auf dem Markt für digitale Game Keys auftritt. Dazu wurden die Preise von einer Stichprobe von 12 verschiedenen Game Keys erhoben und ausgewertet. Die Untersuchung ergab eindeutig, dass in keinem der analysierten Fälle ein solcher Gleichgewichtspreis vorhanden war. Stattdessen zeigte sich eine erhebliche Preisstreuung auf dem Markt. Die relative Preisstreuung lag bei allen Produkten über 10%, und in drei Fällen sogar über 70%. Der höchste beobachtete Variationskoeffizient betrug 114,70% bei dem Key für Deponia. Dies ist eine extrem hohe Preisstreuung, welche bisher in der Literatur noch nicht dokumentiert wurde. Das Ergebnis der Arbeit bestätigt somit die Alternativhypothese H_1 und reiht sich in das Bild der Literatur von einer anhaltenden Preisstreuung auf allen Märkten ein. Die Nullhypothese H_0 wurde hingegen in dieser Arbeit für alle Produkte der Stichprobe widerlegt. Ein Gleichgewichtspreis lag für keinen der Schlüssel vor, da die Streuungsmaße ungleich Null sind. Somit wird deutlich, dass eine der fundamentalen Annahmen des Neoklassischen Marktmodells nicht erfüllt ist. Der Preismechanismus führt nicht zwangsläufig zu einem einheitlichen Gleichgewichtspreis.

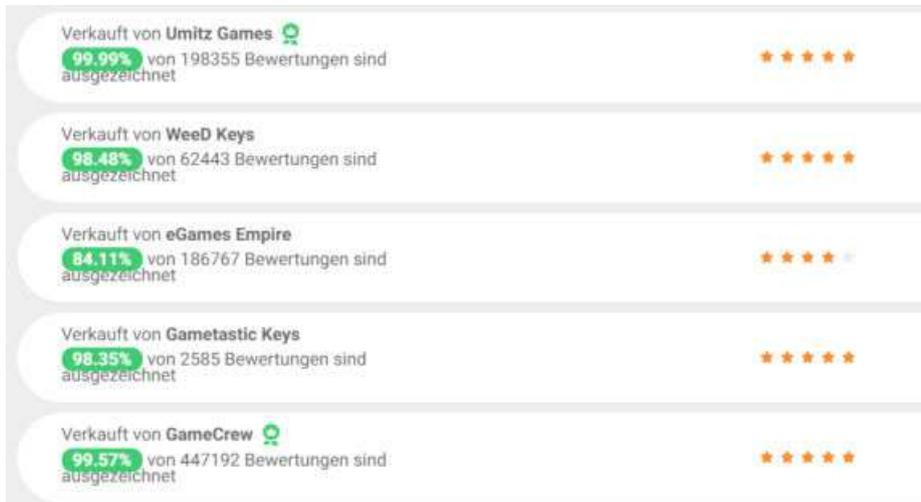
Die Gründe für die Preisstreuung wurden schon im Kapitel 3.2 ausführlich erörtert. Insbesondere zwei Hauptursachen sind identifiziert worden: die Heterogenität der Verkäufer und die Existenz von Suchkosten. Im Online-Markt besteht ein hohes Misstrauen gegenüber Verkäufern, da Kunden nicht immer sicher sein können, dass sie das gewünschte Produkt wie bestellt erhalten. Im stationären Handel hingegen können Kunden das Produkt begutachten und sind nach erfolgreicher Transaktion direkt der Besitzer des Produkts. Dies führt dazu, dass Kunden bevorzugt bei vertrauenswürdigen Händlern einkaufen, die aufgrund positiver Erfahrungen und Bewertungen höhere Preise verlangen können. Besonders im Markt für Game Keys ist Vorsicht geboten, da die Verkäufer nicht immer einen guten Ruf besitzen. Das Geschäft der Key-Verkäufer zählt als Graumarkt. Die Herkunft der Keys ist oft unklar und schadet den Entwicklern, da sie kein Geld beim Weiterverkauf der Keys erhalten²⁴⁸. Darüber hinaus gibt es immer wieder Berichte darüber, dass Keys illegal mit gestohlenen Kreditkarteninformationen gekauft und auf Graumärkten angeboten wurden. Kunden, die einen solchen Key erworben hatten, erlebten nachträglich eine Sperrung des gekauften Spiels durch den Hersteller. Die Webseiten, über die die Transaktionen abgewickelt werden, fungieren meist nur als Marktplatz für die Anbieter. Somit besteht auch auf bekannten Websites für Game Keys die Gefahr einen schlechten, möglicherweise illegal erworbenen Aktivierungsschlüssel zu erhalten²⁴⁹. Dementsprechend bieten große Marktplätze, wie Kinguin oder G2A, die Möglichkeit an Anbieter zu bewerten (vgl. Abb. 28). Weiterhin kann über Seiten wie trustpilot.com die gesamte Seriosität einer Website

²⁴⁸ Vgl. Garcia (2020), S. 293-295

²⁴⁹ Vgl. Anderie, L. (2020), S. 68-69, Hall, C. (2015), <https://www.polygon.com/2015/2/9/8006693/the-truth-behind-those-mysteriously-cheap-gray-market-game-codes>, Kosta, L. (2016), <https://lockesjourney.wordpress.com/2016/03/17/the-hard-truth-about-g2a-kinguin-and-grey-market-keys/>

bewertet werden. Verschiedene Anbieter bieten teilweise Sicherheitsgarantien oder eine sorgfältige Verifizierung der Schlüssel an. Dies kann das Vertrauen der Kunden erhöhen und somit teurere Preise rechtfertigen.

Abb. 28: Beispiel für Händlerbewertungen auf dem Marktplatz Kinguin

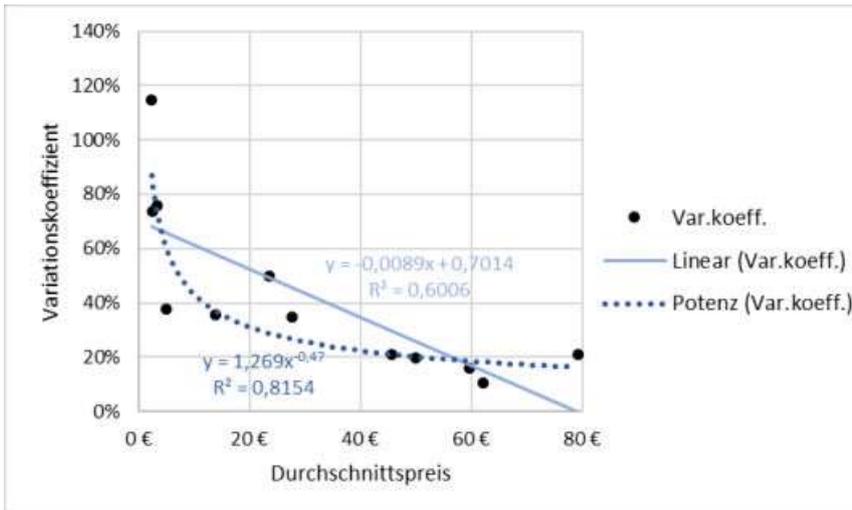


Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/116159/black-desert-online-traveler-edition-eu-na-digital-dowload-cd-key>, 20.10.2023

Eine weitere Ursache für die Preisstreuung kann in der Abweichung von der neoklassischen Annahme nicht-existenter Transaktionskosten (vgl. Kapitel 2.2.3) identifiziert werden. Zwar sind die Transaktionskosten, vor allem aufgrund der Eigenschaften digitaler Güter, massiv reduziert, dennoch bleiben Suchkosten bestehen, die auch durch Preisvergleichsseiten nicht vollständig eliminiert werden können. Daraus resultiert möglicherweise die Preisstreuung, wie in Kapitel 3.2.2 beschrieben, da nicht alle Käufer sich vollständig informieren. Die Preisverteilung beim Spiel Deponia (vgl. Kapitel 4.3.7) deutet auf eine Aufteilung der Käufer hin, wovon ein Teil sich über die Preisverteilung informiert und ein anderer Teil ohne Suche nach dem günstigsten Preis bei einem zufälligen Anbieter kauft.

Aufgrund der Suchkosten ergibt sich die Annahme, dass die Preisstreuung bei steigenden Durchschnittspreisen gemäß der Hypothese H_{2a} sinken sollte. Diese Hypothese wurde bereits in der Literatur (vgl. Kapitel 3.2.3) bestätigt und wurde anhand der Daten der Preisstreuung für die Game Keys überprüft. Dazu wurden die einzelnen Variationskoeffizienten pro Durchschnittspreis in einem Diagramm (vgl. Abb. 28) zusammengefasst. Mittels der Funktion "Trendlinie" wurde sowohl eine lineare Regressionsgerade als auch eine Regressionsfunktion ausgewählt, die am besten zu den Daten passt. Excel gibt außerdem das Bestimmtheitsmaß an, dass die Anpassungsgüte der Regression an den Datensatz angibt.

Abb. 29: Variationskoeffizient in Abhängigkeit vom Durchschnittspreis



Quelle: Eigene Darstellung

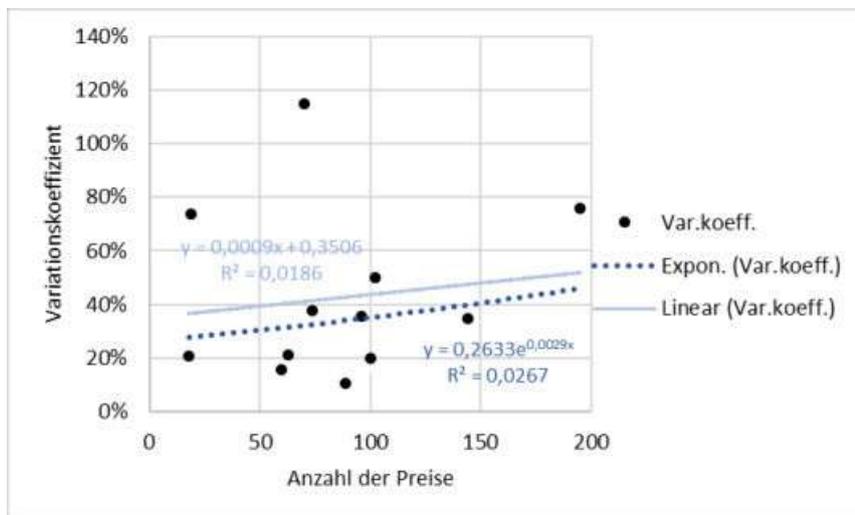
Wie in Abbildung 29 zu erkennen ist, nimmt die prozentuale Preisstreuung mit steigendem Durchschnittspreis ab. Die lineare Regressionsfunktion veranschaulicht, dass bei einer Preissteigerung von 1 € mit einer Abnahme der prozentualen Preisstreuung von knapp 0,9% zu rechnen ist. Allerdings offenbart das lineare Modell ein Bestimmtheitsmaß von lediglich 0,6006, was darauf hinweist, dass es den Datensatz nur unzureichend beschreibt. In Kontrast dazu erreicht das Modell mit einer Potenzfunktion, bei einem Bestimmtheitsmaß von 0,8154, die stärkste Korrelation mit dem Datensatz. Dementsprechend kann insgesamt festgehalten werden, dass eine negative Korrelation zwischen Durchschnittspreis und Preisstreuung gemäß der Hypothese H_{2a} weitestgehend bestätigt werden kann. Die Daten deuten hingegen mit großer Wahrscheinlichkeit auf einer Widerlegung der Alternativhypothese H_{2b} hin.

Eine solche negative Korrelation zwischen Durchschnittspreis und Preisstreuung stimmt auch mit dem in Kapitel 3.2.3 entwickelten Modell überein. In dem Modell wurde ceteris paribus gezeigt, dass die Preisstreuung bei konstanten Suchkosten vom absoluten Preis des Guts abhängt. Mit steigendem Preis des Produkts intensiviert der rationale Käufer seine Suche, da der Grenznutzen aus der Suche proportional zum Gesamtpreis ist. Das Optimum der Suche wird erst erreicht, wenn der Grenznutzen die konstanten Suchkosten ausgleicht. Gleichzeitig ist die prozentuale Preisstreuung für jeden Durchschnittspreis bei gleicher Suche identisch. Mit zunehmender Suche konvergiert der Variationskoeffizient gegen Null. Somit zeigt sich, dass mit steigendem Preis aufgrund steigender Suche der Variationskoeffizient sinkt. Die empirischen Daten bestätigen diesen Sachverhalt. Darüber hinaus lässt sich der abflachende Verlauf der Preisstreuung in Übereinstimmung mit dem Modell erklären. Die optimale Suche wird durch den Grenznutzen der Suche bestimmt. Dieser steigt proportional zum Durchschnittspreis des Produktes. Zudem wird bei teureren Produkten mehr Suche betrieben, wobei der zusätzliche Nutzen mit zunehmender Suche erheblich abnimmt. Dies führt

dazu, dass die Suche bei günstigeren Produkten stärker zunimmt, und die prozentuale Preisstreuung bei gleichem Preisanstieg stärker abnimmt als bei teureren Produkten.

Darüber hinaus sollte anhand der empirischen Preisdaten untersucht werden ob die Anzahl der Anbieter die Preisstreuung gemäß der Hypothese H_{3a} beeinflusst. Dazu wurden die Werte der prozentualen Preisstreuung des Keys in Abhängigkeit von der Anzahl der Angebote in Abbildung 30 dargestellt. Zusätzlich wurde mithilfe von Excel eine lineare Regressionsfunktion und eine exponentielle Regressionsfunktion, aufgrund des größten Bestimmtheitsmaßes von allen Funktionstypen, eingezeichnet.

Abb. 30: Variationskoeffizient in Abhängigkeit von der Anzahl der Preise



Quelle: Eigene Darstellung

Die Abbildung 30 zeigt eine starke Streuung der Variationskoeffizienten über das gesamte Spektrum der Angebotsanzahl. Es zeigt sich augenscheinlich kein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der prozentualen Preisstreuung und der Anzahl der Angebote. Die lineare Regressionsfunktion weist auf einen leichten, positiven Zusammenhang zwischen dem Variationskoeffizient und der Anzahl der Preise hin. Jedoch ist das Bestimmtheitsmaß mit einem Wert von 0,0186 äußerst gering, was darauf hindeutet, dass keine signifikante Korrelation zwischen der Regression und den Daten besteht. Eine ähnliche Situation ergibt sich bei der exponentiellen Regressionsfunktion, bei der das Bestimmtheitsmaß von 0,0267 ebenfalls auf eine extrem geringfügige Korrelation mit den empirischen Daten hinweist. Infolgedessen deuten die Ergebnisse auf eine Widerlegung der Hypothese H_{3a} hin und liefern stattdessen eine Bestätigung für die Alternativhypothese H_{3b} . Ein offensichtlicher Zusammenhang zwischen der prozentualen Preisstreuung und der Anzahl der Angebote kann nicht festgestellt werden.

4.5 Zusammenfassung

Bei keinem der zwölf untersuchten Game Keys wurde ein Gleichgewichtspreis festgestellt. Die Preisstreuung erwies sich als signifikant und lag stets bei mindestens 10% vom Durchschnittspreis. In Extremfällen wurde eine prozentuale Preisstreuung von über 70% beobachtet. Die Ergebnisse fügen sich nahtlos in den bestehenden Forschungsstand zur Preisstreuung ein. Außerdem konnte gezeigt werden, dass die Preisstreuung vor allem bei sehr günstigen Game Keys besonders ausgeprägt war und mit steigendem Preis abnahm. Andererseits ließ sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Anzahl der Anbieter und der Preisstreuung ermitteln. Die Forschungsfrage dieser Arbeit wird somit durch das vorliegende Ergebnis beantwortet: Auf dem Markt für digitale Game Keys existiert kein neoklassischer Gleichgewichtspreis gemäß der Nullhypothese H_0 . Als mögliche Gründe hierfür zeichnen sich Unterschiede zwischen den Verkäufern trotz homogener Produkte und bestehende Suchkosten ab.

5. Fazit und Ausblick

Die Neoklassische Theorie, die im 20. Jahrhundert maßgeblich das ökonomische Denken prägte, behält bis heute einen erheblichen Einfluss auf das ökonomische Denken. Insbesondere das Neoklassische Gleichgewichtsmodell, dass durch das Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage aufgrund des Preismechanismus einen einheitlichen Gleichgewichtspreis auf dem Markt vorsieht, zählt zu den bedeutendsten Erkenntnissen dieser Lehre. Die Bestimmung der Nachfrage anhand des Grenznutzens stellte einen Fortschritt gegenüber der vorherigen Klassischen Ökonomie dar. Zusammen mit der Angebotsfunktion auf Basis der Grenzkosten der Anbieter sollte sich der Gleichgewichtspreis am Schnittpunkt dieser beiden Funktionen bilden. Der Preismechanismus sollte zudem dazu führen, eventuelle Überschüsse auf der Angebots- und Nachfrageseite durch eine Anpassung des Marktpreises auszugleichen und so für Stabilität im Gleichgewicht zu sorgen. Die Neoklassik traf jedoch eine Vielzahl von Annahmen, die sich in der Realität als unrealistisch erwiesen und dazu führte, dass das Neoklassische Gleichgewichtsmodell in Frage gestellt wurde²⁵⁰.

Insbesondere der einflussreiche Artikel "The Economics of Information" von Stigler aus dem Jahr 1961, der erstmals Preisstreuung dokumentierte, führte in den folgenden Jahrzehnten zu kritischen Untersuchungen des Neoklassischen Gleichgewichtspreises. Ähnlich wie Stigler konnte auch in späteren Forschungsarbeiten kein Neoklassischer Gleichgewichtspreis, sondern lediglich eine Preisstreuung, nachgewiesen werden. Die Einführung des Internets Ende der 1990er Jahre führte zu einer erneuten Überprüfung der Theorie in den Online-Märkten. Online-Märkte weisen prinzipiell andere Merkmale auf als physische Märkte und sollten daher dem Neoklassischen Modell der vollkommenen Konkurrenz näherkommen. Die Verringerung der Suchkosten, die durch Preisvergleichsseiten entstehen und die erhöhte Wettbewerbsintensität aufgrund geringerer Markteintrittsbarrieren, sollte zu einer Reduzierung der Preisstreuung führen. Allerdings konnte in der Literatur keine Konvergenz der Preise im Internet nachgewiesen werden. Gegenteilig zur Annahme, tendieren die Preise eher dazu, weiter auseinanderzuliegen als in physischen Geschäften.

Es wurden zahlreiche Gründe für diese Preisstreuung diskutiert. Ein Hauptgrund könnte die Heterogenität der Anbieter sein, die über den Preis hinaus unterschiedliche Zusatzleistungen anbieten. Aufgrund der individuellen Präferenzen der Konsumenten für bestimmte Dienstleistungen, wie schnelle Lieferzeiten oder eine breite Auswahl, haben Verkäufer die Möglichkeit, Preisaufschläge zu verlangen. Insbesondere im Online-Handel sind Faktoren wie Vertrauen und Markenbekanntheit von Bedeutung, die zu Abweichungen vom Rationalitätsprinzip der Kostenminimierung führen. Allerdings ist eine Heterogenität der Verkäufer allein nicht ausreichend um die beobachtbare Preisstreuung auf den Märkten zu erklären. Ein weiterer wichtiger Grund sind Suchkosten, die vom Neoklassischen Marktmodell ignoriert werden. Aufgrund dieser Suchkosten lohnt es sich für die Nachfrager nicht, eine vollständige Information über die Preise einzuholen. Durch die Individualität der Suchkosten,

²⁵⁰ Vgl. Filiz, I. et al. (2022), S. 110-111

sammeln auch rational handelnde Konsumenten unterschiedlich viel Informationen zu den Preisen. Die unvollständige Information über den günstigsten Preis führt zu einer Preisstreuung. Sowohl theoretische als auch empirische Untersuchungen haben gezeigt, dass Suchkosten zu einer Reduzierung der Preisstreuung bei steigenden Preisen führen. Weitere Faktoren wie die Regelmäßigkeit des Kaufs, demografische Merkmale, Inflation und Preisdifferenzierung scheinen ebenfalls einen Einfluss auf die Preisstreuung zu haben. Gegenteilig zur Annahme dass mehr Wettbewerb die Preisstreuung reduziert, scheint die Anzahl der Anbieter die Preisstreuung nicht eindeutig zu beeinflussen.

Im Rahmen des empirischen Teils dieser Arbeit wurden die 1030 Preisdaten für 12 digitale Game Keys auf die Konformität mit dem neoklassischen Gleichgewichtspreis untersucht. Bei den Game Keys handelt es sich um digitale Güter, welche bislang noch unerforscht waren. Digitale Güter zeichnen sich dadurch aus, dass sie die meisten Transaktionskosten, wie Lieferkosten oder Lagerkosten, vollständig eliminieren und Grenzkosten nahe Null aufweisen. Im Vergleich zu herkömmlichen Gütern im Internet sollte die Preisstreuung aufgrund der verringerten Transaktionskosten abnehmen. Diese Erwartung wurde jedoch nicht erfüllt. Für alle 12 Produkte wurde eine prozentuale Preisstreuung von über 10% festgestellt. In Extremfällen wurde eine Preisstreuung von über 70% beobachtet, was sogar höher war als bei anderen bis dahin untersuchten Produkten im Internet oder im stationären Handel. Die Forschungsfrage wurde somit eindeutig beantwortet: Es existiert kein Gleichgewichtspreis auf dem Markt für digitale Game Keys. Im Bereich der digitalen Güter sind weitere Forschungsarbeiten notwendig, um zu überprüfen, ob digitale Güter allgemein, trotz geringerer Transaktionskosten, eine höhere Preisstreuung aufweisen. Die Preisstreuung der empirischen Daten kann unter anderem durch Suchkosten, Heterogenität der Verkäuferebewertung und den Durchschnittspreis erklärt werden. Es wurde festgestellt, dass die Preisstreuung vor allem bei günstigen Produkten extrem groß war und mit steigendem Preis abnahm. Darüber hinaus wurde der Einfluss der Anzahl der Anbieter untersucht, ohne eindeutige Ergebnisse erzielen zu können. Bei den Preisdaten fiel häufig auf, dass sich Anbieter um einen Cent unterboten oder vereinzelt den gleichen Preis verlangten. Dies deutet auf ein Preis-Matching hin, welches möglicherweise durch Algorithmen automatisch durchgeführt wird. Preisalgorithmen sind ein neuer und bisher kaum erforschter Trend im Internet. Erste Arbeiten deuten darauf hin, dass diese Algorithmen die Preisstreuung beeinflussen könnten. Das Studiendesign ermöglichte keine Überprüfung dieser Preisanpassungen. Die hochfrequente Überprüfung der Preisverteilung von Produkten im Internet ist daher ein potenzielles Forschungsfeld für die Zukunft, um algorithmische Preise und deren Einfluss auf die Preisstreuung nachzuweisen.

Literaturverzeichnis

Konventionelle Quellen:

- Aalto-Setälä, V. (2003):** Explaining Price Dispersion for Homogeneous Grocery Products in Journal of Agricultural & Food Industrial Organization, 1. Jg., 2003, H. 1, S. 1-16.
- Alba, J. / Lynch, J. / Weitz, B. / Janiszewski, C. / Lutz, R. / Sawyer, A. / Wood, S. (1997):** Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces, in: Journal of Marketing, Jg. 61, Nr. 3, S. 38-53.
- Anderie, L. (2020):** Quick Guide Game Hacking, Blockchain und Monetarisierung, Berlin, Heidelberg.
- Barron, J. M. / Taylor, B. A. / Umbeck, J. R. (2004):** Number of sellers, average prices, and price dispersion, in: International Journal of Industrial Organization, Jg. 22, 8-9, S. 1041-1066.
- Baye, M. R. / Morgan, J. / Scholten, P. (2004):** Price dispersion in the small and in the large: Evidence from an internet price comparison site, in: The Journal of Industrial Economics, Heft 52, S. 463-496.
- Baylis, K. / Perloff, J. M. (2002):** Price Dispersion on the Internet: Good Firms and Bad Firms, in: Review of Industrial Organization, 2002, Vol. 21, S. 305-324.
- Bazenkov, N. / Glamozdina, E. / Kuznetsova, M. / Sandomirskaja M. (2019):** Price Dispersion in Internet Sales: Data from an Online Marketplace Contradict Lab Experiments, in: Higher School of Economics Research Paper, No. WP BRP 219/EC/2019, S. 1-18.
- Böheim, R. / Hackl, F. / Hölzl-Leitner, M. (2019):** The impact of price adjustment costs on price dispersion in E-commerce, in: Johannes Kepler University of Linz, Working Paper, No. 1904, S. 1-42.
- Borenstein, S. / Rose, N. L. (1991):** Competition and price dispersion in the U.S. airline industry, in: NBER Working Paper, No. 3785, S. 1-40.
- Breyer, F. (2020):** Mikroökonomik. Eine Einführung, 7. Aufl., Berlin, Heidelberg.
- Brynjolfsson, E. / Dick, A. A. / Smith, M. D. (2010):** A nearly perfect market? Differentiation vs. Price in consumer choice, in: Quantitative Marketing and Economics, Heft 8, S. 1-40.
- Burdett, K. / Judd, K. (1983):** Equilibrium Price Dispersion, in: Journal of the Econometric Society, Jg. 51, Nr. 4, S. 955-970.

- Carlson, J. A. / Pescatrice, D. R. (1980):** Persistent price distributions, in: Journal of Economics and Business, Jg. 80, Nr. 33, S. 21-27.
- Caspari, V. (2022):** Ökonomik und Wirtschaft: Eine Geschichte des ökonomischen Denkens, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg.
- Chellappa, R. K. / Sin, R. G. / Siddarth, S. (2011):** Price Formats as a Source of Price Dispersion: A Study of Online and Offline Prices in the Domestic U.S. Airline Markets, in: Information Systems Research, Jg. 22, Nr. 1, S. 83-98.
- Clemons, E. K. / Hann, I. / Hitt, L. M. (2002):** Price Dispersion and Differentiation in Online Travel: An Empirical Investigation, in: Management Science, Jg. 48, Nr. 4, S. 534-549.
- Conrad, C. A. (2020):** Angewandte Makroökonomie: Eine praxisbezogene Einführung, 2. Auflage, Wiesbaden.
- Degeratu, A. M. / Rangaswamy, A. / Wu, J. (2000):** Consumer Choice Behavior in Online and Traditional Supermarkets: The Effects of Brand Name, Price, and Other Search Attributes, in: International Journal of Research in Marketing, Jg. 17, Nr. 1, S. 55-78.
- Dittrich, D. A. V. (2019):** Verhaltensökonomik als Gegenprogramm zur Standardökonomik?, in: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, Jg. 44, Nr. 4, S. 841-859.
- Edling, H. (2023):** Volkswirtschaftslehre-Schnell erfasst, 4. Auflage, Wiesbaden.
- Fedoseeva, S. / Herrmann, R. / Nickolaus, K. (2017):** Was the economics of information approach wrong all the way? Evidence from German grocery r(E)tailing, in: Journal of Business Research, Jg. 80, S. 63-72.
- Filiz, I. / Judek, J. / Lorenz, M. / Spiwox, M. (2022):** Unicorn, Yeti, Nessie, and Neoclassical Market-Legends and Empirical Evidence, in: real-world economics review, Nr. 102, S. 97-118
- Forner, A. (2022):** Volkswirtschaftslehre: Eine praxisorientierte Einführung, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Frambach, H. A. (2019):** Basiswissen Mikroökonomie, 5. Aufl., München.
- Giulietti, M. / Waterson, M. (1997):** Multiproduct Firms' Pricing Behaviour in the Italian Grocery Trade, in: Review of Industrial Organization, Vol. 12, S. 817-832.
- Göbel, E. (2021):** Neue Institutionenökonomik: Grundlagen, Ansätze und Kritik, München.
- González, X. / Miles-Touya, D. (2018):** Price dispersion, chain heterogeneity, and search in online grocery markets, in: Journal of the Spanish Economic Association, Heft 9, S. 115-139.

- Haynes, M. / Thompson, S. (2008):** Price, price dispersion and number of sellers at a low entry cost shopbot, in: *International Journal of Industrial Organization*, Jg. 26, Nr. 2, S. 459-472.
- Hong, H. / Shum, M. (2006):** Using price distributions to estimate search costs, in: *The Rand Journal of Economics*, 37. Jg., 2006, H. 2, S. 257-275.
- Jevons, W. S. (1888):** *The theory of political economy*, 3. Aufl., London.
- Kaplan, G. / Menzio, G. / Rudanko, L. / Trachter, N. (2019):** Relative Price Dispersion: Evidence and Theory, in: *American Economic Journal: Microeconomics*, Jg. 11, Nr. 3, S. 68-124.
- Kessner, E. / Polborn, M. K. (2000):** A New Test of Price Dispersion, in: *German Economic Review*, Jg. 1, Nr. 2, S. 221-237.
- Krishnamurthi, L. / Raj, S. P. (1991):** An Empirical Analysis of the Relationship between Brand Loyalty and Consumer Price Elasticity, in: *Marketing Science*, Vol. 10, Nr. 2 (Spring, 1991), S. 172-183.
- Lach, S. (2002):** Existence and persistence of price dispersion: An empirical analysis, in: NBER Working paper series, No. 8737, S. 1-26.
- Lewis, M. (2008):** Price dispersion and competition with differentiated sellers, in: *The Journal of Industrial Economics*, Jg. 56, Nr. 3, S. 654-678.
- Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006):** Imperfect information: The persistence of price dispersion on the web, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, Heft 34, S. 236-243.
- Lindsey-Mullikin, J. / Grewal, D. (2006):** Imperfect information: The persistence of price dispersion on the web, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, Heft 34, S. 236-243,
- Mankiw, N. G. / Taylor, M. P. (2021):** *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*, 8. Auflage, Stuttgart.
- Marvel, H. P. (1976):** The economics of information and retail gasoline price behavior: An empirical analysis, in: *Journal of Political Economy*, Jg. 84 Nr. 5, S. 1033-1060.
- Moen, E. R. / Wulfsberg, F. / Aas, Ø. (2020):** Price Dispersion and the Role of Stores, in: *The Scandinavian Journal of Economics*, Jg. 122, Nr. 3, S. 1181-1206.
- Nelson, R. A. / Cohen, R. / Rasmussen, F. R. (2007):** An analysis of pricing strategy and price dispersion on the internet, in: *Eastern Economic Journal*, Heft 33, S. 95-110.
- Neumann, M. (2002):** 2. Methodologischer Individualismus der Neoklassik, in: Issing, O. [Hrsg.] (2002): *Geschichte der Nationalökonomie*, 4. Auflage, München, S. 275-279.

- Pan, X. / Ratchford, B. T. / Shankar, V. (2002):** Can Price Dispersion in Online Markets Be Explained by Differences in E-Tailer Service Quality?, in: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 30, Nr. 4, S. 433-445.
- Pan, X. / Ratchford, B. T. / Shankar, V. (2004):** Price dispersion on the internet: A review and directions for future research, in: Journal of Interactive Marketing, Jg. 18, Nr. 4, S. 116-135.
- Pennerstorfer, D. / Schmidt-Dengler, P. / Schutz, N. / Weiss, C. / Yontcheva, B. (2020):** Information and price dispersion: theory and evidence, in: International Economic Review, Jg. 61, Nr. 2, S. 871-899.
- Pereira, P. (2005):** Do lower search costs reduce prices and price dispersion?, in: Information Economics and Policy, Jg. 17, Nr. 1, S. 61-72.
- Pierenkemper, T. (2012):** Geschichte des modernen ökonomischen Denkens. Große Ökonomen und ihre Ideen, Göttingen/Bristol, CT.
- Pratama, H. / Suprpto, B. (2017):** The Effect of Brand Image, Price, and Brand Awareness on Brand Loyalty: The Rule of Customer Satisfaction as a Mediating Variable, in: Global Journal of Business and Social Science Review, Vol. 5, Nr. 2, S. 52-57.
- Pratt, J. W. / Wise, D. A. / Zeckhauser, R. (1979):** Price differences in almost competitive markets, in: The Quarterly Journal of Economics, Jg. 93, Nr. 2, S. 189-211.
- Reinartz, W. / Haucap, J. / Wiegand, N. / Hunold, M. (2017):** Price Differentiation and Dispersion in Retailing, in: Selected Publications of the IFH-Förderer, Jg. 6, S. 1-21.
- Ribbink, D. / van Riel, A. C. / Liljander, V. / Streukens, S. (2004):** Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet, in: Managing Service Quality: An International Journal, Jg. 14, Nr. 6, S. 446-456.
- Richert, R. (2021):** Makroökonomik-schnell erfasst, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg.
- Ronayne, D. (2021):** Price comparison websites, in: International Economic Review, Jg. 62, Nr. 3, S. 1081-1110.
- Rosen, S. (1974):** Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition, in: Journal of Political Economy, Vol. 82, Nr. 1, S. 34-55
- Salop, S. / Stiglitz, S. (1977):** Bargains and Ripoffs: A Model of Monopolistically Competitive Price Dispersion in The Review of Economic Studies, 44. Jg., 1977, H. 3, S. 493-510.

- Sauer, A. (2019):** Netzwerkeffekte und digitale Güter, in: eSport, Netzwerkeffekte und Lindahl-Preise, Wiesbaden.
- Schumann, J./Meyer, U./Ströbele, W. (2011):** Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, 9. Aufl., Münster und Bamberg 2011.
- Sellenthin, M. (2022):** Volkswirtschaftslehre-mathematisch gedacht, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Smith, A. (1776):** An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations, Band 2, London.
- Smith, M. (2000):** The Impact of Shopbots on Electronic Markets, in: Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 30, Nr. 4, S. 446-454.
- Söllner, F. (2021):** Die Geschichte des ökonomischen Denkens: Eine kritische Darstellung, 5. Aufl., Berlin.
- Sorensen, A. T. (2000):** Equilibrium Price Dispersion in Retail Markets for Prescription Drugs, in: Journal of Political Economy, Jg. 108, 2000, H. 4, S. 833-850.
- Stigler, G. J. (1961):** The economics of information, in: Journal of Political Economy, Jg. 69, Nr. 3, S. 213-225.
- Strotebeck, F. (2020):** Einführung in die Mikroökonomik: Theoretische Grundlagen, Band 1, Wiesbaden, Heidelberg.
- Stylianou, A. C. / Kumar, R. L. / Robbins, S. S. (2005):** Pricing on the Internet and in Conventional Retail Channels: A Study of Over-the-Counter Pharmaceutical Products, in: International Journal of Electronic Commerce, Vol. 10, Nr. 1 (Fall, 2005), S. 135-148.
- Süss, Y. (2016):** E-Commerce für klein- und mittelständische Unternehmen: Konkrete Schritte zum digitalen Erfolg, Wiesbaden.
- Thielscher, C. (2022):** Wirtschaftswissenschaften verstehen, 3. Aufl., Wiesbaden.
- Van Hoomissen, T. (1988):** Price Dispersion and Inflation: Evidence from Israel, in: Journal of Political Economy, Jg. 96, Nr. 6, S. 1303-1314.
- van Suntum, U. (2005):** Die unsichtbare Hand. Ökonomisches Denken gestern und heute, 3. Aufl., Berlin/Heidelberg.
- Varian, H. R. (1980):** A Model of Sales, in: The American Economic Review, Vol. 70, Nr. 4, S. 651-659.

- Villas-Boas, J. M. (1995):** Models of competitive price promotions: some empirical evidence from the coffee and saltine crackers market, in: Journal of Economics & Management Strategy, Vol. 4, Nr. 1, Spring 1995, S. 85-107.
- Vukina, T. / Zheng, Z. (2010):** Bargaining, Search, and Price Dispersion: Evidence from the Live Hogs Market, in: Agricultural and Resource Economics Review, Vol. 39, Nr. 3, 2010, S. 534-546.
- Wächter, L. (2017):** Ökonomen auf einen Blick: Ein Personenhandbuch zur Geschichte der Wirtschaftswissenschaften, Wiesbaden.
- Walter, Z. / Gupta, A. / Su, B. (2006):** The Sources of Online Price Dispersion Across Product Types: An Integrative View of Online Search Costs and Price Premiums, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 11, Nr. 1, S. 37-62.
- Wang, W. / Li, F. / Zhang, Y. (2021):** Price Discount and Price Dispersion in Online Market: Does More Firms Still Lead to More Competition?, in: Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, Vol. 16, Nr. 2, S. 140-154
- Wernerfelt, B. (1991):** Brand Loyalty and Market Equilibrium, in: Marketing Science, Jg. 10, Nr. 3, S. 229-245.
- Wildenbeest, M. R. (2011):** An empirical model of search with vertically differentiated products, in: The RAND Journal of Economics, Jg. 42, Nr. 4, S. 729-757.
- Woeckener, B. (2019):** Volkswirtschaftslehre, Berlin, Heidelberg.
- Zhao, Y. (2006):** Price Dispersion in the Grocery Market, in: The Journal of Business, Jg. 79, Nr. 3, S. 1175-1192.
- Zuckarelli, J. L. (2023):** Mikroökonomik. Endlich verständlich erklärt, Wiesbaden.

Internetquellen

- Aparicio, D. / Metzman, Z. / Rigobon, R. (2021):** The pricing strategies of online grocery retailers, https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28639/w28639.pdf, vom 26.10.2023.
- Bailey, J. (1998):** Intermediation and electronic markets: Aggregation and pricing in internet commerce, <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/9835>, vom 26.10.2023.
- Bakos, J. Y. (1997):** Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Marketplaces, <https://archive.nyu.edu/bitstream/2451/27833/2/CeDER-PP-1997-01.pdf>, vom 26.10.2023.

- Baye, M. / Morgen, J. / Scholten, P. (2002):** Persistent Price Dispersion in Online Markets, https://www.researchgate.net/publication/5134233_Persistent_Price_Dispersion_in_Online_Markets, vom 26.10.2023.
- Baye, M. R. / Morgan, J. / Scholten, P. (2006):** Information, Search, and Price Dispersion, <https://host.kelley.iu.edu/riharbau/RePEc/iuk/wpaper/bepp2006-11-baye-morgan-scholten.pdf>, vom 26.10.2023.
- Bitkom Research (Hrsg.) (2023):** Umfrage zu den Kriterien für die Wahl eines Online-Shops in Deutschland 2022, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1074819/umfrage/kriterien-fuer-die-wahl-eines-online-shops-in-deutschland/>, vom 26.10.2023.
- Brown, J. / Goolsbee, A. (2000):** Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance Industry, https://www.nber.org/system/files/working_papers/w7996/w7996.pdf, vom 26.10.2023.
- Brynjolfsson, E. / Smith, M. (2000):** Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers, https://www.researchgate.net/publication/2510390_Frictionless_Commerce_-_A_Comparison_of_Internet_and_Conventional_Retailers, vom 26.10.2023.
- Chen, P. / Hitt, L. M. (2001):** Brand Awareness and Price Dispersion in electronic markets, <https://www.researchgate.net/publication/221599923>, vom 26.10.2023.
- Clay, K. / Krishnan, R. / Wolff, E. (2001):** Prices and price dispersion on the web: Evidence from the online book industry, https://www.nber.org/system/files/working_papers/w8271/w8271.pdf, vom 26.10.2023.
- DPD (Hrsg.) (2023):** Umfrage zu Treibern für den Online-Einkauf aus Kundensicht in Deutschland 2022, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/784646/umfrage/treiber-fuer-den-online-einkauf-aus-kundensicht-in-deutschland/>, vom 26.10.2023.
- Ellison, G. / Ellison, S. (2004):** Search, obfuscation, and price elasticities on the Internet, <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/64305>, vom 26.10.2023.
- Hall, C. (2015):** The truth behind those mysteriously cheap gray market game codes, <https://www.polygon.com/2015/2/9/8006693/the-truth-behind-those-mysteriously-cheap-gray-market-game-codes>, vom 26.10.2023.
- Kosta, L. (2016):** The Hard Truth About G2A, Kinguin and Grey Market Keys, <https://lockesjourney.wordpress.com/2016/03/17/the-hard-truth-about-g2a-kinguin-and-grey-market-keys/>, vom 26.10.2023.

o.V. (1999): Frictions in cyberspace, <https://www.economist.com/finance-and-economics/1999/11/18/frictions-in-cyberspace>, vom 26.10.2023.

o.V. (2020): So erstellen und interpretieren Sie Boxplots in Excel, <https://statologie.de/boxplots-excel/>, vom 26.10.2023.

Scholten, P. / Smith, A. (2002): Price dispersion then and now: Evidence from retail and e-tail markets, <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=546e3e66273ff0622dd2f81d0f4c3581f042a0e7>, vom 26.10.2023.

Smith, M. D. / Bailey, J. / Brynjolfsson, E. (1999): Understanding Digital Markets: Review and Assessment, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=290326, vom 26.10.2023.

VuMA (Hrsg.) (2021): Umfrage unter Singles und Gesamtbevölkerung in Deutschland zum Markenvertrauen 2021, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/287109/umfrage/umfrage-unter-singles-zu-ausgabebereitschaft-bzw-affinitaet-fuer-luxus/>, vom 26.10.2023.

YouGov (Hrsg.) (2018): Umfrage zur Nutzung von Online-Vergleichsportalen in Deutschland 2018, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/951120/umfrage/nutzung-von-vergleichsportalen-im-internet-in-deutschland/>, vom 26.10.2023.

Zhuang, H. / Popkowski Leszczyc, P. T. L. / Lin, Y. (2017): Why is Price Dispersion Higher Online than Offline? The Impact of Retailer Type and Shopping Risk on Price Dispersion, https://www.researchgate.net/profile/Peter-Popkowski-Leszczyc/publication/324665443_Why_Is_Price_Dispersion_Higher_Online_Than_Offline_The_Impact_of_Retailer_Type_and_Shopping_Risk_on_Price_Dispersion/links/5b055c66aca2725832b2a7a2/Why-Is-Price-Dispersion-Higher-Online-Than-Offline-The-Impact-of-Retailer-Type-and-Shopping-Risk-on-Price-Dispersion.pdf, vom 26.10.2023.

Anhang A

Herleitung Formel 1 und 2 am Beispiel des Handys

Verteilungsfunktion für $x = \text{Minimalpreis}$

$$F(x) = 1 - P(X \geq x)^n$$

$$P(X \geq x) = \frac{(125 - x)}{50}$$

$$F(x) = 1 - \frac{(125 - x)^n}{50^n}$$

x : Preis [75, 125]

X : gleichverteilte Zufallsvariable [75, 125]

n : Anzahl an gesuchten Preisen X

Dichtefunktion für $x = \text{Minimalpreis}$

$$(2) \quad F'(x) = n \frac{(125 - x)^{n-1}}{50^n}$$

Erwarteter Minimalpreis $E(\min(X_n))$

$$(1) \quad E(\min(X_n)) = \int_{75}^{125} x F'(x) dx$$

$$E(\min(X_n)) = \int_{75}^{125} x n \frac{(125 - x)^{n-1}}{50^n} dx$$

Lösung des bestimmten Integrals:

$$E(\min(X_n)) = \frac{(125 - 125)^n (125n + 125)}{(n + 1) 50^n} - \frac{(125 - 75)^n (75n + 125)}{(n + 1) 50^n}$$

Herleitung Formel Varianz am Beispiel des Handys (Tab. Xa)

$$\sigma^2 = E((X - EW)^2) = \int (x - EW)^2 f(x) dx$$

$$\sigma^2 = \int_{75}^{125} (x - EW)^2 n \frac{(125 - x)^{n-1}}{50^n} dx$$

σ^2 : Varianz

EW : Erwartungswert = $E(\min(X_n))$

Lösung des bestimmten Integrals:

$$\sigma^2 = \left(-\frac{n(125-125)^{n+2}}{(n+2)50^n} - \frac{2n(EW-125)(125-125)^{n+1}}{(n+1)50^n} - \frac{(EW-125)^2(125-125)^n}{50^n} \right) - \left(-\frac{n(125-75)^{n+2}}{(n+2)50^n} - \frac{2n(EW-125)(125-75)^{n+1}}{(n+1)50^n} - \frac{(EW-125)^2(125-75)^n}{50^n} \right)$$

Tab. 18: Datenerhebung, FIFA 23, 05.09.2023

| | | | | | | | |
|----------------|---------|--|------------|---------|--|---------------|---------|
| Amazon | 17,49 € | | Gamivo 5 | 22,80 € | | eneba 42 | 27,92 € |
| Kinguin 1 | 19,66 € | | eneba 47 | 22,91 € | | MMOGA 2 | 27,99 € |
| K4G 1 | 19,89 € | | Kinguin 8 | 22,96 € | | eneba 7 | 28,32 € |
| Kinguin 2 | 19,94 € | | MMOGA 1 | 22,99 € | | G2A 3 | 28,36 € |
| Kinguin 3 | 19,95 € | | eneba 15 | 23,01 € | | G2A 4 | 28,39 € |
| K4G 2 | 20,03 € | | G2A 22 | 23,30 € | | Kinguin 12 | 28,48 € |
| HRK 2 | 20,03 € | | K4G 4 | 23,32 € | | Kinguin 13 | 28,49 € |
| Kinguin 4 | 20,15 € | | G2A 23 | 23,43 € | | eneba 12 | 28,94 € |
| Gamivo 1 | 20,16 € | | K4G 5 | 23,65 € | | G2A 33 | 28,97 € |
| Instant Gaming | 20,20 € | | eneba 11 | 23,67 € | | G2A 34 | 29,00 € |
| Gamivo 2 | 20,40 € | | G2A 24 | 23,68 € | | eneba 8 | 29,08 € |
| HRK 1 | 20,51 € | | G2A 1 | 23,69 € | | eneba 20 | 29,08 € |
| HRK 5 | 20,52 € | | G2A 25 | 23,70 € | | G2A 5 | 29,13 € |
| gamingdragons | 20,56 € | | Gamivo 6 | 23,81 € | | G2A 6 | 29,33 € |
| eneba 23 | 20,63 € | | Kinguin 9 | 23,85 € | | G2A 7 | 29,78 € |
| eneba 24 | 20,64 € | | eneba 2 | 23,87 € | | G2A 15 | 30,42 € |
| Kinguin 5 | 20,67 € | | Kinguin 10 | 23,88 € | | G2A 14 | 31,22 € |
| eneba 25 | 20,70 € | | G2A 26 | 23,97 € | | Difmark 2 | 31,45 € |
| eneba 26 | 20,80 € | | eneba 16 | 24,04 € | | eneba 13 | 31,58 € |
| Gamivo 3 | 20,83 € | | G2A 27 | 24,09 € | | G2A 8 | 32,48 € |
| G2A 16 | 20,91 € | | G2A 28 | 24,20 € | | G2A 35 | 32,60 € |
| G2A 43 | 20,91 € | | G2A 2 | 24,66 € | | G2A 36 | 33,28 € |
| G2A 42 | 20,98 € | | G2A 11 | 24,73 € | | eneba 21 | 34,39 € |
| G2A 17 | 21,00 € | | G2A 12 | 24,74 € | | G2A 37 | 34,88 € |
| K4G 3 | 21,00 € | | eneba 3 | 24,82 € | | G2A 48 | 34,88 € |
| G2A 18 | 21,08 € | | eneba 4 | 24,83 € | | G2A 38 | 35,95 € |
| CDKeys | 21,09 € | | eneba 17 | 24,83 € | | Difmark 3 | 36,87 € |
| eneba 27 | 21,12 € | | eneba 30 | 24,83 € | | eneba 34 | 37,05 € |
| Gamivo 4 | 21,25 € | | G2A 46 | 24,85 € | | Gamivo 8 | 38,20 € |
| G2A 19 | 21,44 € | | Kinguin 11 | 25,11 € | | eneba 9 | 38,64 € |
| HRK 4 | 21,64 € | | eneba 41 | 25,12 € | | G2A 9 | 38,90 € |
| Kinguin 6 | 21,75 € | | G2A 29 | 25,23 € | | GameKeyDirect | 39,99 € |
| eneba 14 | 21,97 € | | Gamivo 7 | 25,33 € | | G2A 39 | 43,35 € |
| eneba 28 | 22,08 € | | G2A 13 | 25,42 € | | G2A 40 | 43,99 € |
| eneba 35 | 22,11 € | | HRK 3 | 25,42 € | | Difmark 4 | 44,99 € |
| eneba 36 | 22,12 € | | eneba 5 | 25,83 € | | eneba 22 | 50,98 € |
| eneba 37 | 22,13 € | | eneba 6 | 25,85 € | | Kinguin 14 | 51,49 € |
| Kinguin 7 | 22,13 € | | eneba 48 | 25,87 € | | K4G 6 | 55,50 € |
| eneba 38 | 22,29 € | | eneba 18 | 26,01 € | | G2G | 55,57 € |
| eneba 44 | 22,31 € | | eneba 19 | 26,17 € | | Kinguin 15 | 57,25 € |
| eneba 45 | 22,32 € | | G2A 47 | 26,20 € | | K4G 7 | 57,89 € |
| G2A 20 | 22,32 € | | Difmark 1 | 26,30 € | | G2A 10 | 61,29 € |
| eneba 10 | 22,34 € | | G2A 30 | 26,31 € | | eneba 43 | 61,32 € |
| eneba 46 | 22,35 € | | G2A 31 | 26,32 € | | G2A 41 | 72,82 € |
| G2A 21 | 22,48 € | | G2A 32 | 26,33 € | | | |
| eneba 29 | 22,57 € | | eneba 49 | 26,42 € | | | |
| eneba 39 | 22,62 € | | eneba 31 | 26,48 € | | | |
| G2A 44 | 22,62 € | | eneba 32 | 26,63 € | | | |
| G2A 45 | 22,63 € | | eneba 33 | 26,91 € | | | |
| eneba 40 | 22,70 € | | eneba 1 | 26,95 € | | | |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 19: Datenerhebung, Forza Horizon 5, 05.09.2023

| | | | | |
|----------------------|---------|--|------------------------|---------|
| gamingdragons | 27,87 € | | K4G 6 | 46,09 € |
| G2A 2 | 31,57 € | | K4G 7 | 46,30 € |
| G2A 3 | 31,58 € | | Kinguin 8 | 46,40 € |
| G2A 4 | 31,95 € | | Kinguin 4 | 46,42 € |
| G2A 5 | 31,99 € | | Kinguin 9 | 46,42 € |
| MMOGA | 32,99 € | | PUNKTiD | 46,99 € |
| G2A 1 | 33,20 € | | eneba 5 | 47,73 € |
| CDKeys | 33,59 € | | G2A 10 | 48,26 € |
| G2A 6 | 33,99 € | | eneba 6 | 49,32 € |
| K4G 4 | 34,20 € | | HRK 3 | 50,12 € |
| cjs-cdkeys | 34,62 € | | K4G 8 | 50,25 € |
| G2A 7 | 34,99 € | | HRK 1 | 50,82 € |
| eneba 1 | 35,63 € | | eneba 12 | 51,40 € |
| gamivo 2 | 35,75 € | | K4G 1 | 51,50 € |
| Kinguin 1 | 38,17 € | | K4G 2 | 51,51 € |
| eneba 2 | 38,26 € | | eneba 13 | 51,57 € |
| eneba 9 | 38,43 € | | HRK 2 | 52,71 € |
| Kinguin 6 | 38,73 € | | K4G 3 | 53,05 € |
| Kinguin 2 | 39,83 € | | gamivo 1 | 53,55 € |
| livecards.net | 39,95 € | | Kinguin 10 | 56,25 € |
| Kinguin 7 | 40,28 € | | Kinguin 5 | 56,38 € |
| eneba 3 | 40,76 € | | eneba 14 | 56,43 € |
| G2A 8 | 41,25 € | | eneba 7 | 56,74 € |
| Kinguin 3 | 41,35 € | | eneba 15 | 56,74 € |
| driffle 1 | 41,48 € | | Kinguin 11 | 57,00 € |
| royalcdkey | 41,77 € | | electronicfirst | 57,98 € |
| eneba 4 | 42,89 € | | eneba 8 | 58,41 € |
| eneba 10 | 42,89 € | | G2A 11 | 62,27 € |
| G2A 9 | 44,44 € | | driffle 2 | 65,29 € |
| gamivo 3 | 44,63 € | | dreamgame | 66,49 € |
| K4G 5 | 45,90 € | | Amazon | 69,99 € |
| eneba 11 | 46,01 € | | | |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 20: Datenerhebung, Terraria, 05.09.2023

| | | | | |
|------------|--------|--|----------------|--------|
| Kinguin 1 | 2,84 € | | G2A 15 | 4,41 € |
| Kinguin 2 | 2,86 € | | K4G 6 | 4,51 € |
| Kinguin 3 | 2,89 € | | K4G 7 | 4,52 € |
| Kinguin 4 | 2,93 € | | G2A 4 | 4,59 € |
| Kinguin 5 | 3,12 € | | wyrel 1 | 4,59 € |
| gamivo 3 | 3,19 € | | difmark 1 | 4,64 € |
| gamivo 4 | 3,22 € | | G2A 16 | 4,65 € |
| gamivo 12 | 3,22 € | | G2A 5 | 4,75 € |
| Kinguin 10 | 3,23 € | | gamivo 2 | 4,78 € |
| Kinguin 11 | 3,25 € | | gamivo 1 | 4,79 € |
| HRK 1 | 3,25 € | | gamivo 10 | 4,83 € |
| gamivo 13 | 3,25 € | | Kinguin 8 | 4,99 € |
| Kinguin 12 | 3,28 € | | gamivo 18 | 4,99 € |
| gamivo 5 | 3,28 € | | Kinguin 9 | 5,18 € |
| Kinguin 13 | 3,33 € | | gamivo 11 | 5,39 € |
| gamivo 6 | 3,39 € | | gamingdragons | 5,44 € |
| gamivo 14 | 3,46 € | | G2A 6 | 5,56 € |
| Kinguin 15 | 3,47 € | | G2A 7 | 5,85 € |
| Kinguin 16 | 3,48 € | | Kinguin 19 | 5,98 € |
| Kinguin 14 | 3,54 € | | G2A 8 | 6,42 € |
| Kinguin 17 | 3,54 € | | MMOGA | 6,49 € |
| K4G 1 | 3,55 € | | online-gold | 6,49 € |
| K4G 2 | 3,56 € | | instant-gaming | 6,87 € |
| gamivo 7 | 3,63 € | | G2A 17 | 7,08 € |
| gamivo 15 | 3,63 € | | G2A 9 | 7,22 € |
| K4G 3 | 3,74 € | | G2A 18 | 7,22 € |
| gamivo 8 | 3,78 € | | difmark 2 | 7,27 € |
| gamivo 16 | 3,78 € | | G2A 10 | 7,57 € |
| gamivo 17 | 3,78 € | | G2A 19 | 7,66 € |
| gamivo 9 | 3,80 € | | G2A 11 | 7,73 € |
| K4G 4 | 3,86 € | | HRK 2 | 7,76 € |
| K4G 5 | 4,09 € | | G2A 12 | 8,49 € |
| Kinguin 6 | 4,11 € | | G2A 13 | 8,49 € |
| Kinguin 18 | 4,11 € | | G2A 20 | 8,49 € |
| Kinguin 7 | 4,32 € | | G2A 14 | 9,49 € |
| G2A 2 | 4,41 € | | G2A 1 | 9,99 € |
| G2A 3 | 4,41 € | | wyrel 2 | 9,99 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 21: Datenerhebung, Minecraft, 05.09.2023

| | | | | | |
|-----------|---------|-----------------|---------|------------|----------|
| gamivo 2 | 16,75 € | G2A 8 | 20,00 € | gamivo 17 | 22,73 € |
| kinguin 1 | 17,33 € | G2A 9 | 20,00 € | eneba 14 | 22,81 € |
| kinguin 2 | 17,34 € | G2A 10 | 20,19 € | eneba 6 | 22,91 € |
| gamivo 3 | 17,90 € | hrkgame | 20,19 € | MMOGA | 22,99 € |
| gamivo 4 | 18,00 € | eneba 15 | 20,44 € | K4G 6 | 23,16 € |
| gamivo 5 | 18,45 € | eneba 16 | 20,45 € | kinguin 15 | 23,73 € |
| gamivo 6 | 18,45 € | K4G 3 | 20,80 € | eneba 7 | 23,80 € |
| gamivo 7 | 18,55 € | driffle 4 | 20,99 € | gamivo 13 | 23,85 € |
| gamivo 8 | 18,56 € | ElectronicFirst | 20,99 € | G2A 13 | 23,99 € |
| driffle 1 | 18,65 € | G2A 11 | 21,07 € | G2A 14 | 24,62 € |
| driffle 2 | 18,69 € | eneba 17 | 21,09 € | eneba 8 | 24,85 € |
| kinguin 3 | 18,81 € | eneba 18 | 21,10 € | eneba 19 | 24,94 € |
| G2A 2 | 18,89 € | cjs-cdkeys | 21,33 € | gamivo 14 | 24,99 € |
| K4G 1 | 19,17 € | kinguin 9 | 21,37 € | difmark | 25,17 € |
| gamivo 1 | 19,26 € | premiumcdkeys | 21,44 € | G2A 22 | 25,24 € |
| gamivo 9 | 19,31 € | RoyalCDKeys | 21,72 € | eneba 20 | 26,69 € |
| kinguin 6 | 19,34 € | CDKeys | 21,79 € | K4G 5 | 26,99 € |
| G2A 3 | 19,36 € | K4G 4 | 21,81 € | eneba 9 | 27,01 € |
| G2A 4 | 19,45 € | G2A 19 | 21,87 € | eneba 21 | 27,01 € |
| G2A 18 | 19,46 € | gamingdragons | 21,89 € | G2A 15 | 27,65 € |
| driffle 3 | 19,50 € | gamivo 11 | 21,90 € | eneba 22 | 28,00 € |
| gamivo 10 | 19,59 € | G2A 12 | 21,93 € | G2A 1 | 28,00 € |
| kinguin 4 | 19,65 € | gamivo 15 | 21,94 € | eneba 10 | 28,01 € |
| kinguin 7 | 19,69 € | eneba 5 | 21,94 € | eneba 23 | 28,01 € |
| kinguin 8 | 19,70 € | gamivo 16 | 21,95 € | G2A 16 | 28,25 € |
| G2A 5 | 19,71 € | kinguin 12 | 22,18 € | keyesd | 28,80 € |
| eneba 1 | 19,73 € | kinguin 13 | 22,20 € | G2A 23 | 28,97 € |
| eneba 2 | 19,74 € | G2A 20 | 22,28 € | G2A 17 | 30,02 € |
| kinguin 5 | 19,74 € | kinguin 10 | 22,33 € | eneba 11 | 30,14 € |
| eneba 3 | 19,76 € | kinguin 14 | 22,33 € | eneba 24 | 30,14 € |
| eneba 4 | 19,77 € | G2A 21 | 22,39 € | G2A 24 | 32,62 € |
| G2A 6 | 19,88 € | kinguin 11 | 22,43 € | kinguin 16 | 33,30 € |
| G2A 7 | 19,95 € | wyrel | 22,70 € | eneba 12 | 38,33 € |
| K4G 2 | 19,98 € | gamivo 12 | 22,73 € | eneba 13 | 135,16 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 22: Datenerhebung, Super Smash Bros. Ultimate, 05.09.2023

| | | | |
|----------------|---------|------------|----------|
| gamingdragons | 53,89 € | cjs-cdkeys | 80,96 € |
| G2A 1 | 63,44 € | wyrel | 88,26 € |
| G2A 2 | 63,45 € | gamivo | 88,33 € |
| punktid | 64,99 € | G2A 3 | 89,32 € |
| cdkeys | 66,69 € | G2A 4 | 90,26 € |
| instant-gaming | 67,54 € | G2A 5 | 90,71 € |
| online-gold | 69,49 € | G2A 6 | 91,16 € |
| MMOGA | 69,49 € | eneba | 92,24 € |
| Amazon | 69,99 € | keyesd | 125,28 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 23: Datenerhebung, Payday 2, 05.09.2023

| | | | | | |
|-----------------|--------|------------|--------|-----------------|---------|
| kinguin 1 | 1,29 € | K4G 12 | 2,18 € | premiumcdkeys 2 | 3,15 € |
| kinguin 2 | 1,31 € | gamivo 13 | 2,18 € | premiumcdkeys | 3,15 € |
| kinguin 3 | 1,31 € | gamivo 14 | 2,18 € | eneba 37 | 3,15 € |
| gamivo 2 | 1,37 € | fanatical | 2,19 € | G2A 15 | 3,25 € |
| kinguin 4 | 1,39 € | G2A 34 | 2,21 € | eneba 18 | 3,25 € |
| gamivo 15 | 1,45 € | G2A 35 | 2,21 € | eneba 38 | 3,25 € |
| kinguin 5 | 1,46 € | eneba 6 | 2,23 € | kinguin 16 | 3,28 € |
| HRK 1 | 1,46 € | eneba 32 | 2,23 € | kinguin 17 | 3,30 € |
| gamivo 16 | 1,49 € | gamivo 25 | 2,26 € | G2A 43 | 3,31 € |
| instant-gaming | 1,49 € | cjs-cdkeys | 2,27 € | eneba 39 | 3,35 € |
| driffle 1 | 1,51 € | eneba 7 | 2,28 € | G2A 16 | 3,36 € |
| gamivo 3 | 1,52 € | eneba 8 | 2,30 € | eneba 19 | 3,36 € |
| ElectronicFirst | 1,54 € | eneba 9 | 2,32 € | eneba 40 | 3,36 € |
| gamivo 4 | 1,55 € | K4G 13 | 2,38 € | eneba 44 | 3,36 € |
| driffle 2 | 1,56 € | gamivo 26 | 2,39 € | G2A 17 | 3,37 € |
| CDKeys | 1,59 € | gamivo 37 | 2,39 € | gamivo 31 | 3,44 € |
| gamivo 17 | 1,59 € | eneba 10 | 2,40 € | gamivo 32 | 3,45 € |
| gamivo 18 | 1,59 € | eneba 33 | 2,40 € | G2A 18 | 3,47 € |
| gamivo 19 | 1,59 € | gamivo 8 | 2,42 € | G2A 19 | 3,49 € |
| gamivo 38 | 1,59 € | gamivo 27 | 2,42 € | G2A 20 | 3,53 € |
| gamivo 39 | 1,60 € | eneba 11 | 2,45 € | kinguin 18 | 3,54 € |
| gamers-outlet | 1,65 € | eneba 12 | 2,48 € | yuplay | 3,68 € |
| kinguin 6 | 1,67 € | eneba 34 | 2,48 € | G2A 21 | 3,83 € |
| gamivo 40 | 1,67 € | mmoga | 2,49 € | G2A 44 | 3,83 € |
| kinguin 7 | 1,68 € | K4G 14 | 2,50 € | G2A 22 | 3,84 € |
| kinguin 8 | 1,68 € | eneba 35 | 2,51 € | gamivo 11 | 3,84 € |
| gamivo 5 | 1,68 € | G2A 36 | 2,54 € | G2A 45 | 3,89 € |
| HRK 2 | 1,69 € | keyesd 1 | 2,54 € | G2A 23 | 3,90 € |
| gamivo 20 | 1,73 € | eneba 42 | 2,54 € | livecards | 3,95 € |
| K4G 1 | 1,76 € | eneba 43 | 2,55 € | gamivo 33 | 3,99 € |
| K4G 2 | 1,77 € | K4G 5 | 2,66 € | gamivo 34 | 3,99 € |
| gamivo 6 | 1,77 € | keyesd 2 | 2,66 € | punktid | 3,99 € |
| gamivo 21 | 1,77 € | G2A 3 | 2,70 € | eneba 20 | 4,13 € |
| K4G 8 | 1,79 € | gamivo 28 | 2,71 € | G2A 24 | 4,15 € |
| eneba 1 | 1,79 € | eneba 13 | 2,71 € | G2A 25 | 4,26 € |
| kinguin 9 | 1,80 € | G2A 4 | 2,72 € | G2A 46 | 4,26 € |
| K4G 9 | 1,80 € | G2A 5 | 2,73 € | gamingdragons | 4,52 € |
| gamivo 41 | 1,80 € | G2A 6 | 2,73 € | driffle 3 | 4,80 € |
| kinguin 10 | 1,81 € | gamivo 29 | 2,74 € | gamivo 46 | 4,95 € |
| K4G 6 | 1,81 € | G2A 7 | 2,76 € | gamivo 35 | 4,99 € |
| K4G 3 | 1,82 € | G2A 8 | 2,76 € | eneba 21 | 5,00 € |
| K4G 7 | 1,82 € | G2A 37 | 2,76 € | eneba 22 | 5,05 € |
| kinguin 11 | 1,83 € | gamivo 30 | 2,77 € | G2A 26 | 5,09 € |
| K4G 10 | 1,83 € | kinguin 13 | 2,78 € | G2A 27 | 5,10 € |
| eneba 2 | 1,85 € | kinguin 14 | 2,79 € | eneba 41 | 5,15 € |
| eneba 3 | 1,86 € | G2A 9 | 2,80 € | eneba 23 | 5,18 € |
| premiumcdkeys 1 | 1,88 € | eneba 36 | 2,80 € | eneba 24 | 5,28 € |
| kinguin 12 | 1,88 € | G2A 10 | 2,84 € | G2A 1 | 5,65 € |
| gamivo 7 | 1,89 € | G2A 38 | 2,84 € | G2A 33 | 5,65 € |
| gamivo 22 | 1,89 € | G2A 11 | 2,85 € | eneba 25 | 5,67 € |
| gamivo 42 | 1,89 € | G2A 39 | 2,85 € | eneba 26 | 5,70 € |
| eneba 4 | 1,89 € | G2A 12 | 2,86 € | eneba 45 | 5,70 € |
| K4G 4 | 1,90 € | G2A 40 | 2,86 € | G2A 28 | 5,98 € |
| K4G 11 | 1,90 € | G2A 13 | 2,88 € | eneba 27 | 6,33 € |
| gamivo 23 | 1,91 € | G2A 41 | 2,88 € | G2A 29 | 6,59 € |
| gamivo 43 | 1,96 € | eneba 14 | 2,90 € | eneba 28 | 6,72 € |
| eneba 29 | 1,96 € | G2A 14 | 2,97 € | G2A 30 | 6,99 € |
| gamivo 44 | 1,99 € | G2A 42 | 2,97 € | G2A 31 | 7,99 € |
| eneba 30 | 1,99 € | eneba 15 | 2,97 € | kinguin 19 | 8,27 € |
| gamivo 12 | 2,00 € | kinguin 15 | 2,99 € | G2A 47 | 8,27 € |
| gamivo 1 | 2,05 € | gamivo 9 | 2,99 € | humblebundle | 9,99 € |
| G2A 2 | 2,08 € | gamivo 10 | 2,99 € | gamersagate | 9,99 € |
| eneba 31 | 2,08 € | gamivo 45 | 2,99 € | gamivo 36 | 10,95 € |
| gamivo 24 | 2,12 € | eneba 16 | 3,04 € | G2A 32 | 15,11 € |
| eneba 5 | 2,16 € | eneba 17 | 3,05 € | gvgmail | 25,09 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 24: Datenerhebung, Deponia, 07.09.2023

| | | | |
|----------------|--------|---------------|--------|
| gamivo 5 | 0,53 € | eneba 2 | 1,40 € |
| gamivo 6 | 0,54 € | G2A 7 | 1,42 € |
| kinguin 8 | 0,75 € | G2A 8 | 1,43 € |
| gamivo 7 | 0,77 € | G2A 9 | 1,43 € |
| kinguin 9 | 0,80 € | eneba 7 | 1,44 € |
| kinguin 10 | 0,80 € | kinguin 14 | 1,44 € |
| kinguin 11 | 0,82 € | K4G 2 | 1,45 € |
| kinguin 1 | 0,84 € | K4G 3 | 1,45 € |
| hrkgame | 0,86 € | kinguin 15 | 1,48 € |
| kinguin 2 | 0,87 € | premiumcdkeys | 1,50 € |
| gamivo 1 | 0,87 € | G2A 10 | 1,50 € |
| gamivo 2 | 0,88 € | eneba 8 | 1,55 € |
| kinguin 3 | 0,90 € | eneba 3 | 1,57 € |
| kinguin 7 | 0,90 € | eneba 9 | 1,72 € |
| greenmangaming | 0,90 € | eneba 10 | 1,74 € |
| kinguin 4 | 0,94 € | G2A 11 | 1,77 € |
| kinguin 12 | 0,99 € | gamingdragons | 1,78 € |
| kinguin 13 | 0,99 € | G2A 12 | 1,78 € |
| kinguin 5 | 1,00 € | kinguin 16 | 1,92 € |
| gamivo 8 | 1,00 € | kinguin 6 | 1,95 € |
| K4G 1 | 1,06 € | kinguin 17 | 1,95 € |
| G2A 1 | 1,06 € | kinguin 18 | 1,99 € |
| cdkeys | 1,09 € | online-gold | 1,99 € |
| G2A 2 | 1,10 € | kinguin 19 | 2,00 € |
| gamivo 3 | 1,12 € | G2A 13 | 2,11 € |
| G2A 3 | 1,13 € | G2A 14 | 2,47 € |
| G2A 4 | 1,13 € | eneba 4 | 4,28 € |
| eneba 1 | 1,20 € | 2game | 6,99 € |
| G2A 5 | 1,20 € | gamebillet | 8,39 € |
| keyesd | 1,23 € | gamesplanet | 8,99 € |
| gamivo 4 | 1,27 € | gamesplanet | 8,99 € |
| gamivo 9 | 1,27 € | allyouplay | 9,99 € |
| eneba 5 | 1,28 € | dreamgame | 9,99 € |
| G2A 6 | 1,34 € | indiegala | 9,99 € |
| eneba 6 | 1,39 € | gamesload | 9,99 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 25: Datenerhebung, Escape from Tarkov, 09.09.2023

| | | | | | |
|----------------|---------|-------------|---------|------------|---------|
| gamivo 1 | 45,24 € | G2A 4 | 56,54 € | G2A 14 | 60,47 € |
| gamingdragons | 45,67 € | G2A 5 | 57,16 € | K4G 4 | 61,26 € |
| kinguin 1 | 46,63 € | gamivo 5 | 57,25 € | kinguin 6 | 61,32 € |
| gamivo 2 | 46,65 € | gamivo 4 | 57,32 € | eneba 3 | 61,59 € |
| kinguin 2 | 46,93 € | G2A 6 | 57,44 € | K4G 6 | 61,98 € |
| instant-gaming | 47,97 € | G2A 7 | 57,72 € | kinguin 7 | 62,66 € |
| kinguin 3 | 48,85 € | MMOGA | 57,99 € | kinguin 8 | 62,69 € |
| kinguin 4 | 50,93 € | online-gold | 57,99 € | kinguin 13 | 62,69 € |
| kinguin 5 | 52,41 € | eneba 2 | 58,05 € | G2A 10 | 62,81 € |
| hrkgame | 52,98 € | kinguin 12 | 58,20 € | G2A 11 | 62,82 € |
| gameseal | 53,47 € | K4G 2 | 59,02 € | eneba 7 | 63,35 € |
| kinguin 10 | 53,51 € | K4G 3 | 59,18 € | G2A 15 | 63,55 € |
| K4G 1 | 53,65 € | royalcdkeys | 59,44 € | eneba 4 | 65,15 € |
| K4G 5 | 53,65 € | punktid | 59,49 € | kinguin 14 | 67,99 € |
| G2A 2 | 53,94 € | eneba 6 | 59,89 € | difmark 2 | 70,12 € |
| eneba 1 | 54,58 € | G2A 1 | 59,99 € | difmark 1 | 78,87 € |
| eneba 5 | 54,98 € | G2A 8 | 59,99 € | G2A 12 | 84,73 € |
| kinguin 11 | 55,51 € | cjs-cdkeys | 60,02 € | keyesd | 86,43 € |
| gamivo 3 | 55,65 € | G2A 9 | 60,22 € | G2A 16 | 88,16 € |
| G2A 3 | 56,37 € | G2A 13 | 60,46 € | kinguin 9 | 89,00 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 26: Datenerhebung, Starfield, 09.09.2023

| | | | |
|-----------------|---------|---------------|---------|
| gamingdragons | 48,40 € | gamivo 6 | 60,65 € |
| instant-gaming | 51,99 € | kinguin 6 | 60,92 € |
| cdkeys | 51,99 € | kinguin 7 | 60,94 € |
| kinguin 9 | 52,99 € | kinguin 14 | 60,94 € |
| electronicfirst | 55,64 € | eneba 15 | 60,95 € |
| gamivo 1 | 55,68 € | gamivo 7 | 60,99 € |
| gamivo 2 | 55,70 € | kinguin 8 | 61,34 € |
| MMOGA | 55,99 € | kinguin 15 | 61,34 € |
| online-gold | 55,99 € | gamivo 4 | 61,69 € |
| gamivo 3 | 56,18 € | gamivo 8 | 61,69 € |
| hrkgame 2 | 56,49 € | eneba 5 | 61,70 € |
| hrkgame 1 | 56,58 € | G2A 14 | 62,73 € |
| kinguin 1 | 56,69 € | eneba 6 | 62,75 € |
| kinguin 10 | 56,69 € | eneba 16 | 62,75 € |
| kinguin 2 | 56,70 € | G2A 15 | 62,94 € |
| kinguin 11 | 56,70 € | gamesplanet | 62,99 € |
| kinguin 3 | 56,89 € | eneba 7 | 64,13 € |
| kinguin 4 | 57,24 € | eneba 1 | 64,14 € |
| game seal | 57,27 € | eneba 8 | 64,14 € |
| gamebillet | 57,98 € | eneba 17 | 64,14 € |
| driffle 1 | 58,00 € | G2A 7 | 65,00 € |
| fanatical | 58,09 € | G2A 16 | 65,00 € |
| eneba 2 | 58,27 € | dlgamer | 65,79 € |
| G2A 2 | 58,76 € | K4G 1 | 65,96 € |
| G2A 3 | 59,05 € | K4G 2 | 65,97 € |
| G2A 9 | 59,05 € | wyrel 1 | 66,20 € |
| shopto | 59,11 € | 2game | 66,49 € |
| eneba 3 | 59,22 € | K4G 3 | 66,78 € |
| G2A 10 | 59,25 € | K4G 4 | 66,80 € |
| eneba 13 | 59,39 € | G2A 1 | 67,30 € |
| eneba 4 | 59,44 € | premiumcdkeys | 67,83 € |
| eneba 14 | 59,44 € | driffle 2 | 68,38 € |
| kinguin 12 | 59,45 € | eneba 9 | 69,26 € |
| royalcdkeys | 59,50 € | allyouplay | 69,99 € |
| kinguin 5 | 59,63 € | starselect | 69,99 € |
| kinguin 13 | 59,63 € | eneba 10 | 70,32 € |
| G2A 4 | 59,69 € | wyrel 3 | 72,70 € |
| G2A 11 | 59,69 € | eneba 11 | 73,08 € |
| G2A 5 | 59,98 € | eneba 18 | 73,08 € |
| G2A 12 | 59,98 € | wyrel 2 | 74,08 € |
| punktid | 59,99 € | eneba 12 | 76,25 € |
| G2A 6 | 60,29 € | eneba 19 | 76,25 € |
| G2A 13 | 60,29 € | G2A 8 | 85,71 € |
| gamivo 5 | 60,64 € | G2A 17 | 85,71 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 27: Datenerhebung, Elden Ring Deluxe Edition, 12.09.2023

| | | | | | |
|----------------|---------|----------------|---------|---------------|---------|
| kinguin 1 | 35,19 € | kinguin 11 | 45,47 € | gamivo 10 | 52,02 € |
| kinguin 2 | 36,80 € | gamesrepublice | 45,59 € | G2A 10 | 52,19 € |
| kinguin 3 | 36,81 € | K4G 5 | 45,82 € | G2A 11 | 52,20 € |
| kinguin 4 | 36,83 € | MMOGA | 45,99 € | allyouplay | 52,79 € |
| kinguin 5 | 36,98 € | eneba 8 | 46,06 € | dreamgame | 52,79 € |
| cjs-cdkeys | 37,69 € | kinguin 12 | 46,29 € | humblebundle | 52,79 € |
| yuplay | 38,53 € | G2A 1 | 46,53 € | kinguin 20 | 52,96 € |
| instant-gaming | 39,36 € | G2A 2 | 46,57 € | G2A 12 | 53,31 € |
| cdkeys | 39,39 € | G2A 3 | 46,58 € | K4G 6 | 54,28 € |
| gamivo 2 | 40,83 € | G2A 4 | 46,74 € | K4G 7 | 54,29 € |
| gamivo 3 | 40,84 € | kinguin 13 | 46,99 € | kinguin 14 | 54,99 € |
| gamivo 4 | 40,99 € | kinguin 17 | 46,99 € | G2A 13 | 55,30 € |
| hrkgame | 41,21 € | shopto | 47,01 € | kinguin 15 | 55,57 € |
| gamivo 5 | 41,64 € | G2A 5 | 47,11 € | G2A 17 | 56,07 € |
| eneba 2 | 41,84 € | eneba 9 | 47,14 € | G2A 18 | 56,08 € |
| eneba 3 | 41,84 € | kinguin 18 | 47,15 € | eneba 12 | 56,35 € |
| gamebillet | 42,16 € | fanatical | 47,19 € | G2A 14 | 56,65 € |
| kinguin 6 | 42,97 € | G2A 6 | 47,34 € | gamivo 11 | 56,66 € |
| kinguin 7 | 42,99 € | royalcdkeys 1 | 47,35 € | eneba 1 | 56,70 € |
| gamivo 6 | 42,99 € | kinguin 19 | 47,37 € | K4G 8 | 56,95 € |
| K4G 1 | 43,14 € | gamersgate | 47,51 € | premiumcdkeys | 58,85 € |
| K4G 2 | 43,15 € | greenmangaming | 47,51 € | royalcdkeys 2 | 59,78 € |
| K4G 3 | 43,16 € | gamivo 7 | 47,56 € | G2A 19 | 61,58 € |
| kinguin 8 | 43,60 € | gamivo 8 | 47,56 € | G2A 15 | 65,94 € |
| eneba 4 | 43,62 € | G2A 7 | 47,57 € | G2A 20 | 65,94 € |
| eneba 5 | 43,63 € | gamivo 9 | 47,58 € | G2A 16 | 65,95 € |
| gamers-outlet | 44,10 € | eneba 10 | 47,62 € | G2A 21 | 65,95 € |
| joybuggy | 44,39 € | gamesplanet | 47,99 € | gamivo 12 | 70,48 € |
| gamivo 1 | 44,49 € | dlgamer | 47,99 € | kinguin 16 | 71,81 € |
| eneba 6 | 44,54 € | eneba 11 | 49,71 € | G2A 22 | 77,24 € |
| K4G 4 | 44,66 € | 2game | 50,15 € | noctre | 79,99 € |
| eneba 7 | 44,98 € | G2A 8 | 50,33 € | royalcdkeys 3 | 83,78 € |
| kinguin 9 | 45,15 € | G2A 9 | 51,83 € | eneba 13 | 87,19 € |
| kinguin 10 | 45,17 € | | | | |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 28: Datenerhebung, GTA 5, 12.09.2023

| | | | | | | |
|----------------|---------|--|---------------|---------|-----------|---------|
| gamesplanet | 8,99 € | | gamivo 18 | 11,45 € | eneba 7 | 13,96 € |
| gamivo 21 | 9,07 € | | eneba 12 | 11,50 € | gamivo 14 | 14,16 € |
| gamivo 22 | 9,08 € | | eneba 13 | 11,51 € | eneba 8 | 14,20 € |
| gamivo 23 | 9,09 € | | gamivo 34 | 11,75 € | G2A 11 | 14,67 € |
| gamivo 24 | 9,27 € | | gamivo 35 | 11,76 € | G2A 12 | 14,68 € |
| gamivo 25 | 9,38 € | | gamivo 19 | 11,78 € | G2A 13 | 14,86 € |
| hrkgame | 10,02 € | | gamingdragons | 11,83 € | G2A 22 | 14,96 € |
| gamivo 2 | 10,26 € | | gamivo 38 | 11,86 € | gamivo 11 | 14,98 € |
| gamivo 3 | 10,28 € | | gamivo 9 | 11,99 € | gamivo 12 | 14,99 € |
| cdkeys | 10,39 € | | punktid | 11,99 € | gamivo 13 | 14,99 € |
| instant-gaming | 10,49 € | | gamivo 10 | 12,10 € | eneba 9 | 15,07 € |
| MMOGA | 10,49 € | | gamivo 20 | 12,10 € | G2A 23 | 15,07 € |
| gamers-outlet | 10,51 € | | royalcdkeys | 12,43 € | G2A 1 | 15,11 € |
| gamivo 4 | 10,69 € | | gamivo 30 | 12,80 € | G2A 24 | 15,20 € |
| gamivo 5 | 10,78 € | | cjs-cdkeys | 12,95 € | gamivo 31 | 15,23 € |
| gamivo 26 | 10,85 € | | G2A 2 | 13,06 € | gamivo 32 | 15,24 € |
| gamivo 36 | 10,86 € | | G2A 3 | 13,07 € | G2A 14 | 15,99 € |
| gamivo 37 | 10,87 € | | eneba 4 | 13,14 € | G2A 15 | 16,13 € |
| gamivo 15 | 10,89 € | | G2A 4 | 13,14 € | G2A 16 | 16,26 € |
| gamivo 16 | 10,90 € | | eneba 5 | 13,15 € | G2A 17 | 16,49 € |
| gamivo 6 | 10,97 € | | eneba 14 | 13,17 € | eneba 18 | 16,83 € |
| gamivo 7 | 11,01 € | | G2A 5 | 13,20 € | G2A 18 | 17,35 € |
| gamivo 33 | 11,04 € | | G2A 6 | 13,26 € | G2A 19 | 18,01 € |
| gamivo 27 | 11,15 € | | G2A 7 | 13,33 € | eneba 10 | 18,08 € |
| gamivo 17 | 11,18 € | | G2A 8 | 13,35 € | eneba 11 | 18,09 € |
| gamivo 28 | 11,23 € | | G2A 9 | 13,36 € | G2A 20 | 18,30 € |
| driffle | 11,23 € | | eneba 15 | 13,46 € | G2A 25 | 19,13 € |
| gamivo 29 | 11,25 € | | eneba 6 | 13,66 € | bitcodes | 19,56 € |
| eneba 2 | 11,40 € | | eneba 16 | 13,66 € | G2A 21 | 19,99 € |
| eneba 1 | 11,41 € | | G2A 10 | 13,69 € | scdkeys | 33,99 € |
| eneba 3 | 11,41 € | | eneba 17 | 13,81 € | keyesd | 37,34 € |
| gamivo 8 | 11,45 € | | gamivo 1 | 13,84 € | cdkeysale | 39,99 € |

Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 29: Datenerhebung, Black Desert Online Traveler Edition, 12.09.2023

| | | | | |
|-----------|--------|--|-----------|--------|
| kinguin 1 | 0,33 € | | kinguin 6 | 2,43 € |
| kinguin 2 | 0,35 € | | K4G | 2,98 € |
| gamivo 1 | 0,46 € | | kinguin 7 | 2,99 € |
| gamivo 2 | 0,60 € | | kinguin 8 | 3,46 € |
| gamivo 3 | 0,61 € | | G2A 3 | 4,47 € |
| gamivo 4 | 0,62 € | | G2A 1 | 4,51 € |
| kinguin 3 | 0,65 € | | kinguin 9 | 4,74 € |
| kinguin 4 | 1,10 € | | G2A 4 | 5,09 € |
| kinguin 5 | 2,10 € | | G2A 2 | 5,14 € |
| gamivo 5 | 2,21 € | | | |

Quelle: Eigene Darstellung

Anhang B

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|---|
| Abbildungsverzeichnis | 2 |
| 1. FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 2. Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 3. Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 4. Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 5. Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 6. Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 7. Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 8. Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 9. Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 10. Elden Ring Deluxe Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 11. GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| 12. Black Desert Online Traveler Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Ehrenwörtliche Erklärung | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| Abb. 1: gamekeydirect - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 2: G2G - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 3: CDKeys - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 4: eneba 1 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 5: eneba 2 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 6: eneba 3 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 7: eneba 4 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 8: eneba 5 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 9: eneba 6 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 10: eneba 7 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 11: eneba 8 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 12: eneba 9 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 13: eneba 10 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 14: eneba 11 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 15: eneba 12 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 16: eneba 13 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 17: eneba 14 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 18: eneba 15 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 19: eneba 16 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 20: eneba 17 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 21: eneba 18 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 22: eneba 19 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 23: eneba 20 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 24: eneba 21 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 25: eneba 22 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 26: eneba 23 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 27: eneba 24 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 28: eneba 25 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 29: eneba 26 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 30: eneba 27 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 31: eneba 28 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 32: eneba 29 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 33: eneba 30 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 34: eneba 31 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 35: eneba 32 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 36: eneba 33 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 37: eneba 34 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 38: eneba 35 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 39: eneba 36 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 40: eneba 37 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 41: eneba 38 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 42: eneba 39 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 43: eneba 40 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 44: eneba 41 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 45: eneba 42 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 46: eneba 43 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 47: eneba 44 - FIFA 23..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|---|---|
| Abb. 48: eneba 45 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 49: eneba 46 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 50: eneba 47 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 51: eneba 48 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 52: eneba 49 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 53: MMOGA - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 54: Amazon - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 55: G2A 1-10 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 56: G2A 11-14 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 57: G2A 15-29 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 58: G2A 30-41 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 59: G2A 42-48 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 60: MMOGA 2 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 61: difmark 1 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 62: difmark 2 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 63: difmark 3 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 64: difmark 4 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 65: difmark 5 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 66: K4G 1 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 67: K4G 2 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 68: K4G 3 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 69: K4G 4 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 70: K4G 5 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 71: K4G 6 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 72: K4G 7 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 73: kinguin 1-5 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 74: kinguin 6-10 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 75: kinguin 11-15 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 76: HRK 1 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 77: HRK 2 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 78: HRK 3 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 79: HRK 4 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 80: HRK 5 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 81: gamingdragons - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 82: gamivo 1-8 - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 83: instant-gaming - FIFA 23 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 84: G2A 1-11 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 85: eneba 1 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 86: eneba 2 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 87: eneba 3 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 88: eneba 4 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 89: eneba 5 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 90: eneba 6 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 91: eneba 7 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 92: eneba 8 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 93: eneba 9 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 94: eneba 10 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 95: eneba 11 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 96: eneba 12 - Forza Horizon 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|--|------------------------------------|
| Abb. 97: eneba 13 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 98: eneba 14 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 99: eneba 15 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 100: driffle 1 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 101: driffle 2 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 102: cjs-cdkeys - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 103: royalcdkeys - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 104: livecards.net - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 105: punkt1d - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 106: electronicfirst - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 107: dreamgame - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 108: Amazon - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 109: CDKeys - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 110: kinguin 1-5 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 111: kinguin 6-10 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 112: kinguin 11 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 113: HRK 1 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 114: HRK 2 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 115: HRK 3 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 116: gamivo 1 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 117: gamivo 2 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 118: gamivo 3 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 119: MMOGA - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 120: gamingdragons - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 121: K4G 1-3 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 122: K4G 4-8 - Forza Horizon 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 123: kinguin 1-5 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 124: kinguin 5-9 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 125: kinguin 10-14 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 126: kinguin 14-19 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 127: HRK 1 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 128: HRK 2 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 129: gamivo 1-11 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 130: gamivo 12-18 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 131: K4G 1-5 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 132: K4G 6-7 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 133: G2A 1-14 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 134: G2A 15-20 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 135: gamingdragons - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 136: MMOGA - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 137: difmark 1-2 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 138: wyrel 1 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 139: wyrel 2 - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 140: instant-gaming - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 141: online-gold - Terraria..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 142: CDKeys - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 143: gamivo 1-13 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 144: gamivo 14-17 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 145: difmark 1 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|--|---|
| Abb. 146: driffle 1-4 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 147: eneba 1 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 148: eneba 2 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 149: eneba 3 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 150: eneba 4 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 151: eneba 5 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 152: eneba 6 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 153: eneba 7 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 154: eneba 8 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 155: eneba 9 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 156: eneba 10 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 157: eneba 11 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 158: eneba 12 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 159: eneba 13 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 160: eneba 14 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 161: eneba 15 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 162: eneba 16 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 163: eneba 17 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 164: eneba 18 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 165: eneba 19 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 166: eneba 20 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 167: eneba 21 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 168: eneba 22 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 169: eneba 23 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 170: eneba 24 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 171: eneba 25 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 172: K4G 1-5 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 173: K4G 6 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 174: kinguin 1-5 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 175: kinguin 6-10 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 176: kinguin 11 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 177: kinguin 12-15 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 178: kinguin 16 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 179: royalcdkeys - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 180: G2A 1-19 - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 181: G2A 20-25 - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 182: premiumcdkeys - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 183: electronicfirst - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 184: cjs-cdkeys - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 185: gamingdragons - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 186: keyesd - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 187: MMOGA - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 188: hrkgame - Minecraft | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 189: wyrel - Minecraft..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 190: eneba - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 191: gamivo - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 192: Amazon - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 193: online-gold - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 194: instant-gaming - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|---|------------------------------------|
| Abb. 195: MMOGA - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 196: gamingdragons - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 197: G2A 1-6 - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 198: punkttd - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 199: CDKeys - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 200: cjs-cdkeys - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 201: keyesd - Super Smash Bros. Ultimate | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 202: wyrel - Super Smash Bros. Ultimate..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 203: electronicfirst - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 204: CDKeys - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 205: premiumcdkeys 1 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 206: premiumcdkeys 2 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 207: driffle 1-3 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 208: kinguin 1-5 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 209: kinguin 6-10 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 210: kinguin 11-15 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 211: kinguin 16-19 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 212: HRK 1 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 213: HRK 2 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 214: gamersoutlet - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 215: G2A 1-16 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 216: G2A 17-34 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 217: G2A 35-49 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 218: K4G 1-5 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 219: K4G 6-7 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 220: K4G 8-13 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 221: fanatical - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 222: cjs-cdkeys - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 223: gamivo 1-11 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 224: gamivo 12-36 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 225: gamivo 37-46 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 226: MMOGA - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 227: keyesd 1 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 228: keyesd 2 - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 229: premiumcdkeys - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 230: yuplay - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 231: livecards.net - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 232: punkttd - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 233: gamingdragons - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 234: humble - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 235: gamersgate - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 236: gvgmall - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 237: instant-gaming - Payday 2..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 238: eneba 1 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 239: eneba 2 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 240: eneba 3 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 241: eneba 4 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 242: eneba 5 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 243: eneba 6 - Payday 2 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|---|---|
| Abb. 293: eneba 8 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 294: eneba 9 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 295: eneba 10 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 296: kinguin 1-5 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 297: kinguin 6 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 298: kinguin 7 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 299: kinguin 8-12 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 300: kinguin 13-17 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 301: kinguin 18-19 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 302: gamivo 1-4 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 303: gamivo 5-9 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 304: hrkgame - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 305: greenmangaming - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 306: K4G 1 - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 307: K4G 2-3 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 308: 2game - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 309: indiegala - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 310: online-gold - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 311: gaming-dragons - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 312: CDKeys - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 313: keyesd - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 314: premiumcdkeys - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 315: gamesplanet - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 316: gamebillet - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 317: gamesload - Deponia | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 318: G2A 1-14 - Deponia..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 319: instant-gaming - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 320: CDKeys - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 321: gamivo 1-4 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 322: gamivo 5-8 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 323: royalcdkeys - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 324: eneba 1 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 325: eneba 2 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 326: eneba 3 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 327: eneba 4 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 328: eneba 5 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 329: eneba 6 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 330: eneba 7 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 331: eneba 8 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 332: eneba 9 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 333: eneba 10 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 334: eneba 11 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 335: eneba 12 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 336: eneba 13 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 337: eneba 14 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 338: eneba 15 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 339: eneba 16 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 340: eneba 17 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 341: eneba 18 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|--|------------------------------------|
| Abb. 342: eneba 19 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 343: hrkgame 1 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 344: hrkgame 2 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 345: kinguin 1-5 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 346: kinguin 6-8 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 347: kinguin 9-13 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 348: kinguin 14-15 - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 349: gamingdragons - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 350: driffle 1-2 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 351: MMOGA - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 352: gamesplanet - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 353: gameseal - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 354: gamebillet - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 355: fanatical - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 356: G2A 1-10 - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 357: G2A 11-19 - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 358: shopto - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 359: punktid - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 360: electronicfirst - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 361: allyouplay - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 362: K4G 1-2 - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 363: K4G 3-4 - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 364: premiumcdkeys - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 365: dlgame - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 366: 2game - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 367: wyrel 1-2 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 368: wyrel 3 - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 369: starselect - Starfield..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 370: cdkeys - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 371: online-gold - Starfield | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 372: instant-gaming - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 373: gamivo 1-4 - Escape from Tarkov | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 374: gamivo 5 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 375: eneba 1 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 376: eneba 2 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 377: eneba 3 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 378: eneba 4 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 379: eneba 5 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 380: eneba 6 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 381: eneba 7 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 382: hrkgame - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 383: kinguin 1-9 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 384: kinguin 10-14 - Escape from Tarkov | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 385: K4G 1-4 - Escape from Tarkov | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 386: K4G 5-6 - Escape from Tarkov | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 387: difmark 1 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 388: difmark 2 - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 389: gamingdragons - Escape from Tarkov..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 390: royalcdkeys - Escape from Tarkov | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

Abb. 391: gameseal - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 392: G2A 1-12 - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 393: G2A 13-16 - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 394: MMOGA - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 395: punkt1d - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 396: cjs-cdkeys - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 397: keyesd - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 398: online-gold - Escape from Tarkov Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 399: yuplay - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 400: eneba 1 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 401: eneba 2 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 402: eneba 3 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 403: eneba 4 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 404: eneba 5 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 405: eneba 6 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 406: eneba 7 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 407: eneba 8 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 408: eneba 9 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 409: eneba 10 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 410: eneba 11 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 411: eneba 12 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 412: eneba 13 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 413: instant-gaming - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 414: cjs-cdkeys - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 415: kinguin 1-5 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 416: kinguin 6-10 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 417: kinguin 11-12 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 418: kinguin 13-15 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 419: kinguin 16 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 420: kinguin 17-20 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 421: K4G 1-8 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 422: K4G 9-10 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 423: K4G 11-12 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 424: hrkgame - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 425: gamebillet - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 426: K4G 1-5 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 427: K4G 6-8 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 428: joybuggy - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 429: royalcdkeys 1 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 430: royalcdkeys 2 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 431: royalcdkeys 3 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 432: G2A 1-18 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 433: G2A 19-25 - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 434: gamesplanet - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 435: MMOGA - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 436: gamers-outlet - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 437: cdkeys - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 438: shopto - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abb. 439: fanatical - Elden Ring Deluxe Edition Fehler! Textmarke nicht definiert.

| | |
|---|------------------------------------|
| Abb. 440: gamersgate - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 441: allyouplay - Elden Ring Deluxe Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 442: greenmangaming - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 443: dlgame - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 444: 2game - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 445: dreamgame - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 446: humblebundle - Elden Ring Deluxe Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 447: premiumcdkeys - Elden Ring Deluxe Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 448: noctre - Elden Ring Deluxe Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 449: gamersrepublic - Elden Ring Deluxe Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 450: cdkeys - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 451: instant-gaming - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 452: MMOGA - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 453: hrkgame - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 454: eneba 1 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 455: eneba 2 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 456: eneba 3 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 457: eneba 4 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 458: eneba 5 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 459: eneba 6 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 460: eneba 7 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 461: eneba 8 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 462: eneba 9 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 463: eneba 10 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 464: eneba 11 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 465: eneba 12 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 466: eneba 13 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 467: eneba 14 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 468: eneba 15 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 469: eneba 16 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 470: eneba 17 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 471: eneba 18 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 472: eneba 19 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 473: gamivo 1-13 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 474: gamivo 14-20 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 475: kinguin 1-5 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 476: gamivo 6-10 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 477: gamivo 11-12..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 478: K4G 1 - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 479: K4G 2-3 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 480: K4G 4-6 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 481: royalcdkeys - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 482: driffle - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 483: gamers-outlet - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 484: punktid - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 485: G2A 1-21 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 486: G2A 22-25 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 487: cjs-cdkeys - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 488: gamingdragons - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

| | |
|---|---|
| Abb. 489: bitcodes - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 490: scdkeys - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 491: keyesd - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 492: cdkeysales - GTA 5..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 493: gamersplanet - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 494: wyrel 1-3 - GTA 5 | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 495: kinguin 1-5 - Black Desert Online Traveler Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 496: kinguin 6-9 - Black Desert Online Traveler Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 497: gamivo 1-5 - Black Desert Online Traveler Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 498: K4G - Black Desert Online Traveler Edition | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 499: G2A 1-2 - Black Desert Online Traveler Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Abb. 500: G2A 3-4 - Black Desert Online Traveler Edition..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

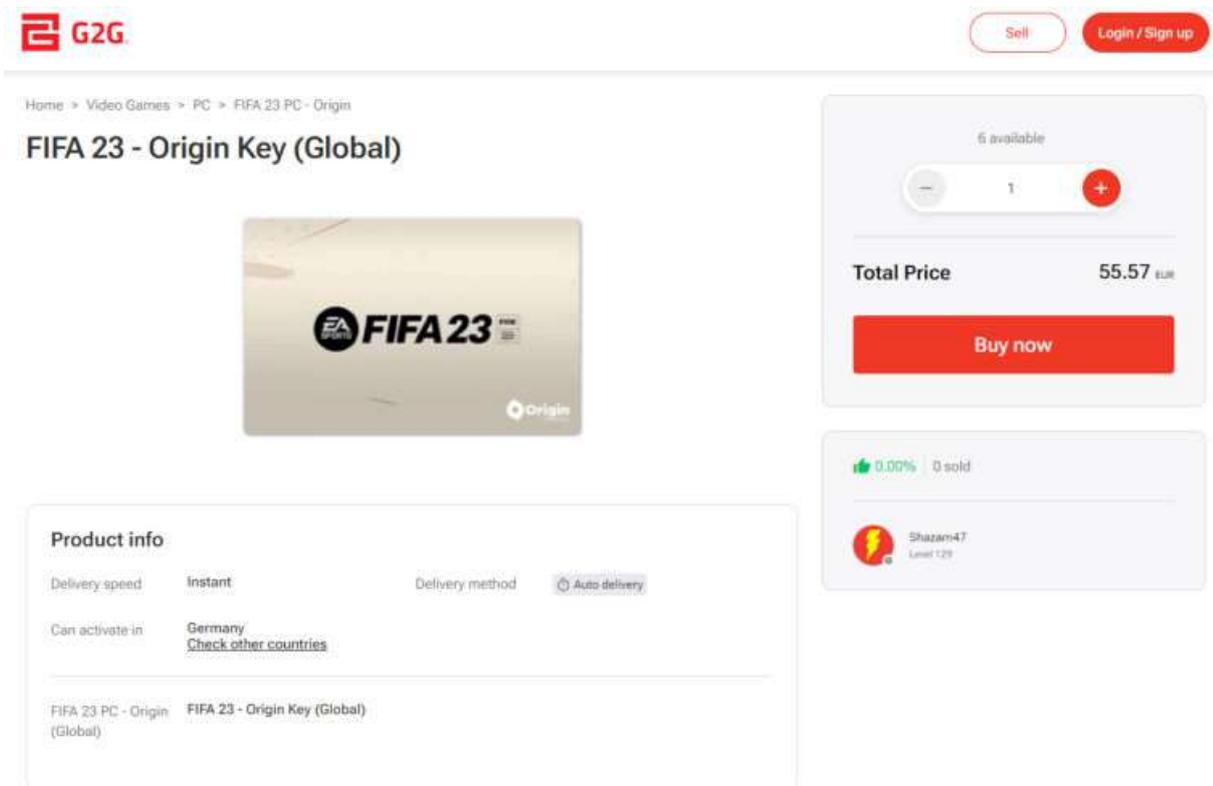
1. FIFA 23

Abb. 1: gamekeydirect - FIFA 23



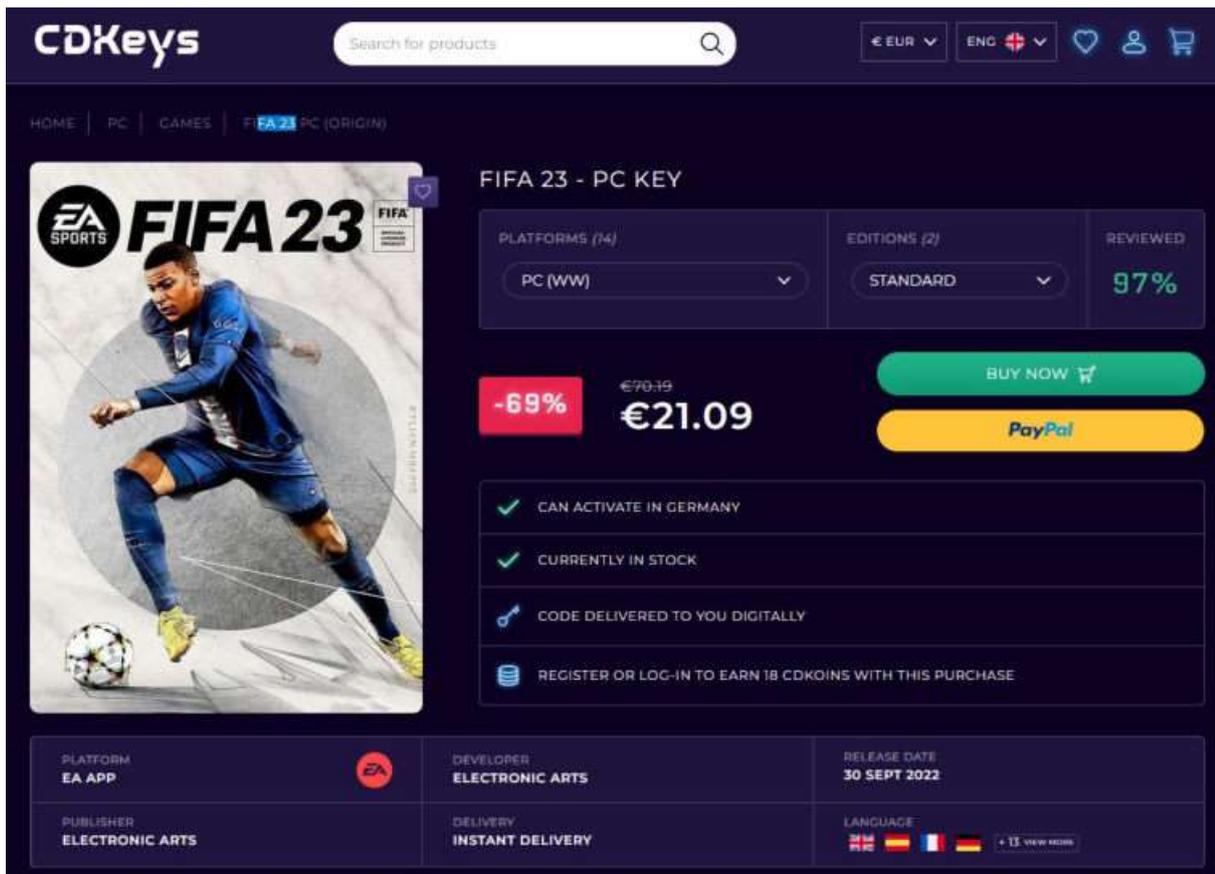
Quelle: <https://gamekeydirect.com/de/products/fifa-23-pc-origin-key>, 05.09.2023

Abb. 2: G2G - FIFA 23



Quelle: https://www.g2g.com/categories/fifa-23-pc-origin-gift-cards/buy/G1664781893961PX?region_id=0f76ac42-3267-4d77-9fba-f9d9d719dac9, 05.09.2023

Abb. 3: CDKeys - FIFA 23



CDKeys Search for products € EUR ENG

HOME | PC | GAMES | **FIFA 23** PC (ORIGIN)

FIFA 23 - PC KEY

PLATFORMS (14) PC (WW) EDITIONS (2) STANDARD REVIEWED 97%

-69% €76.39 **€21.09** BUY NOW PayPal

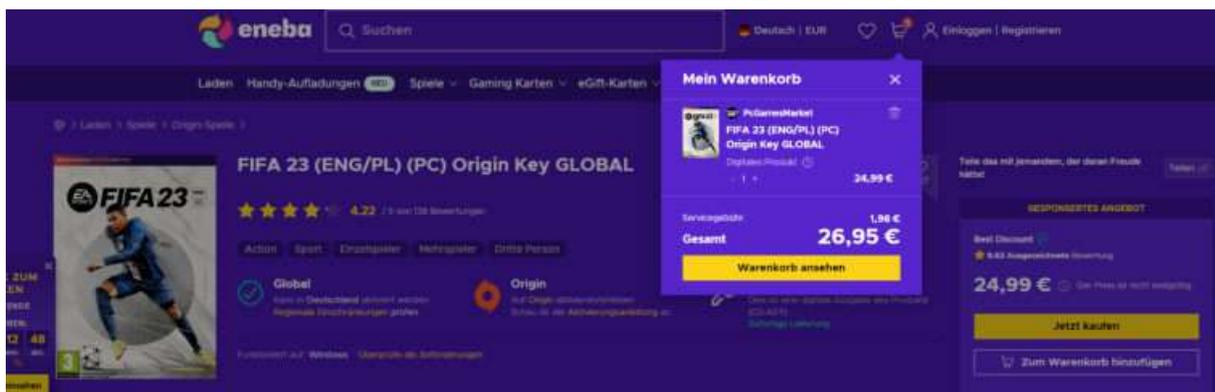
- ✓ CAN ACTIVATE IN GERMANY
- ✓ CURRENTLY IN STOCK
- 🔑 CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY
- 📄 REGISTER OR LOG-IN TO EARN 18 CDKOINS WITH THIS PURCHASE

PLATFORM EA APP DEVELOPER ELECTRONIC ARTS RELEASE DATE 30 SEPT 2022

PUBLISHER ELECTRONIC ARTS DELIVERY INSTANT DELIVERY LANGUAGE DE FR ES + 13 view more

Quelle: https://www.cdkeys.com/fifa-23-pc-origin?__currency=eur&irclidid=04aRgqwcAxyPTYXQdGTcA0UnUkFyfzQeV2t4U80&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=GamekeyMonkey&irgwc=1, 05.09.2023

Abb. 4: eneba 1 - FIFA 23



eneba Suchen Deutsch | EUR Einloggen | Registrieren

Laden Handy-Aufladungen Spiele Gaming Karten eGift-Karten

FIFA 23 (ENG/PL) (PC) Origin Key GLOBAL

4.22 / 5 von 128 Bewertungen

Global: kann in Deutschland aktiviert werden. Regionale Sprachoptionen gelten. Origin: auf Origin aktivierbar. Schau dir die Aktivierungsanleitung an. Sofortige Lieferung

Preis: 24,99 €

Warenkorb: 1 Artikel
FIFA 23 (ENG/PL) (PC) Origin Key GLOBAL
24,99 €
Sonderangebot: 1,06 €
Gesamt: 26,95 €
Warenkorb ansehen

Beitrag: 24,99 €
Beitrag: 0,62
Jetzt kaufen
Zum Warenkorb hinzufügen

Abb. 5: eneba 2 - FIFA 23

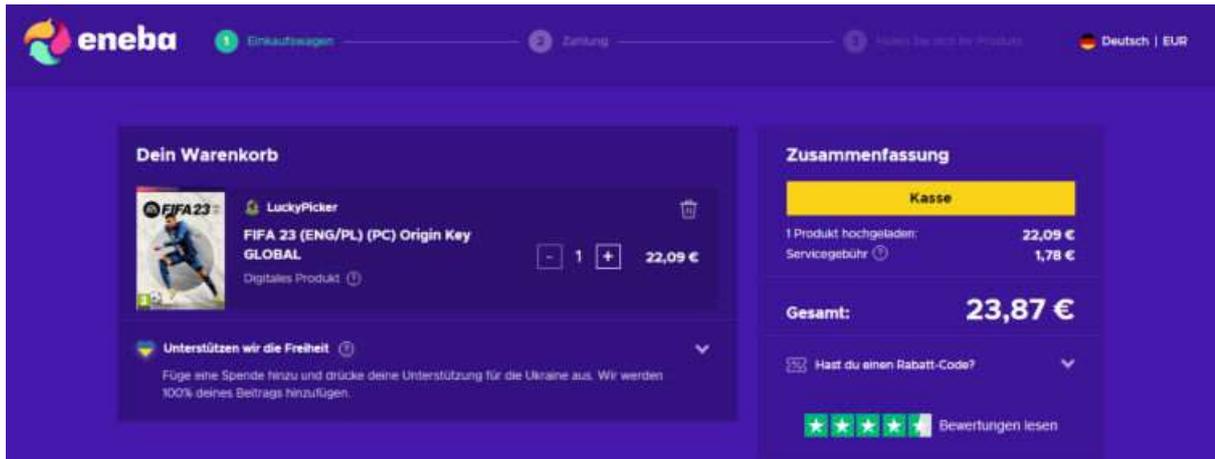


Abb. 6: eneba 3 - FIFA 23

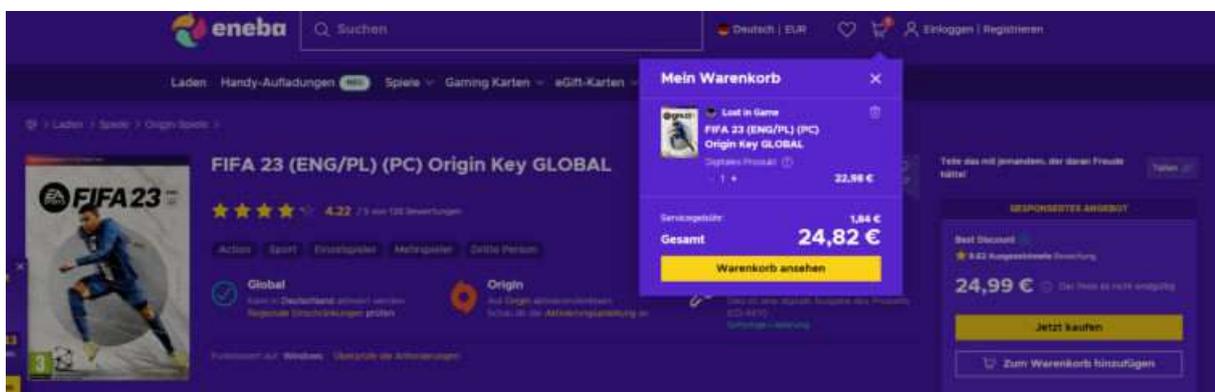


Abb. 7: eneba 4 - FIFA 23

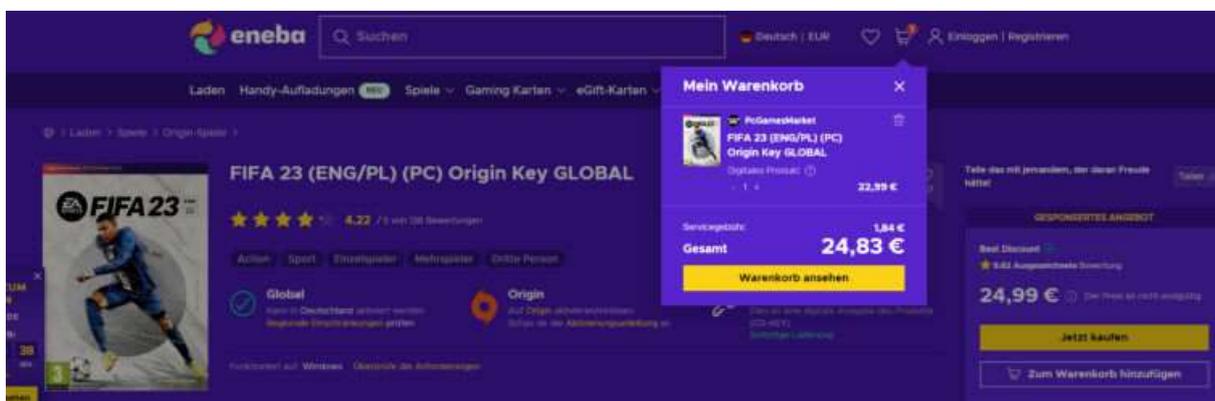


Abb. 8: eneba 5 - FIFA 23



Abb. 9: eneba 6 - FIFA 23

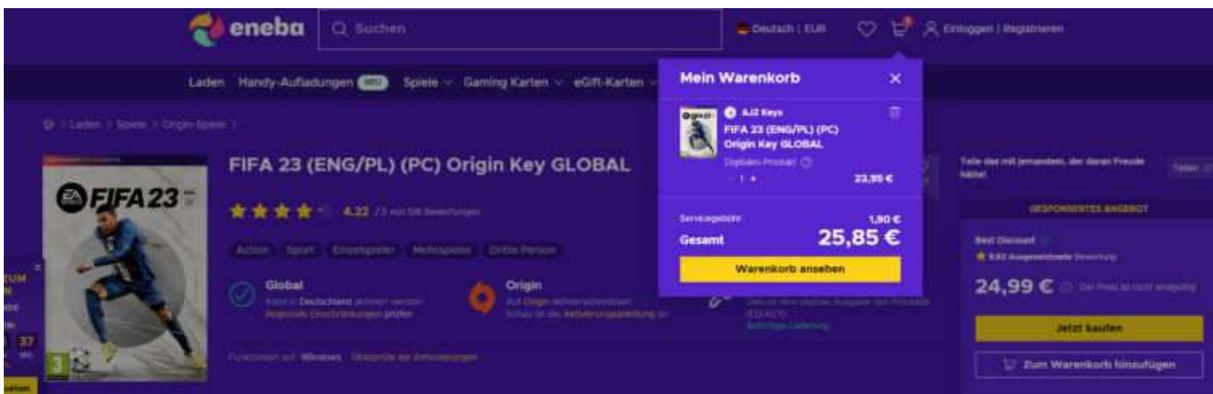


Abb. 10: eneba 7 - FIFA 23



Abb. 11: eneba 8 - FIFA 23

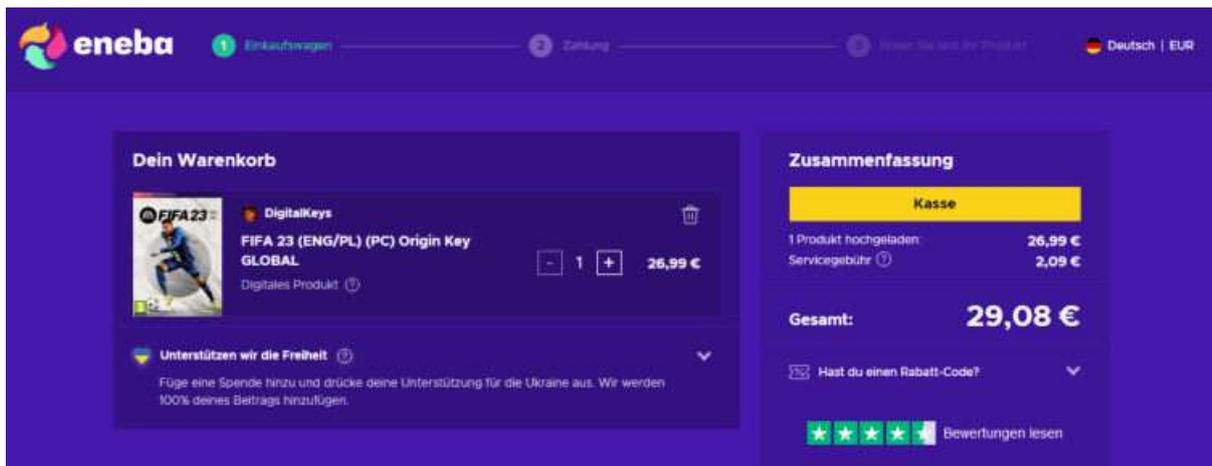


Abb. 12: eneba 9 - FIFA 23



Quelle Abb. 4-12: https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-eng-pl-pc-origin-key-global-2?af_id=cjaf&cjevent=19b9e87a4c1c11ee81e4ae110a18b8f8, 05.09.2023

Abb. 13: eneba 10 - FIFA 23

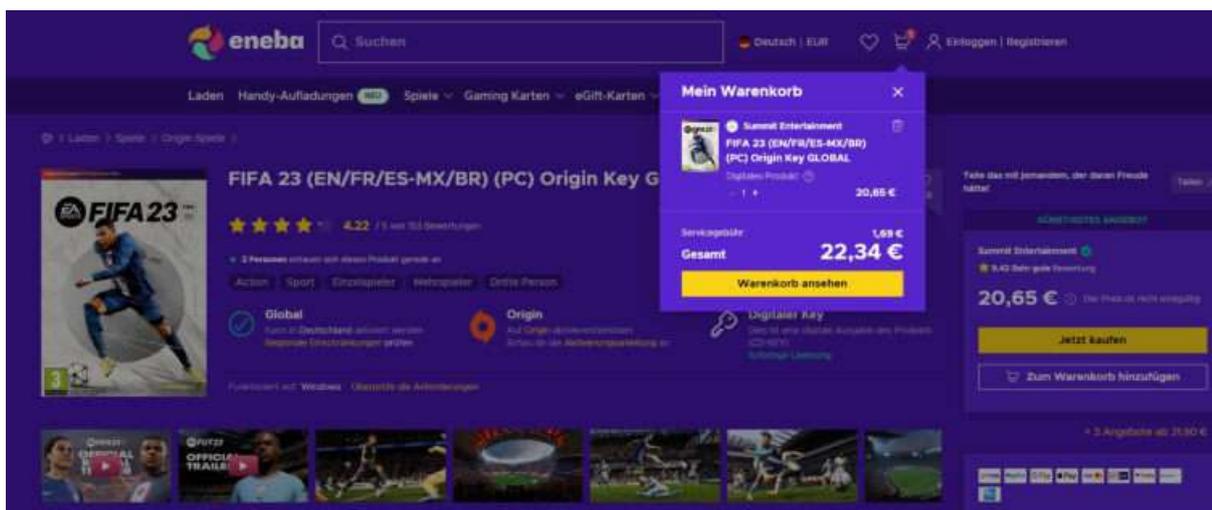


Abb. 14: eneba 11 - FIFA 23



Abb. 15: eneba 12 - FIFA 23

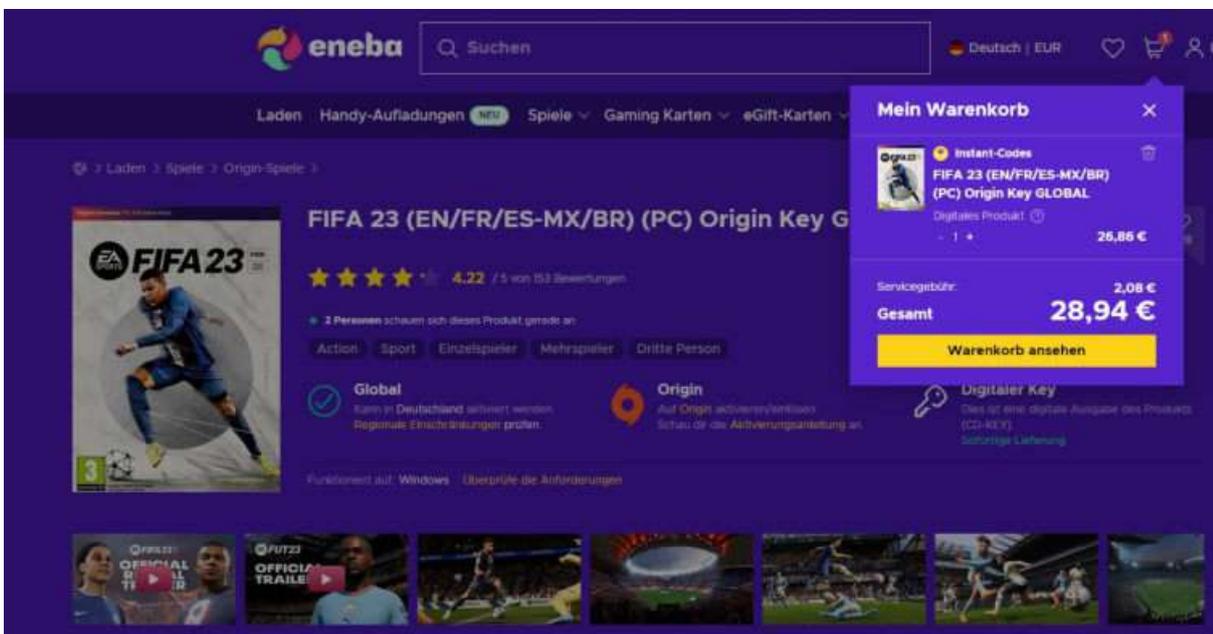
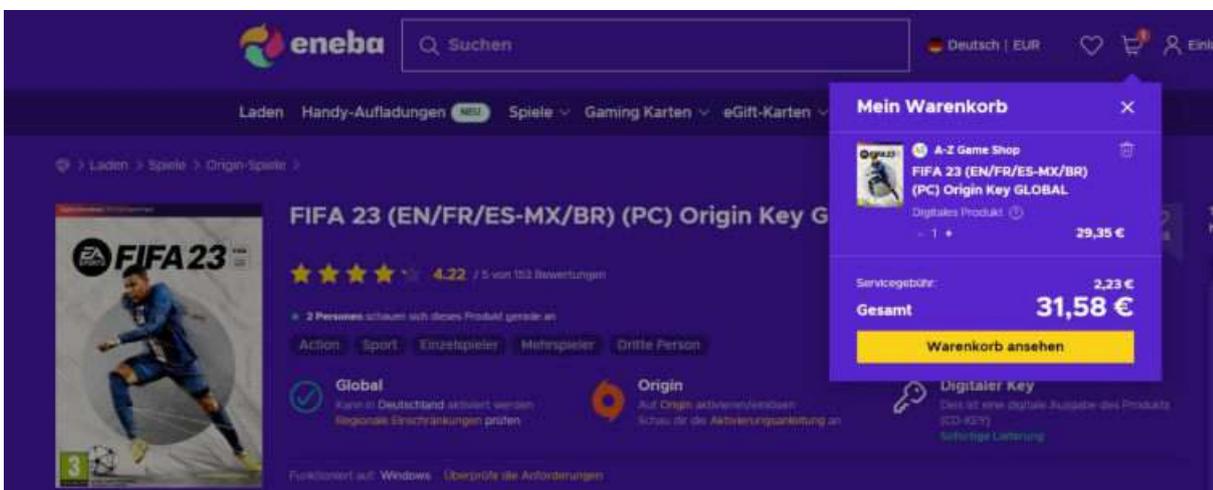


Abb. 16: eneba 13 - FIFA 23



Quelle Abb. 13-16: <https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-en-fr-es-mx-br-pc-origin-key-global>, 05.09.2023

Abb. 17: eneba 14 - FIFA 23

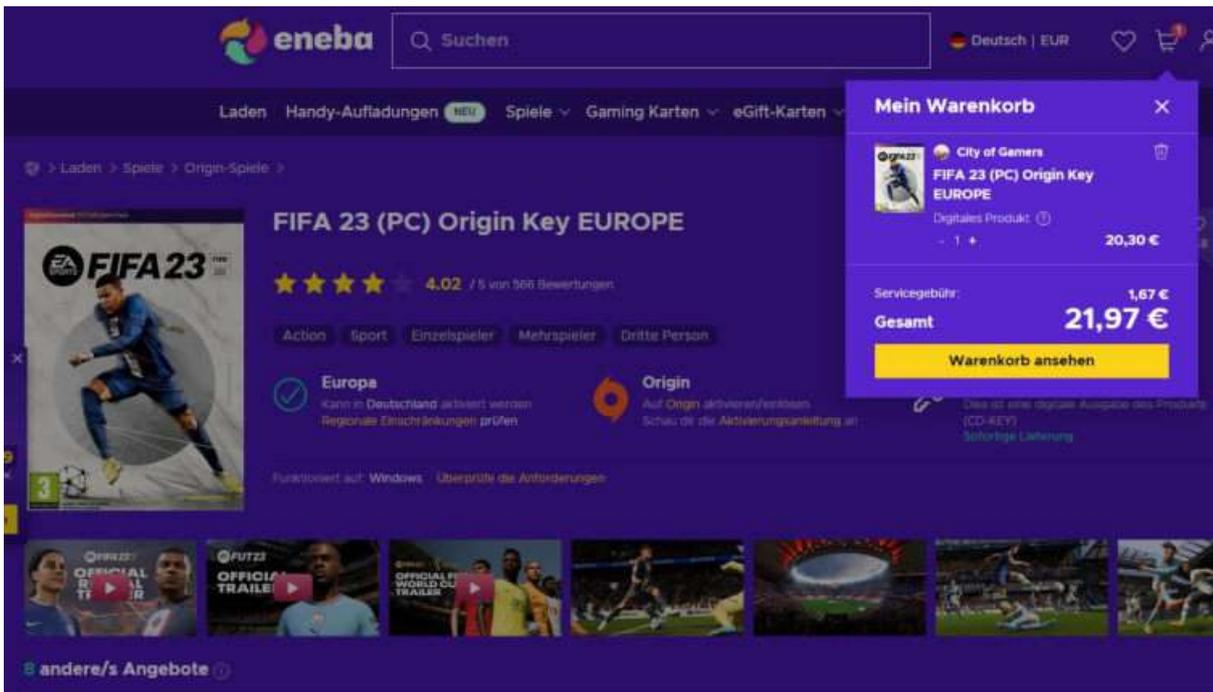


Abb. 18: eneba 15 - FIFA 23

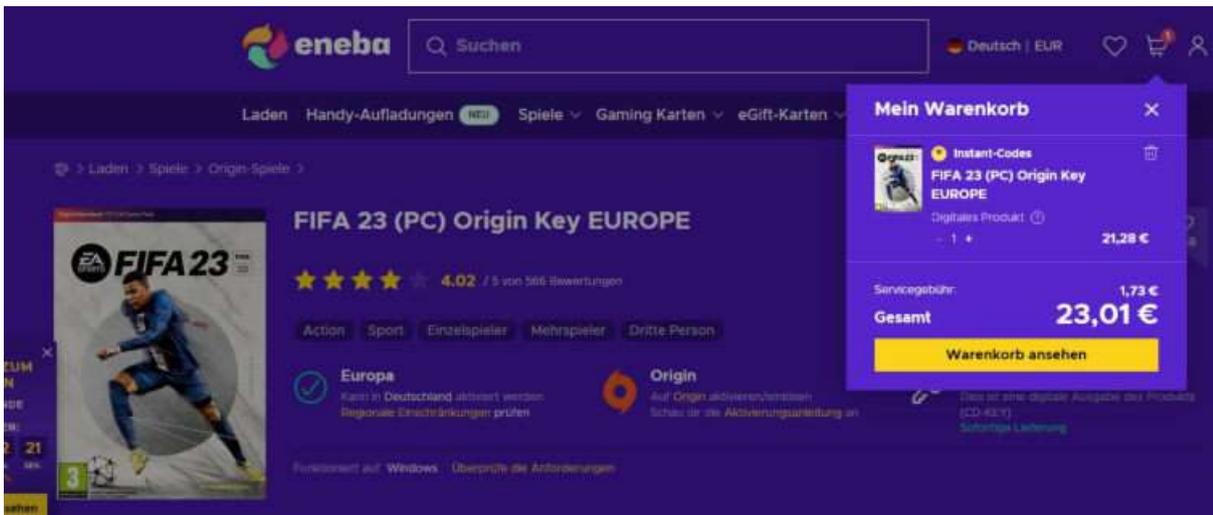


Abb. 19: eneba 16 - FIFA 23

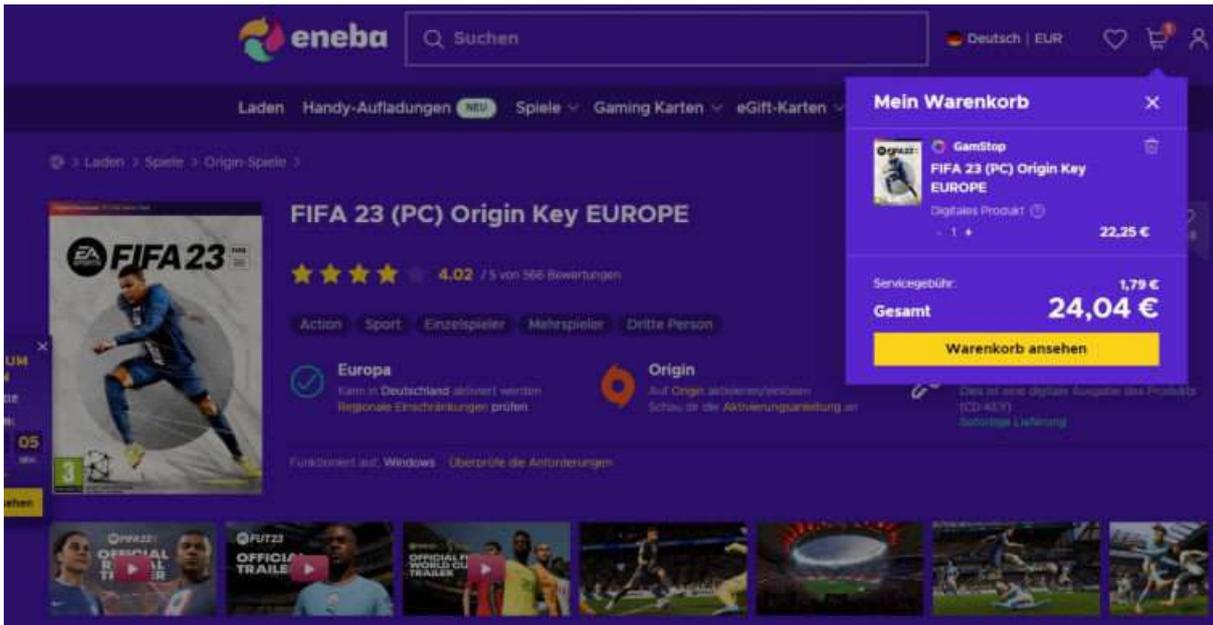


Abb. 20: eneba 17 - FIFA 23

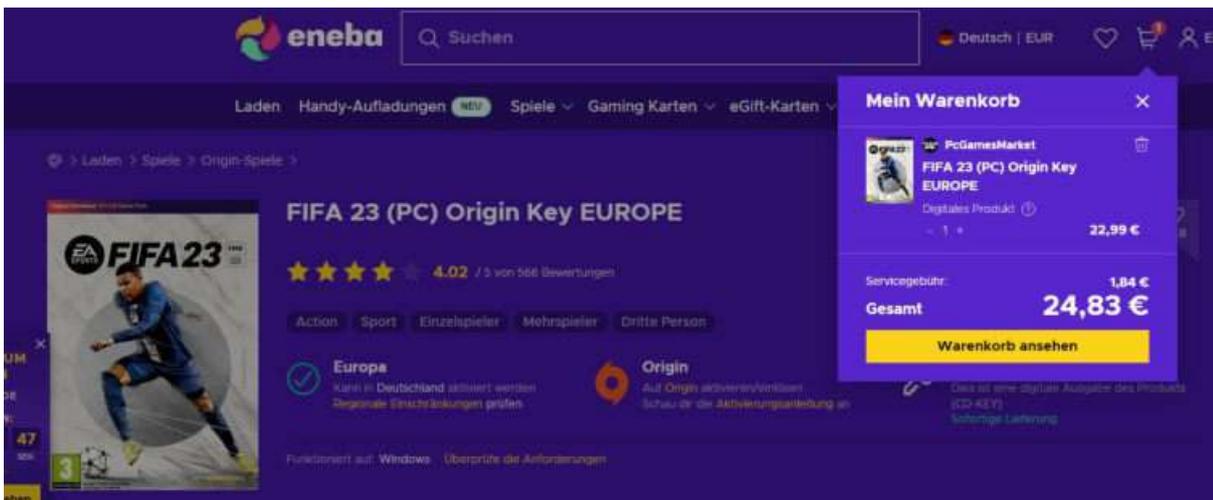


Abb. 21: eneba 18 - FIFA 23



Abb. 22: eneba 19 - FIFA 23

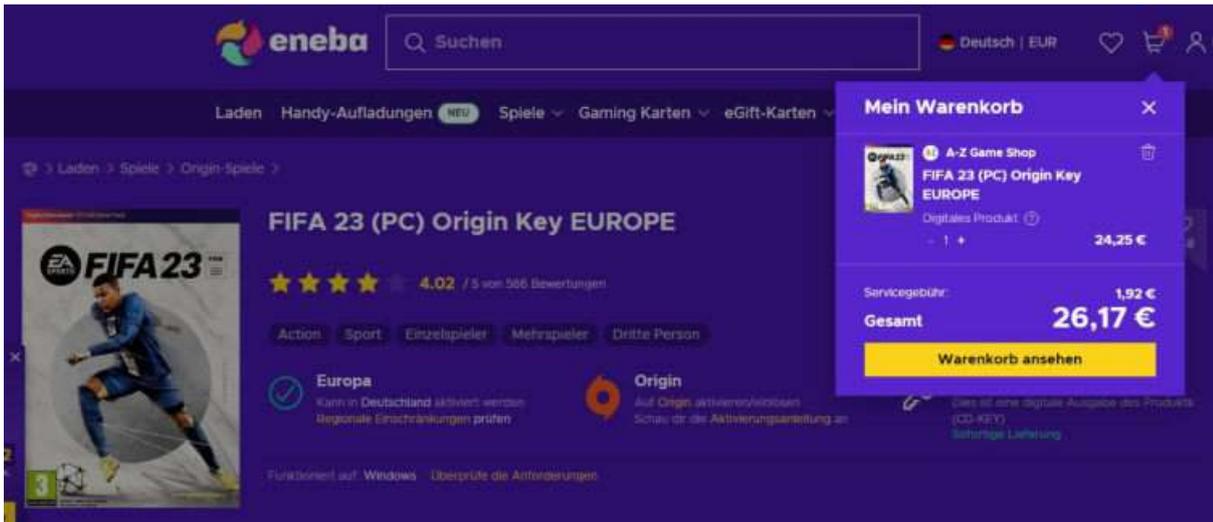


Abb. 23: eneba 20 - FIFA 23

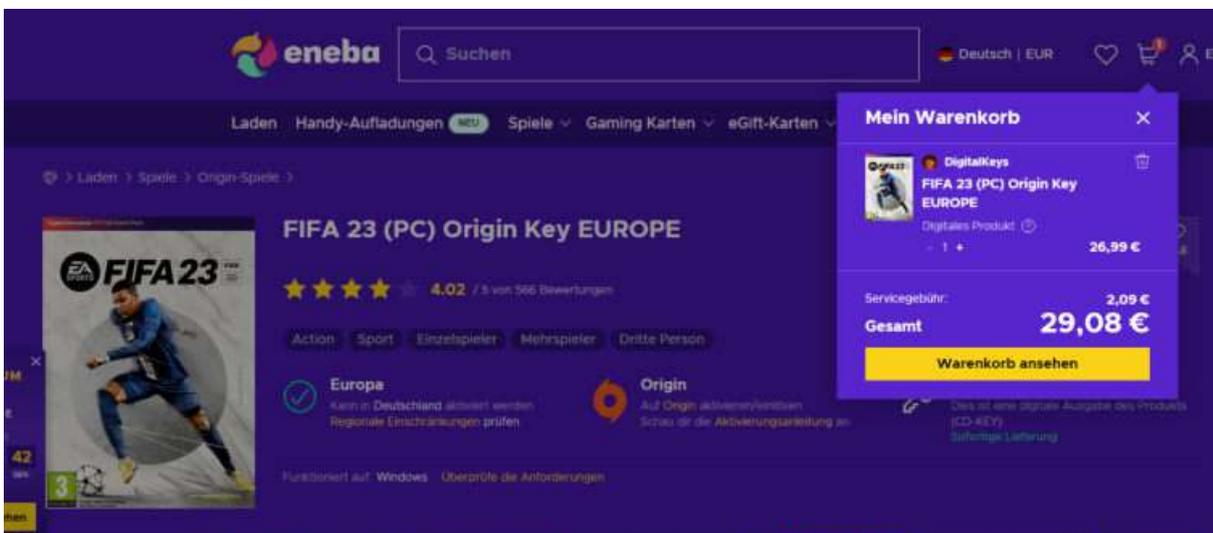


Abb. 24: eneba 21 - FIFA 23

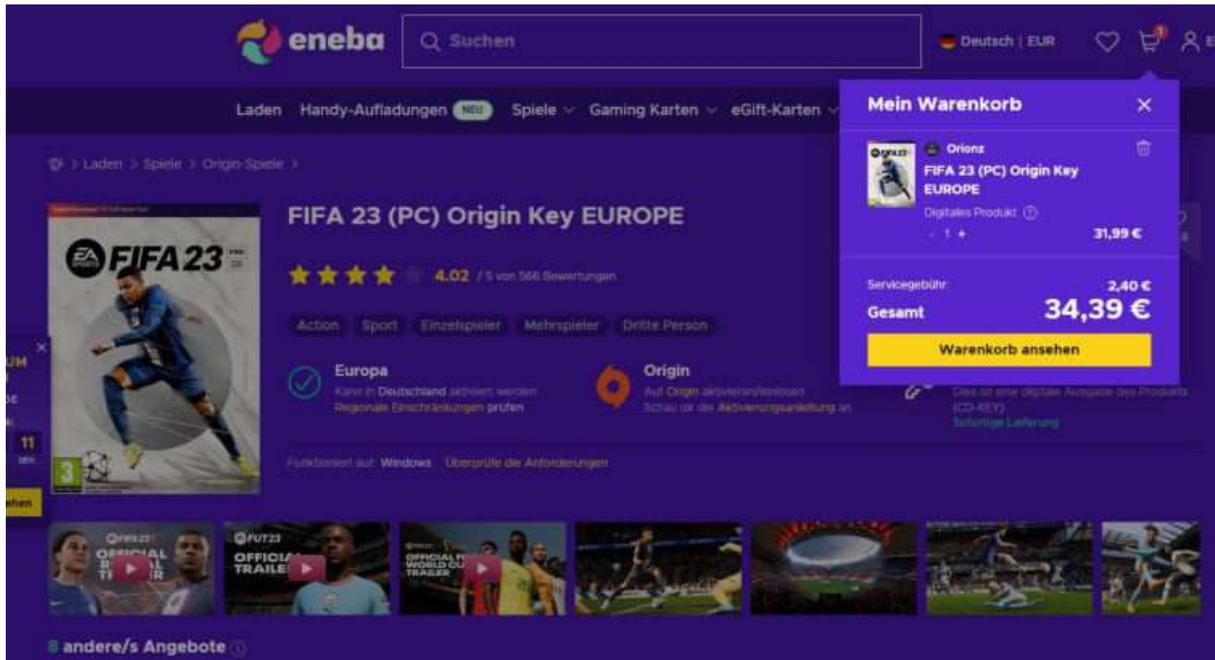
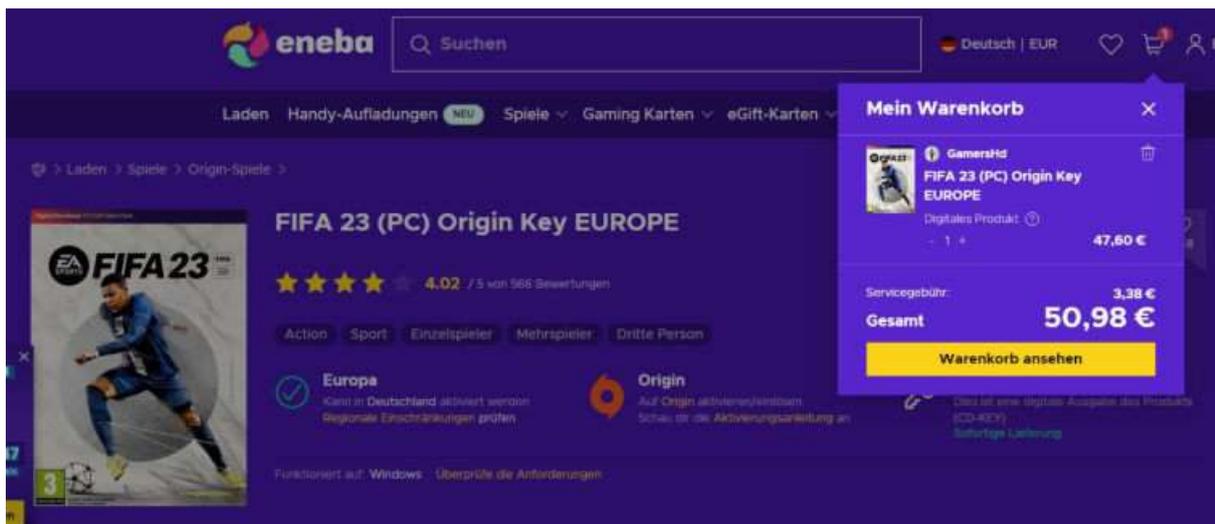


Abb. 25: eneba 22 - FIFA 23



Quelle Abb. 17-25: https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-pc-origin-key-europe?af_id=cjaf&cjevent=0755b8204c1c11ee834735ef0a18b8fc, 05.09.2023

Abb. 26: eneba 23 - FIFA 23

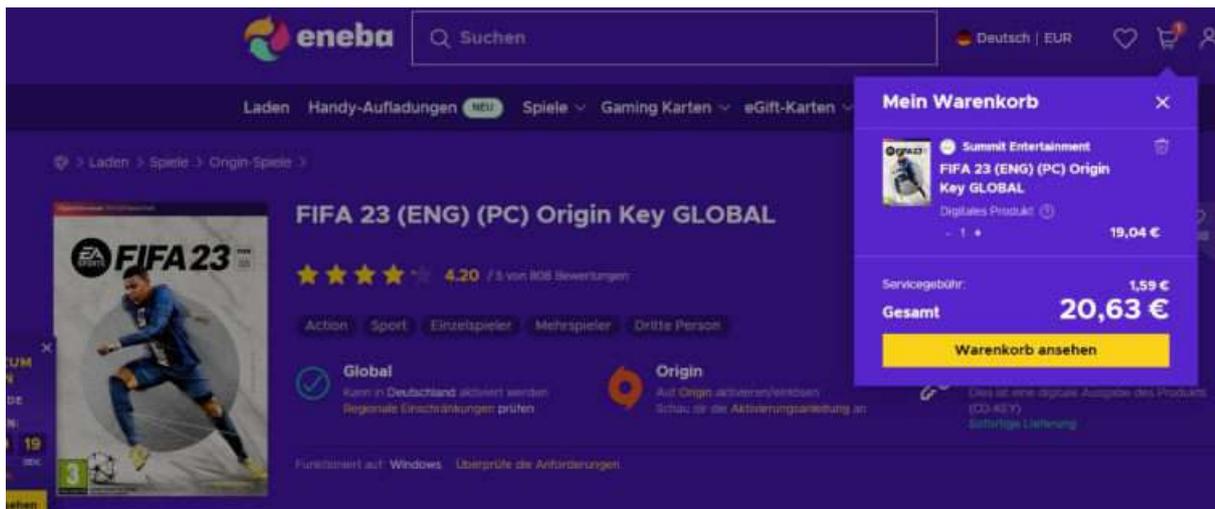


Abb. 27: eneba 24 - FIFA 23



Abb. 28: eneba 25 - FIFA 23

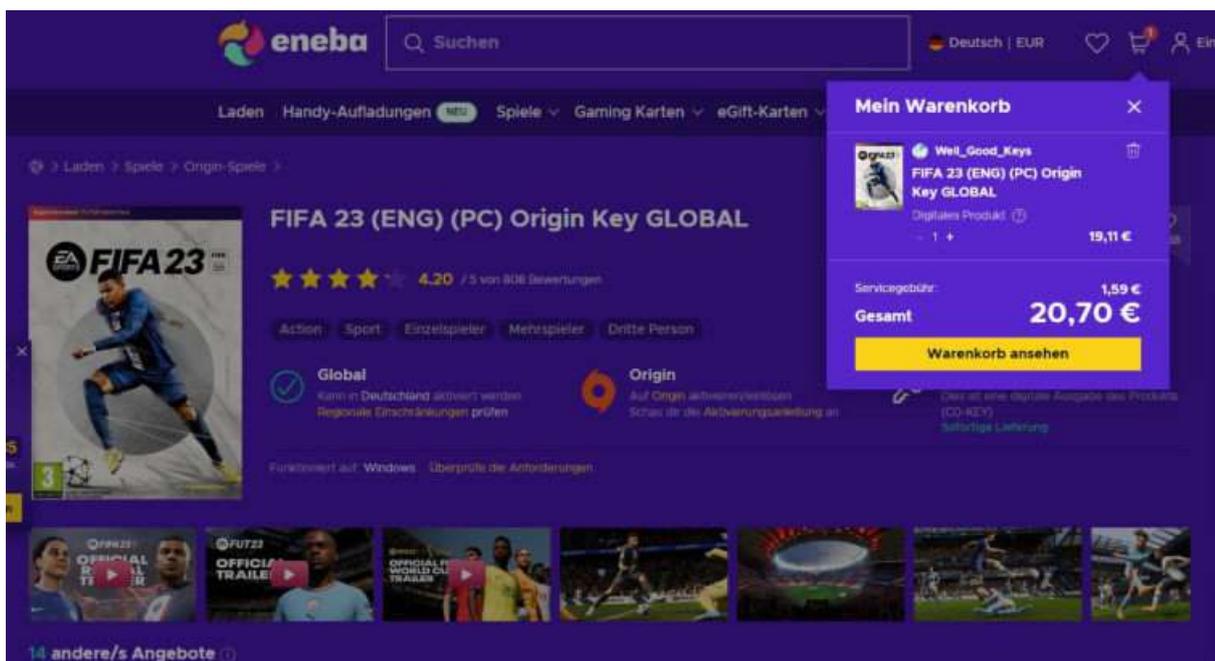


Abb. 29: eneba 26 - FIFA 23



Abb. 30: eneba 27 - FIFA 23

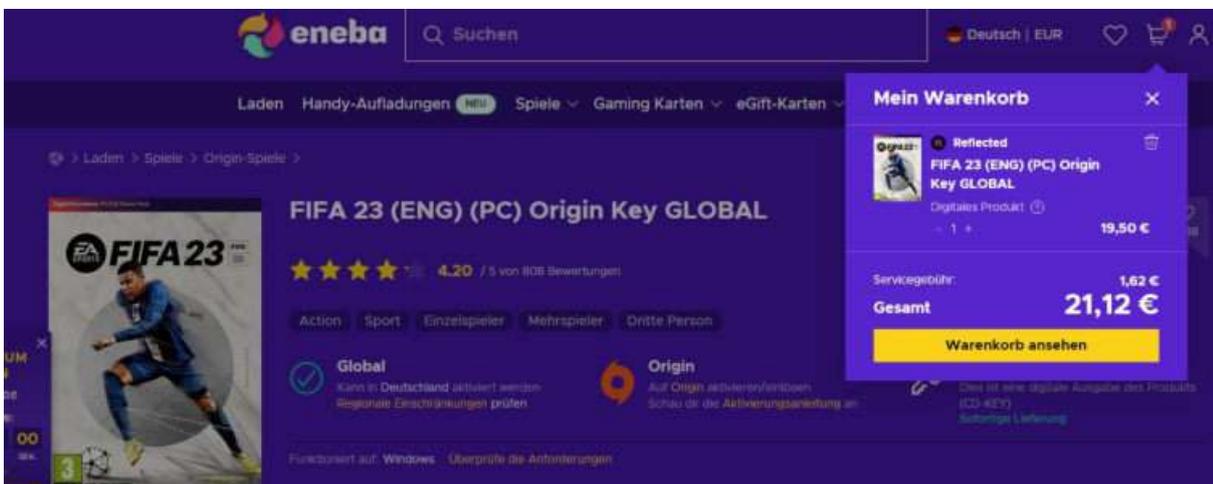


Abb. 31: eneba 28 - FIFA 23

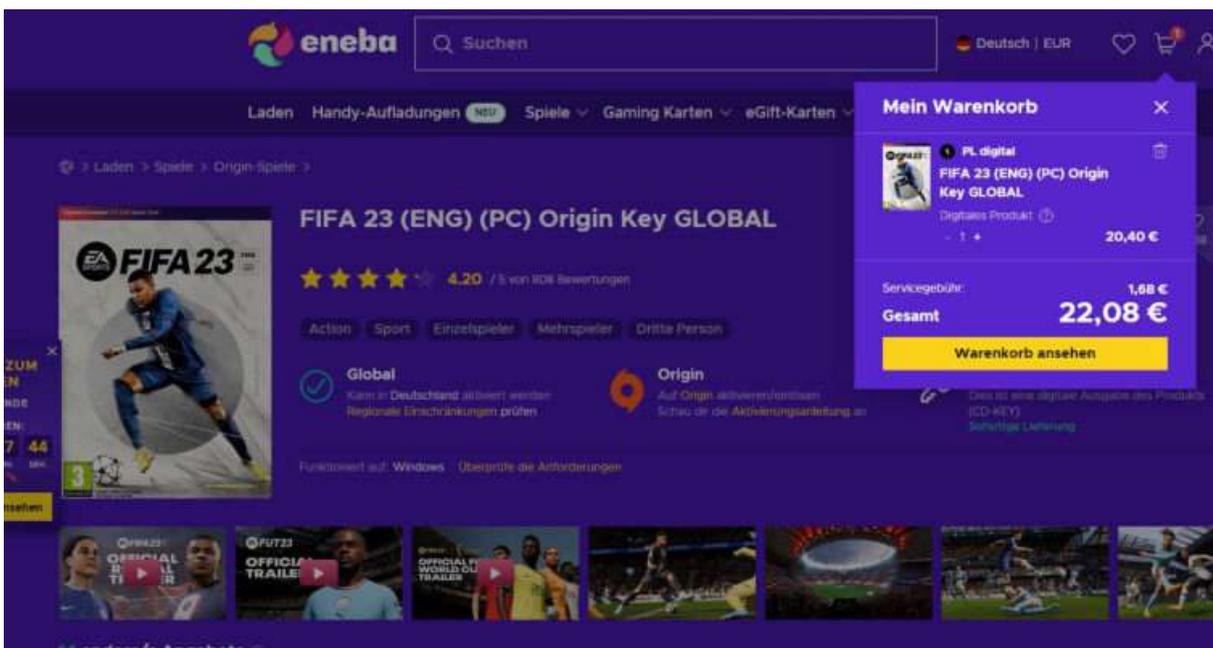


Abb. 32: eneba 29 - FIFA 23



Abb. 33: eneba 30 - FIFA 23

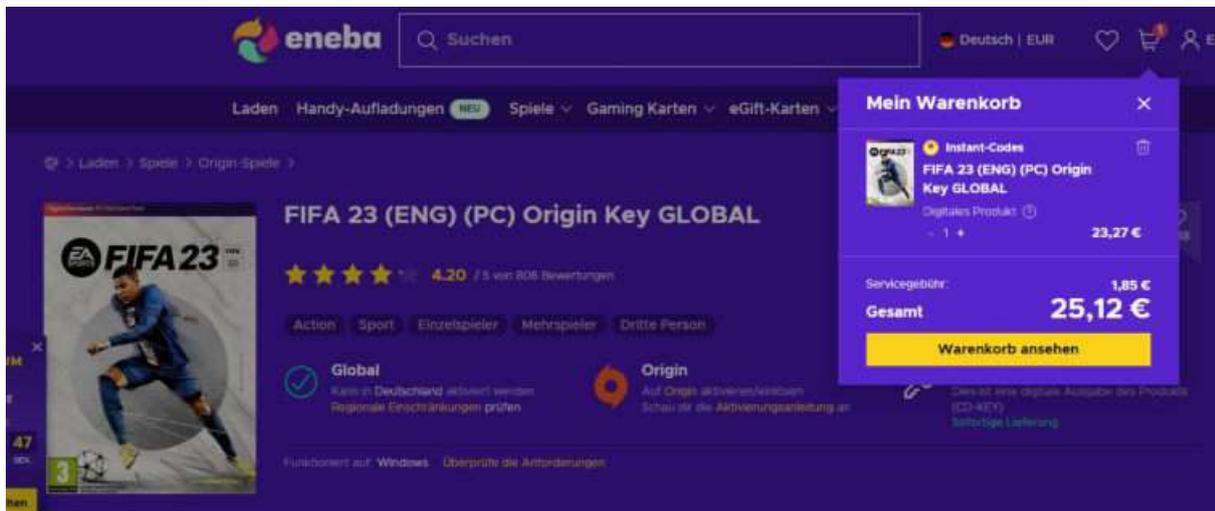


Abb. 34: eneba 31 - FIFA 23

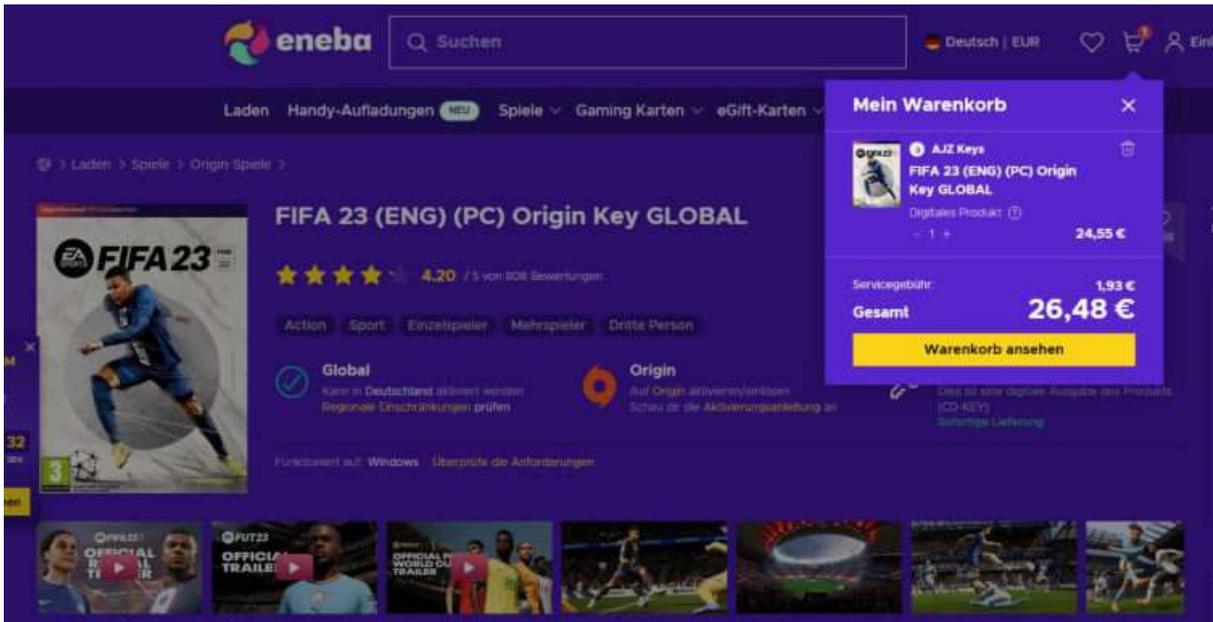


Abb. 35: eneba 32 - FIFA 23



Abb. 36: eneba 33 - FIFA 23

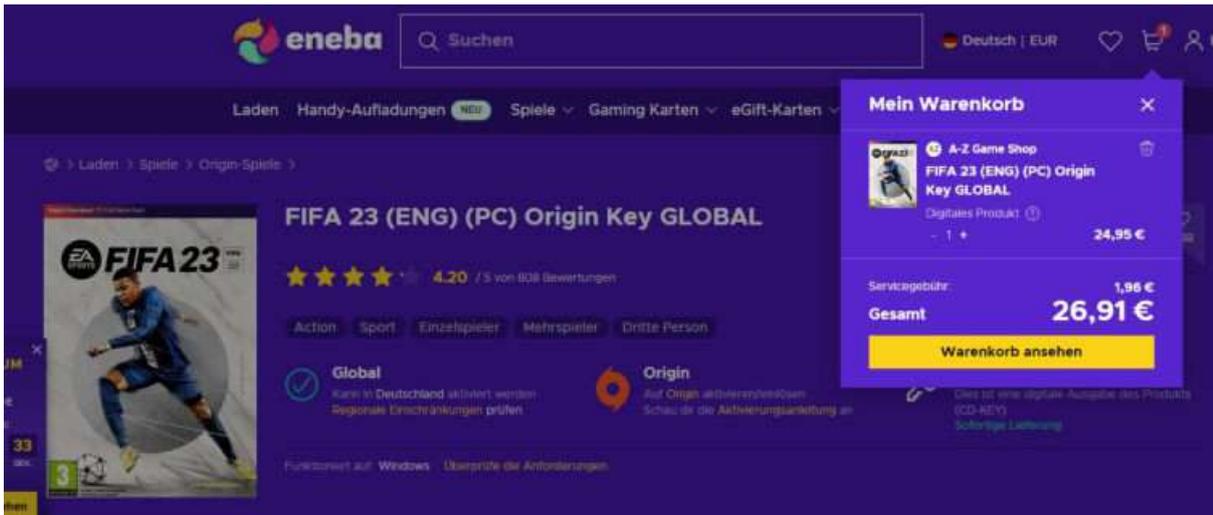


Abb. 37: eneba 34 - FIFA 23



Quelle Abb. 26-37: https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-eng-pc-origin-key-global-2?af_id=cjaf&cjevent=080882074c1c11ee815332e70a18b8f9, 05.09.2023

Abb. 38: eneba 35 - FIFA 23

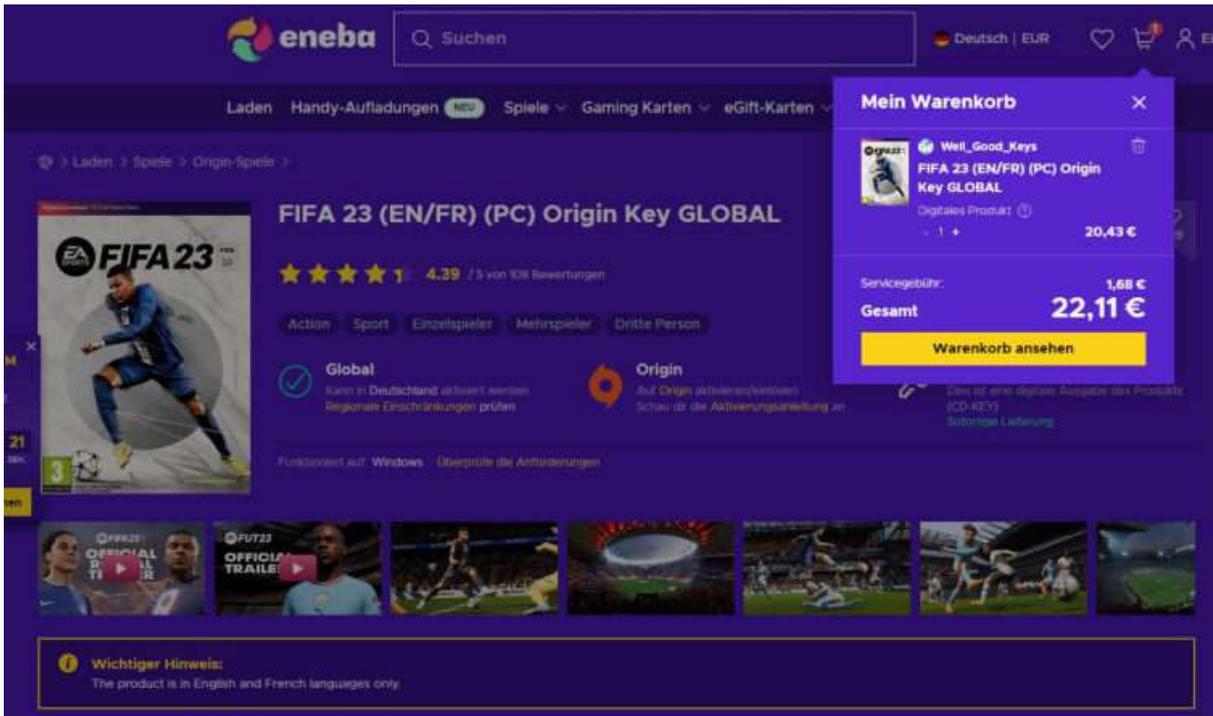


Abb. 39: eneba 36 - FIFA 23

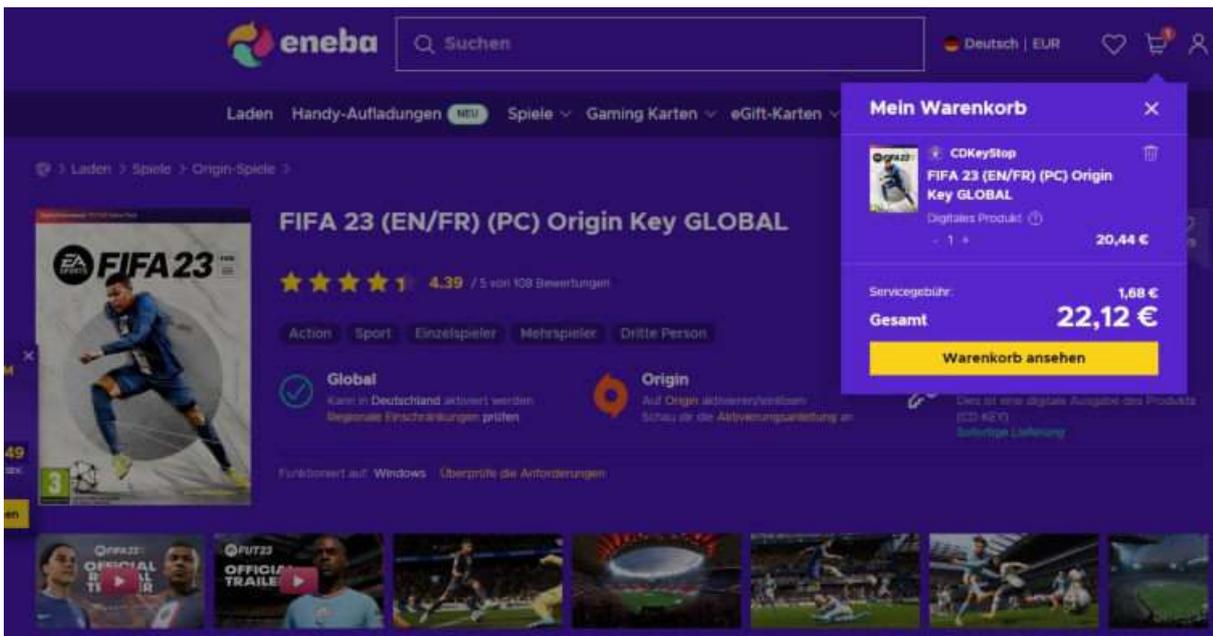


Abb. 40: eneba 37 - FIFA 23



Abb. 41: eneba 38 - FIFA 23

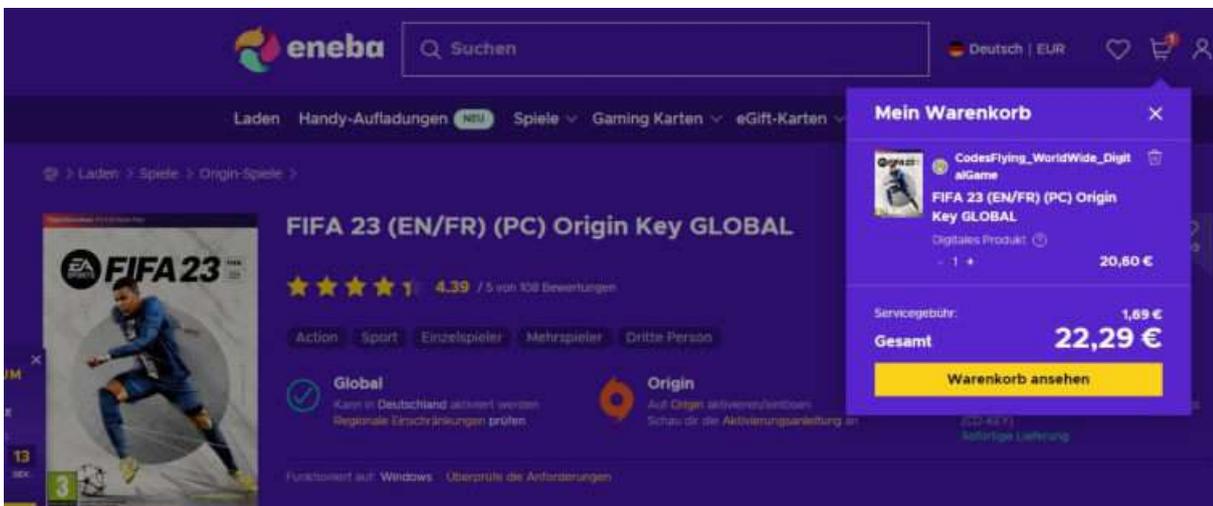


Abb. 42: eneba 39 - FIFA 23

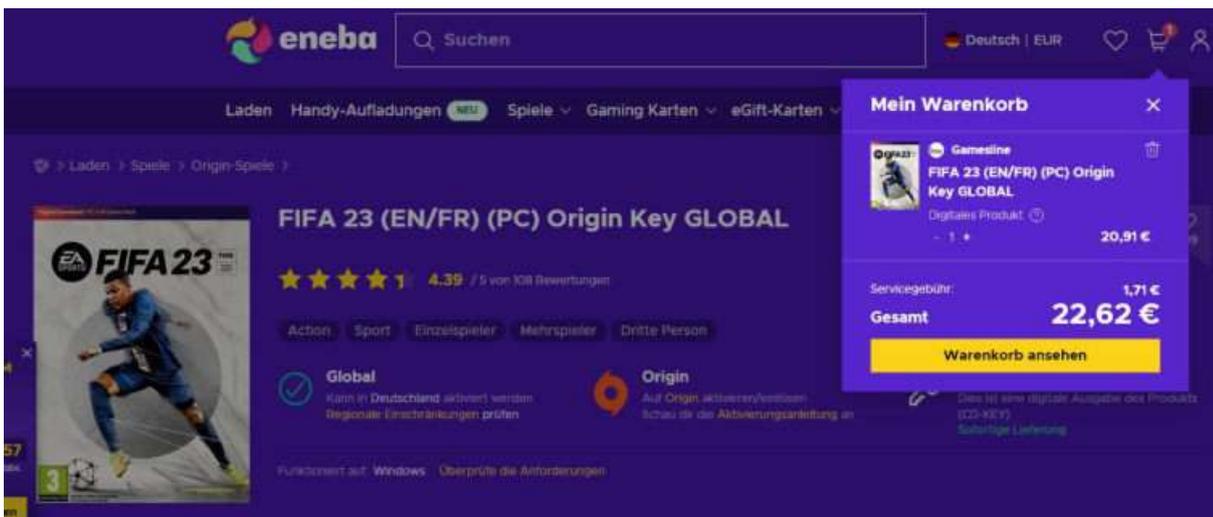


Abb. 43: eneba 40 - FIFA 23

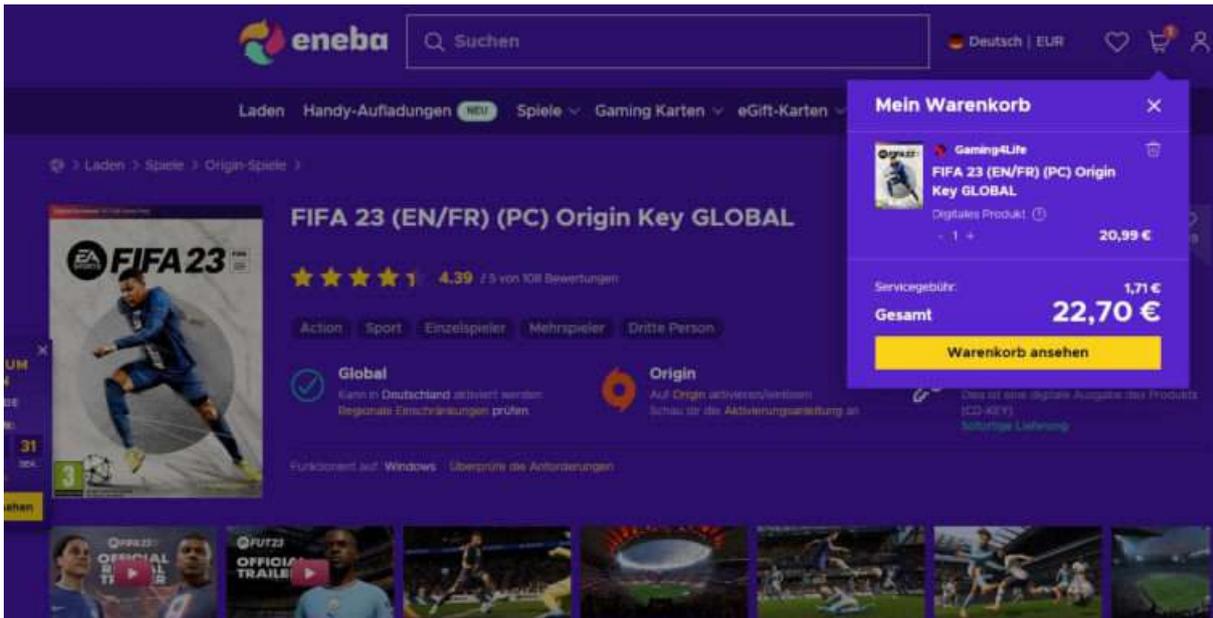


Abb. 44: eneba 41 - FIFA 23

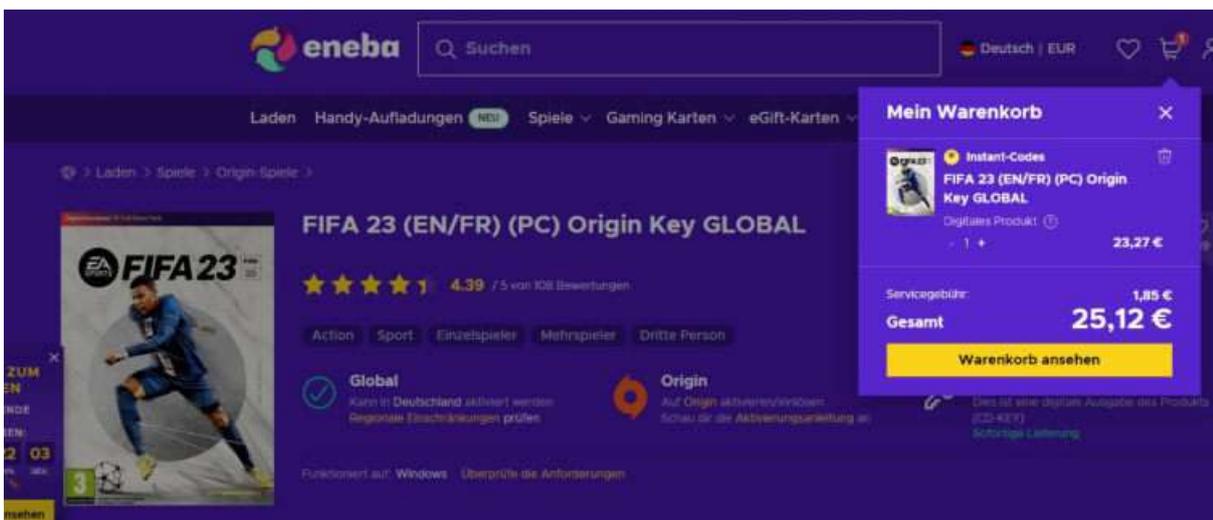
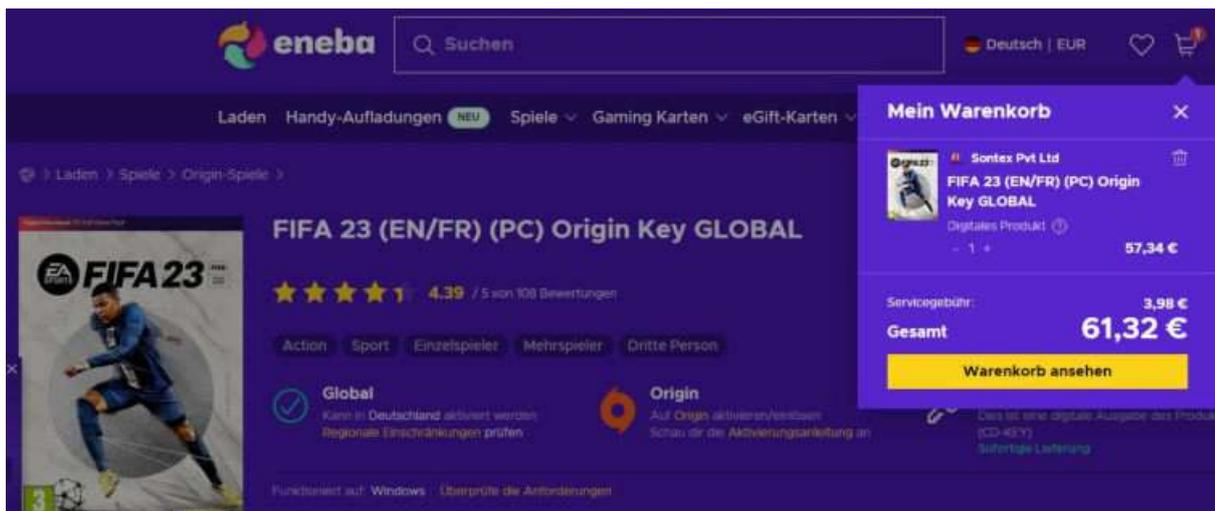


Abb. 45: eneba 42 - FIFA 23



Abb. 46: eneba 43 - FIFA 23



Quelle Abb. 38-46: https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-en-fr-pc-origin-key-global?af_id=cjaf&cjevent=091533494c1c11ee80720b020a18b8f6, 05.09.2023

Abb. 47: eneba 44 - FIFA 23

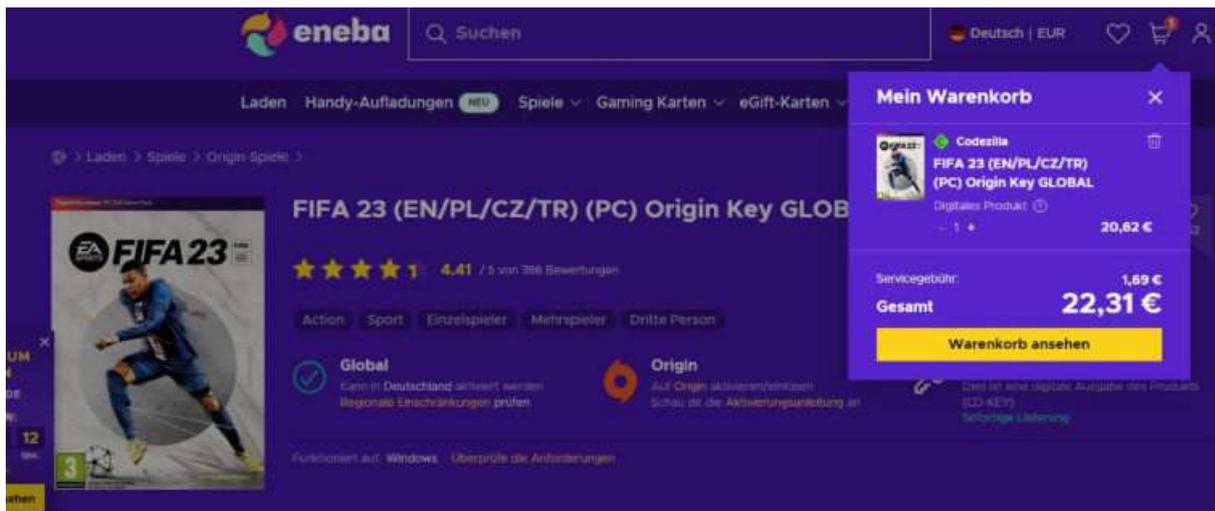


Abb. 48: eneba 45 - FIFA 23

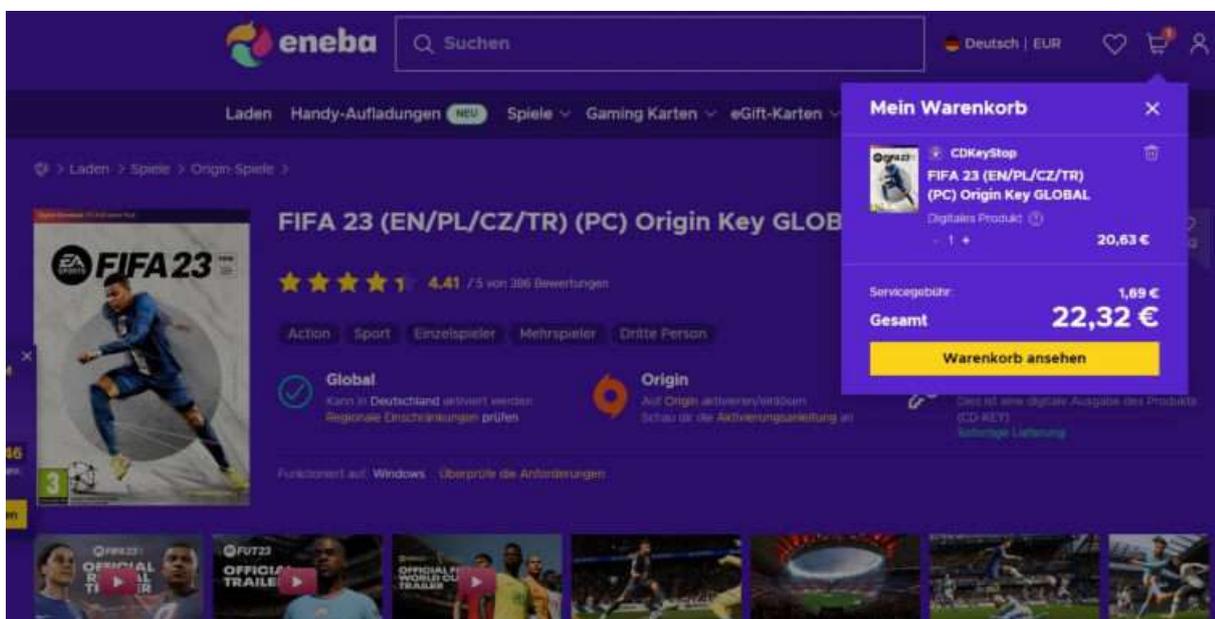


Abb. 49: eneba 46 - FIFA 23

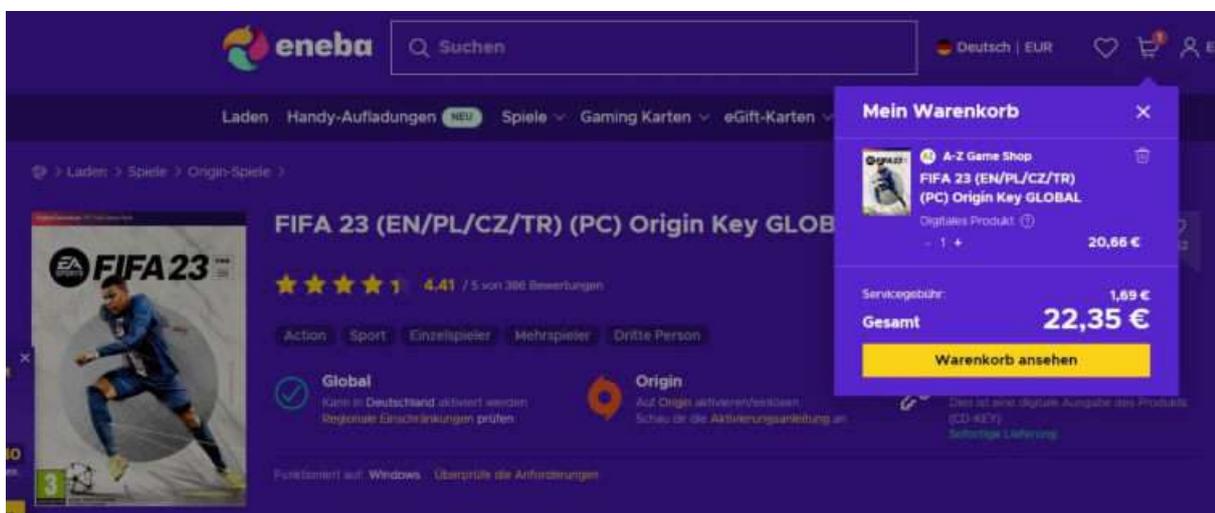


Abb. 50: eneba 47 - FIFA 23



Abb. 51: eneba 48 - FIFA 23

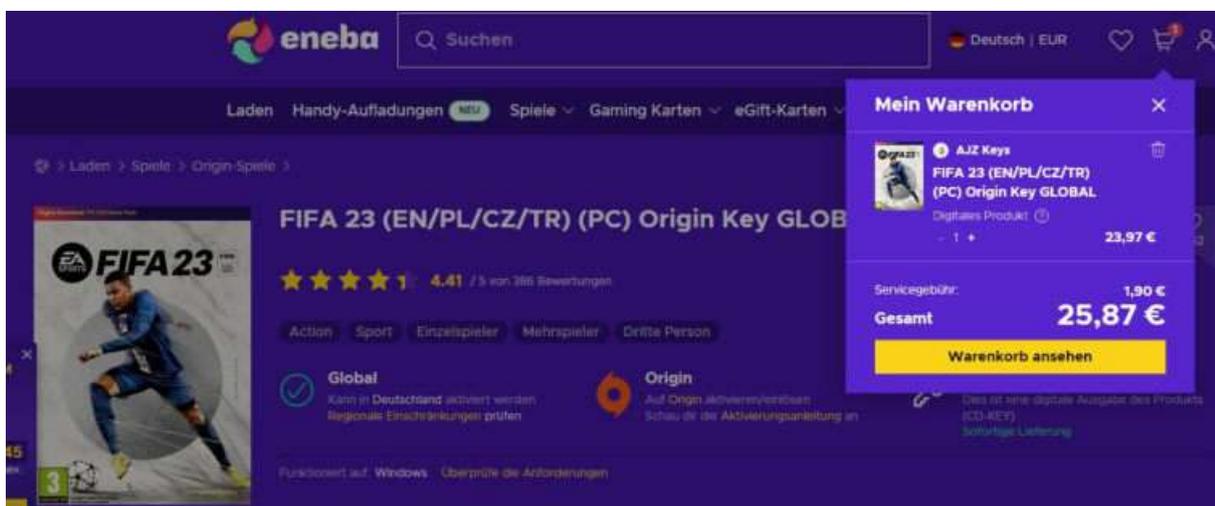
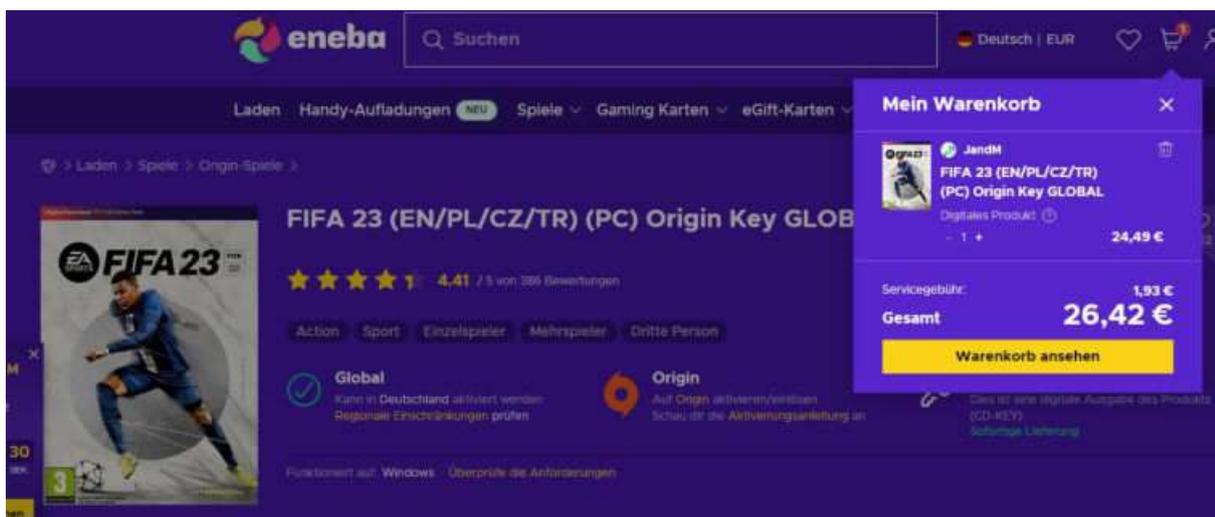


Abb. 52: eneba 49 - FIFA 23



Quelle Abb. 47-52: https://www.eneba.com/de/origin-fifa-23-en-pl-cz-tr-pc-origin-key-global?af_id=cjaf&cjevent=0aff9e6b4c1c11ee80720b020a18b8f6, 05.09.2023

Abb. 53: MMOGA - FIFA 23

The screenshot shows the MMOGA website interface. At the top, there's a navigation bar with the MMOGA logo, social media icons, and menu items like 'EMPFOHLEN', 'KONTO', 'TREUERABATT', 'ZAHLUNGSWEGE', 'HILFE', and 'ÜBER MMOGA'. Below this is a search bar and a 'KATEGORIEN' dropdown. The main content area is titled 'FIFA 23 [PC - EA APP KEY]' and includes a product image of the FIFA 23 PC cover. Text on the page describes the product as a key for activation, mentions the EA logo, and lists specifications: 'Lieferzeit: 5-10 Minuten', 'Verfügbarkeit: lieferbar', 'Region: Worldwide', and 'Plattform: EA app'. The price is shown as 'UVP 69,99 €' and '22,99 €'. A 'KAUFEN' button is present, along with a 'Direkt zu PayPal' link.

Quelle: <https://www.mmoga.de/EA-Games/FIFA-23-PC-EA-App-Key.html?ref=18077>, 05.09.2023

Abb. 54: Amazon - FIFA 23

The screenshot shows the Amazon.de website product page for 'FIFA 23 Standard Edition PCWin PC Code - Origin | Deutsch'. The page features the Amazon logo, navigation menu, and search bar. Below the navigation is a 'Ähnliche Artikel' section with three related products. The main product is 'FIFA 23 Standard Edition PCWin PC Code - Origin | Deutsch', priced at 17,49 € (reduced from 17,99 €). The page includes a large product image, a 'Jetzt als Download verfügbar' button, and a 'Zahlung' section with 'Sichere Transaktion' and 'Amazon Media EU S.a.r.l.' as the provider. The 'Info zu diesem Artikel' section contains a warning about online codes and origin requirements.

Quelle: <https://www.amazon.de/FIFA-23-Standard-PCWin-Code/dp/B0B23QS2B3?th=1>, 05.09.2023

Abb. 55: G2A 1-10 - FIFA 23

| Angebote von 10 gewerbliche Verkäufer | | |
|---|---------|---|
| Sofortige Lieferangebote | | |
| Sortieren nach: <input checked="" type="radio"/> Bestpreis <input type="radio"/> Beste Bewertung | | |
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 4573 | € 23.69 |  |
|  Luckypicker 99% Positives Feedback 557 | € 24.66 |  |
|  Tradegameskey 99% Positives Feedback 780 | € 28.36 |  |
|  Eg AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 4841 | € 28.39 |  |
|  Kgamestrade AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 96% Positives Feedback 12193 | € 29.13 |  |
|  Ingame 95% Positives Feedback 804 | € 29.33 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1441 | € 29.78 |  |
|  Jandm_inc 100% Positives Feedback 232 | € 32.48 |  |
|  Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positives Feedback 15108 | € 38.90 |  |
|  Game_game 44% Positives Feedback 18 | € 61.29 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/fifa-23-pc-origin-key-global-en-pl-cz-tr-i10000336532036>, 05.09.2023

Abb. 56: G2A 11-14 - FIFA 23

| Angebote von 4 gewerbliche Verkäufer | | |
|---|---------|---|
| Sofortige Lieferangebote | | |
| Sortieren nach: <input checked="" type="radio"/> Bestpreis <input type="radio"/> Beste Bewertung | | |
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 26200 | € 24.73 |  |
|  Egames_empire AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 4841 | € 24.74 |  |
|  Luckypicker 99% Positives Feedback 557 | € 25.42 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1441 | € 31.22 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/fifa-23-pc-origin-key-global-en-pl-i10000336532058>, 05.09.2023

Abb. 57: G2A 15-29 - FIFA 23

Angebote von 27 gewerbliche Verkäufer

Sofortige Lieferangebote Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| | | | | | |
|---|---|---------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|---|
|  | Manipura_software ALGESZICHTETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 177 | | | € 30.42 |  |
|  | Fasteasygame ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 2754 Angebotsdetails anzeigen | € 18.82 6-60.00 -72% | Mit G2A Plus kaufen | € 20.91 6-60.00 -70% | In den Warenkorb legen |
|  | Games_cdk 95% Positive Feedback 82 | | | € 21.00 |  |
|  | Gameservice24 ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 3378 | | | € 21.08 |  |
|  | Kgamestrade ALGESZICHTETER VERKÄUFER 95% Positive Feedback 1133 | | | € 21.44 |  |
|  | Gc1987 95% Positive Feedback 329 | | | € 22.32 |  |
|  | Knguin ALGESZICHTETER VERKÄUFER 93% Positive Feedback 1318 | | | € 22.48 |  |
|  | Allengamestore ALGESZICHTETER VERKÄUFER 95% Positive Feedback 2932 | | | € 23.30 |  |
|  | Pl_digital 97% Positive Feedback 331 | | | € 23.43 |  |
|  | Gamersuniverse ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 8338 | | | € 23.68 |  |
|  | Vikingsbrothers ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 8074 | | | € 23.70 |  |
|  | Superkeys ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 3336 | | | € 23.97 |  |
|  | Lanoco 100% Positive Feedback 815 | | | € 24.09 |  |
|  | Gamesdivision 100% Positive Feedback 488 | | | € 24.20 |  |
|  | Instant_game ALGESZICHTETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 3338 | | | € 25.23 |  |

Abb. 58: G2A 30-41 - FIFA 23

| | | |
|---|---------|---|
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 8973 | € 26.31 |  |
|  Luckypliker 99% Positive Feedback 19 887 | € 26.32 |  |
|  Gamerpalace 100% Positive Feedback 19 433 | € 26.33 |  |
|  Digitaldistribution 91% Positive Feedback 19 914 | € 28.97 |  |
|  Arcade Hochkarige Rückmeldung 19 9 | € 29.00 |  |
|  Gamershd 100% Positive Feedback 19 88 | € 32.60 |  |
|  Tradegameskey 99% Positive Feedback 19 780 | € 33.28 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 3441 | € 34.88 |  |
|  Gr8keys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 1400 | € 35.95 |  |
|  Synergox_security_pvt_ltd AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 2973 | € 43.35 |  |
|  365gamekeys 98% Positive Feedback 19 95 | € 43.99 |  |
|  Tgintfi 90% Positive Feedback 19 39 | € 72.82 |  |

Quelle Abb. 57-58: <https://www.g2a.com/de/fifa-23-pc-origin-key-global-i10000336532001>,
05.09.2023

Abb. 59: G2A 42-48 - FIFA 23

Angebote von 7 gewerbliche Verkäufer

Sofortige Lieferangebote Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| Verkäufer | Preis |
|--|---------|
| Gameservice24 AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 35276 | € 20.89 |
| Fasteasygame AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 2754 | € 20.91 |
| Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 6074 | € 22.62 |
| Gc1987 98% Positives Feedback 229 | € 22.63 |
| Stgame AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 2168 | € 24.85 |
| Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 26200 | € 26.20 |
| Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1441 | € 34.88 |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/fifa-23-pc-origin-key-global-en-es-latam-br-fr-jpn-kor-cn-i10000336532038>, 05.09.2023

Abb. 60: MMOGA 2 - FIFA 23

MMOGA EMPFOHLEN | KONTO | TREUERABATT | ZAHLUNGSWEGE | HILFE | ÜBER MMOGA

KATEGORIEN | SUCHEN

FIFA 23 [PC - ORIGIN EN KEY - EN...

FIFA 23 [PC - Origin EN Key - English only]

Jetzt FIFA 23 kaufen!

Bei uns bekommen Sie den Key für die Aktivierung des Spiels von Electronic Arts innerhalb der angegebenen Lieferzeit direkt per Email zugesendet.

Fraue dich auf noch größeren Gameplay-Realismus, dem FIFA World Cup, Frauen-Vereinsmannschaften, Cross-Play-Features und mehr!

Mit dem Key können Sie FIFA 23 via Origin herunterladen und installieren.

Dies ist kinderleicht und eine Beschreibung finden Sie [hier](#).

Sprachen:
Arabisch, Amerikanisches Englisch, Spanisch Mexiko, Französisch, Japanisch, Koreanisch, Brasilianisches Portugiesisch, Chinesisch (vereinfacht), Chinesisch (traditionell)

EA

Lieferzeit: 1-24 Stunden
Verfügbarkeit: lieferbar
Region: Worldwide
Plattform: EA app

27,99 €

Menge: 1

KALFEN

Bezahlen mit **PayPal**

Quelle: <https://www.mmoga.de/EA-Games/FIFA-23-PC-Origin-EN-Key-English-only.html?ref=18077>, 05.09.2023

Abb. 61: difmark 1 - FIFA 23

The screenshot displays the Difmark website interface for purchasing FIFA 23 (PC) - Origin Key - Europe. The top navigation bar includes the Difmark logo, a search bar, and options for language (EN), currency (EUR), and account management (Login, Sign up). Below the navigation bar, there are filters for 'Standard Edition (12)', 'Origin (10)', and 'Europe (1)'. The main product card features a 'TRUSTED' badge, a product image of a FIFA 23 player, and the following details: Platform: Origin, Edition: Standard Edition, Region: Europe, ID: 10596943, Delivery: Instant, Warranty: 30 days, and Stock: 278. A seller profile for 'FunGame' is shown with a success rate of 98.99%, 1564 total feedbacks, and a seller time zone of UTC +04:00. A green banner indicates that the product can be activated in Germany. The price per unit is € 31.03, and the total amount is € 31.03. The page includes 'GO TO CHECKOUT' and 'ADD TO CART' buttons.

Quelle: https://difmark.com/en/buy-cheap-fifa-23-pc-84364?referral=gamekeymonkey&marketplace_id=4&edition_id=780®ion_product_id=4, 05.09.2023

Abb. 62: difmark 2 - FIFA 23

DIFMARK DIGITAL MARKETPLACE

Search on Difmark

EN EUR € 0.00 Login Sign up

GAME CURRENCY GAME KEYS GAME POINTS TOP UP CARDS CONSOLE GAMES SOFTWARE

19 1 5 1 10

Standard Edition (12) Origin (10) Global (13) Sort by

TRUSTED

FIFA 23 (ORIGIN)

Platform: Origin Delivery: Instant
Edition: Standard Edition Warranty: 30 days
Region: Global Stock: 88

ID: 10584122

WS-keys Rank: Legendary
Success rate: 98.91%
Total feedbacks: 2 274
Seller time zone: UTC +04:00
More seller details > OPEN CHAT

GLOBAL Check allowed countries
Activation can be done from any country

After purchase, stay on the Orders page, Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 26.30
Total amount: € 26.30

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Abb. 63: difmark 3 - FIFA 23

DIFMARK DIGITAL MARKETPLACE

Search on Difmark

EN EUR € 0.00 Login Sign up

GAME CURRENCY GAME KEYS GAME POINTS TOP UP CARDS CONSOLE GAMES SOFTWARE

OPEN CHAT

TRUSTED

FIFA 23 (PC) - ORIGIN KEY - GLOBAL

Platform: Origin Delivery: Instant
Edition: Standard Edition Warranty: 30 days
Region: Global Stock: 473

ID: 10583907

FunGame Rank: Legendary
Success rate: 98.99%
Total feedbacks: 1 564
Seller time zone: UTC +04:00
More seller details > OPEN CHAT

GLOBAL Check allowed countries
Activation can be done from any country

After purchase, stay on the Orders page, Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 31.45
Total amount: € 31.45

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Abb. 64: difmark 4 - FIFA 23

DIFMARK DIGITAL MARKETPLACE

Search on Difmark

EN EUR € 0.00 Login Sign up

GAME CURRENCY GAME KEYS GAME POINTS TOP UP CARDS CONSOLE GAMES SOFTWARE HELP

OPEN CHAT ADD TO CART

TRUSTED

FIFA 23 (PC) - ORIGIN KEY - GLOBAL (EN/PL/CZ/TR)

Platform: Origin | Delivery: Instant
Edition: Standard Edition | Warranty: 30 days
Region: Global | Stock: 13

ID: 10584044

FunGame
Rank: **Legendary**

Success rate: **98.99%**
Total feedbacks: **1 564**
Seller time zone: **UTC +04:00**
11:09 PM

More seller details >

OPEN CHAT

GLOBAL **Check allowed countries**
Activation can be done from any country.

After purchase, stay on the **Orders page**. Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 36.87
Total amount: € 36.87

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Abb. 65: difmark 5 - FIFA 23

DIFMARK DIGITAL MARKETPLACE

Search on Difmark

EN EUR € 0.00 Login Sign up

GAME CURRENCY GAME KEYS GAME POINTS TOP UP CARDS CONSOLE GAMES SOFTWARE HELP

OPEN CHAT ADD TO CART

FIFA 23 ORIGIN (PC) KEY - REGION GLOBAL - STANDARD EDITION

Platform: Origin | Delivery: 1 hour
Edition: Standard Edition | Warranty: 90 days
Region: Global | Stock: 70

ID: 10913979

Eternalgamesik
Rank: **Guru**

Success rate: **80.68%**
Total feedbacks: **40**
Seller time zone: **UTC +05:30**
12:39 AM

More seller details >

OPEN CHAT

GLOBAL **Check allowed countries**
Activation can be done from any country.

After purchase, stay on the **Orders page**. Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 44.99
Total amount: € 44.99

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Quelle Abb. 62-65: https://difmark.com/en/buy-cheap-fifa-23-pc-84364?referral=gamekeymonkey&marketplace_id=4&edition_id=780®ion_product_id=4, 05.09.2023

Abb. 66: K4G 1 - FIFA 23

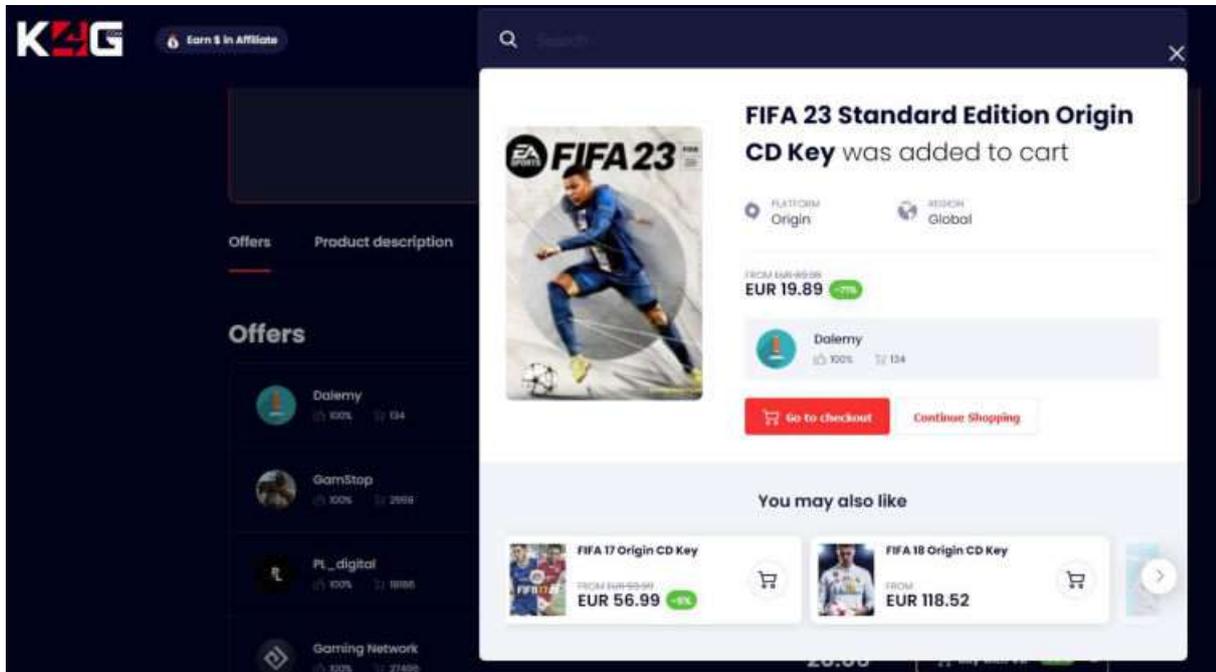


Abb. 67: K4G 2 - FIFA 23

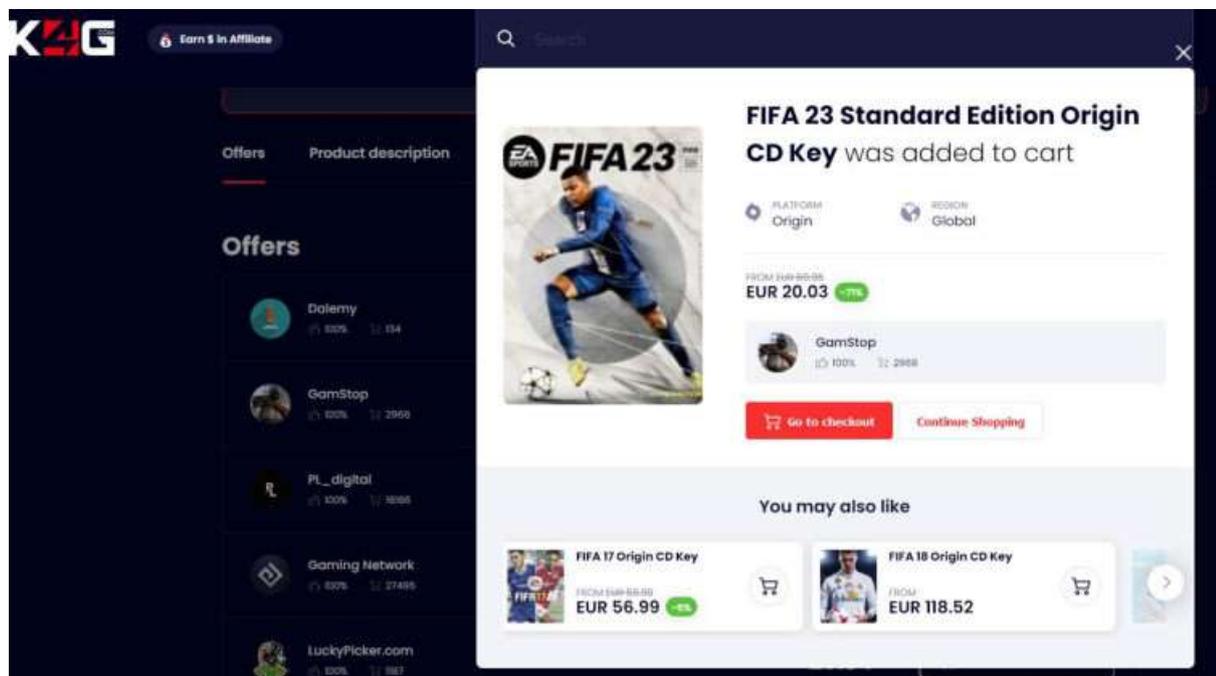


Abb. 68: K4G 3 - FIFA 23

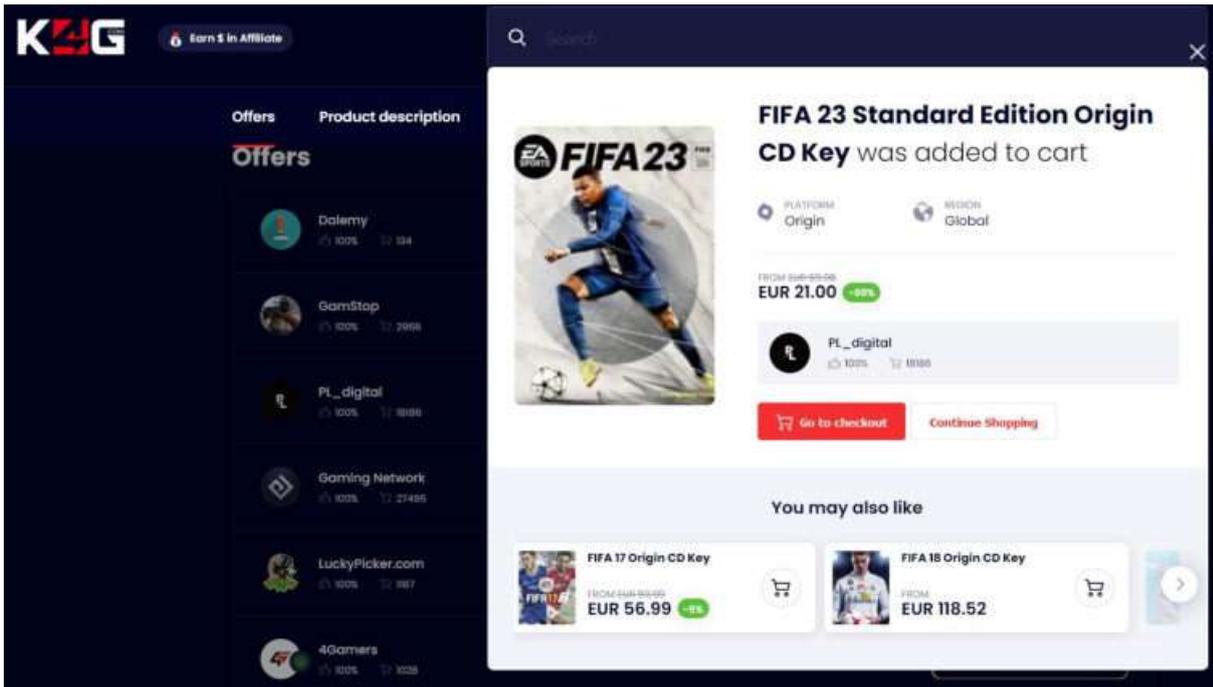


Abb. 69: K4G 4 - FIFA 23

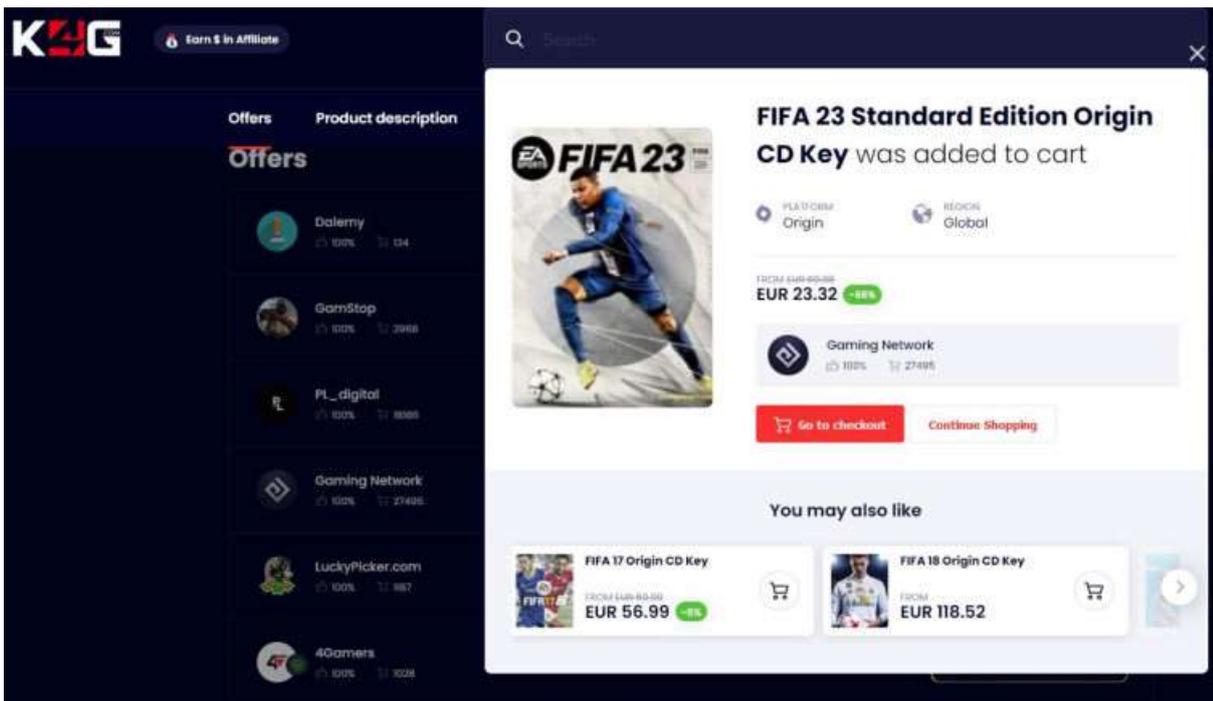


Abb. 70: K4G 5 - FIFA 23

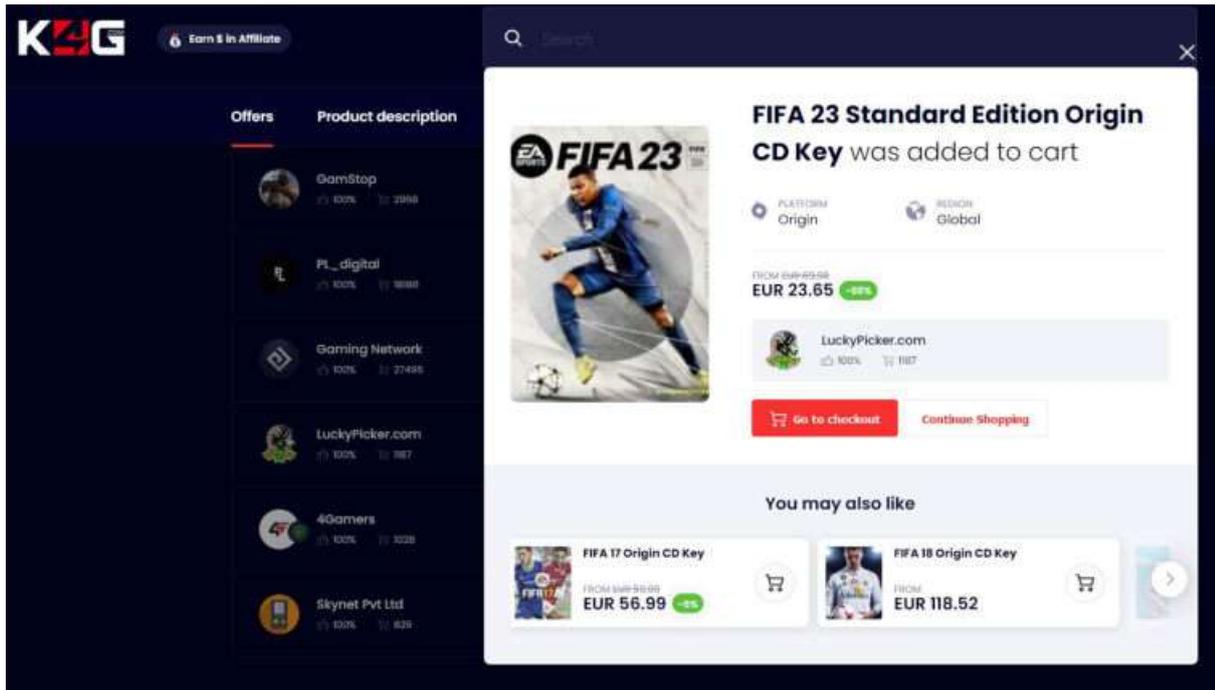


Abb. 71: K4G 6 - FIFA 23

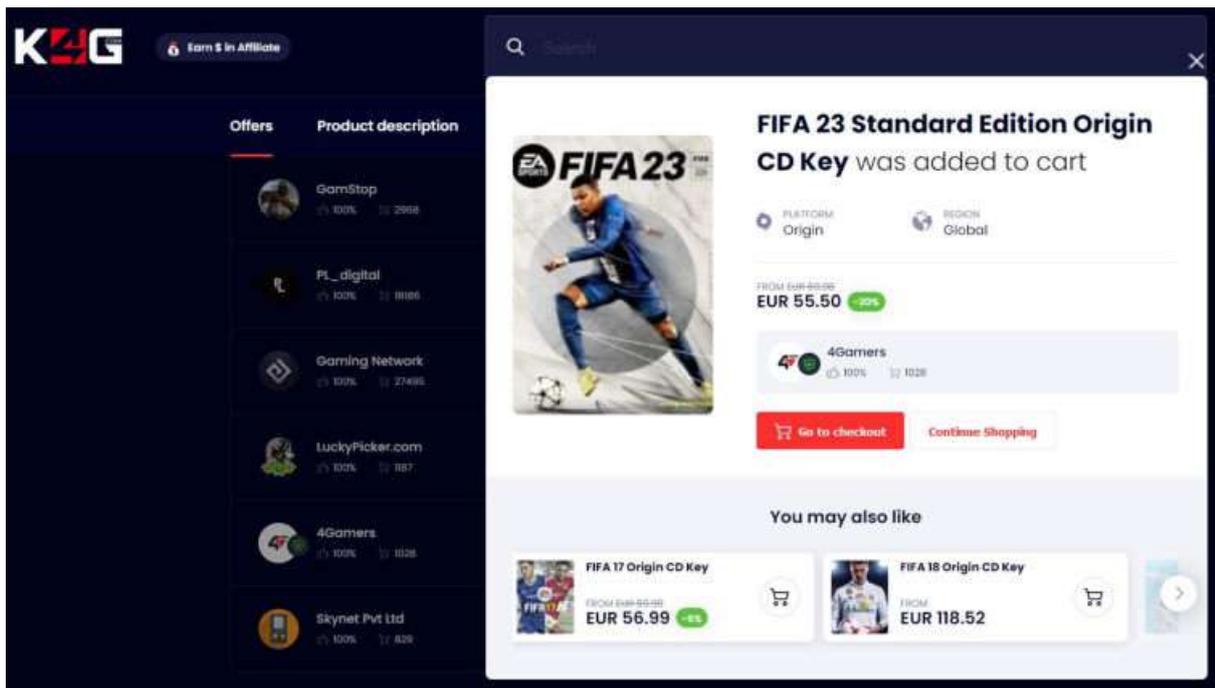
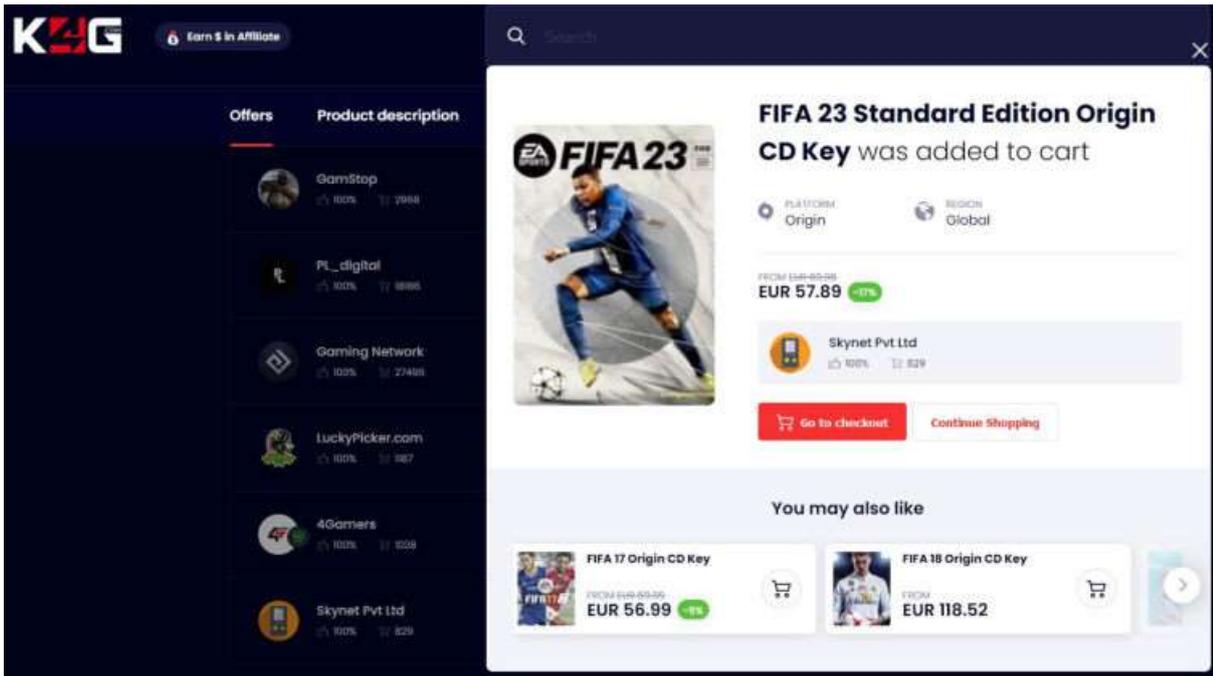


Abb. 72: K4G 7 - FIFA 23



Quelle Abb. 66-72: <https://k4g.com/product/fifa-23-origin-global-cd-key-standard-edition-cd-key-54DBCCCA#offers>, 05.09.2023

Abb. 73: kinguin 1-5 - FIFA 23

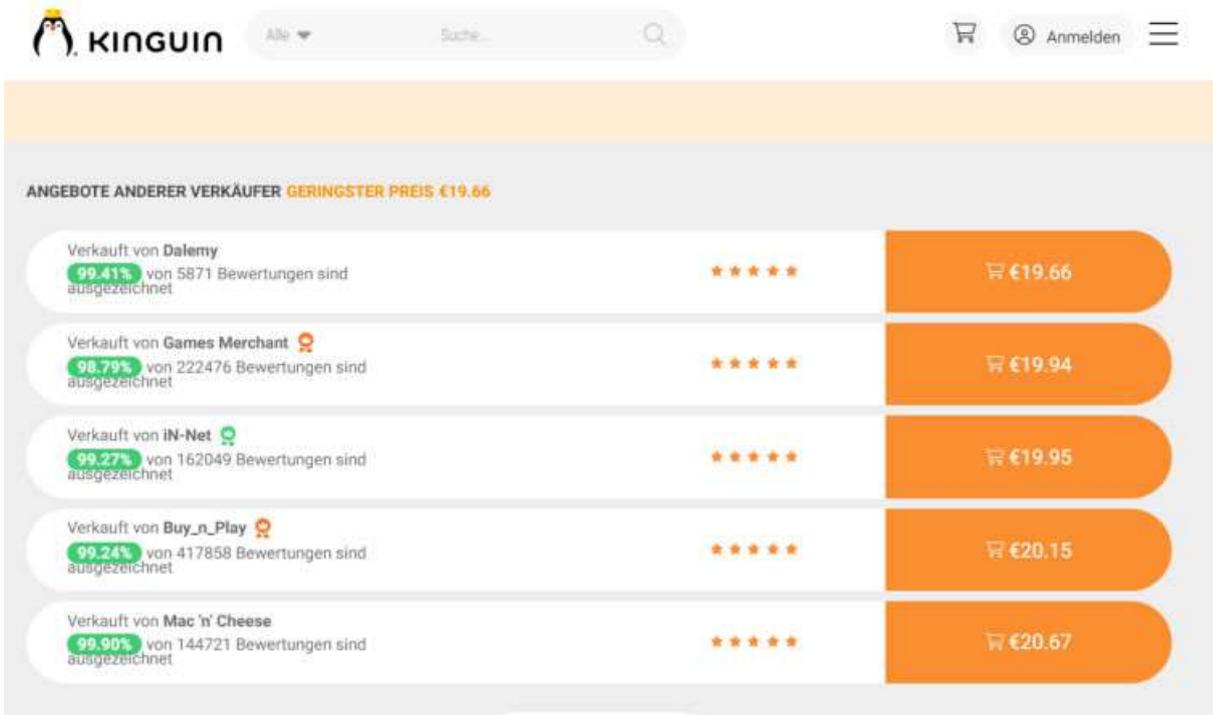


Abb. 74: kinguin 6-10 - FIFA 23

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €19,66

| Verkauft von | Bewertungen | Preis |
|----------------------|--|--------|
| Green Keys | 96,15% von 64158 Bewertungen sind ausgezeichnet | €21,75 |
| Gamesline | 97,90% von 920 Bewertungen sind ausgezeichnet | €22,13 |
| GameCrew | 85,90% von 433696 Bewertungen sind ausgezeichnet | €22,96 |
| Codezilla | 95,99% von 27206 Bewertungen sind ausgezeichnet | €23,85 |
| USA Software & Games | 99,03% von 126707 Bewertungen sind ausgezeichnet | €23,88 |

Zurück: 1 2 3 Weiter

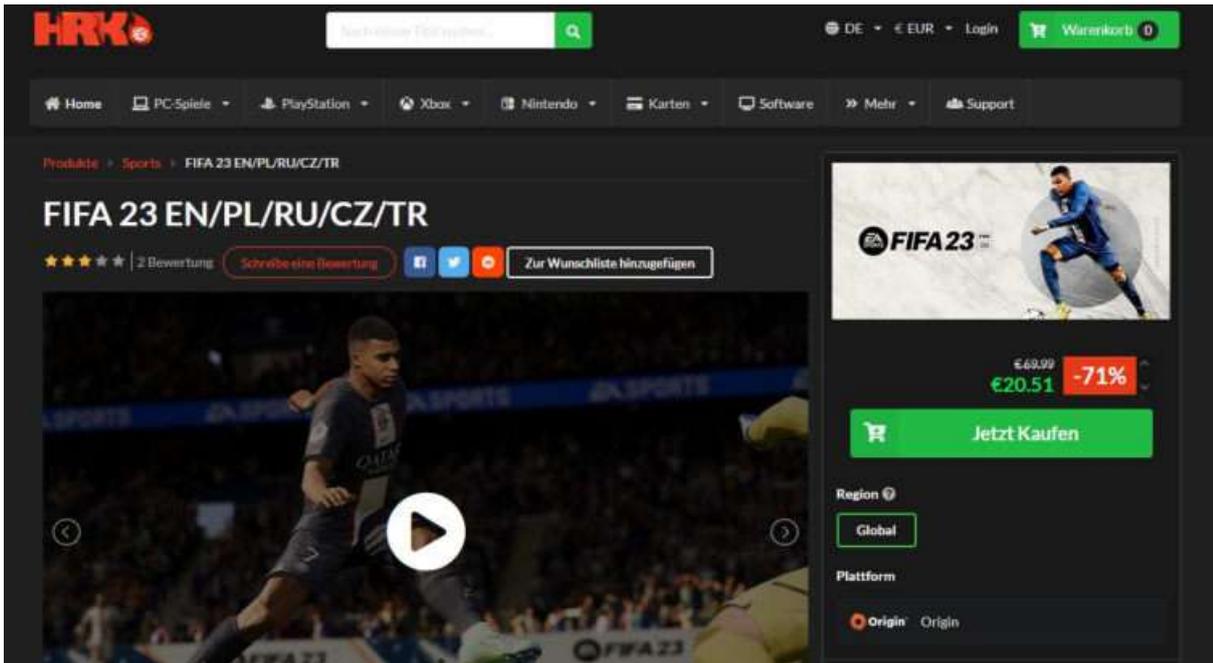
Abb. 75: kinguin 11-15 - FIFA 23

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €19,66

| Verkauft von | Bewertungen | Preis |
|-----------------------|---|--------|
| LuckyPicker.com | 75,58% von 43848 Bewertungen sind ausgezeichnet | €25,11 |
| AllofGame | 99,51% von 38678 Bewertungen sind ausgezeichnet | €28,48 |
| A-Z Game Shop | 99,81% von 433232 Bewertungen sind ausgezeichnet | €28,49 |
| G2PLAY.NET | 99,72% von 1841715 Bewertungen sind ausgezeichnet | €51,49 |
| Genuine Softwares LLC | 99,53% von 44621 Bewertungen sind ausgezeichnet | €57,25 |

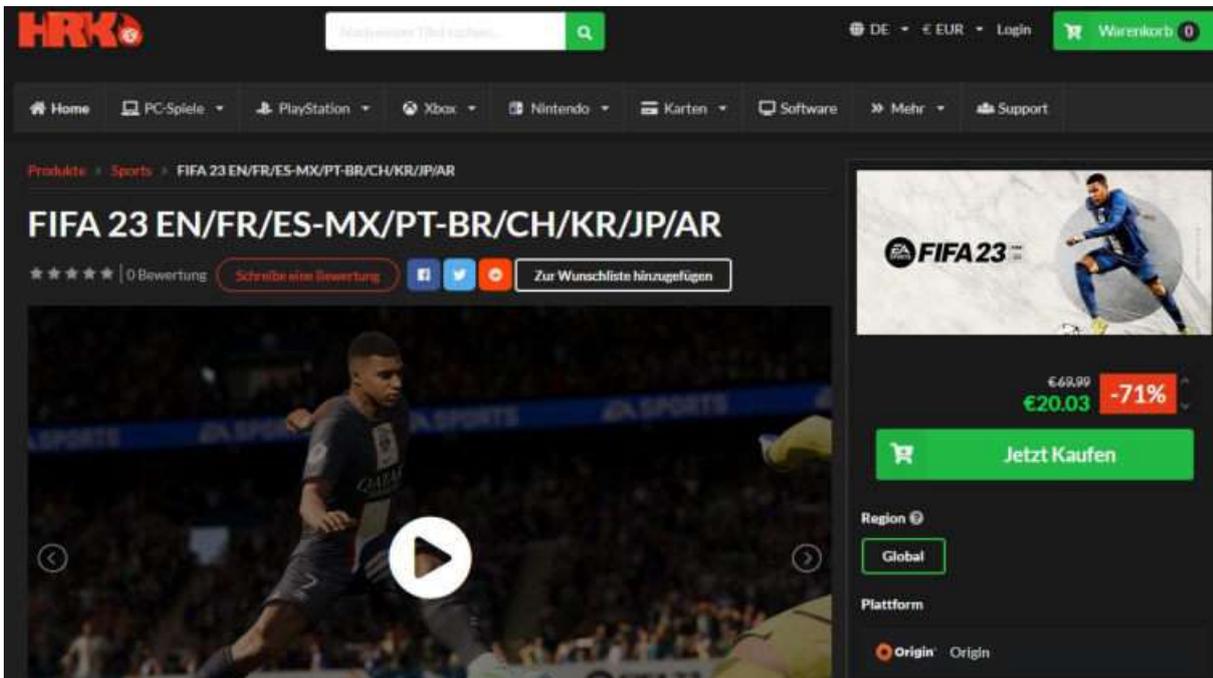
Quelle Abb. 73-75: https://www.kinguin.net/category/128894/fifa-23-origin-cd-key?country_store=1¤cy=EUR&nosalesbooster=1&r=14171, 05.09.2023

Abb. 76: HRK 1 - FIFA 23



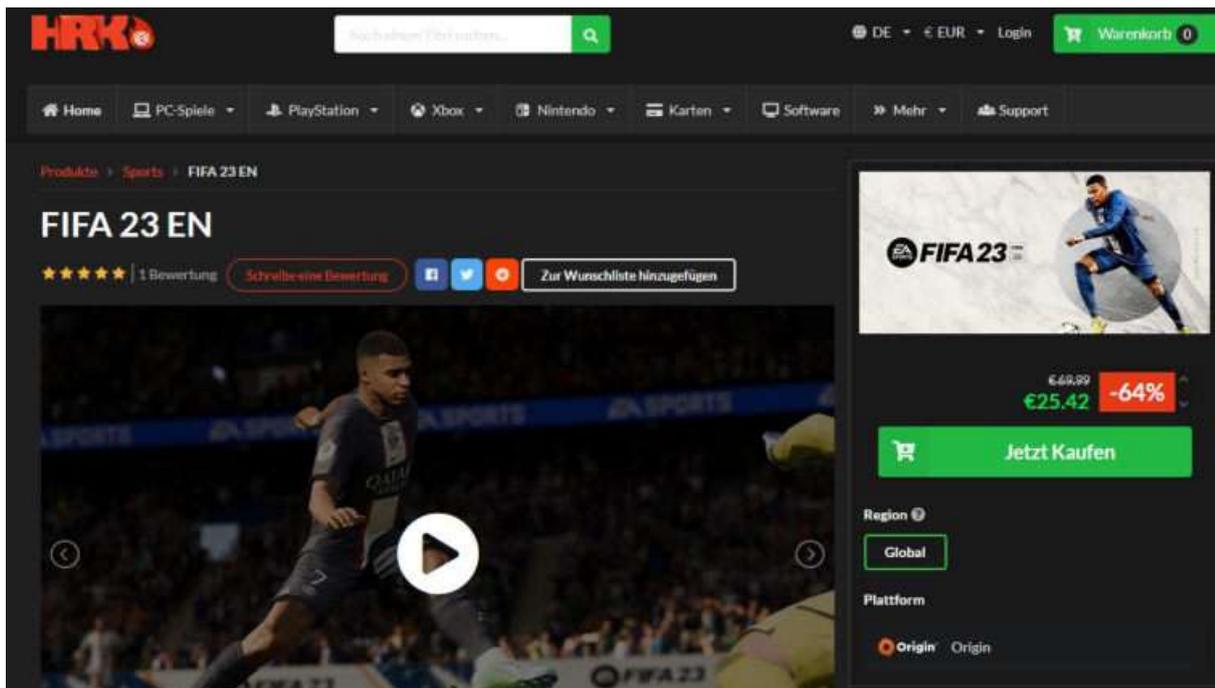
Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/fifa-23-enplrucztr>, 05.09.2023

Abb. 77: HRK 2 - FIFA 23



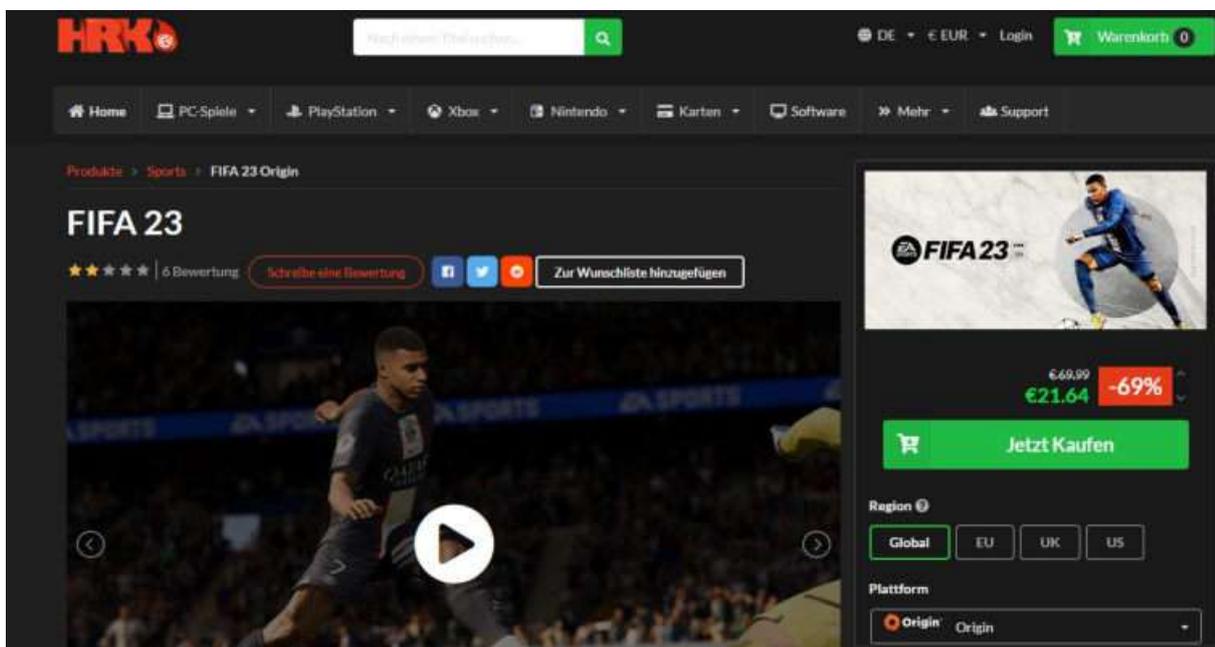
Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/fifa-23-enfres-mxpt-brchkrjpar>, 05.09.2023

Abb. 78: HRK 3 - FIFA 23



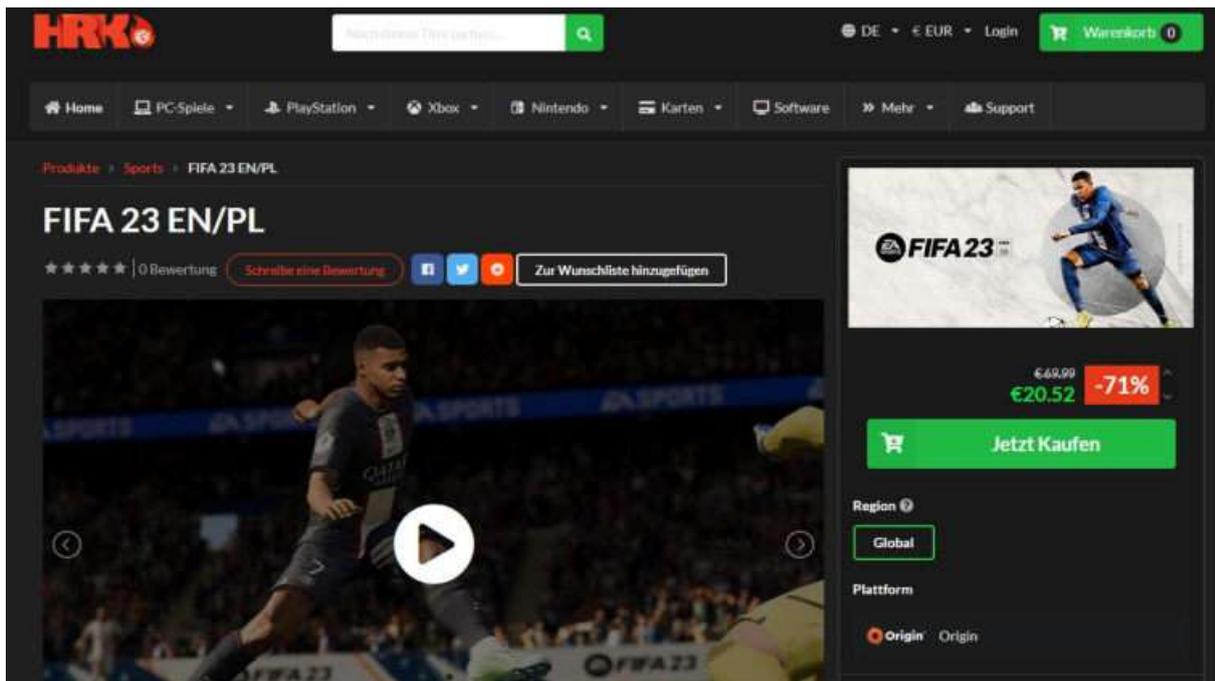
Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/fifa-23-en>, 05.09.2023

Abb. 79: HRK 4 - FIFA 23



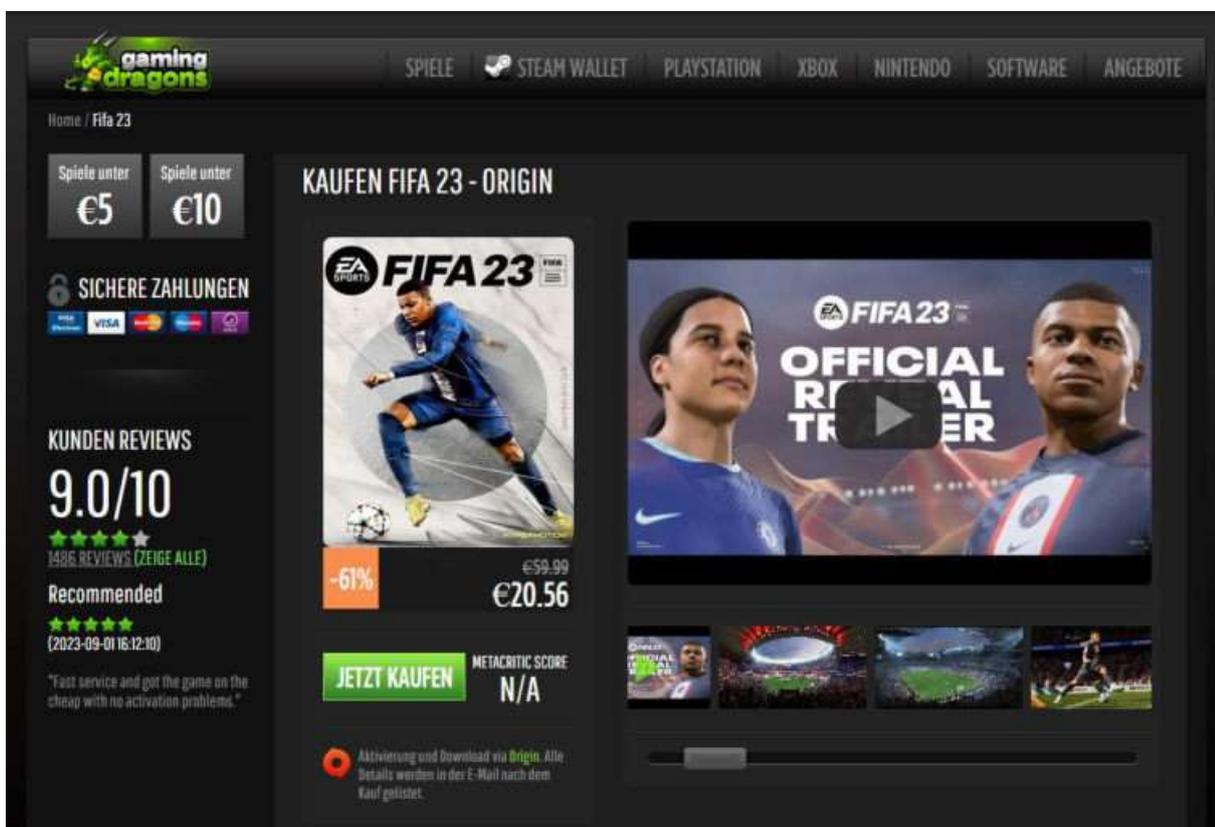
Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/fifa-23-origin>, 05.09.2023

Abb. 80: HRK 5 - FIFA 23



Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/fifa-23-enpl>, 05.09.2023

Abb. 81: gamingdragons - FIFA 23



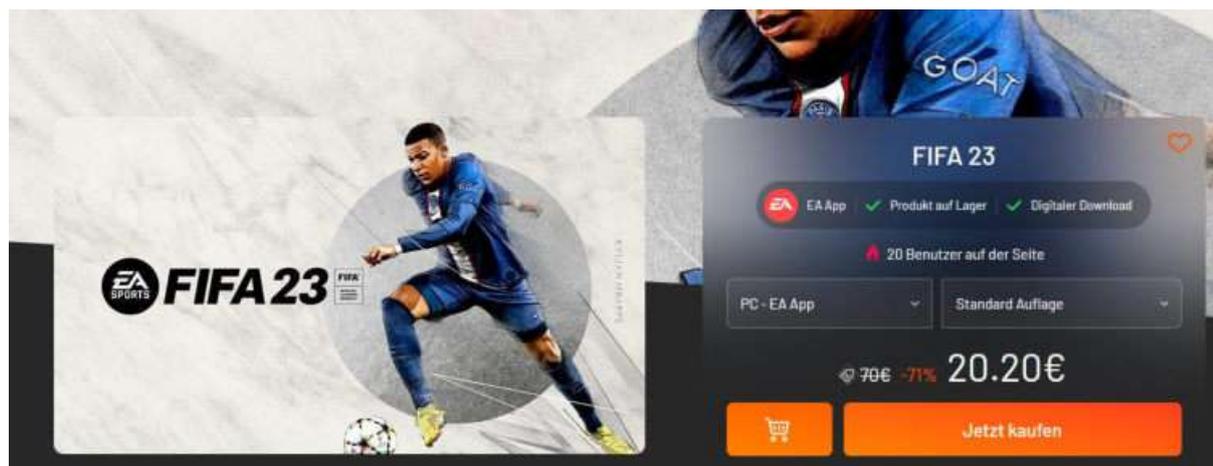
Quelle: <https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-fifa-23-origin-key.html?gmdr=880e9047>, 05.09.2023

Abb. 82: gamivo 1-8 - FIFA 23

| ALLE ANGBOTE (8) | | Sortieren nach: Standard | |
|---|-----------------------------------|--------------------------|--|
| Kinguin 99.31% positives feedback 36579 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €20.16 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €16.13 MIT SMART KAUFEN |
| AllenGameStore 99.78% positives feedback 12771 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €20.40 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €16.32 MIT SMART KAUFEN |
| GameSaloon 99.39% positives feedback 962079 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €20.83 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €16.66 MIT SMART KAUFEN |
| PL digital 99.94% positives feedback 13003 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €21.25 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €17.00 MIT SMART KAUFEN |
| SallyStore 98.45% positives feedback 2916 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €22.80 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €18.24 MIT SMART KAUFEN |
| Lucky Picker 99.70% positives feedback 12801 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €23.81 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €19.05 MIT SMART KAUFEN |
| Cdkglobal 99.80% positives feedback 9234 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €25.33 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €22.04 MIT SMART KAUFEN |
| A-Z Game Shop 99.42% positives feedback 6923 abgeschlossene bestellungen | REGULÄRER PREIS: €38.20 | ZUM WARENKORB HINZUFÜGEN | SMART-PREIS: €33.23 MIT SMART KAUFEN |

Quelle: <https://www.gamivo.com/de/product/fifa-23-pc-origin-global-en-de-fr-it-pl-cs-nl-ja-ko-no-pt-ru-es-sv-tr-zh-da-ar-standard>, 05.09.2023

Abb. 83: instant-gaming - FIFA 23



Quelle: <https://www.instant-gaming.com/de/10545-kaufen-fifa-23-pc-spiel-origin/>, 05.09.2023

2. Forza Horizon 5

Abb. 84: G2A 1-11 - Forza Horizon 5

| | | |
|---|---------|---|
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 38174 | € 33.20 |  |
|  Gamesolution 98% Positives Feedback 269 | € 31.57 |  |
|  Gameservice_365 92% Positives Feedback 121 | € 31.58 |  |
|  Kgamestrade AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 96% Positives Feedback 12240 | € 31.95 |  |
|  Gr8keys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1336 | € 31.99 |  |
|  Stgame AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 2161 | € 33.99 |  |
|  Specialized AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 2792 | € 34.99 |  |
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 6272 | € 41.25 |  |
|  G_z_a_bestseller 100% Positives Feedback 7 | € 44.44 |  |
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 6480 | € 48.26 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1512 | € 62.27 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/forza-horizon-5-xbox-series-x-s-windows-10-xbox-live-key-global-i10000256484025?sid=13256924>, 05.09.2023

Abb. 85: eneba 1 - Forza Horizon 5

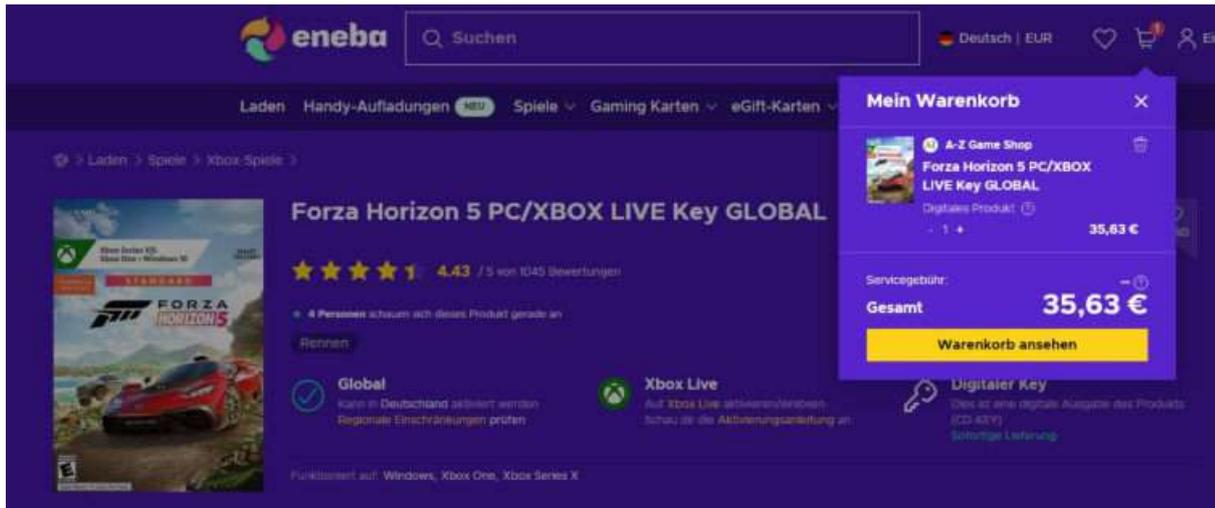


Abb. 86: eneba 2 - Forza Horizon 5

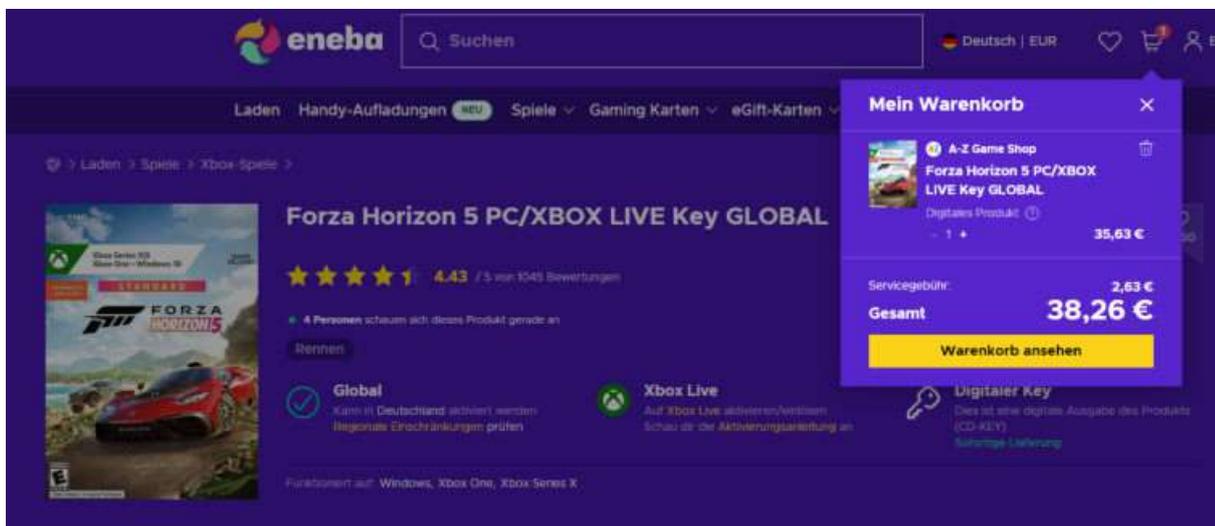


Abb. 87: eneba 3 - Forza Horizon 5

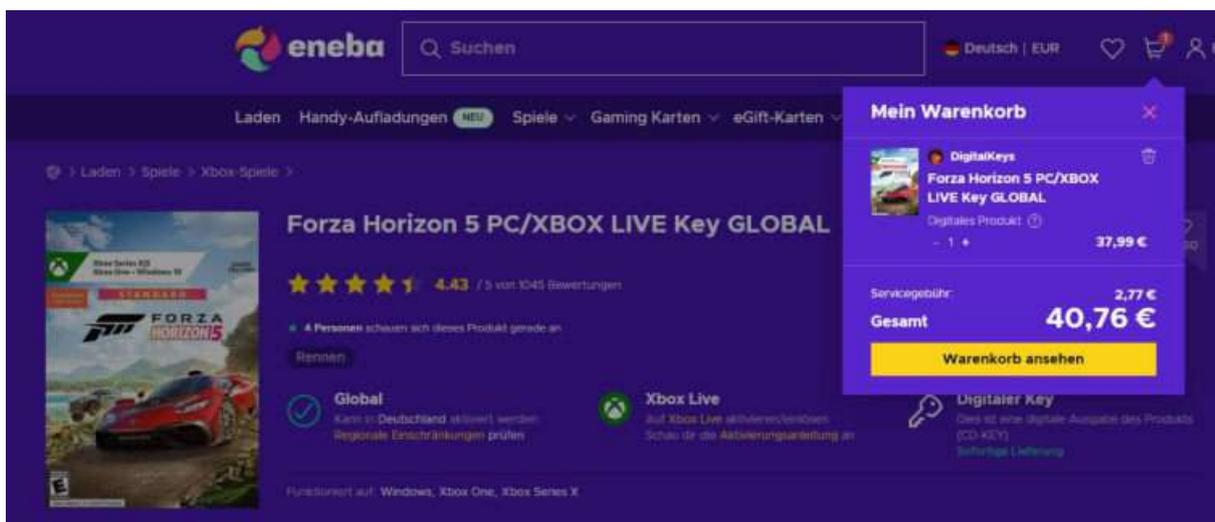


Abb. 88: eneba 4 - Forza Horizon 5

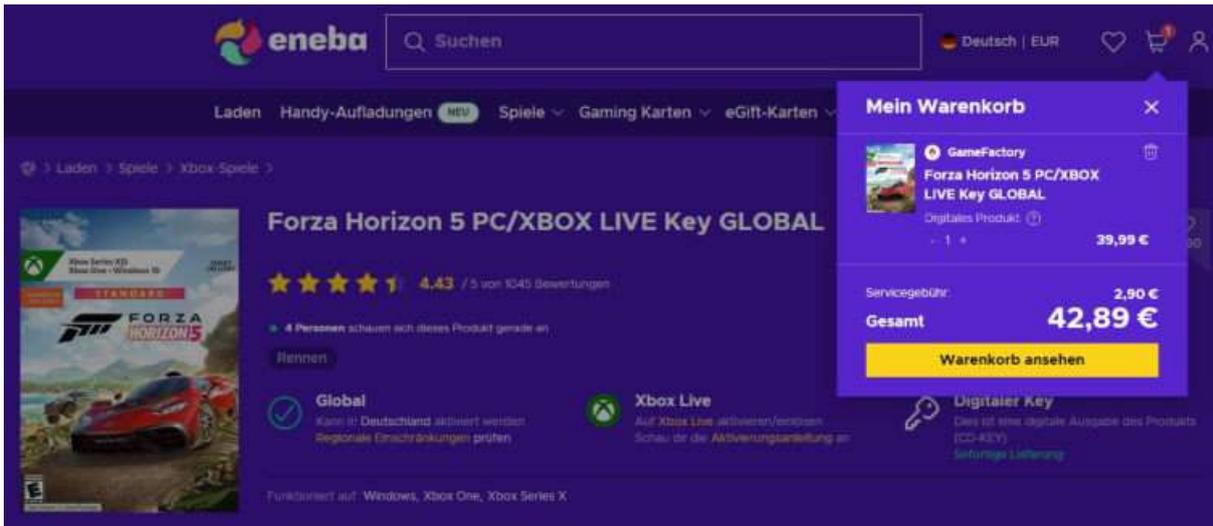


Abb. 89: eneba 5 - Forza Horizon 5

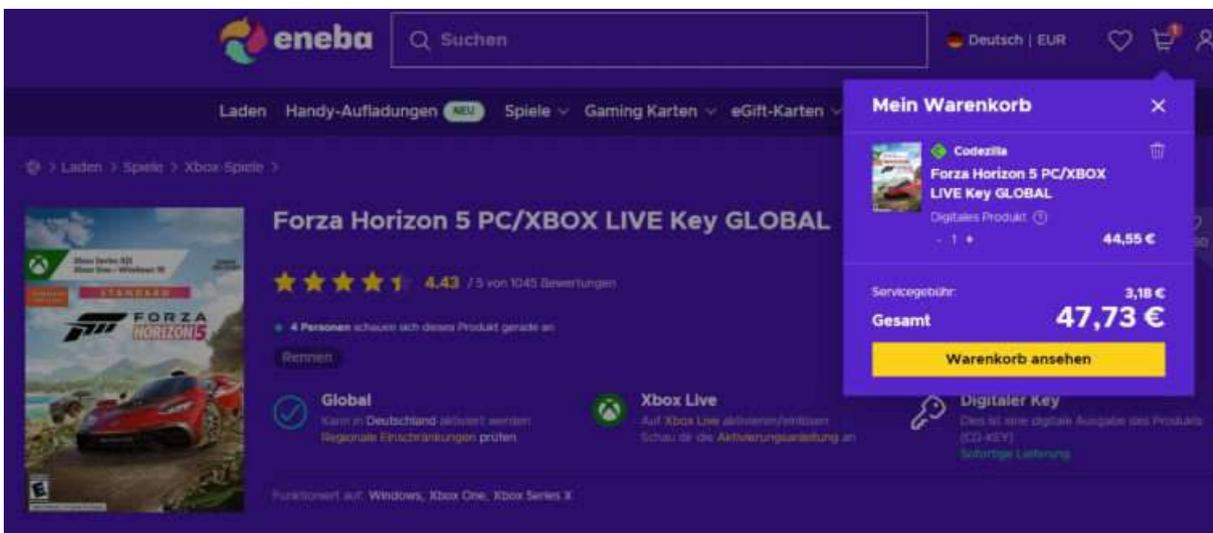


Abb. 90: eneba 6 - Forza Horizon 5

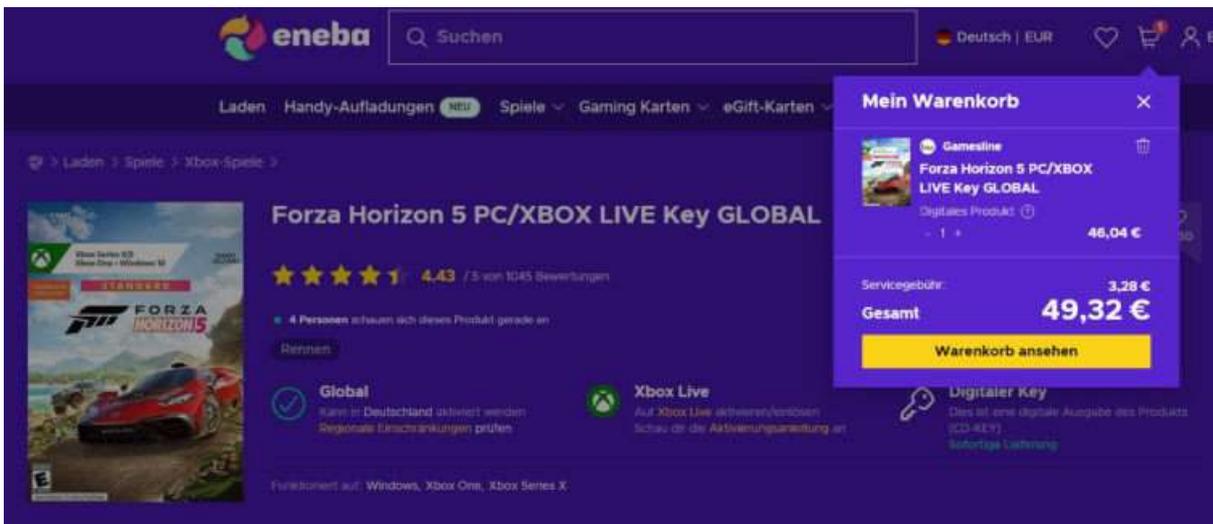


Abb. 91: eneba 7 - Forza Horizon 5

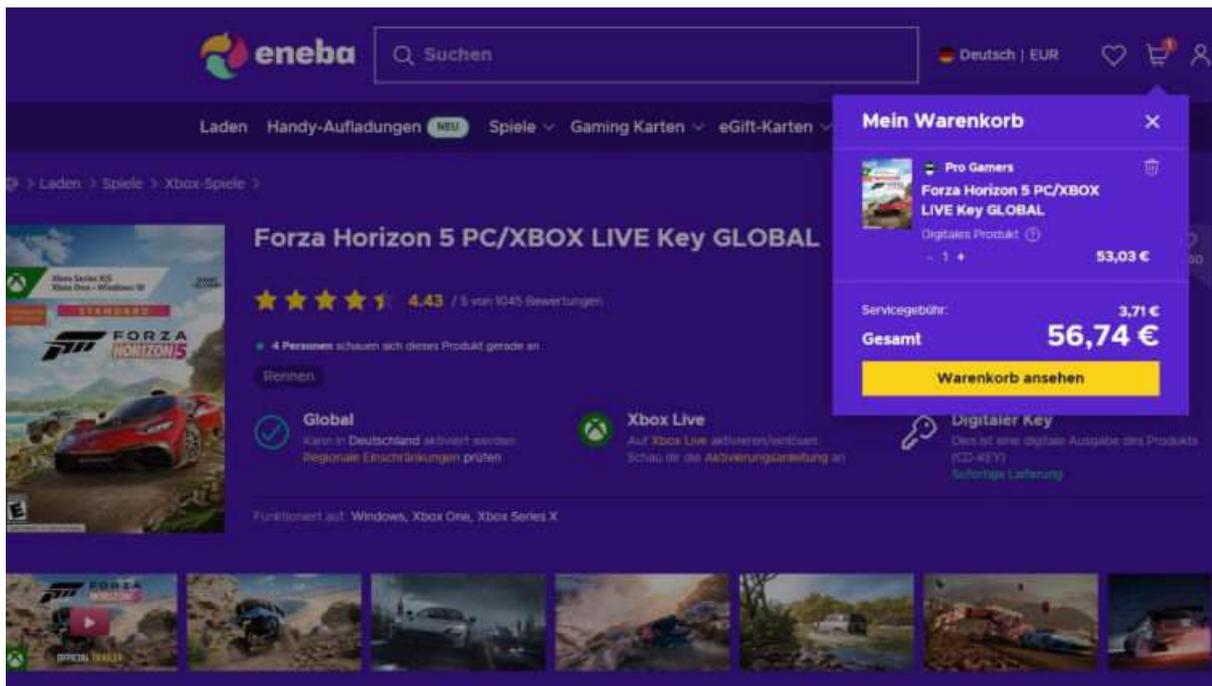
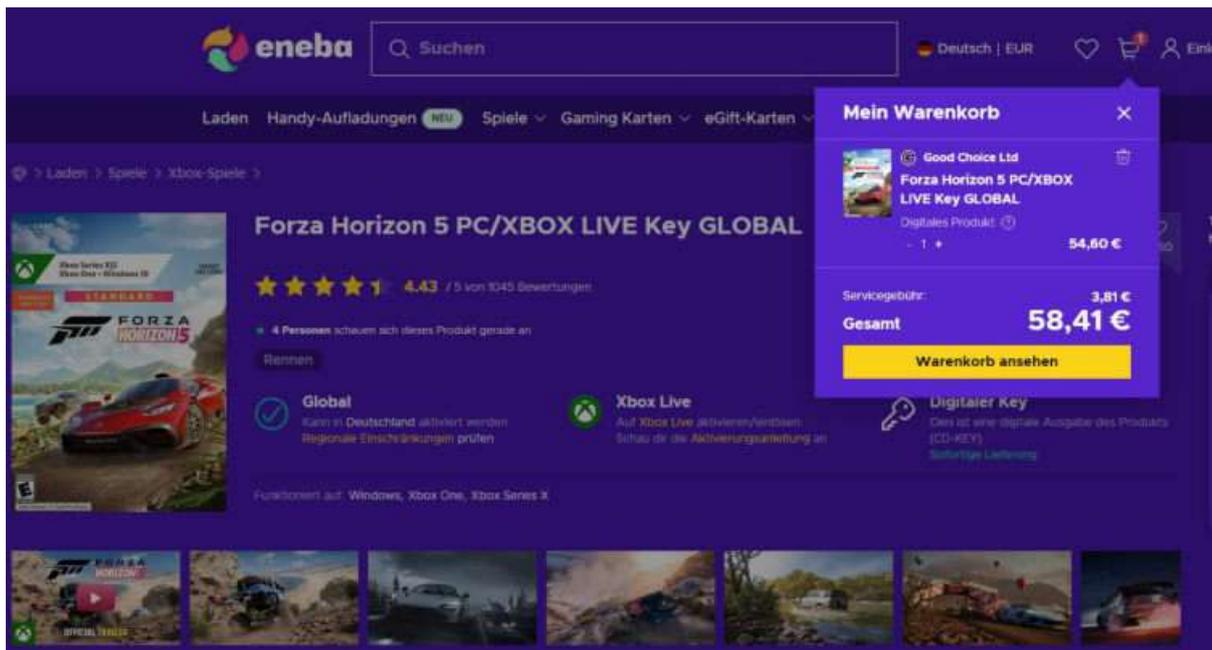


Abb. 92: eneba 8 - Forza Horizon 5



Quelle Abb. 85-92: <https://www.eneba.com/de/xbox-forza-horizon-5-pc-xbox-live-key-global-1>, 05.09.2023

Abb. 93: eneba 9 - Forza Horizon 5

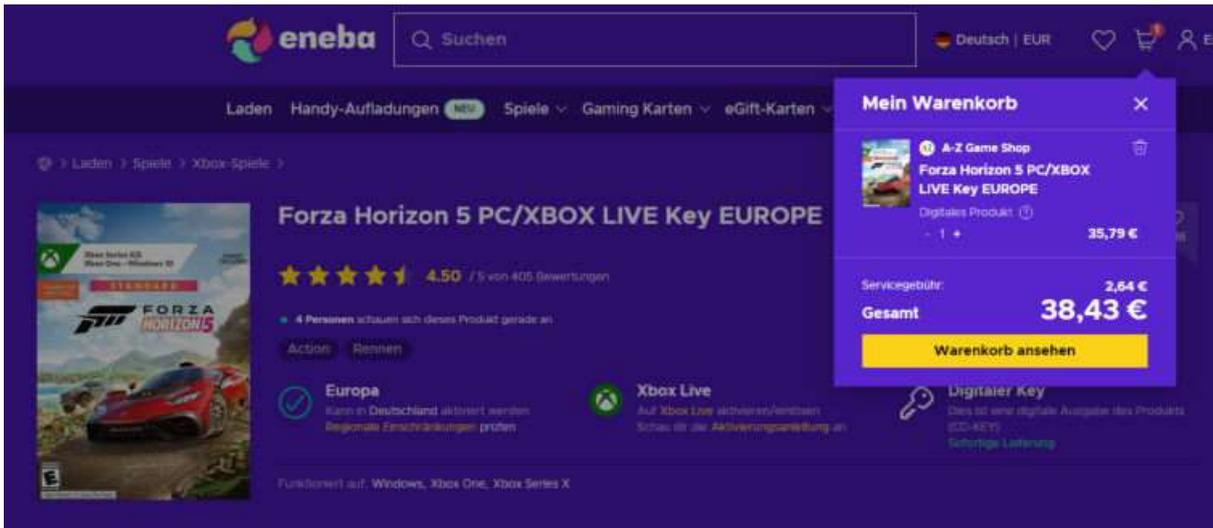


Abb. 94: eneba 10 - Forza Horizon 5



Abb. 95: eneba 11 - Forza Horizon 5

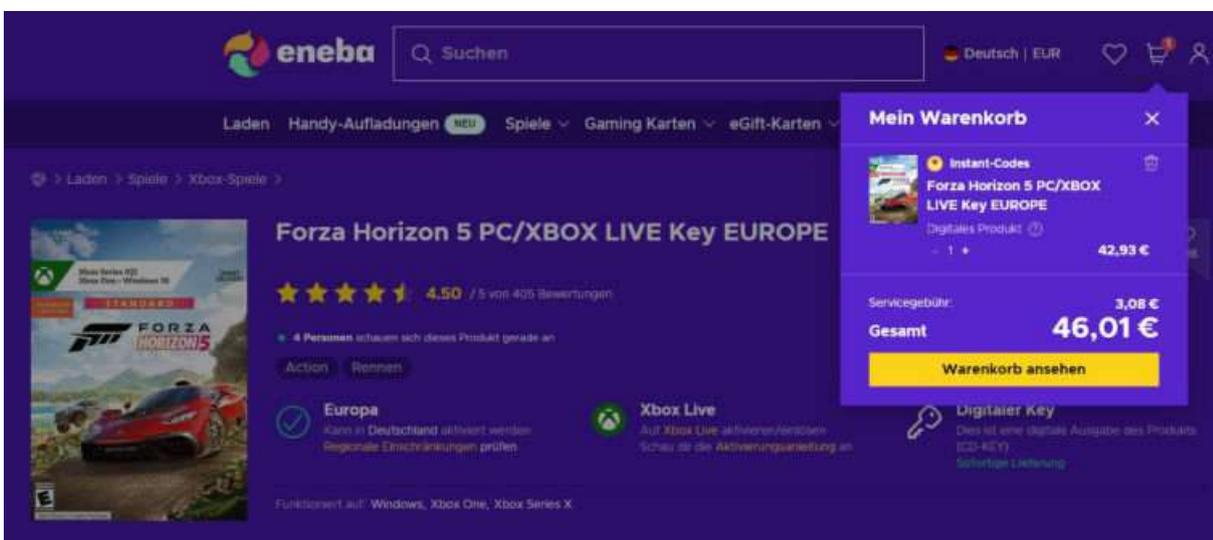


Abb. 96: eneba 12 - Forza Horizon 5

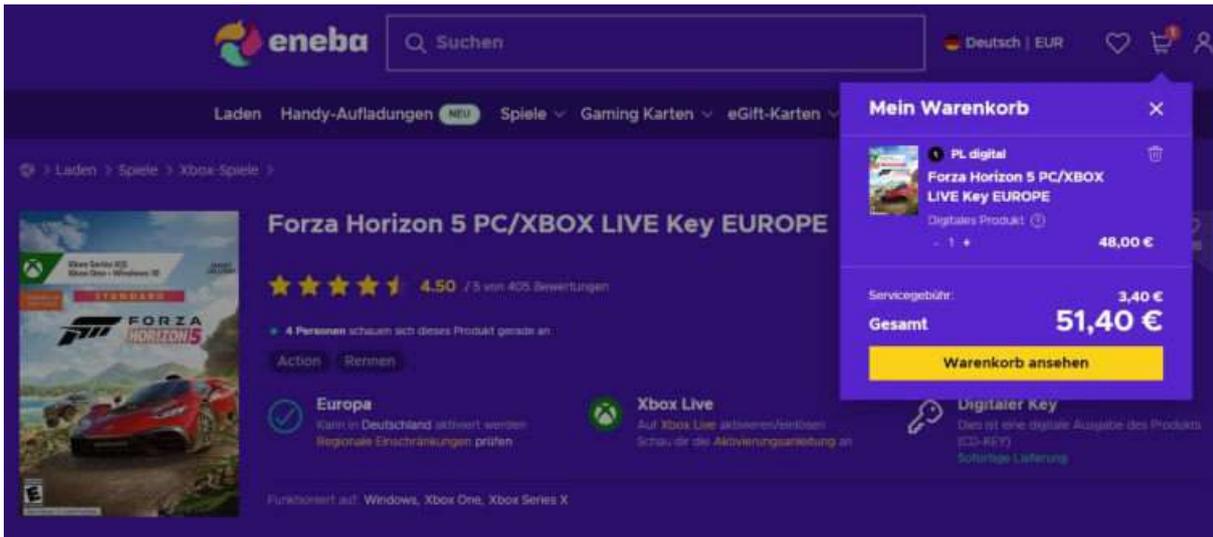


Abb. 97: eneba 13 - Forza Horizon 5

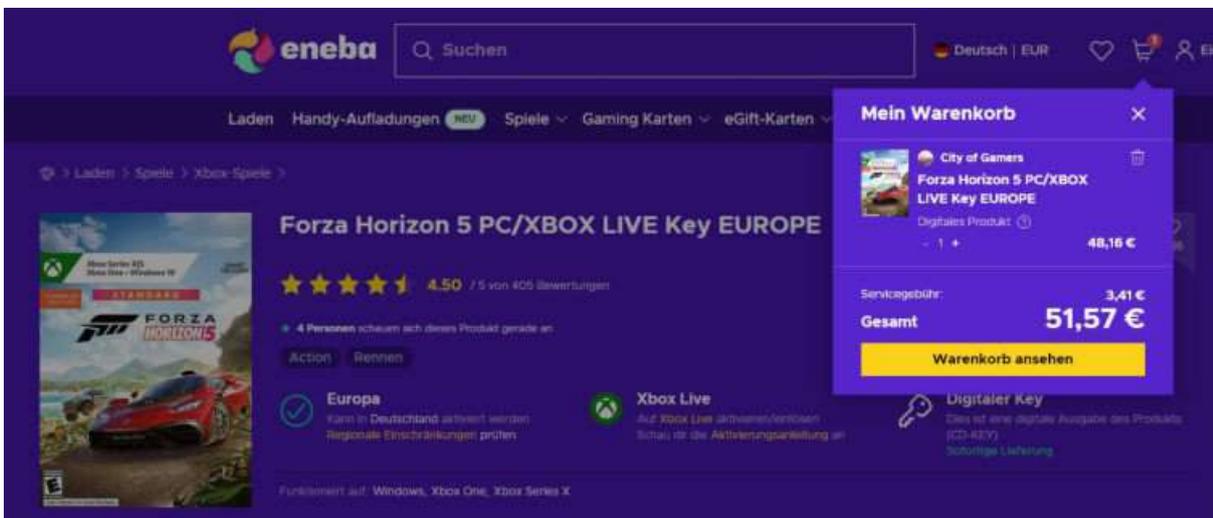


Abb. 98: eneba 14 - Forza Horizon 5

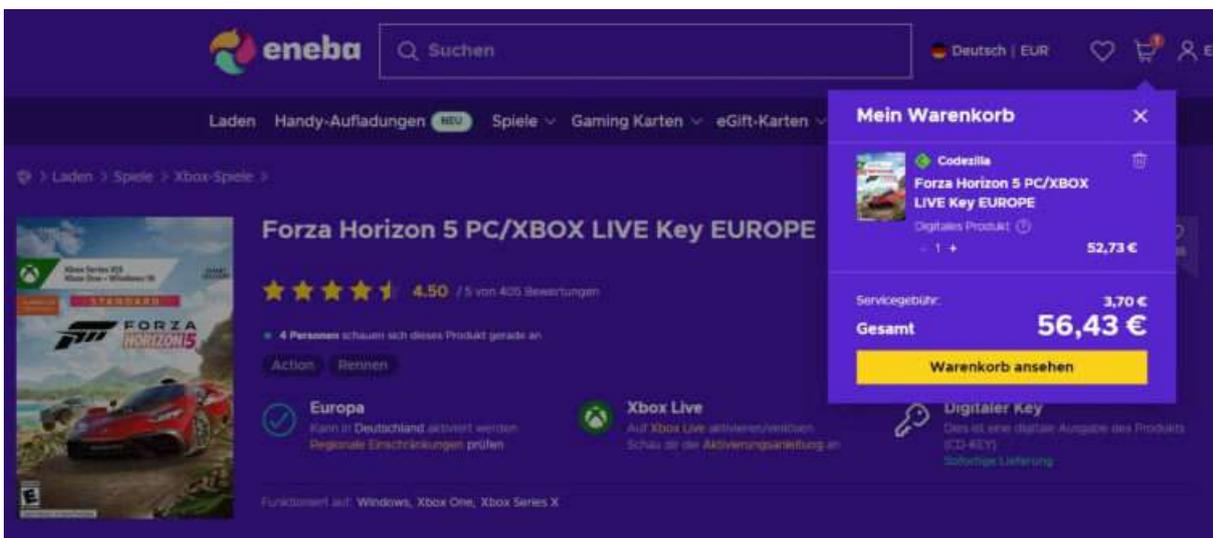
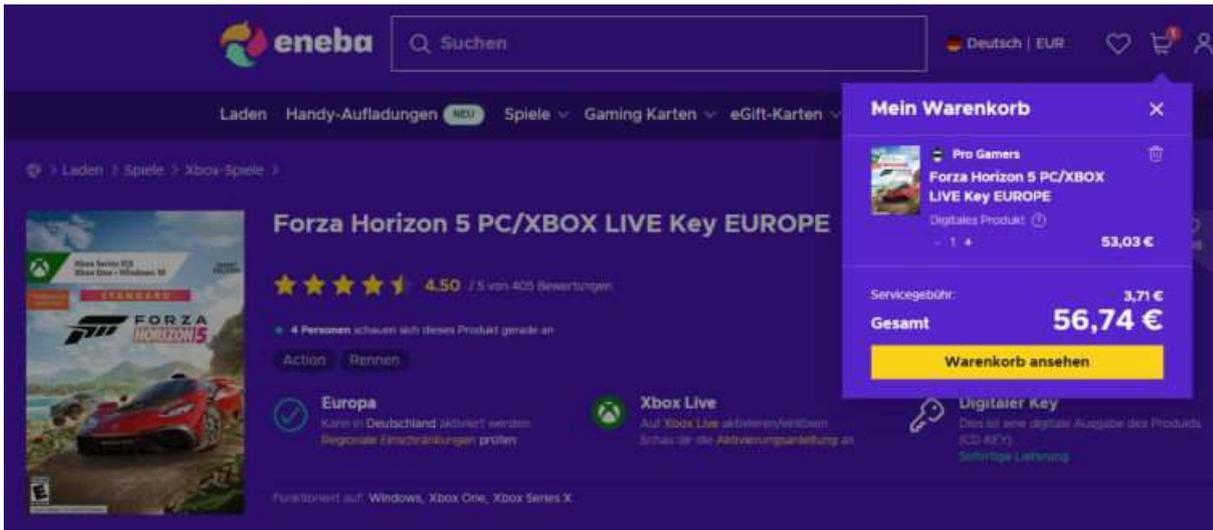
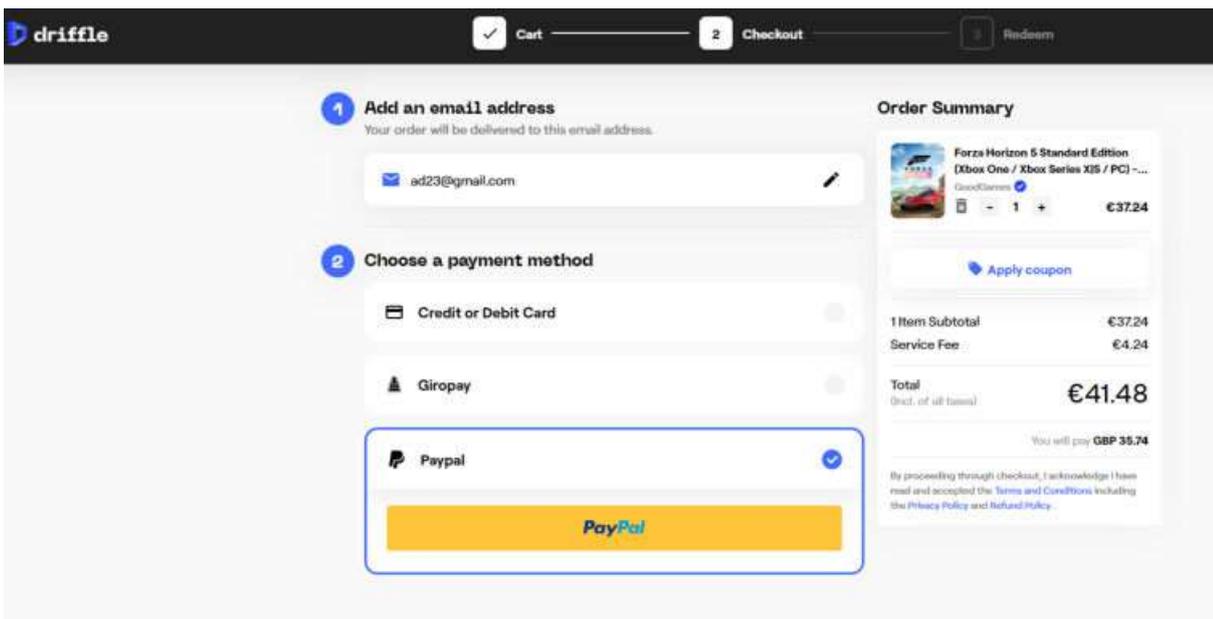


Abb. 99: eneba 15 - Forza Horizon 5



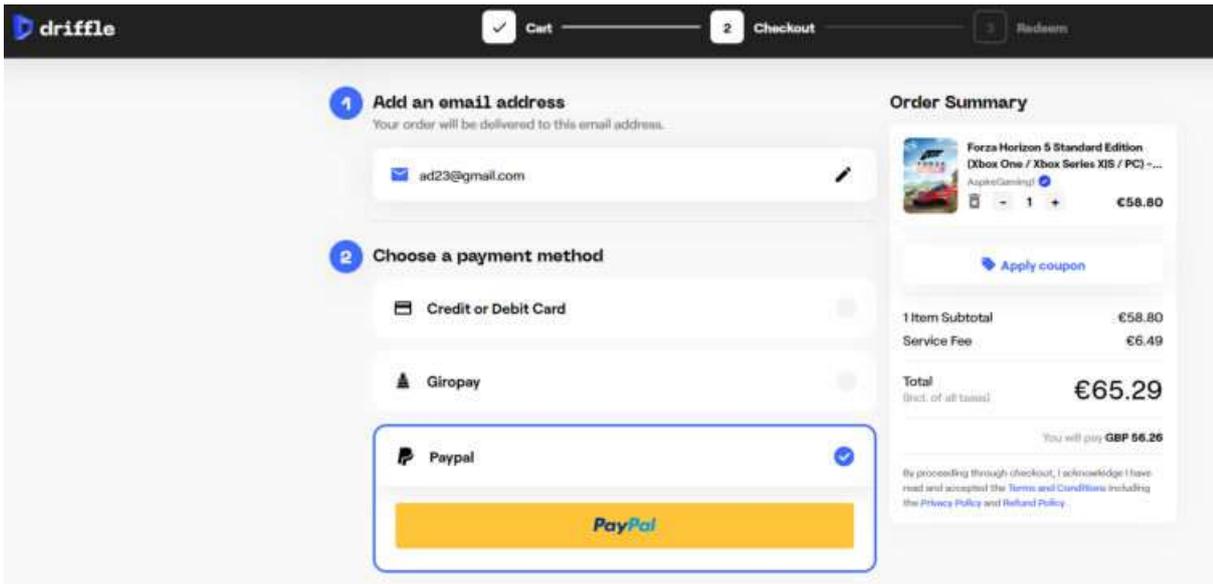
Quelle Abb. 93-99: <https://www.eneba.com/de/xbox-forza-horizon-5-pc-xbox-live-key-europe>, 05.09.2023

Abb. 100: driffle 1 - Forza Horizon 5



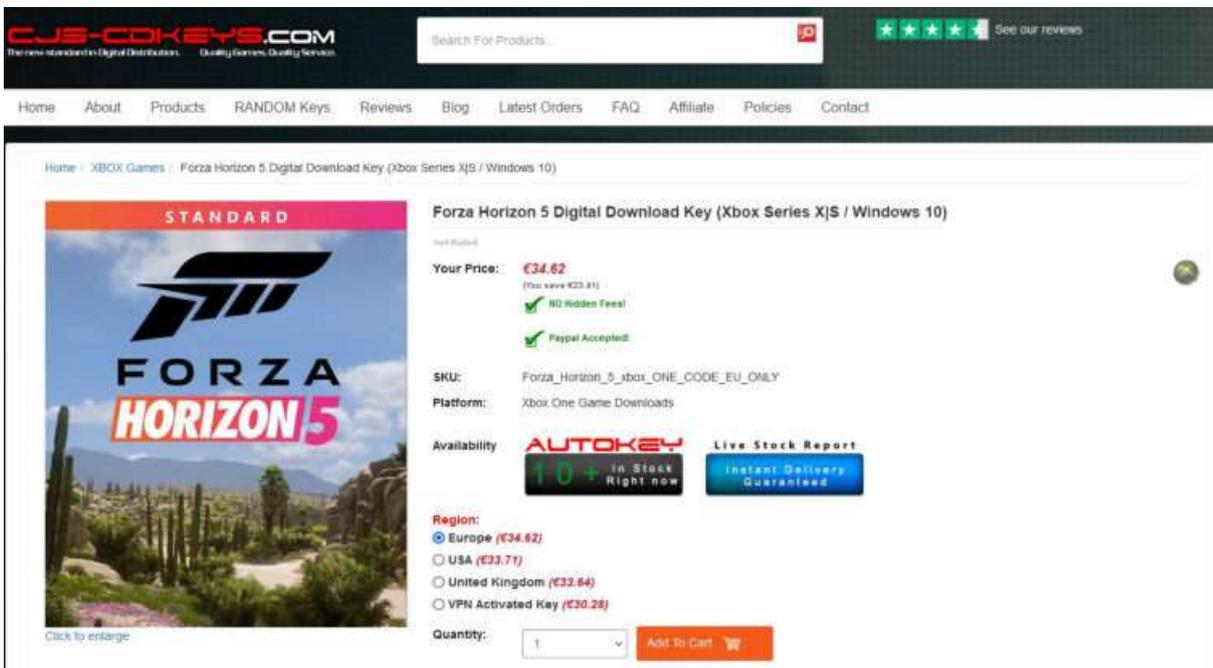
Quelle: https://driffle.com/en/forza-horizon-5-standard-edition-xbox-one-series-x-s-windows-10-cd-key-p197159?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 101: driffle 2 - Forza Horizon 5



Quelle: https://driffle.com/en/forza-horizon-5-standard-edition-xbox-one-series-x-s-windows-10-cd-key-p197159?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 102: cjs-cdkeys - Forza Horizon 5



Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/Forza-Horizon-5-Digital-Download-Key-%28Xbox-Series-X%7CS-%7B47%7D-Windows-10%29.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 103: royalcdkeys - Forza Horizon 5



Quelle: https://royalcdkeys.com/products/forza-horizon-5-xbox-live-cd-key?variant=39720878473353&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 104: livecards.net - Forza Horizon 5



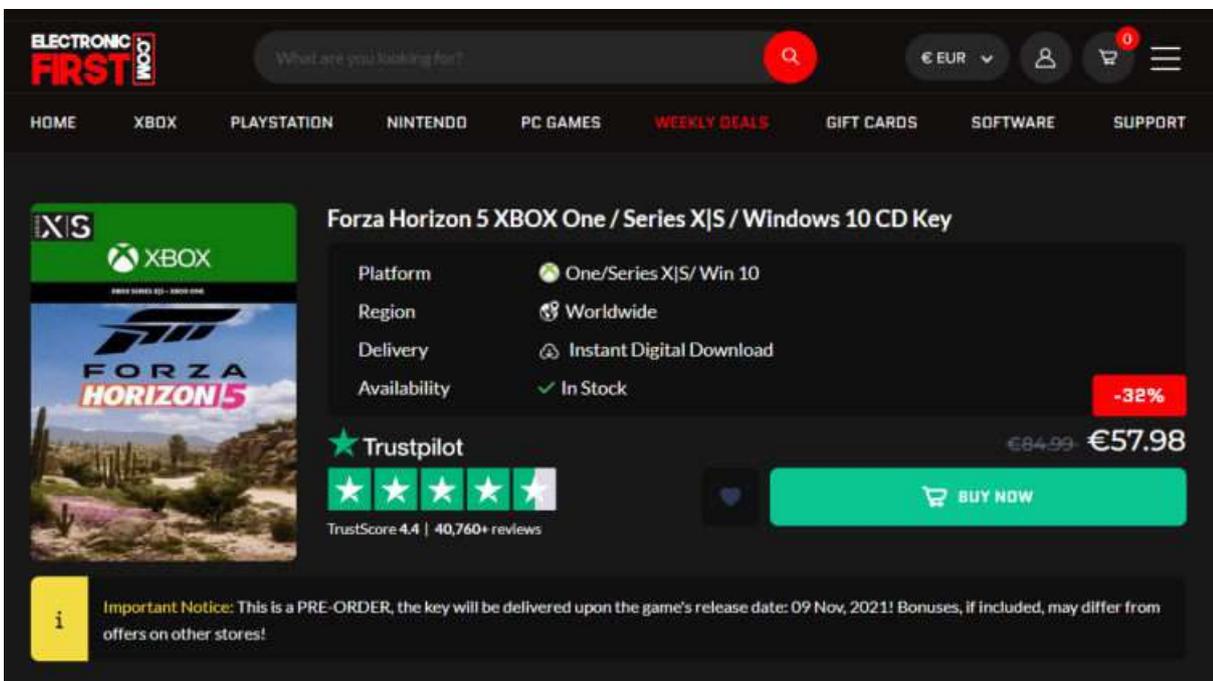
Quelle: https://livecards.net/de/forza-horizon-5-xbox-pc/afd/allkeyshopde/EUR?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 105: punktID - Forza Horizon 5



Quelle: https://punktid.com/forza-horizon-5-xboxwin10?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 106: electronicfirst - Forza Horizon 5



Quelle: https://www.electronicfirst.com/forza-horizon-5-xbox-one-series-xs-windows-10-cd-key?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 107: dreamgame - Forza Horizon 5



Quelle: https://www.dreamgame.com/de/forza-horizon-5-standard-edition?affiliate=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 108: Amazon - Forza Horizon 5



Quelle: https://www.amazon.de/-/en/G7Q-00128/dp/B09DG7WBLB/?tag=aks07a-21&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam&th=1, 05.09.2023

Abb. 109: CDKeys - Forza Horizon 5

The screenshot shows the CDKeys website interface for the product 'FORZA HORIZON 5 XBOX ONE/XBOX SERIES X|S/PC (EU & UK)'. The page features a dark theme with a prominent product image on the left. To the right, there are filters for 'PLATFORMS (4)' (set to 'XBOX SERIES X|S (EU)') and 'VALUE (3)' (set to 'STANDARD'). A 'REVIEWED' section shows a 93% rating. The price is displayed as €33.59, marked down from €69.99 (-52%). A 'BUY NOW' button and a 'PayPal' button are visible. Below the price, there are four checkmarks indicating: 'CAN ACTIVATE IN GERMANY', 'CURRENTLY IN STOCK', 'CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY', and 'REGISTER OR LOG-IN TO EARN 29 CDKoins WITH THIS PURCHASE'. At the bottom, a table lists platform, developer (PLAYGROUND GAMES), release date (09 NOV 2021), publisher (XBOX GAME STUDIOS), delivery (INSTANT DELIVERY), and language options (English, German, French, Spanish).

Quelle: https://www.cdkeys.com/forza-horizon-5-xbox-one-xbox-series-x-s-pc-eu?__currency=eur&irclid=Vgk3Eg1nSxyPWGOXAL0a9UPgUkFUdq3PV2t-Us0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=simplekey&irgwc=1, 05.09.2023

Abb. 110: kinguin 1-5 - Forza Horizon 5

The screenshot displays a section titled 'ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER' with a 'GERINGSTER PREIS €38.17' highlighted. It lists five different sellers with their respective ratings and prices:

| Seller | Rating | Price (€) |
|-----------------------------------|--|-----------|
| Verkauft von Dalemy | 99.49% von 6692 Bewertungen sind ausgezeichnet | €38.17 |
| Verkauft von GameCrew | 99.37% von 438335 Bewertungen sind ausgezeichnet | €39.83 |
| Verkauft von A-Z Game Shop | 99.88% von 434614 Bewertungen sind ausgezeichnet | €41.35 |
| Verkauft von USA Software & Games | 97.89% von 130060 Bewertungen sind ausgezeichnet | €46.42 |
| Verkauft von bestchoice | 100% von 997 Bewertungen sind ausgezeichnet | €56.38 |

Quelle: <https://www.kinguin.net/category/101916/forza-horizon-5-standard-edition-xbox-one-windows-10-cd-key?currency=EUR&noff=1&nosalesbooster=1&r=simplekey>, 05.09.2023

Abb. 111: kinguin 6-10 - Forza Horizon 5

| | | |
|--|-------|--------|
| Verkauft von MonKeys 95.34% von 112446 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €38.73 |
| Verkauft von MGG Studio 94.67% von 173872 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €40.28 |
| Verkauft von Codezilla 89.67% von 27440 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €46.40 |
| Verkauft von USA Software & Games 97.89% von 130060 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €46.42 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 99.88% von 434614 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €56.25 |

Abb. 112: kinguin 11 - Forza Horizon 5

| | | |
|---|-------|--------|
| Verkauft von bestchoice 100% von 997 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €57.00 |
|---|-------|--------|

Quelle Abb. 111-112: <https://www.kinguin.net/category/101401/forza-horizon-5-standard-edition-xbox-one-series-x-s-windows-10-cd-key?currency=EUR&noff=1&nosalesbooster=1&r=simplekey>, 05.09.2023

Abb. 113: HRK 1 - Forza Horizon 5

The screenshot shows the HRK website interface. At the top, there is a navigation bar with the HRK logo, a search bar, and links for EN, EUR, Log In, and a Basket icon. Below the navigation bar, there are menu items for Home, PC Games, PlayStation, Xbox, Nintendo, Cards, Software, More, and Support. The main content area is titled 'Forza Horizon 5 EUROPE' and includes a star rating of 5 stars, a 'Write Review' button, and an 'Add to Wishlist' button. A large video player shows a blue off-road vehicle in a desert landscape. To the right of the video player, there is a product image of the Forza Horizon 5 game box, a price tag showing €50.82 (15% off from €59.99), and a green 'Buy Now' button. Below the price tag, there is a 'Region' selector with buttons for EU, Global, and US. At the bottom of the product area, a warning message states: 'Warning! This product is region locked and it CAN be activated ONLY in Europe!'.

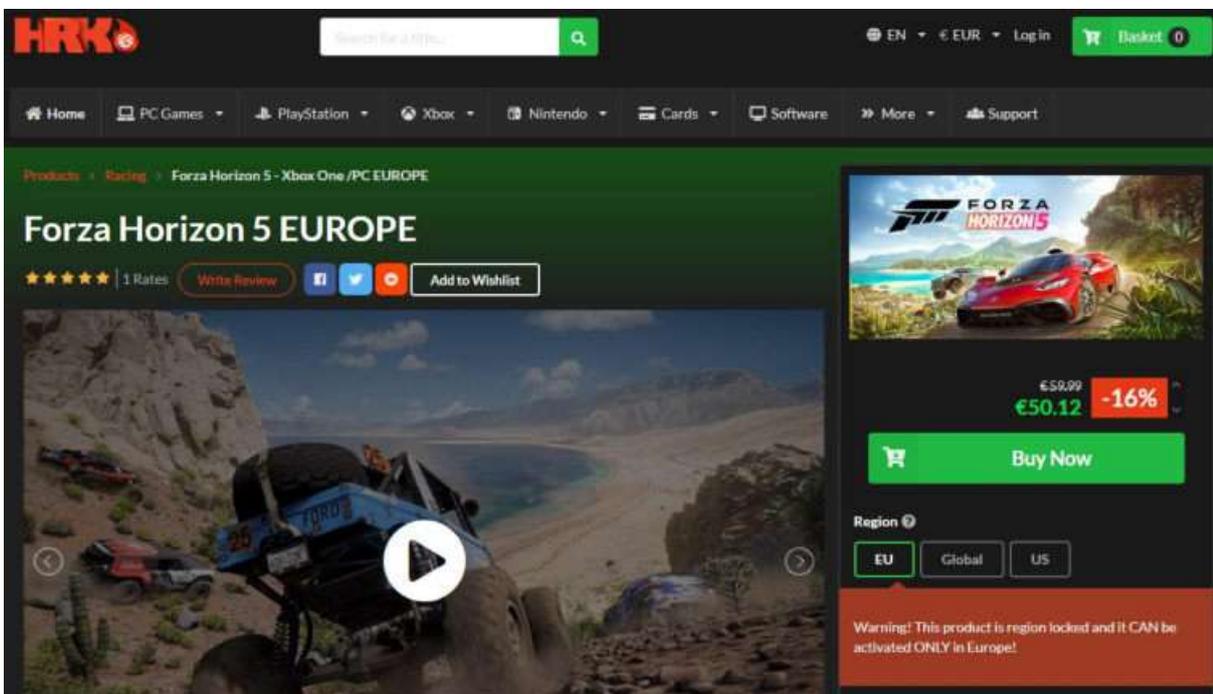
Quelle: <https://www.hrkgame.com/en/games/product/forza-horizon-5-xbox-one-pc-europe>, 05.09.2023

Abb. 114: HRK 2 - Forza Horizon 5



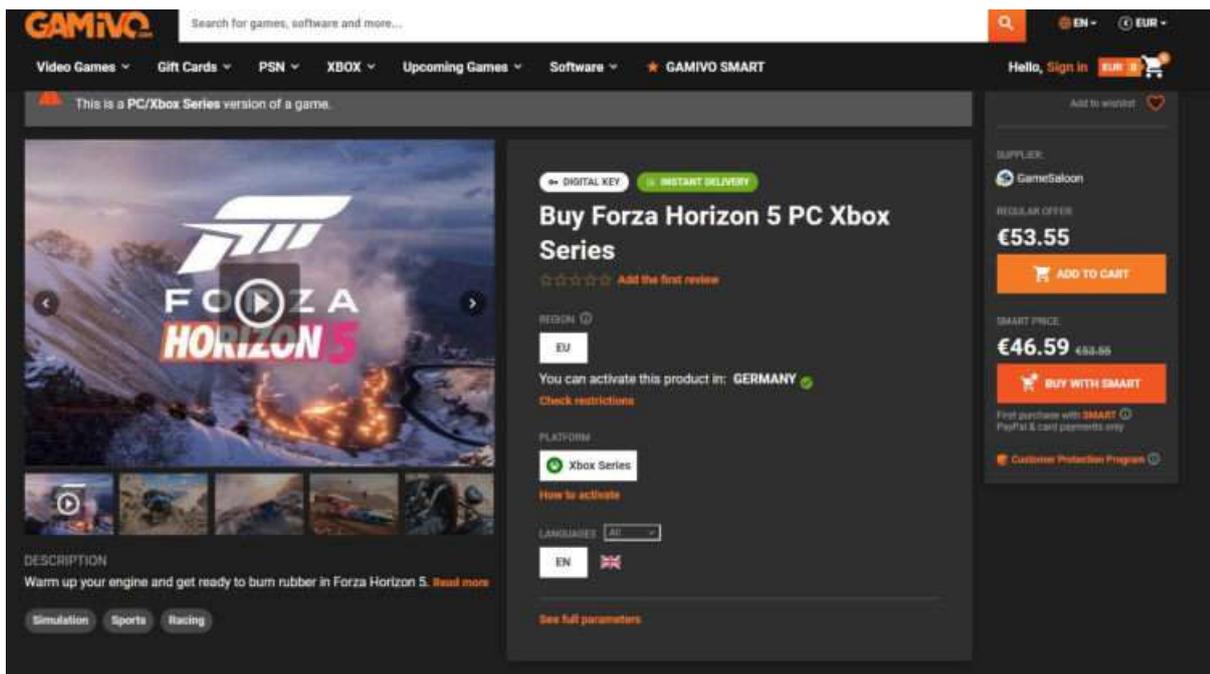
Quelle: <https://www.hrkgame.com/en/games/product/forza-horizon-5-xbox-series-x-pc-europe>, 05.09.2023

Abb. 115: HRK 3 - Forza Horizon 5



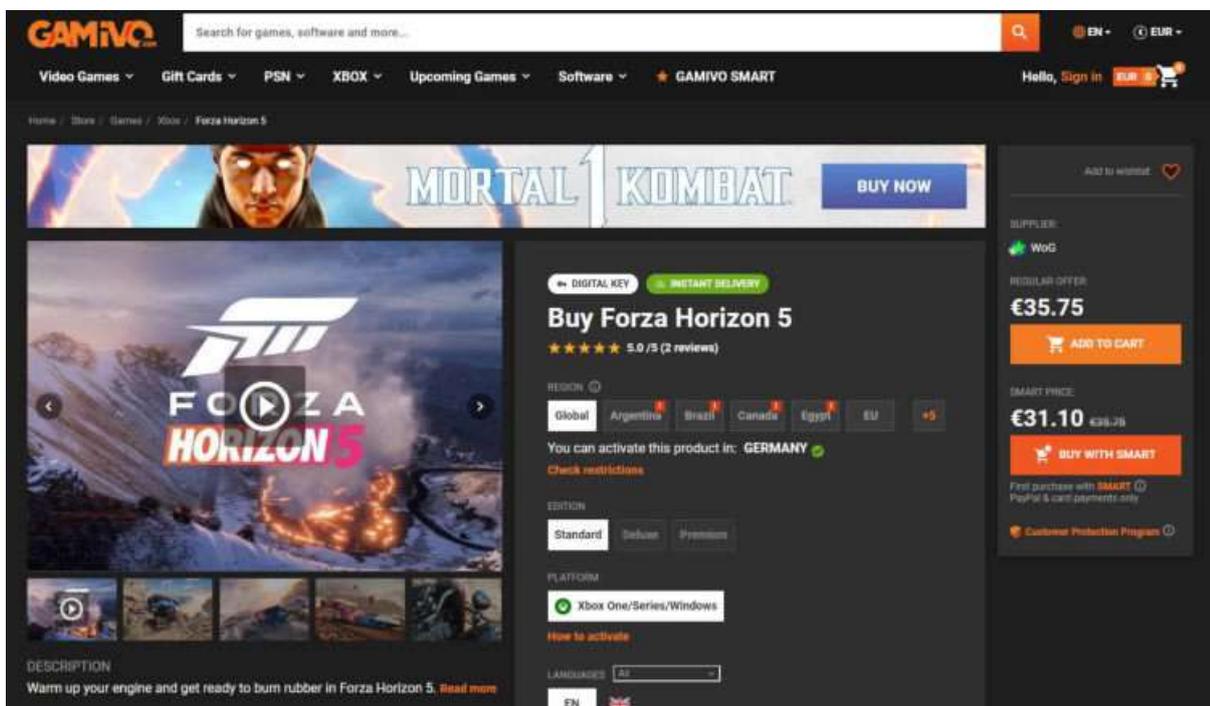
Quelle: <https://www.hrkgame.com/en/games/product/forza-horizon-5-xbox-one-pc-europe>, 05.09.2023

Abb. 116: gamivo 1 - Forza Horizon 5



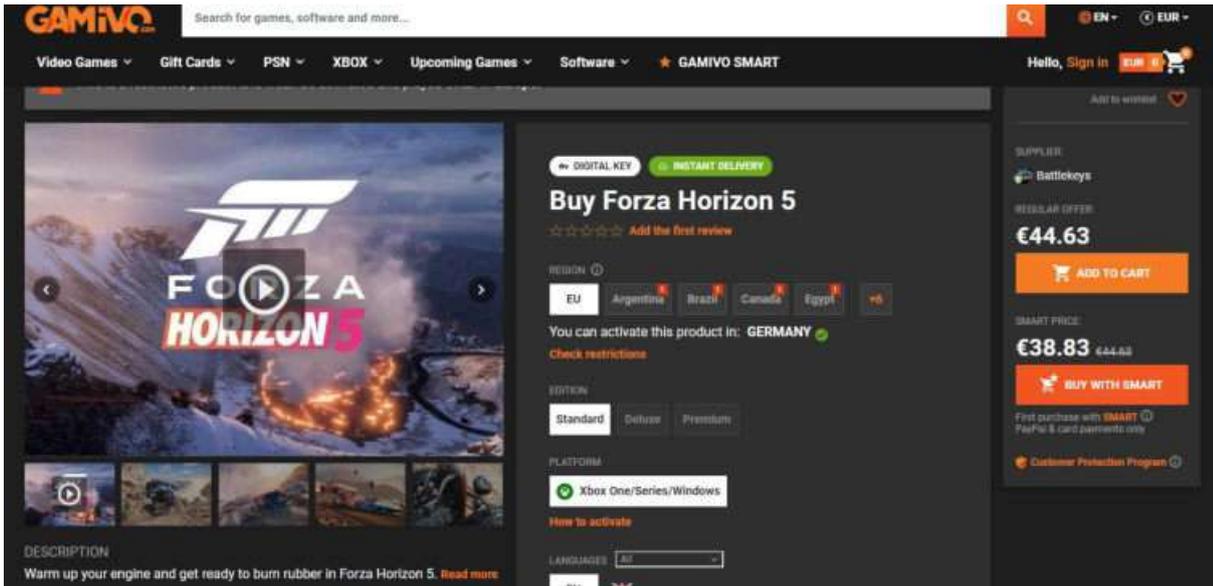
Quelle: <https://www.gamivo.com/product/forza-horizon-5-eu-xseries-pc?glv=4hyn8yi8>, 05.09.2023

Abb. 117: gamivo 2 - Forza Horizon 5



Quelle: <https://www.gamivo.com/product/forza-horizon-5-xbox>, 05.09.2023

Abb. 118: gamivo 3 - Forza Horizon 5



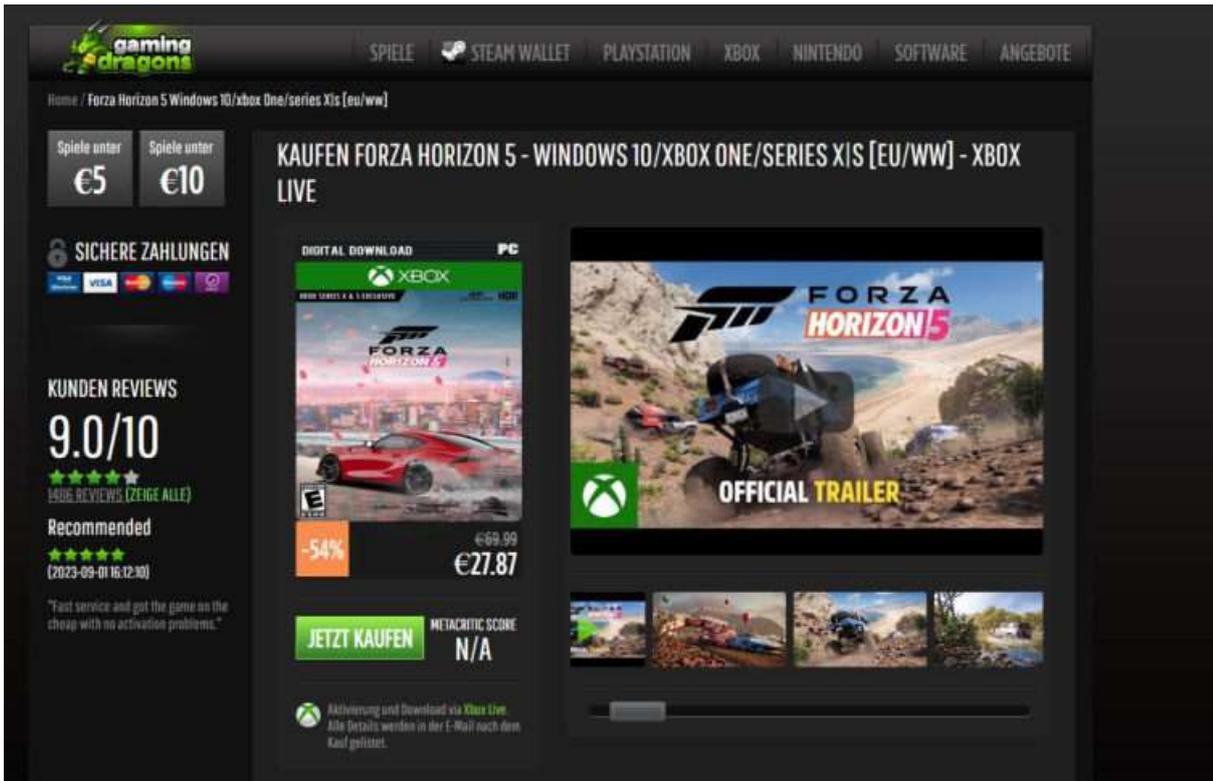
Quelle: <https://www.gamivo.com/product/forza-horizon-5-eu-xbox>, 05.09.2023

Abb. 119: MMOGA - Forza Horizon 5



Quelle: <https://www.mmoga.com/Xbox-Live/Xbox-One-Game-Keys/Forza-Horizon-5-Windows-PC-or-Xbox-One-Series-XS-Download-Code.html?ref=49497>, 05.09.2023

Abb. 120: gamingdragons - Forza Horizon 5



Quelle: <https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-forza-horizon-5-windows-10-xbox-series-x-s-code-2.html?gmdr=03d0c73a>, 05.09.2023

Abb. 121: K4G 1-3 - Forza Horizon 5



Quelle: <https://k4g.com/product/forza-horizon-5-xbox-live-europe-standard-edition-cd-key-7D10FC16#offers>, 05.09.2023

Abb. 122: K4G 4-8 - Forza Horizon 5

| Seller | Current Price (EUR) | VIP Price (EUR) | VIP Discount (%) |
|----------------|---------------------|-----------------|------------------|
| EgameTrading | 34.20 | 31.46 | -47% |
| Gaming Network | 45.90 | 43.15 | -28% |
| AquiPago | 46.09 | 43.32 | -27% |
| Good_Choice | 46.30 | 43.52 | -27% |
| WestCodes | 50.25 | 47.74 | -20% |

Quelle: <https://k4g.com/product/forza-horizon-5-xbox-live-global-standard-edition-cd-key-0E30F32D>, 05.09.2023

3. Terraria

Abb. 123: kinguin 1-5 - Terraria

| Seller | Rating | Price (EUR) |
|---------------|------------------------------|-------------|
| Rarely Smile | 99.59% (161587 Bewertungen) | €2.84 |
| Global Games | 98.76% (2573503 Bewertungen) | €2.86 |
| PossibleStore | 99.37% (27583 Bewertungen) | €2.89 |
| BiGoFish | 99.40% (1600 Bewertungen) | €2.93 |
| ICE_GOLD | 99.04% (84044 Bewertungen) | €3.12 |

Abb. 124: kinguin 5-9 - Terraria

The screenshot shows the Kinguin website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Suche...' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for a shopping cart, a user profile, and the text 'Anmelden'. Below the navigation bar, the main content area is titled 'ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €2.84'. It lists four offers from different sellers:

| Verkäufer | Bewertung | Preis |
|----------------------|--|-------|
| USA Software & Games | 97.48% von 130632 Bewertungen sind ausgezeichnet | €4.11 |
| Xram | 99.64% von 59967 Bewertungen sind ausgezeichnet | €4.32 |
| Ziespin Shop | 100% von 1624 Bewertungen sind ausgezeichnet | €4.99 |
| world4games | 98.23% von 192779 Bewertungen sind ausgezeichnet | €5.18 |

Quelle Abb. 123-124: https://www.kinguin.net/category/700/terraria-steam-gift/?currency=EUR&discount=AKS12&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 05.09.2023

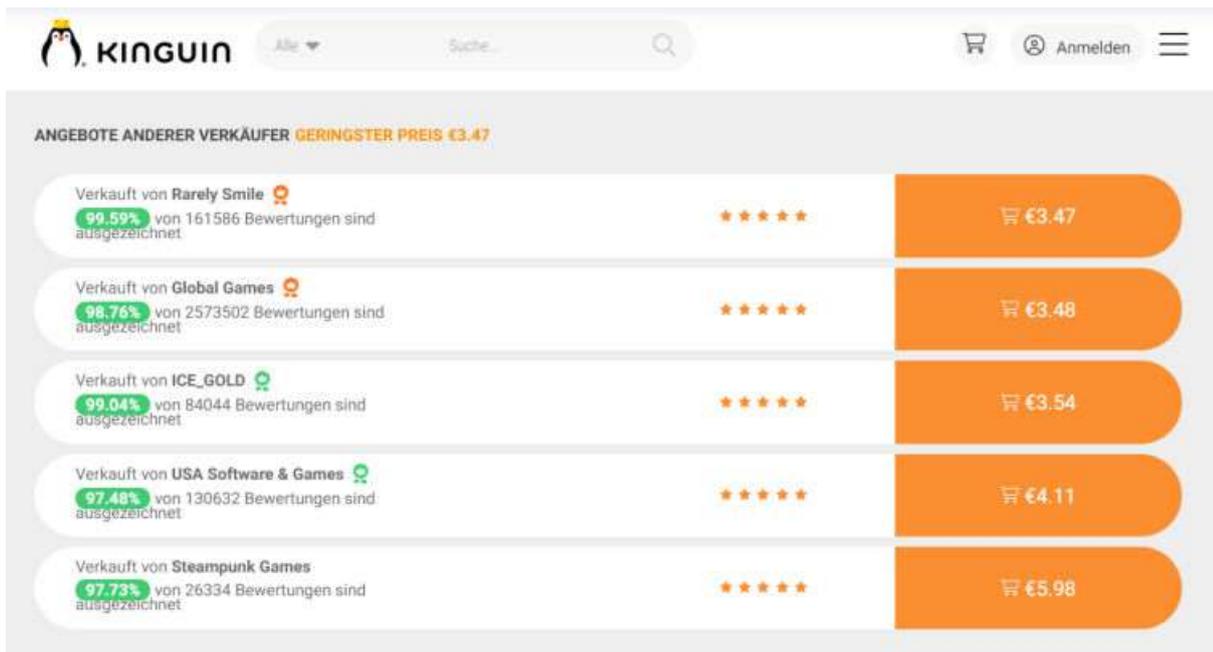
Abb. 125: kinguin 10-14 - Terraria

The screenshot shows the Kinguin website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Suche...' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for a shopping cart, a user profile, and the text 'Anmelden'. Below the navigation bar, the main content area is titled 'ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €3.23'. It lists five offers from different sellers:

| Verkäufer | Bewertung | Preis |
|---------------|---|-------|
| Rarely Smile | 99.59% von 161586 Bewertungen sind ausgezeichnet | €3.23 |
| Global Games | 98.76% von 2573502 Bewertungen sind ausgezeichnet | €3.25 |
| PossibleStore | 99.37% von 27582 Bewertungen sind ausgezeichnet | €3.28 |
| BiGoFish | 99.40% von 1600 Bewertungen sind ausgezeichnet | €3.33 |
| ICE_GOLD | 99.04% von 84044 Bewertungen sind ausgezeichnet | €3.54 |

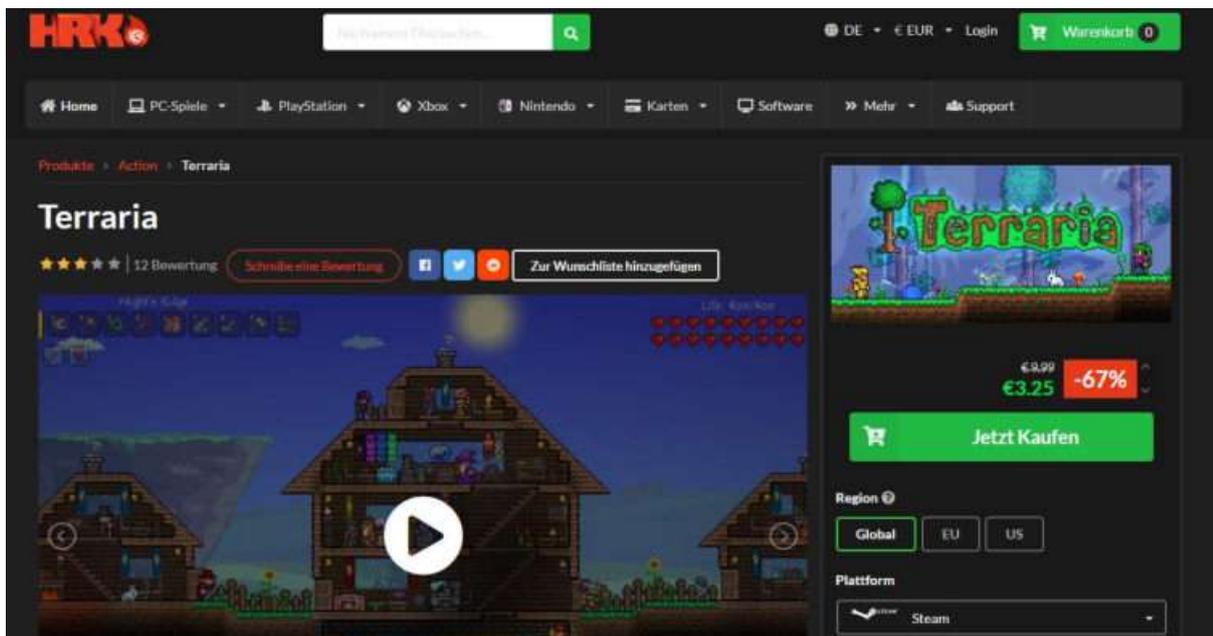
Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/700/terraria-steam-gift>, 05.09.2023

Abb. 126: kinguin 14-19 - Terraria



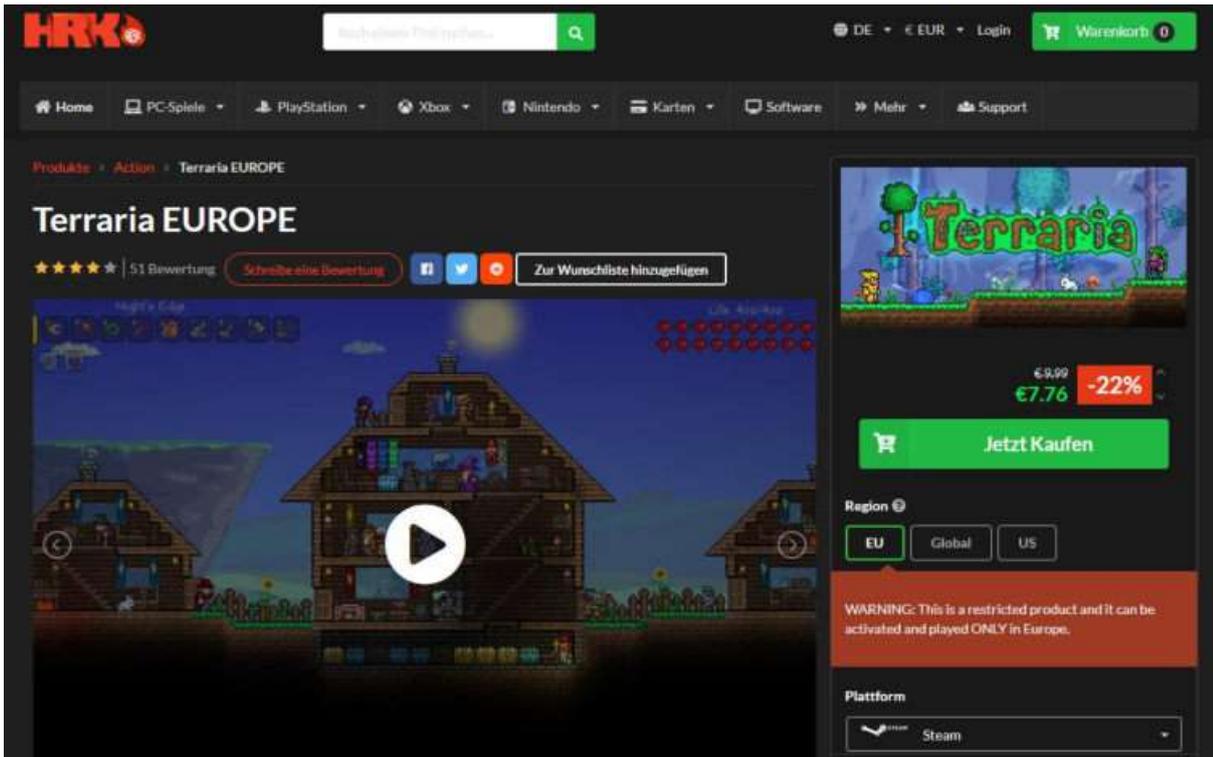
Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/65388/terraria-eu-steam-gift>, 05.09.2023

Abb. 127: HRK 1 - Terraria



Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/terraria-global?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 128: HRK 2 - Terraria



Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/terraria>, 05.09.2023

Abb. 129: gamivo 1-11 - Terraria

The screenshot displays the Gamivo website interface for the product 'Terraria'. The page is organized into several sections:

- Header:** Includes the Gamivo logo, a search bar, and navigation links for 'EN' and 'EUR'.
- PROMOTED OFFERS (2):** A section highlighting two featured products:
 - Smart Games:** 98.82% positive feedback, 67450 completed orders. Regular price: €4.79, Smart price: €3.11.
 - World_Of_Games:** 98.36% positive feedback, 14841 completed orders. Regular price: €4.78, Smart price: €3.11.
- ALL OFFERS (9):** A section listing nine other products, each with a 'Sort by: Default' dropdown menu:
 - Smart Games:** 98.82% positive feedback, 67450 completed orders. Regular price: €3.19, Smart price: €2.07.
 - Playtime:** 99.59% positive feedback, 579293 completed orders. Regular price: €3.22, Smart price: €2.09.
 - grace_game:** 99.91% positive feedback, 58932 completed orders. Regular price: €3.28, Smart price: €2.13.
 - GameSaloon:** 99.39% positive feedback, 966448 completed orders. Regular price: €3.39, Smart price: €2.20.
 - MGG Studio:** 99.67% positive feedback, 50827 completed orders. Regular price: €3.63, Smart price: €2.36.
 - Gaming Nation:** 95.88% positive feedback, 3847 completed orders. Regular price: €3.78, Smart price: €2.46.
 - Media_game:** 99.79% positive feedback, 66162 completed orders. Regular price: €3.80, Smart price: €2.47.
 - Game Master:** 99.97% positive feedback, 4396 completed orders. Regular price: €4.83, Smart price: €3.14.
 - World_Of_Games:** 98.36% positive feedback, 14841 completed orders. Regular price: €5.39, Smart price: €3.50.
- Right Sidebar:** Contains a 'PROMOTED SUPPLIER' section for 'SMART GAMES' with a 'PROMOTED OFFER' of €4.79 and a 'SMART PRICE' of €3.11. It also includes a 'BUY WITH SMART' button and a note: 'First purchase with SMART. PayPal & card payments only.'

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/terraria-1>, 05.09.2023

Abb. 130: gamivo 12-18 - Terraria

The screenshot shows the Gamivo website interface. At the top, there is a search bar with the text "Search for games, software and more...". Below the search bar is a navigation menu with categories: Video Games, Gift Cards, PSN, XBOX, Upcoming Games, Software, and GAMIVO SMART. The main content area is titled "ALL OFFERS (7)" and includes a "Sort by: Default" dropdown menu. The offers are listed in a grid format, each with a profile picture, name, feedback percentage, completed orders, regular price, smart price, and buttons for "ADD TO CART" and "BUY WITH SMART".

| Offer Name | Feedback | Completed Orders | Regular Price | Smart Price |
|---------------|----------|------------------|---------------|-------------|
| Playtime | 99.59% | 579293 | €3.22 | €2.09 |
| grace_game | 99.91% | 58932 | €3.25 | €2.11 |
| Plyxa | 98.90% | 62754 | €3.46 | €2.25 |
| MGG Studio | 99.67% | 50827 | €3.63 | €2.36 |
| Gaming Nation | 95.88% | 3847 | €3.78 | €2.46 |
| Media_game | 99.79% | 66162 | €3.78 | €2.46 |
| Game Master | 99.97% | 4396 | €4.99 | €3.24 |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/terraria-eu-steam-gift>, 05.09.2023

Abb. 131: K4G 1-5 - Terraria

The screenshot displays five offers for Terraria on the K4G platform. Each offer includes the retailer's name, a 'Buy now' button, the current price in EUR, and a 'Buy with VIP' button showing a percentage discount. The offers are as follows:

| Retailer | Current Price (EUR) | VIP Price (EUR) | VIP Discount (%) |
|---------------------|---------------------|-----------------|------------------|
| Globalgames | 3.55 | 2.13 | -78% |
| GGlobalgift | 3.56 | 2.14 | -76% |
| Fenyx_Entertainment | 3.74 | 2.24 | -77% |
| WestCodes | 3.86 | 2.32 | -76% |
| Gaming Network | 4.09 | 2.45 | -75% |

Quelle: https://k4g.com/product/terraria-steam-global-steam-gift-gift-BD601F16?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam#offers, 05.09.2023

Abb. 132: K4G 6-7 - Terraria

The screenshot displays two offers for Terraria on the K4G platform. Each offer includes the retailer's name, a 'Buy now' button, the current price in EUR, and a 'Buy with VIP' button showing a percentage discount. The offers are as follows:

| Retailer | Current Price (EUR) | VIP Price (EUR) | VIP Discount (%) |
|----------------|---------------------|-----------------|------------------|
| WestCodes | 4.51 | 2.71 | -72% |
| Gaming Network | 4.52 | 2.71 | -72% |

Quelle: <https://k4g.com/product/terraria-steam-europe-steam-gift-gift-994D70C8>, 05.09.2023

Abb. 133: G2A 1-14 - Terraria

| | | |
|---|--------|---|
|  Games4world AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 2454 | € 9.99 |  |
|  World_of_games AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 19 40258 | € 4.41 |  |
|  Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positive Feedback 19 15770 | € 4.41 |  |
|  Gglobalgift 100% Positive Feedback 19 927 | € 4.59 |  |
|  Ke AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 19 4450 | € 4.75 |  |
|  Smart_games AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 4315 | € 5.56 |  |
|  Arturia_e 88% Positive Feedback 19 424 | € 5.85 |  |
|  Digitaldistribution 90% Positive Feedback 19 956 | € 6.42 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 1529 | € 7.22 |  |
|  Games4world AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 2454 | € 7.57 |  |
|  Beyondnet 100% Positive Feedback 19 228 | € 7.73 |  |
|  Placeofgamers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 1594 | € 8.49 |  |
|  Ne 88% Positive Feedback 19 927 | € 8.49 |  |
|  Kortulogameroom 94% Positive Feedback 19 73 | € 9.49 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/terraria-steam-gift-global-i10000000238003>, 05.09.2023

Abb. 134: G2A 15-20 - Terraria

Angebote von 6 gewerbliche Verkäufer

Sofortige Lieferangebote Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| Verkäufer | Feedback | Anzahl | Preis |
|----------------|-------------------------|--------|--------|
| World_of_games | 98% Positives Feedback | 49298 | € 4.41 |
| Gglobalgift | 100% Positives Feedback | 1927 | € 4.65 |
| Beyondnet | 100% Positives Feedback | 238 | € 7.08 |
| Gamers_players | 99% Positives Feedback | 1529 | € 7.22 |
| Kinguin | 93% Positives Feedback | 15770 | € 7.66 |
| Plykald | 92% Positives Feedback | 18491 | € 8.49 |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/terraria-steam-gift-europe-i10000000238023>, 05.09.2023

Abb. 135: gamingdragons - Terraria

gaming dragons SPIELE STEAM WALLET PLAYSTATION XBOX NINTENDO SOFTWARE ANGEBOTE

Home /

Spiele unter €5 Spiele unter €10

SICHERE ZAHLUNGEN

KUNDEN REVIEWS
9.0/10
1486 REVIEWS (ZEIGE ALLE)
Recommended
(2023-09-01 16:12:10)
"Fast service and got the game on the cheap with no activation problems."

KAUFEN TERRARIA - STEAM

Terraria

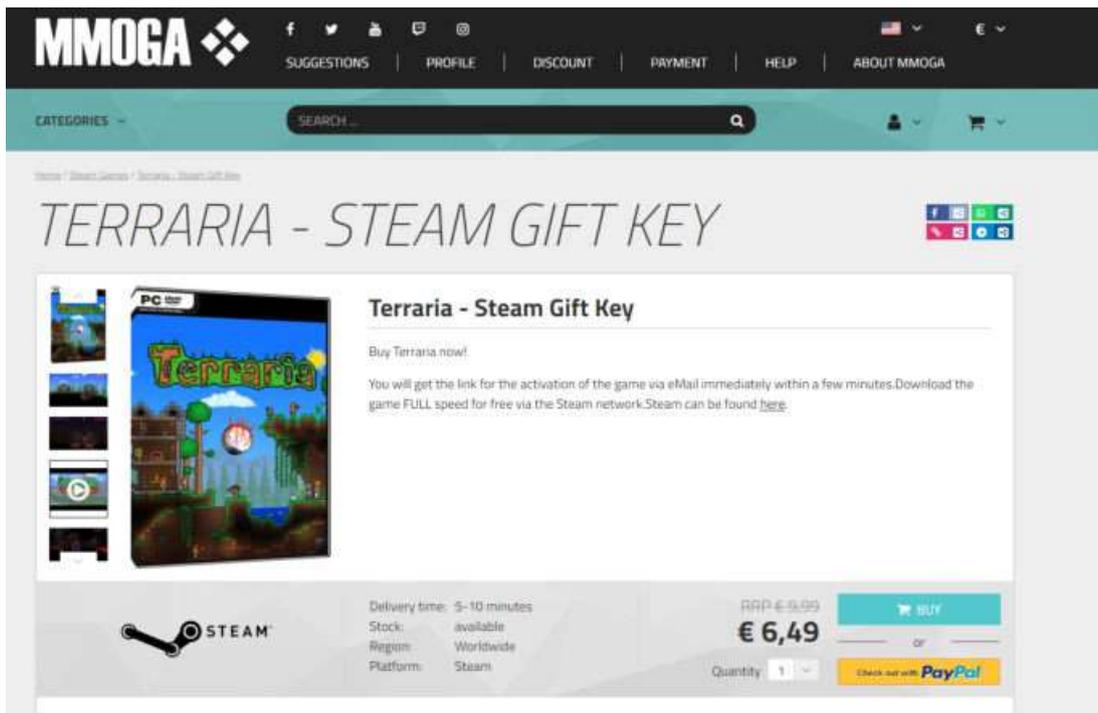
-25% €8.39 **€5.44**

JETZT KAUFEN METACRITIC SCORE **N/A**

Aktivierung und Download via Steam. Alle Details werden in der E-Mail nach dem Kauf geliefert.

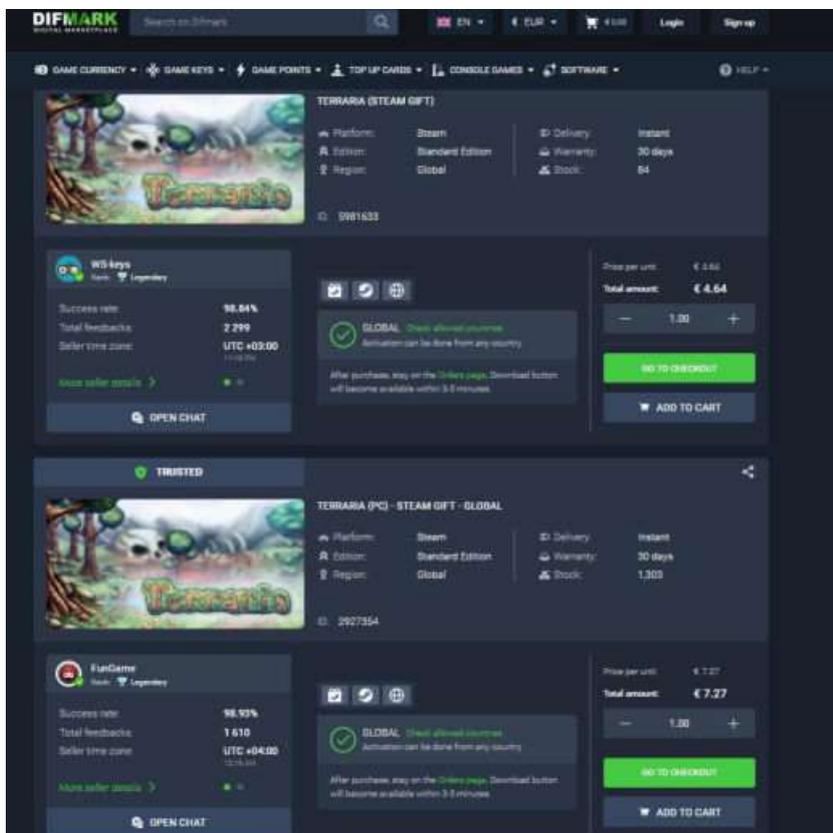
Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-terraria-steam.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 136: MMOGA - Terraria



Quelle: <https://www.mmoga.com/Steam-Games/Terraria-Steam-Gift-Key.html>, 05.09.2023

Abb. 137: difmark 1-2 - Terraria



Quelle: https://difmark.com/en/buy-cheap-terraria-pc-715?referral=simplekey&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1, 05.09.2023

Abb. 138: wyrel 1 - Terraria

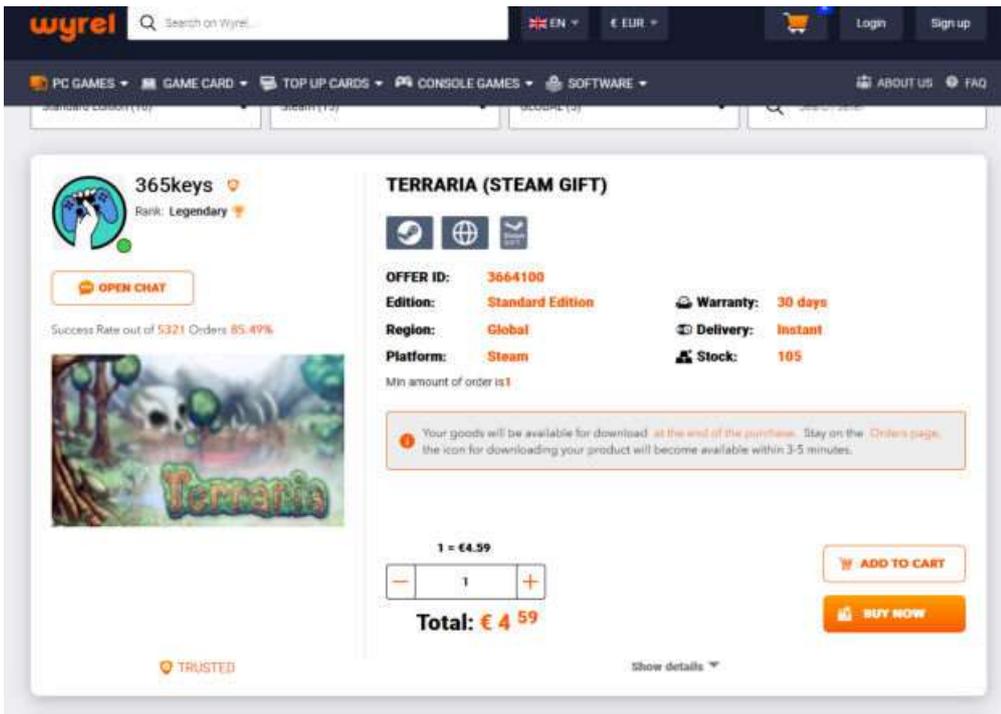
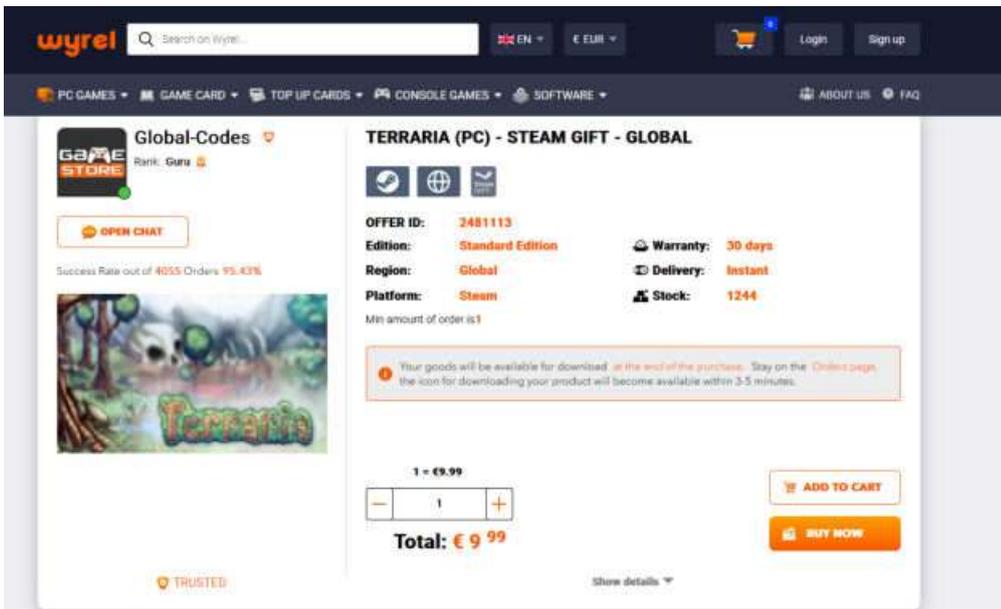
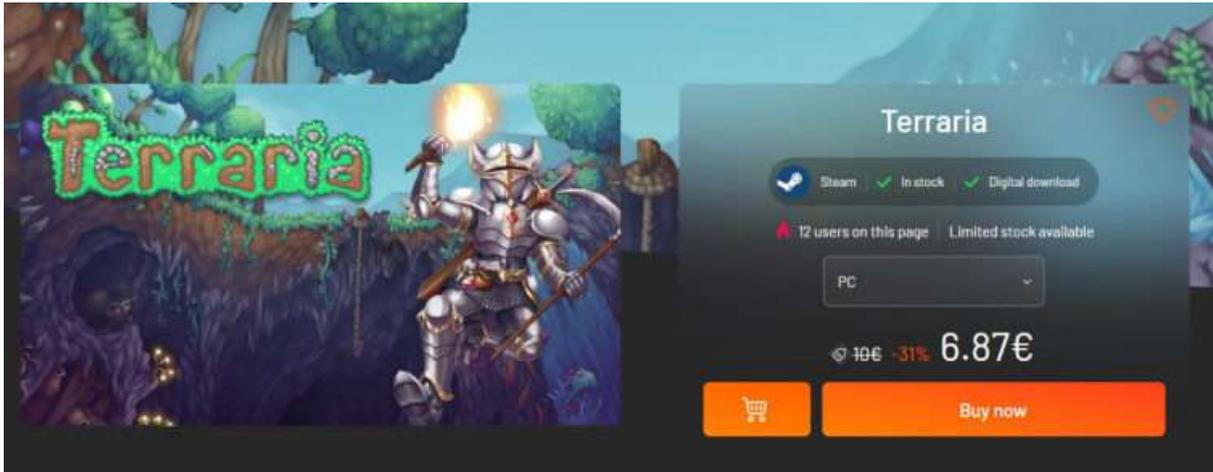


Abb. 139: wyrel 2 - Terraria



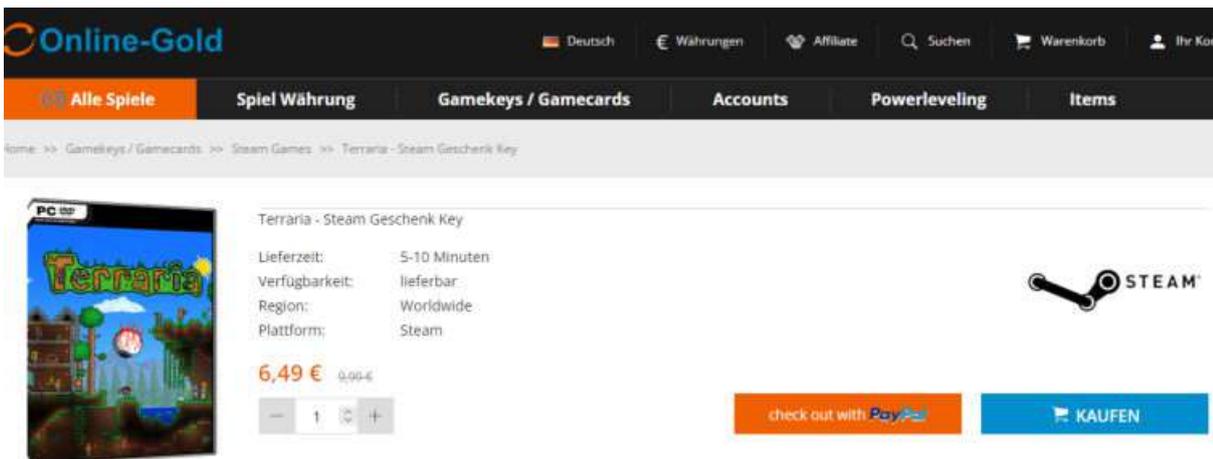
Quelle Abb. 138-139: https://wyrel.com/en/buy-cheap-terraria-pc-715?referral=simplekey&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1, 05.09.2023

Abb. 140: instant-gaming - Terraria



Quelle: <https://www.instant-gaming.com/en/932-buy-terraria-pc-mac-game-steam/?igr=simplekeyde>, 05.09.2023

Abb. 141: online-gold - Terraria



Quelle: <https://www.online-gold.de/Steam-Games/Terraria-Steam-Geschenk-Key.html?ref=48>, 05.09.2023

4. Minecraft

Abb. 142: CDKeys - Minecraft

MINECRAFT
JAVA EDITION

MINECRAFT: JAVA EDITION - PC KEY

TO REDEEM THIS VERSION OF MINECRAFT, PLEASE CLICK [HERE](#) FOR MORE INFORMATION, HEAD TO OUR [ACTIVATION PAGE](#)

| PLATFORM | EDITION | REVIEWED |
|-----------|---------|----------|
| MINECRAFT | JAVA | 98% |

-24% €26.69
€21.79

BUY NOW

PayPal

- ✓ CAN ACTIVATE IN GERMANY
- ✓ CURRENTLY IN STOCK
- 🔑 CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY
- 📄 LOGIN & EARN 1% CASHBACK IN REWARD POINTS WHEN PURCHASING

Quelle: https://www.cdkeys.com/pc/games/minecraft-pc-cd-key?irclidid=3fHTO21ISxyPRvjw-Z3x6RkiUKFRGBVmV2t4Rk0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=Weird%20Rabbits%20GmbH&irgwc=1, 05.09.2023

Abb. 143: gamivo 1-13 - Minecraft

| ALL OFFERS (13) | | | | Sort by: Default |
|--|---------------------------------|--|---|---|
|  Gamecdk_king 99.64% positive feedback 1821 completed orders | REGULAR PRICE: €19.26 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €15.41 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Eternal Games 99.35% positive feedback 6576 completed orders | REGULAR PRICE: €16.75 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €13.40 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Eugen_games 95.70% positive feedback 1273 completed orders | REGULAR PRICE: €17.90 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.32 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Keytesco 99.50% positive feedback 45060 completed orders | REGULAR PRICE: €18.00 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.40 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  AllenGameStore 99.50% positive feedback 16024 completed orders | REGULAR PRICE: €18.45 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.76 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Gamecdk_king 99.64% positive feedback 1821 completed orders | REGULAR PRICE: €18.45 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.76 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  PriceAxe 99.58% positive feedback 823112 completed orders | REGULAR PRICE: €18.55 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.84 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Ultimate Choice 99.55% positive feedback 85853 completed orders | REGULAR PRICE: €18.56 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €14.85 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Gplaykey 98.87% positive feedback 789 completed orders | REGULAR PRICE: €19.31 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €15.45 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Kinguin 99.29% positive feedback 44001 completed orders | REGULAR PRICE: €19.53 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €15.62 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Well_Fast_Key 99.76% positive feedback 11701 completed orders | REGULAR PRICE: €19.59 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €15.67 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  CDKeyStop 99.71% positive feedback 4667 completed orders | REGULAR PRICE: €21.90 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €17.52 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Gaming Nation 95.92% positive feedback 3898 completed orders | REGULAR PRICE: €22.73 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €18.18 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Lucky Picker 99.70% positive feedback 12968 completed orders | REGULAR PRICE: €23.85 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: <input type="radio"/> €19.08 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |

Quelle: https://www.gamivo.com/product/minecraft-java-edition?glv=kurlpf2m&affiliateCouponCode=ggdeals&__currency=EUR, 05.09.2023

Abb. 144: gamivo 14-17 - Minecraft

PROMOTED OFFERS (1)

| Offer | Regular Price | Smart Price |
|---|---------------|-------------|
| Recommended Deal (99.71% feedback, 4667 orders) | €24.99 | €19.99 |
| MGG Studio (99.67% feedback, 51266 orders) | €21.94 | €17.55 |
| CDKeyStop (99.71% feedback, 4667 orders) | €21.95 | €17.56 |
| Gaming Nation (99.92% feedback, 3898 orders) | €22.73 | €18.18 |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/minecraft-java-edition-officialwebsite-eu-en-de-fr-it-pl-cs-nl-ja-ko-no-pt-ru-zh-es-sv-tr-zh-hu-da-fi-el-bg-uk-java-official-website>, 05.09.2023

Abb. 145: difmark 1 - Minecraft

MINECRAFT JAVA EDITION (PC) - MINECRAFT KEY - GLOBAL

| Property | Value |
|----------|-------------|
| Platform | PC Download |
| Edition | Java |
| Region | Global |
| Delivery | Instant |
| Warranty | 30 days |
| Stock | 1,042 |

Price per unit: € 25.17
Total amount: € 25.17

Success rate: 98.91%
Total feedbacks: 1 617
Seller time zone: UTC +03:00

GLOBAL - Check allowed countries
Activation can be done from any country

After purchase, stay on the [Orders page](#). Download button will become available within 3-5 minutes.

Buttons: GO TO CHECKOUT, ADD TO CART

Quelle: https://difmark.com/en/buy-cheap-minecraft-pc-56042?referral=smartcdkeys&marketplace_id=12&edition_id=460®ion_product_id=1&prid=56042-1-460&referral=smartcdkeys, 05.09.2023

Abb. 146: driffle 1-4 - Minecraft

Minecraft Java Edition (PC / Mac / Linux) - Mojang - Digital Code

★ ★ ★ ★ ★ 28 Ratings

About the product

- Can be activated in **Germany** [Check restriction](#)
- Can be activated on **Mojang** [Activation guide](#)
- Works on **Mac, Linux, Windows** [See all system requirements](#)

Platforms

Microsoft Store **Mojang** Nintendo Xbox Live

Regions

AR EU **GLOBAL** TR US

Edition

Java And Bedrock Bedrock Standard **Java** 2017

Price: €30.62 **-39% off**
€18.65
+ Service Fee
Sold by **GoodGames**

Buy now
Add to cart
+3 offers starting at €18.69

Other offers

| Seller | Price | Rating | Action |
|---|--------|--------|----------------|
| CDKeyStop 100% of reviews are Excellent | €18.69 | ★★★★★ | Buy now |
| Enbify 99% of reviews are Excellent | €19.50 | ★★★★★ | Buy now |
| Gametastic Keys 93% of reviews are Excellent | €20.99 | ★★★★★ | Buy now |

Quelle: https://driffle.com/en/minecraft-java-edition-pc-cd-key-p760023?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 147: eneba 1 - Minecraft

eneba Search English EU | EUR Log in | Register

Store Mobile recharges **new** Games Gaming eCards eGift Cards Xbox

Minecraft: Java Edition (PC) Official Website Key

★ ★ ★ ★ ★ 4.46 / 5 from 107 ratings

Global Can be activated in Germany Check region restrictions

Digital key This is a digital edition of the product. CD-KEYs

My shopping cart

- Ultimate Choice
Minecraft: Java Edition (PC)
Official Website Key
GLOBAL
Digital product
€18.19
- Service fee: €1.54
- Total: €19.73**

View cart

Buy now
Add to cart

+3 offers from €19.20

Abb. 148: eneba 2 - Minecraft

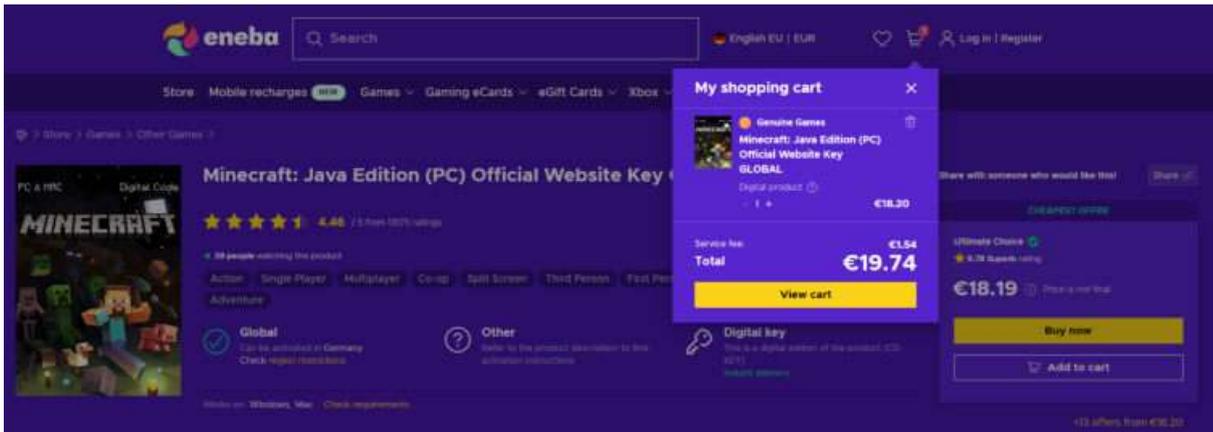


Abb. 149: eneba 3 - Minecraft

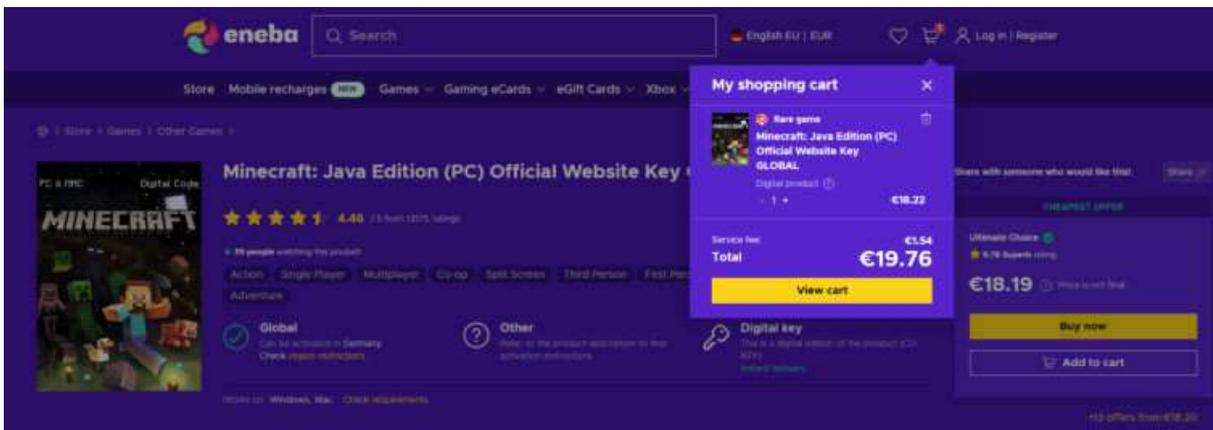


Abb. 150: eneba 4 - Minecraft

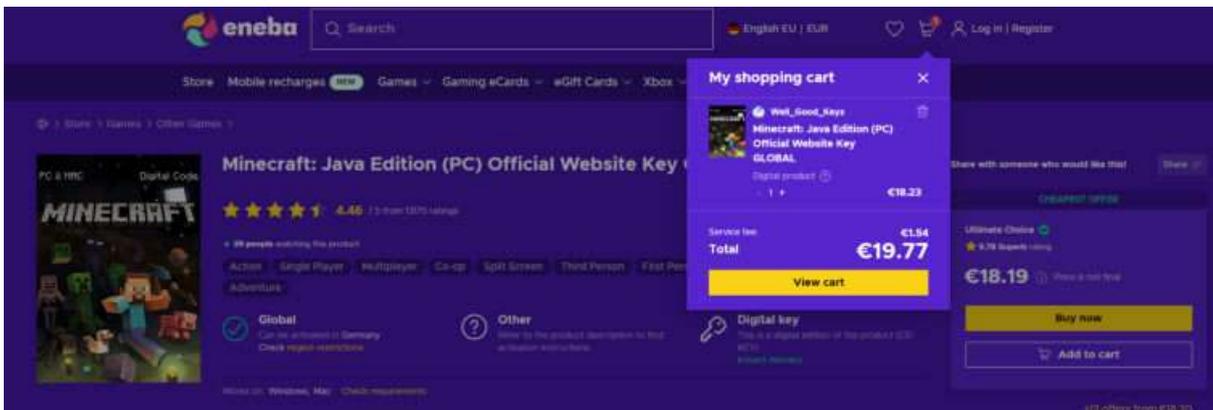


Abb. 151: eneba 5 - Minecraft

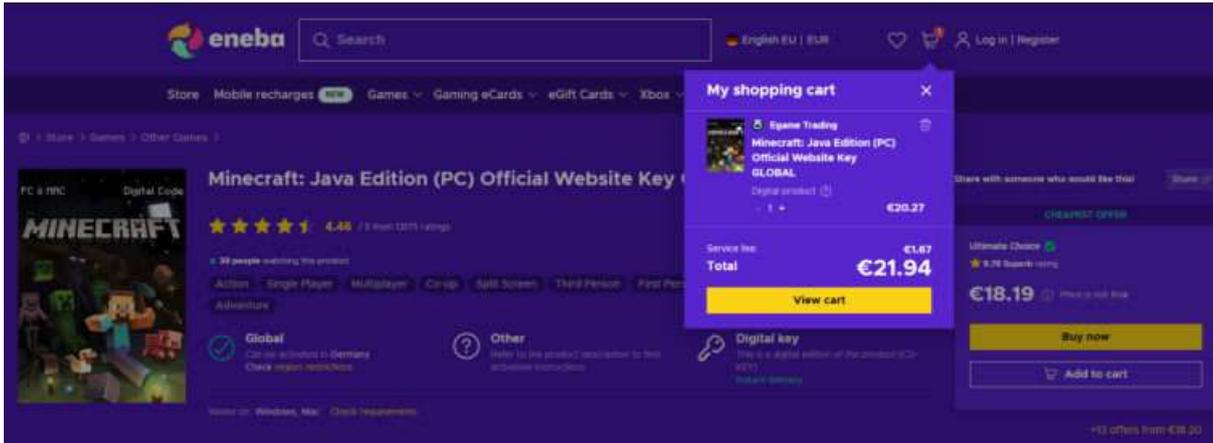


Abb. 152: eneba 6 - Minecraft

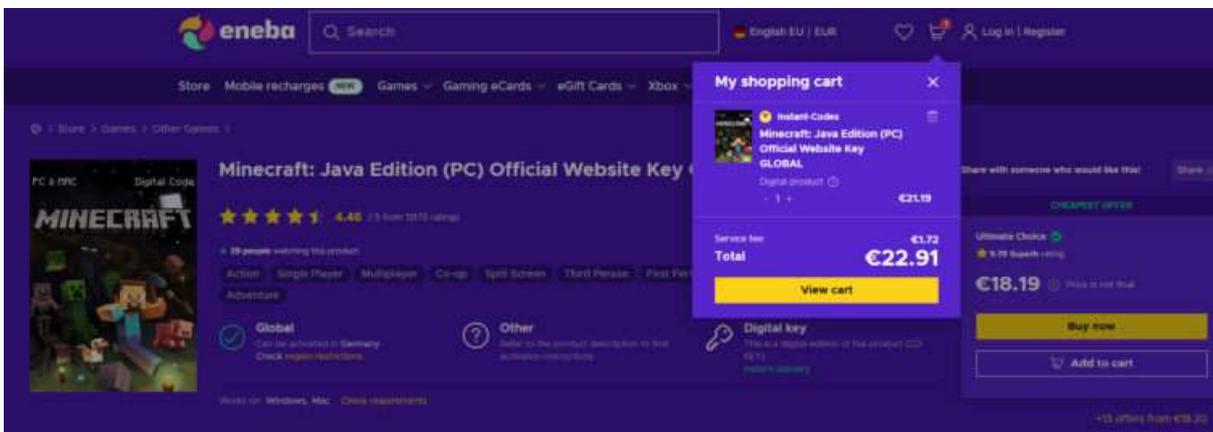


Abb. 153: eneba 7 - Minecraft

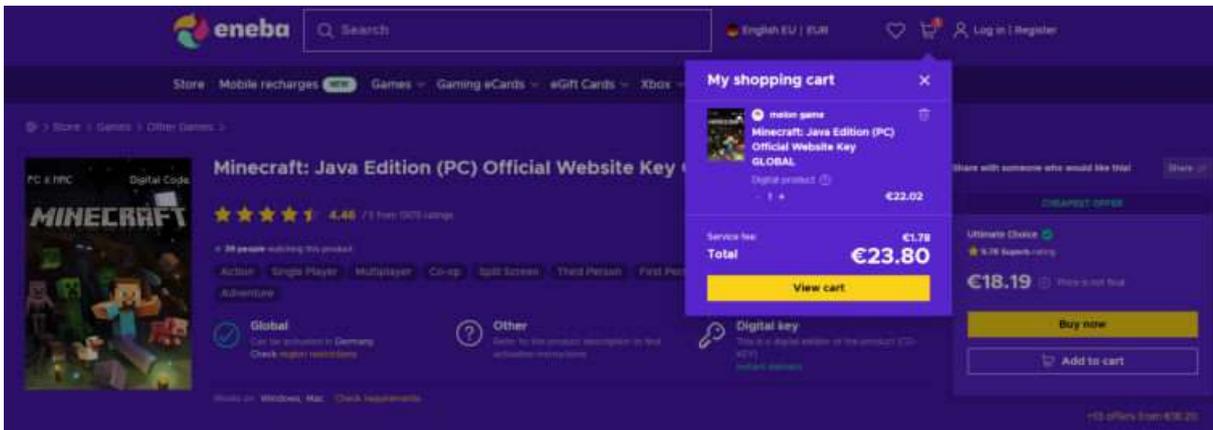


Abb. 154: eneba 8 - Minecraft

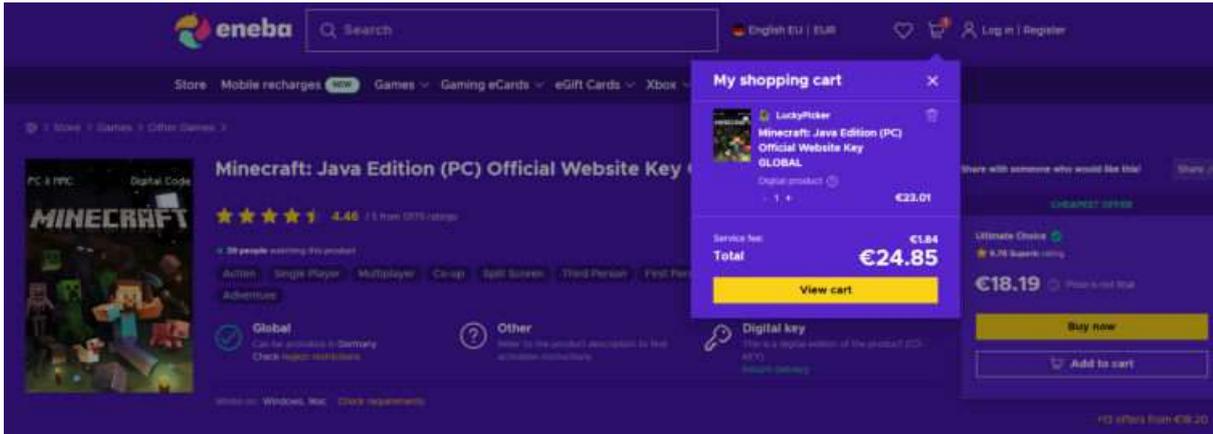


Abb. 155: eneba 9 - Minecraft

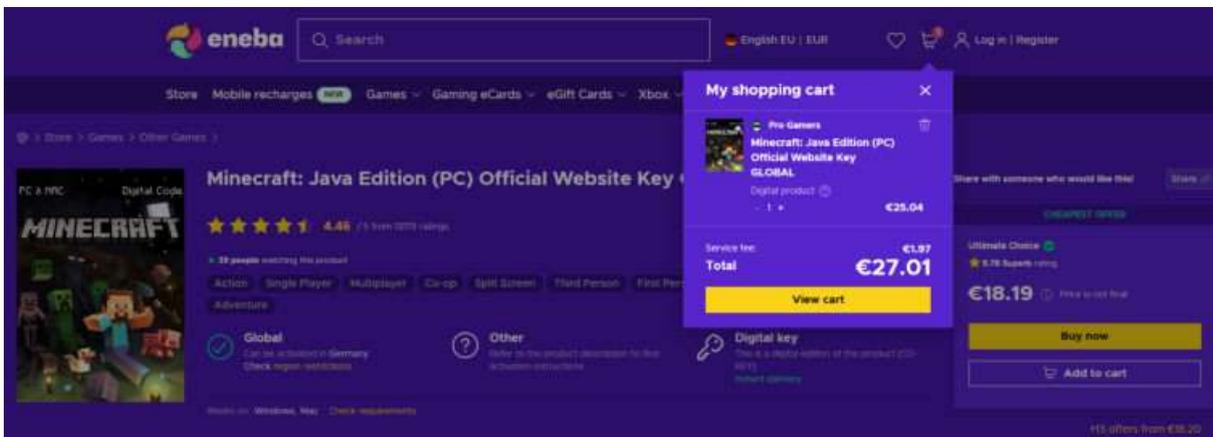


Abb. 156: eneba 10 - Minecraft

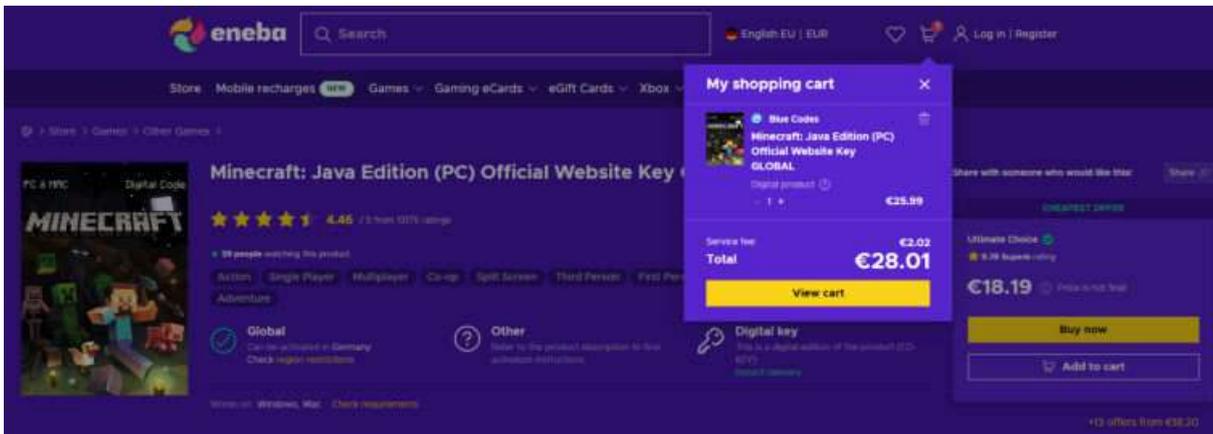


Abb. 157: eneba 11 - Minecraft

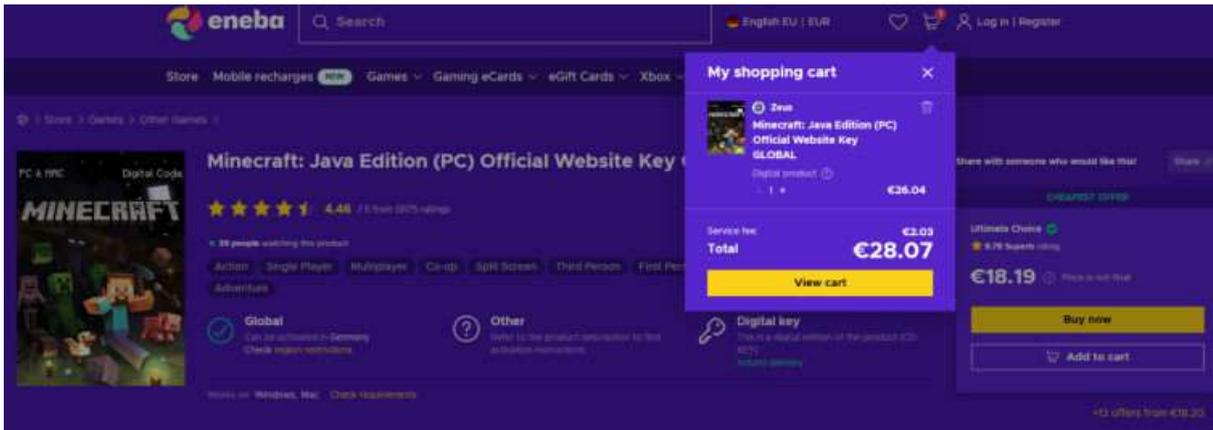


Abb. 158: eneba 12 - Minecraft

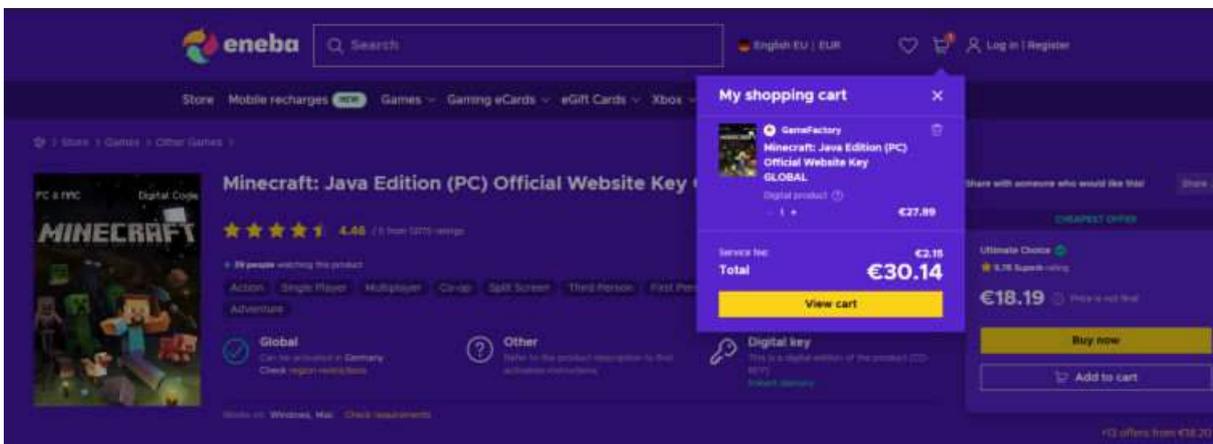


Abb. 159: eneba 13 - Minecraft

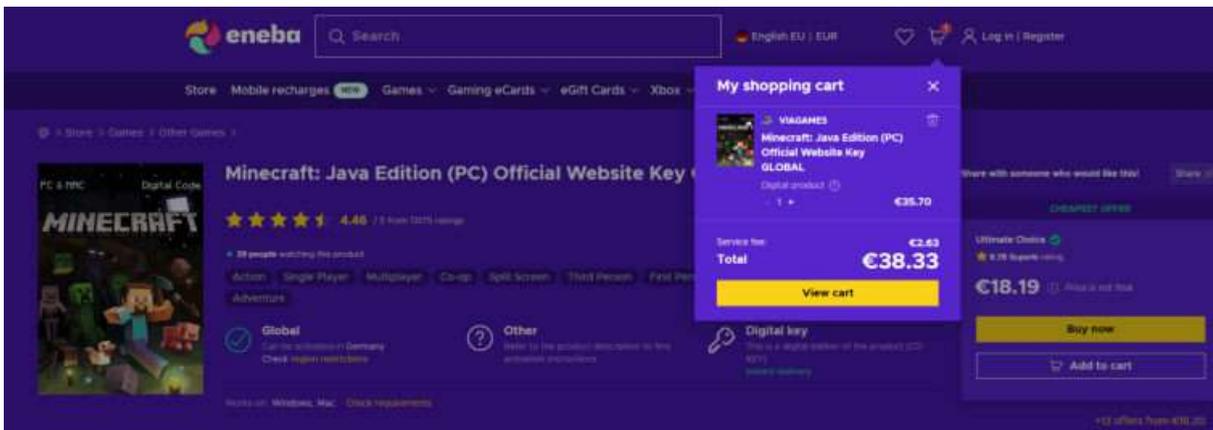
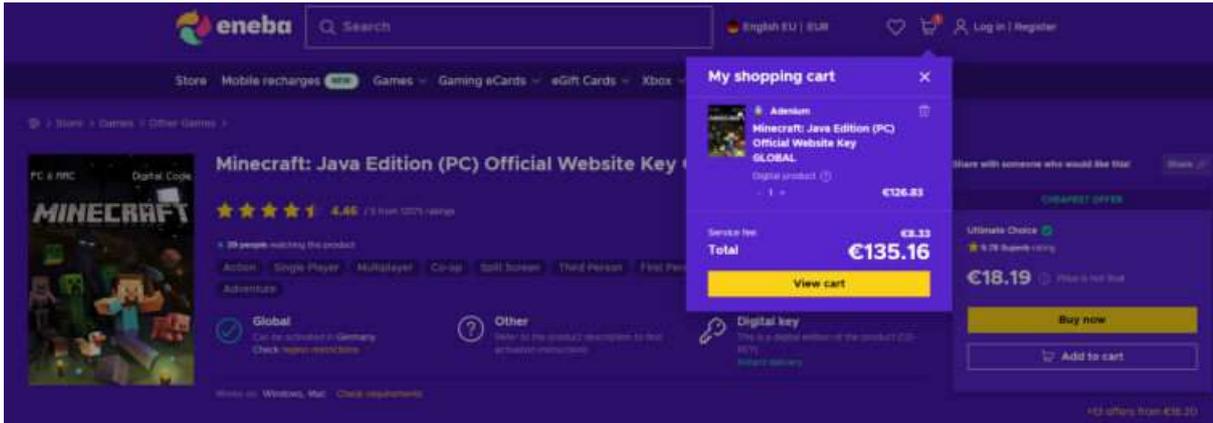


Abb. 160: eneba 14 - Minecraft



Quelle Abb. 147-160: https://www.eneba.com/other-minecraft-java-edition-pc-official-website-key-global-8?enb_campaign=Main%20Search&enb_content=search%20dropdown%20-%20products&enb_medium=product%20card&enb_source=https%3A%2F%2Fwww.eneba.com%2Fother-minecraft-java-edition-official-website-key-europe&enb_term=1, 05.09.2023

Abb. 161: eneba 15 - Minecraft

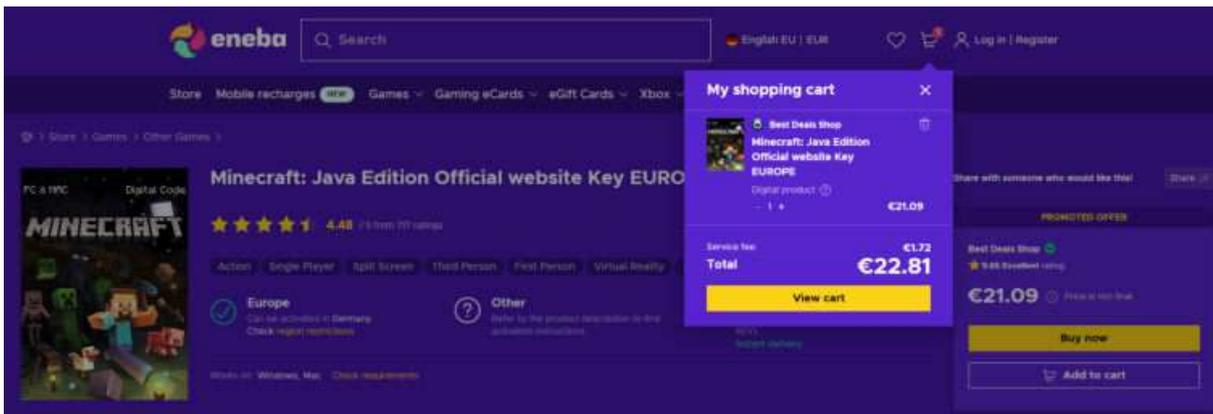


Abb. 162: eneba 16 - Minecraft

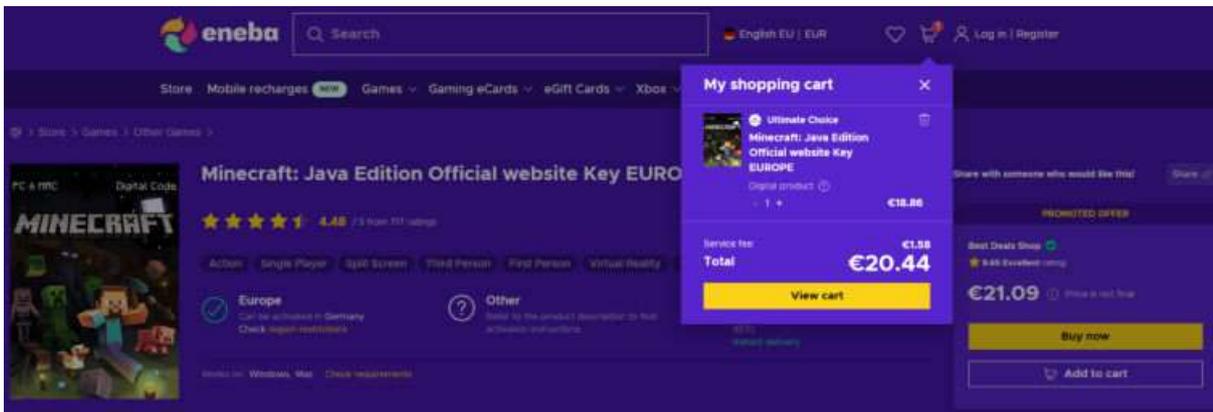


Abb. 163: eneba 17 - Minecraft

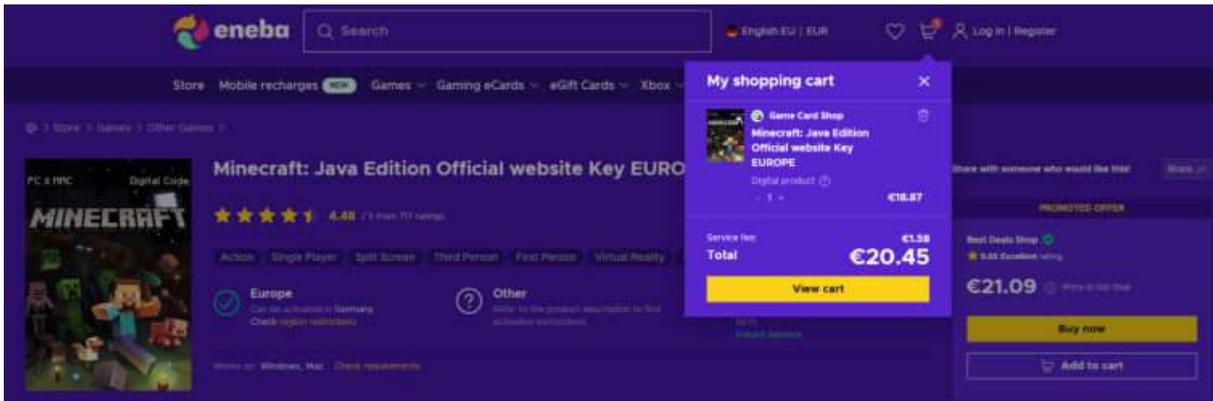


Abb. 164: eneba 18 - Minecraft

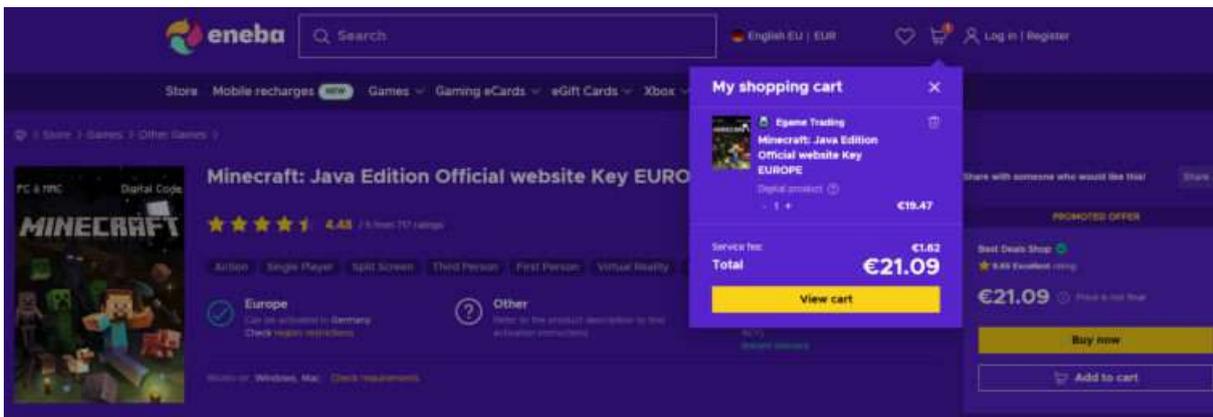


Abb. 165: eneba 19 - Minecraft

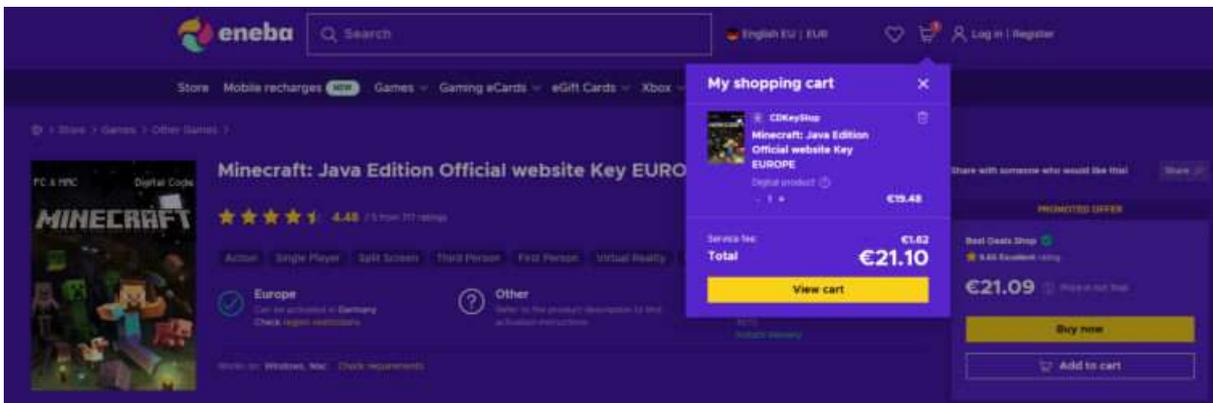


Abb. 166: eneba 20 - Minecraft

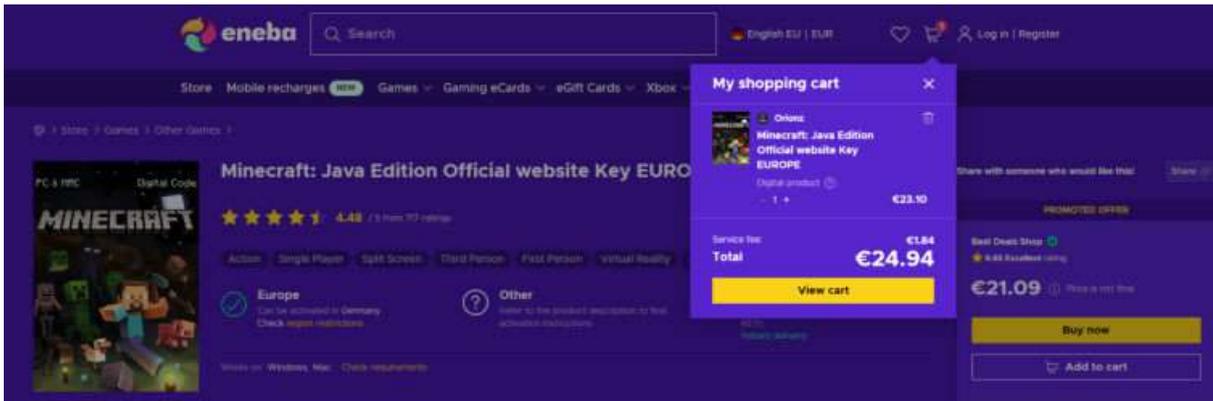


Abb. 167: eneba 21 - Minecraft

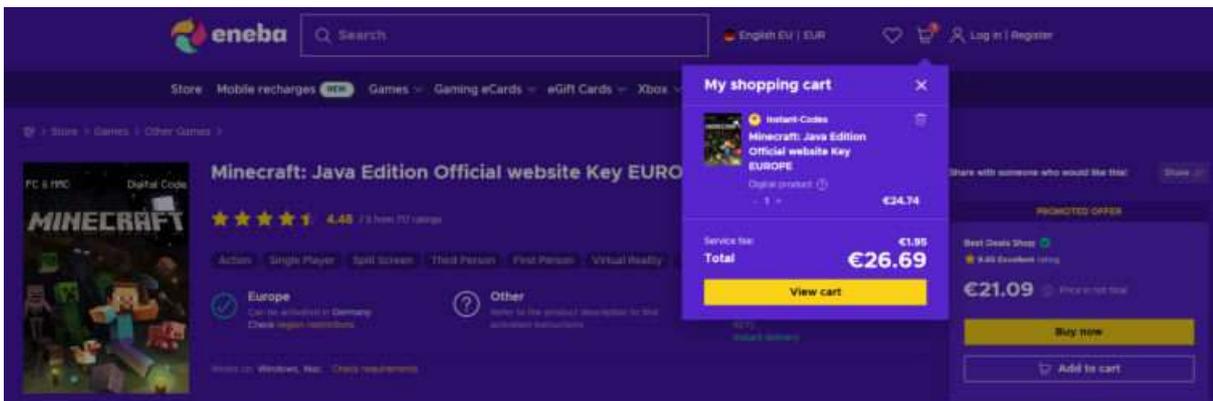


Abb. 168: eneba 22 - Minecraft

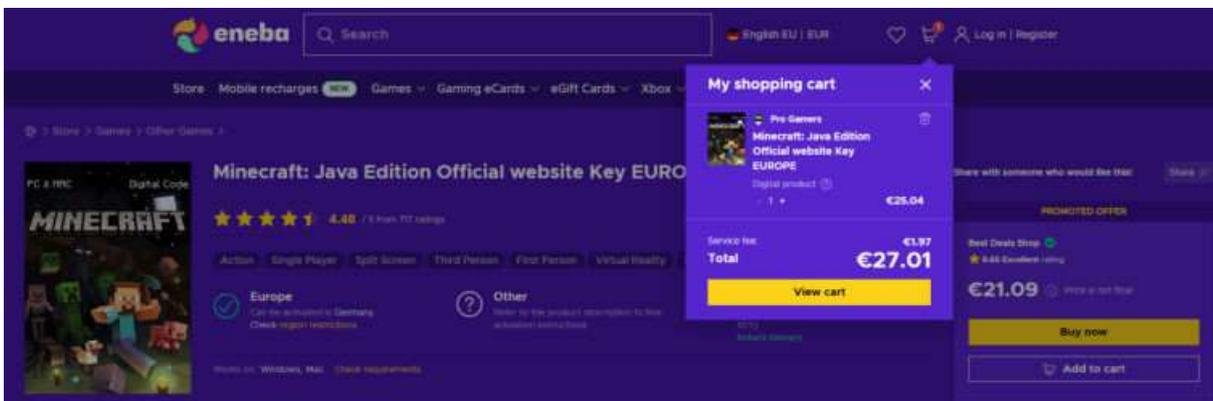


Abb. 169: eneba 23 - Minecraft

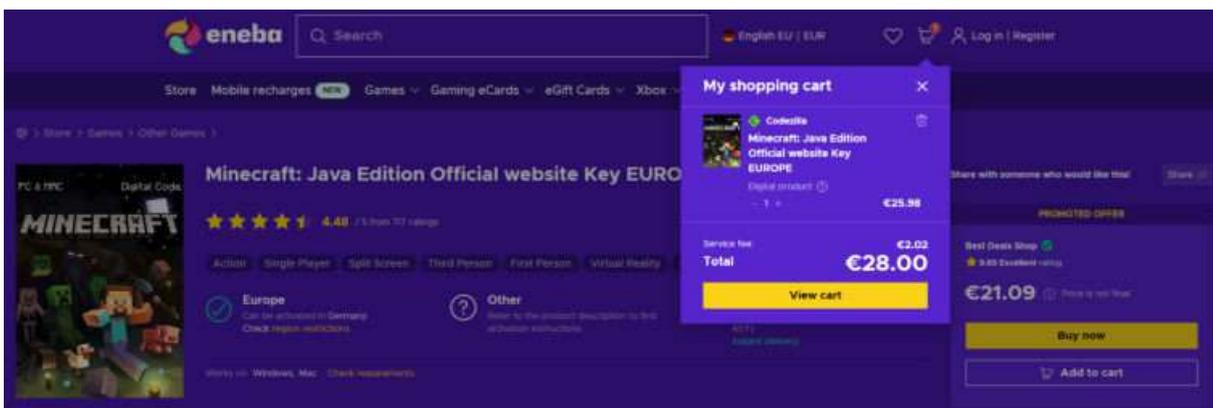


Abb. 170: eneba 24 - Minecraft

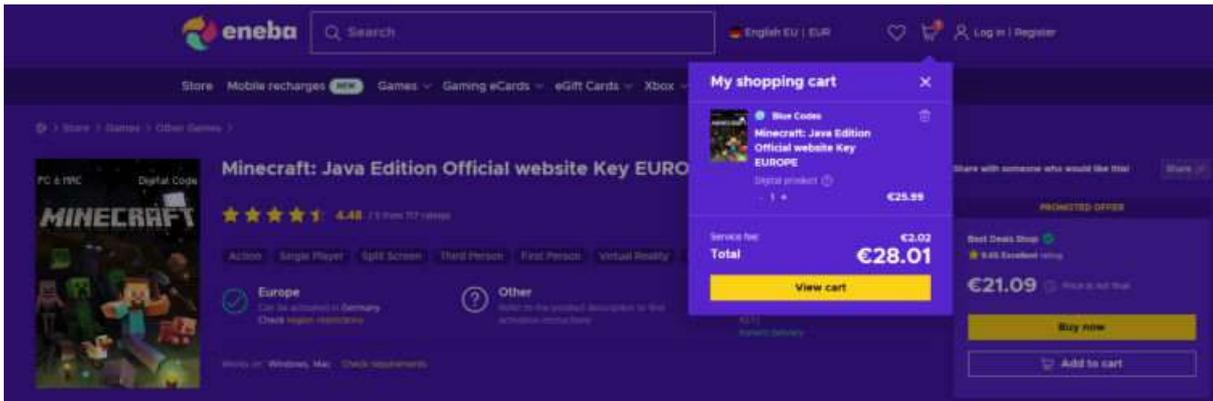
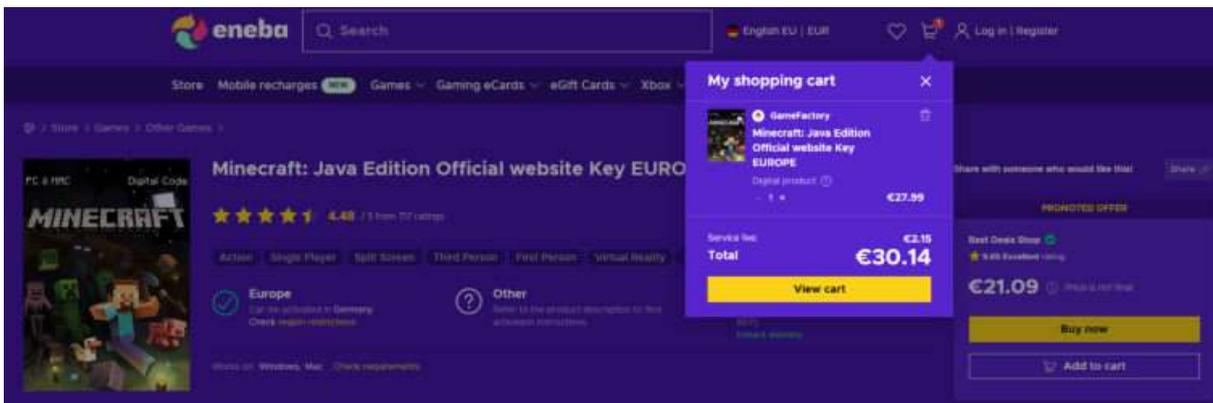
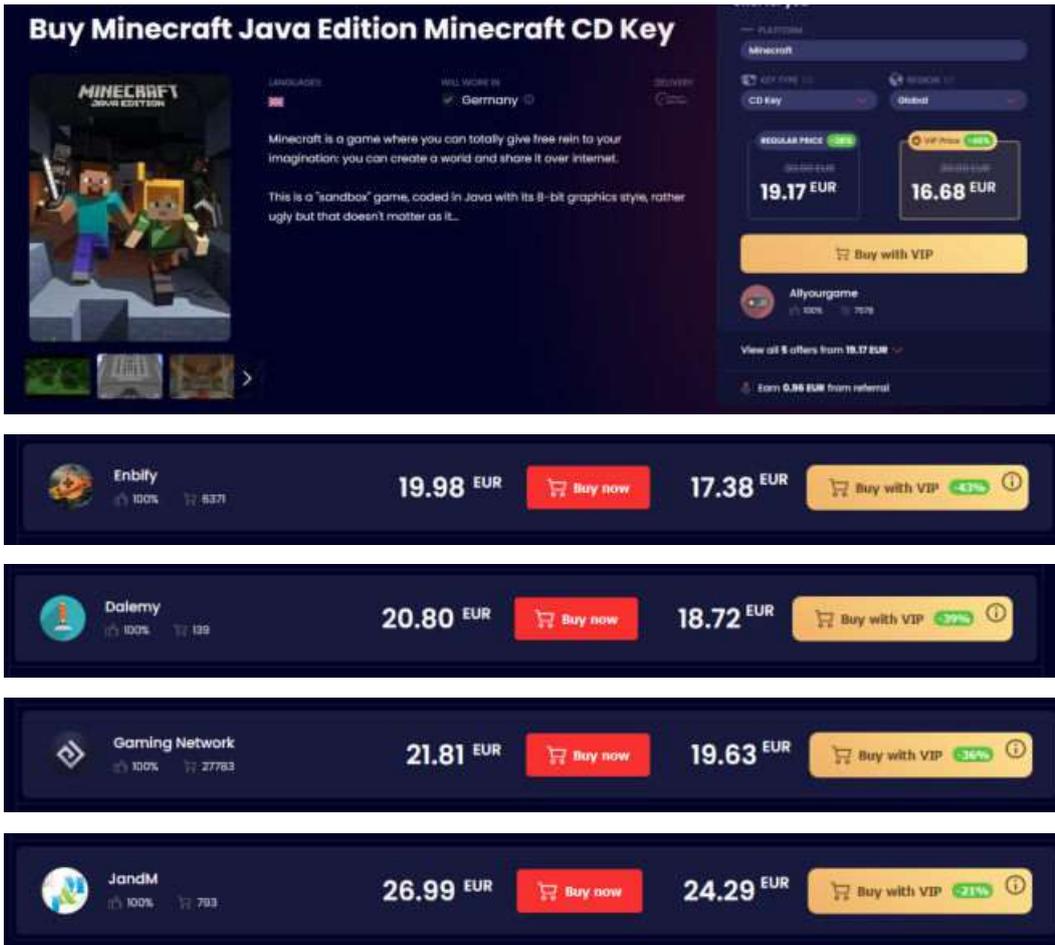


Abb. 171: eneba 25 - Minecraft



Quelle Abb. 161-171: https://www.eneba.com/other-minecraft-java-edition-official-website-key-europe?enb_campaign=Main%20Search&enb_content=search%20dropdown%20%20products&enb_medium=product%20card&enb_source=https%3A%2F%2Fwww.eneba.com%2Fother-minecraft-java-edition-pc-official-website-key-global-8&enb_term=3, 05.09.2023

Abb. 172: K4G 1-5 - Minecraft



Quelle:

https://k4g.com/product/minecraft-java-edition-minecraft-global-cd-key-cd-key-18E72850?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 173: K4G 6 - Minecraft



Quelle: <https://k4g.com/product/minecraft-java-edition-minecraft-europe-cd-key-cd-key-3DF41FCB>, 05.09.2023

Abb. 174: kinguin 1-5 - Minecraft

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €17,33 | | |
|---|-------|----------|
| Verkauft von Taylorstore 98.52% von 132322 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €17.33 |
| Verkauft von Keytesco Trade Technology Limited 95.55% von 41831 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €17.34 |
| Verkauft von MGG Studio 94.93% von 175207 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €18.81 |
| Verkauft von USA Software & Games 97.25% von 132084 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €19.65 |
| Verkauft von MonKeys 95.30% von 115178 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €19.74 |

Quelle: https://www.kinguin.net/category/5329/minecraft-global-cd-key/?currency=EUR&discount=AKS12&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 05.09.2023

Abb. 175: kinguin 6-10 - Minecraft

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €19,34 | | |
|---|-------|----------|
| Verkauft von keysgo 95.05% von 42467 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €19.34 |
| Verkauft von Taylorstore 98.52% von 132358 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €19.69 |
| Verkauft von Keytesco Trade Technology Limited 95.55% von 41833 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €19.70 |
| Verkauft von MGG Studio 94.93% von 175209 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €21.37 |
| Verkauft von USA Software & Games 97.25% von 132095 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €22.33 |

Abb. 176: kinguin 11 - Minecraft

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €19,34 | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von MonKeys 95.30% von 115195 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €22.43 |

Quelle Abb. 175-176: <https://www.kinguin.net/de/category/5329/minecraft-global-cd-key>, 05.09.2023

Abb. 177: kinguin 12-15 - Minecraft

| Verkäufer | Bewertung | Reviews | Preis |
|-----------------------------------|-----------|---------|--------|
| Dalemy | 99.53% | 7045 | €22.18 |
| Keytesco Trade Technology Limited | 95.55% | 41833 | €22.20 |
| USA Software & Games | 97.25% | 132095 | €22.33 |
| MGG Studio | 94.93% | 175209 | €23.73 |

Abb. 178: kinguin 16 - Minecraft

| Verkäufer | Bewertung | Reviews | Preis |
|----------------|-----------|---------|--------|
| Softwaredirect | 99.76% | 54648 | €33.30 |

Quelle Abb. 177-178: <https://www.kinguin.net/de/category/82177/minecraft-eu-cd-key>, 05.09.2023

Abb. 179: royalcdkeys - Minecraft

Minecraft Java Edition Global Official website CD Key
★★★★★ 3 reviews
€21,72
BUY IT NOW
ROYAL PROTECTION PROGRAM Dedicated 24/7 priority support, Lifetime Purchase Protection and much more. €2.5

To activate code visit: <https://www.minecraft.net/en-us/msaprofile/redeem> Works/saves from the Java PC/Mac version of Minecraft are not compatible with the Minecraft: Windows 10 Edition.

Quelle: https://royalcdkeys.com/products/minecraft-java-edition-official-website-cd-key?variant=39532606095497&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 180: G2A 1-19 - Minecraft

Angebote von 19 gewerbliche Verkäufer
Sofortige Lieferangebote

Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| | | |
|---|-------------------------------|--|
|  Diperrallo 96% Positive Feedback 15 78 | € 28.00 |  |
|  Yougrabuytt 67% Positive Feedback 11 33 | € 18.89 |  |
|  Allgamestore ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 5883 | € 19.36 |  |
|  Gameck_king 82% Positive Feedback 11 214 | € 19.45 |  |
|  Ultimate_choices ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 5134 | € 19.71 |  |
|  Kgamestore ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 97% Positive Feedback 11 1438 | € 19.88 |  |
|  World_of_games ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 6608 | € 19.95 |  |
|  Ma_world_games24 ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 11 263 | € 20.00 |  |
|  Allgamekey 82% Positive Feedback 11 133 | € 20.00 |  |
|  Kirguin ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 1403 | € 20.19 |  |
|  Vikingbrothers ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 433 | € 21.07 |  |
|  Sacrifice_shop ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 843 | € 21.93 |  |
|  Specialized ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 11 273 | € 23.99 |  |
|  Forestgarden ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 11 144 | € 23.99 |  |
|  Gamepalace 98% Positive Feedback 11 313 | € 24.62 |  |
|  Digitaldistribution 98% Positive Feedback 11 947 Angebotsliste anzeigen | € 27.65 € 28.00 |  In den Warenkorb legen |
|  Londofelma ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 11 147 | € 28.25 |  |
|  Gamerz_players ASSOCIATED CHARACTER VERKÄUFER 98% Positive Feedback 11 133 | € 30.02 |  |

Bis zu 24 Std

| | | |
|---|---------|---|
|  Zageneration Multi Game positive Rückmeldung 11 9 | € 19.46 |  |
|---|---------|---|

Quelle: <https://www.g2a.com/de/minecraft-java-edition-minecraft-key-global-i1000068122012?sid=13477812>, 05.09.2023

Abb. 181: G2A 20-25 - Minecraft

Angebote von 6 gewerbliche Verkäufer
Sofortige Lieferangebote Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| Verkäufer | Preis |
|--|---------|
| Gameservice24 AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 27584 | € 21.87 |
| Ultimate_choices AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positives Feedback 21204 | € 22.28 |
| Ms_world_game24 AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 2622 | € 22.39 |
| Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positives Feedback 16022 | € 25.24 |
| Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 6385 | € 28.97 |
| Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1535 | € 32.62 |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/minecraft-java-edition-pc-minecraft-key-europe-i10000068122021>, 05.09.2023

Abb. 182: premiumcdkeys - Minecraft

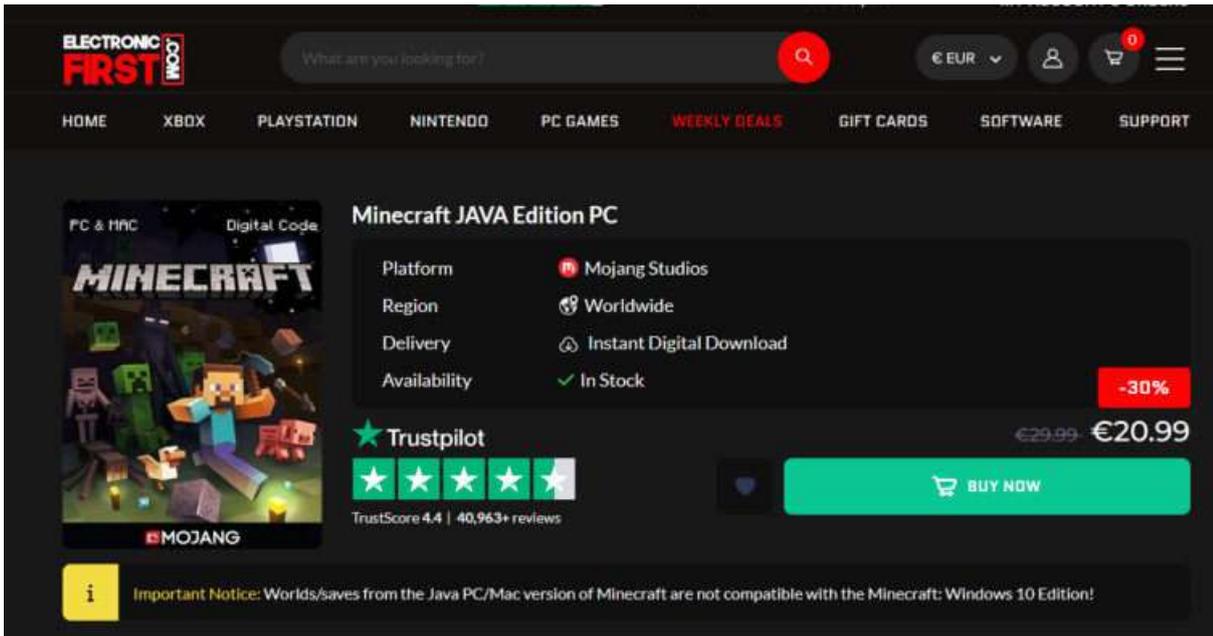
Minecraft Java Edition – Offizieller Website-CD-Key Global
€ 29.99 € 21.44

PLATTFORM-OFFIZIELLE WEBSITE

REGION-GLOBAL

Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/minecraft-java-edition-official-website-cd-key-global?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 183: electronicfirst - Minecraft



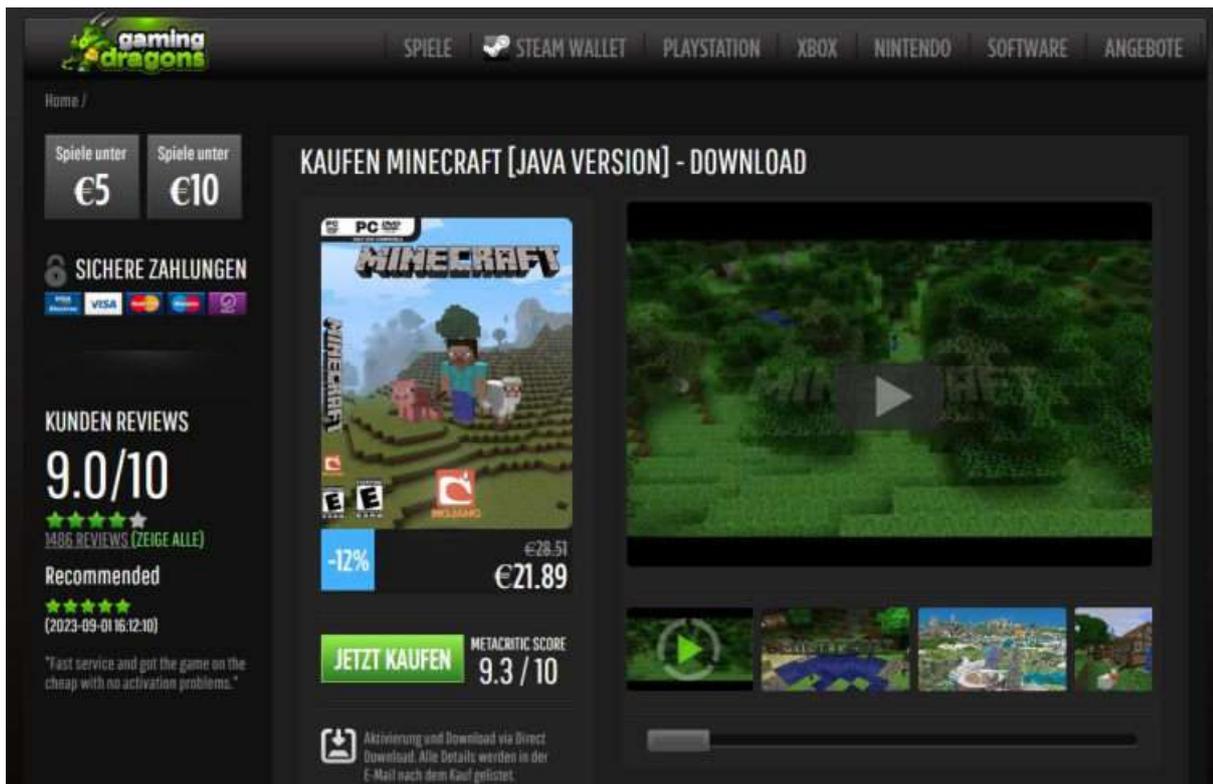
Quelle: https://www.electronicfirst.com/minecraft-pc?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 184: cjs-cdkeys - Minecraft



Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/Minecraft-Java-Edition-Key-%28Digital-Download%29.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 185: gamingdragons - Minecraft



Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-minecraft-download.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 186: keyesd - Minecraft



Quelle: https://keyesd.com/products/minecraft-java-edition?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 187: MMOGA - Minecraft

MINECRAFT

Minecraft

Minecraft Java Auflage

Minecraft kaufen - Premium Mitglied werden!

Der Key wird Ihnen so schnell wie möglich per eMail zugeschickt.

Wie funktioniert es?

Mit dem Minecraft Gift Code Key können Sie die aktuelle Version von Minecraft.net downloaden. Sie müssen sich dafür lediglich einen kostenlosen Account bei Minecraft.net erstellen. Darüber hinaus erhalten Sie einen Status als Premium-Mitglied

Java muss auf dem System vorhanden sein, auf dem Minecraft gespielt werden soll.

Lieferzeit: 5-10 Minuten
Verfügbarkeit: lieferbar
Region: Worldwide
Plattform: Official website

UVP 26,99 €
22,99 €

KAUFEN

oder

Menge 1 **Direkt zu PayPal**

OFFICIAL WEBSITE

Quelle: <https://www.mmoga.de/Game-Keys/Minecraft.html>, 05.09.2023

Abb. 188: hrkgame - Minecraft

Minecraft

★★★★★ | 50 Bewertung [Schreiben eine Bewertung](#)

[Zur Wunschliste hinzufügen](#)

€20.99
€20.19 -33%

Jetzt Kaufen

Region

Global

Plattform

Official Website

- Einlösen auf Official Website**
Dieses Produkt benötigt einen kostenlosen Account auf seiner offiziellen Website.
- Sofortige Lieferung**
Deine erworbenen Official Website Key sind sofort verfügbar. [\(Mehr\)](#)
- Verdiene bis zu €1.61**
Verdiene bis zu €1.61 mit unserem Affiliate-Programm!
- 5 kostenlose Edelstein(e)**
Du erhältst 5 kostenlose(n) Edelstein(e) nach dem Kauf dieses Produktes.

Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/minecraft#a_aid=cdkeysforgames, 05.09.2023

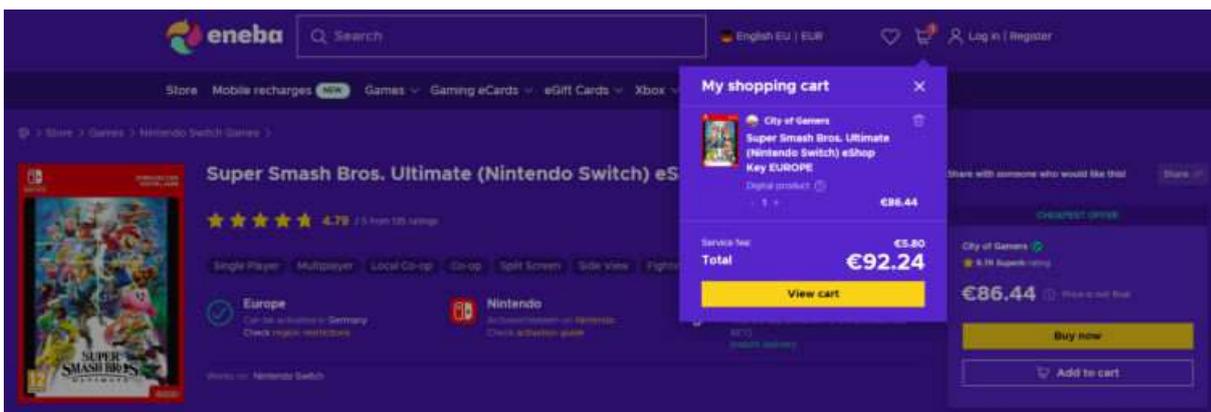
Abb. 189: wyrel - Minecraft



Quelle: https://wyrel.com/en/buy-cheap-minecraft-pc-56042?referral=Fjaer&marketplace_id=12&edition_id=460®ion_product_id=1, 05.09.2023

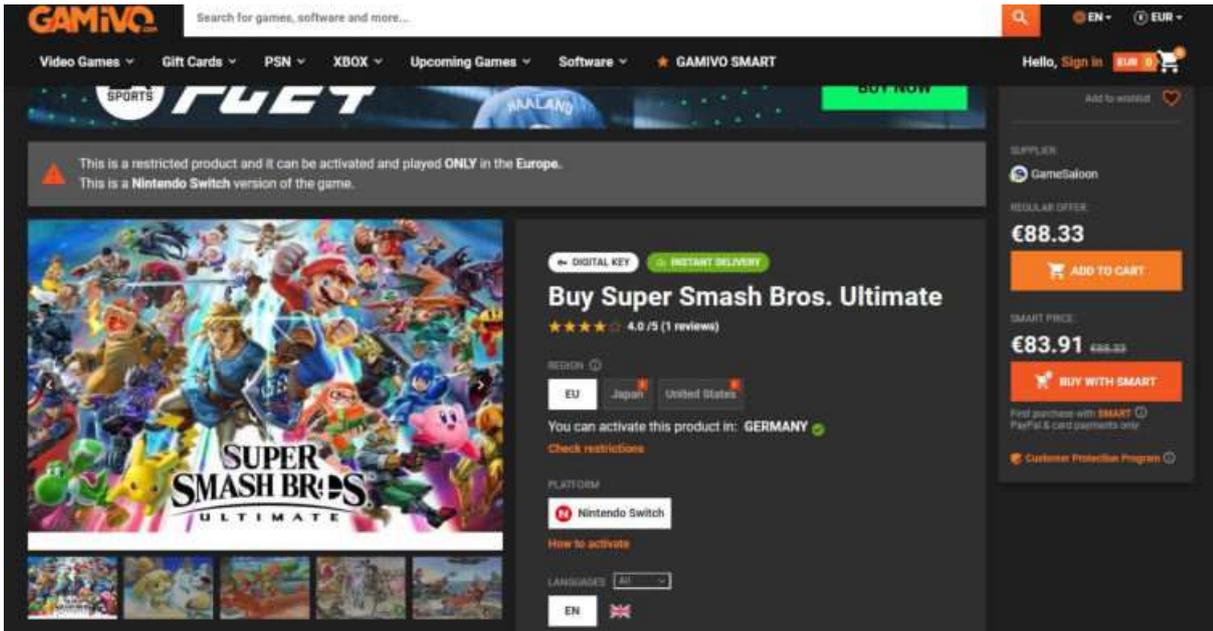
5. Super Smash Bros. Ultimate

Abb. 190: eneba - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: https://www.eneba.com/nintendo-super-smash-bros-ultimate-nintendo-switch-eshop-key-europe?af_id=planetkey, 05.09.2023

Abb. 191: gamivo - Super Smash Bros. Ultimate



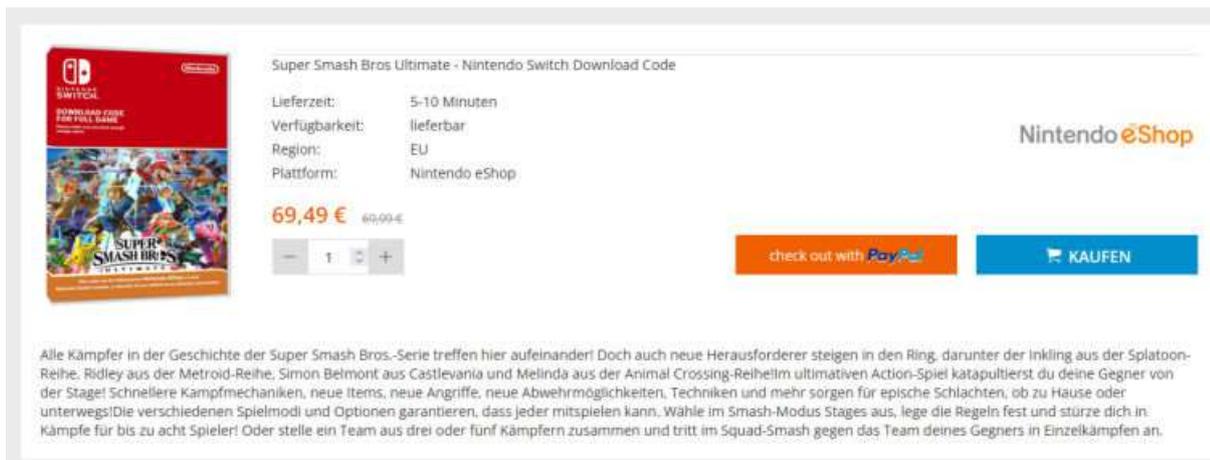
Quelle: <https://www.gamivo.com/product/super-smash-bros-ultimate-eu-switch?glv=planetkey>, 05.09.2023

Abb. 192: Amazon - Super Smash Bros. Ultimate



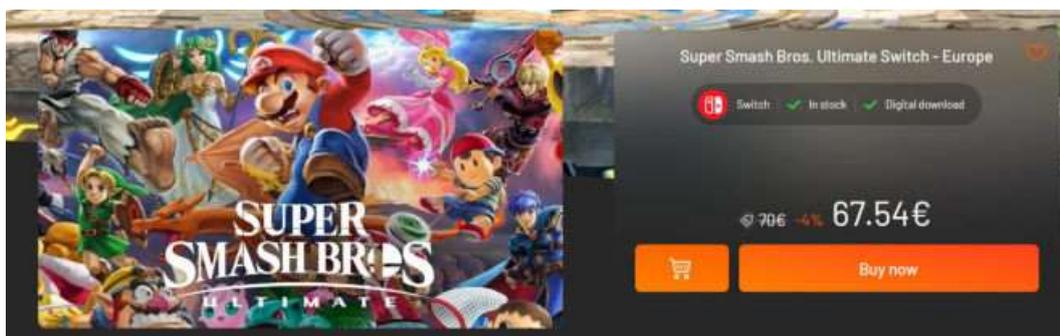
Quelle: https://www.amazon.de/dp/B07K77WJSJ/ref=asc_df_B07K77WJSJ165453120000/?tag=mykeyd-ergamin-21&creative=22662&creativeASIN=B07K77WJSJ&linkCode=df0&th=1, 05.09.2023

Abb. 193: online-gold - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: <https://www.online-gold.de/Nintendo/Switch/Super-Smash-Bros-Ultimate-Nintendo-Switch-Download-Code.html?ref=48>, 05.09.2023

Abb. 194: instant-gaming - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: <https://www.instant-gaming.com/en/3000-buy-super-smash-bros-ultimate-switch-switch-game-nintendo-eshop-europe/?igr=pkodynamics>, 05.09.2023

Abb. 195: MMOGA - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: <https://www.mmoga.de/Nintendo/Switch/Super-Smash-Bros-Ultimate-Nintendo-Switch-Download-Code.html?ref=54015>, 05.09.2023

Abb. 196: gamingdragons - Super Smash Bros. Ultimate

gaming dragons

SPIELE STEAM WALLET PLAYSTATION XBOX NINTENDO SOFTWARE ANGEBOTE

Home /

Spiele unter €5 Spiele unter €10

KAUFEN SUPER SMASH BROS. ULTIMATE - NINTENDO SWITCH - NINTENDO SWITCH ESTORE

SICHERE ZAHLUNGEN

KUNDEN REVIEWS

9.0/10

1466 REVIEWS (ZEIGE ALLE)

Recommended

2023-09-01 16:12:10

"Fast service and got the game on the cheap with no activation problems."

Super Smash Bros. Ultimate

€57.35

-8%

€53.89

JETZT KAUFEN

METACRITIC SCORE N/A

Nintendo

Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-super-smash-bros-nintendo-switch-code.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 197: G2A 1-6 - Super Smash Bros. Ultimate

Angebote von 6 gewerbliche Verkäufer

Sofortige Lieferangebote

Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| Verkäufer | Preis |
|--|---------|
| Global_cheap_games (98% Positives Feedback 41) | € 63.44 |
| Bojungekeys (AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 2350) | € 63.45 |
| Gamersuniverse (AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 66248) | € 89.32 |
| Superbkeys (AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 3222) | € 90.26 |
| Lancee (99% Positives Feedback 541) | € 90.71 |
| Gamesdivision (99% Positives Feedback 488) | € 91.16 |

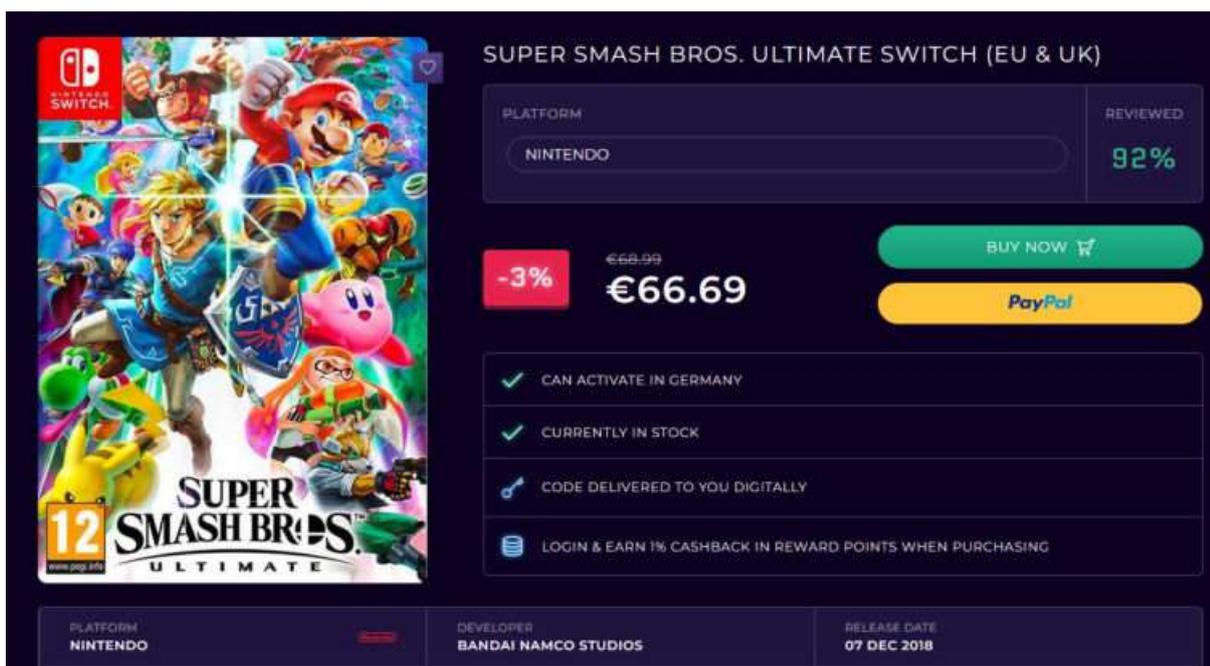
Quelle: <https://www.g2a.com/de/super-smash-bros-ultimate-nintendo-switch-nintendo-eshop-key-europe-i10000175721002>, 05.09.2023

Abb. 198: punktId - Super Smash Bros. Ultimate



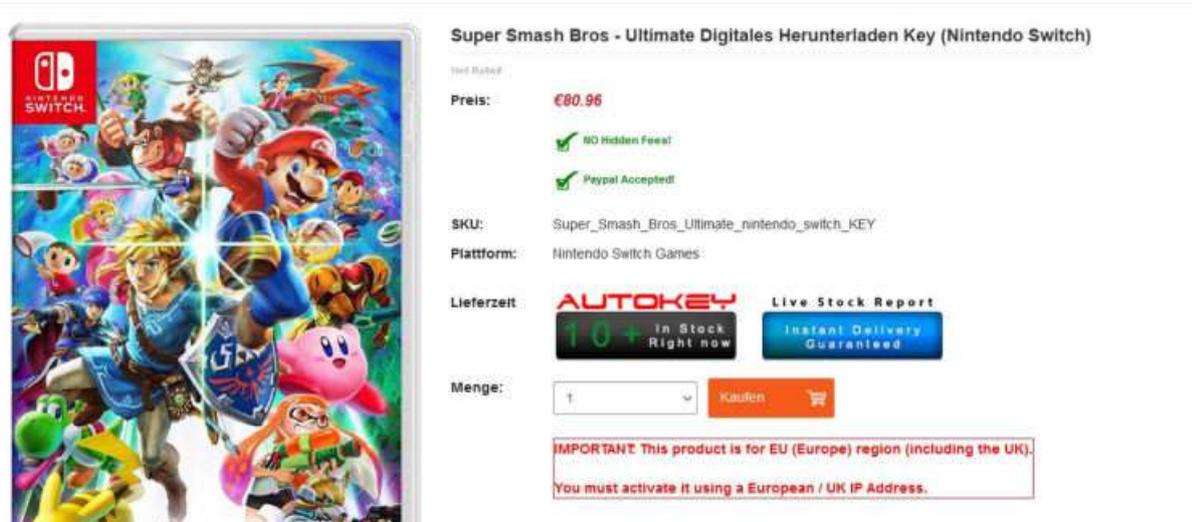
Quelle: https://punktId.com/super-smash-bros-ultimate-nintendo-switch?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 199: CDKeys - Super Smash Bros. Ultimate



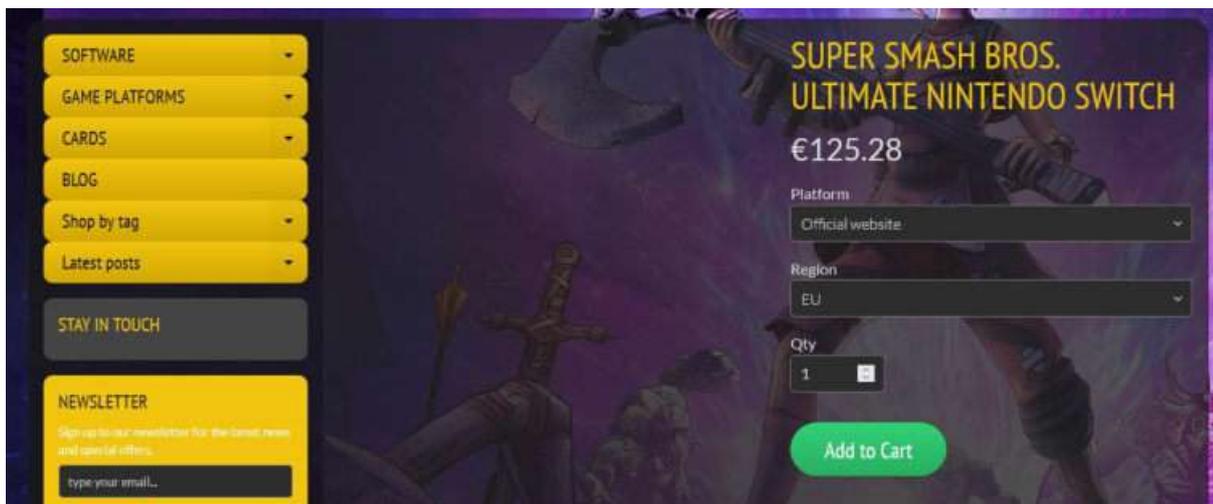
Quelle: https://www.cdkeys.com/super-smash-bros-ultimate-switch?intsrc=CATF_12138&irclickid=3fHTO21ISxyPRvjw-Z3x6RkiUKFRGv1mV2t4Rk0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop&irgwc=1, 05.09.2023

Abb. 200: cjs-cdkeys - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/Super-Smash-Bros-%252d-Ultimate-Digital-Download-Key-%28Nintendo-Switch%29.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 201: keyesd - Super Smash Bros. Ultimate



Quelle: https://keyesd.com/products/super-smash-bros-ultimate-nintendo-switch?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 202: wyrel - Super Smash Bros. Ultimate

The screenshot shows a product listing for 'SUPER SMASH BROS. ULTIMATE NINTENDO SWITCH - NINTENDO ESHOP KEY - EUROPE'. The seller is 'Global-Codes' with a 'Rank: Guru' and a 'TRUSTED' badge. The product is priced at €88.26. Key details include: Offer ID: 2482921, Edition: Standard Edition, Region: Europe, Platform: Nintendo, Warranty: 30 days, Delivery: Instant, and Stock: 76. A quantity selector shows '1' unit. A 'BUY NOW' button is visible. A note states: 'Your goods will be available for download at the end of the purchase. Stay on the Orders page, the icon for downloading your product will become available within 3-5 minutes.'

Quelle: https://wyrel.com/en/buy-cheap-super-smash-bros-ultimate-nintendo-12460?referral=Goedkeys&marketplace_id=9&edition_id=780®ion_product_id=4, 05.09.2023

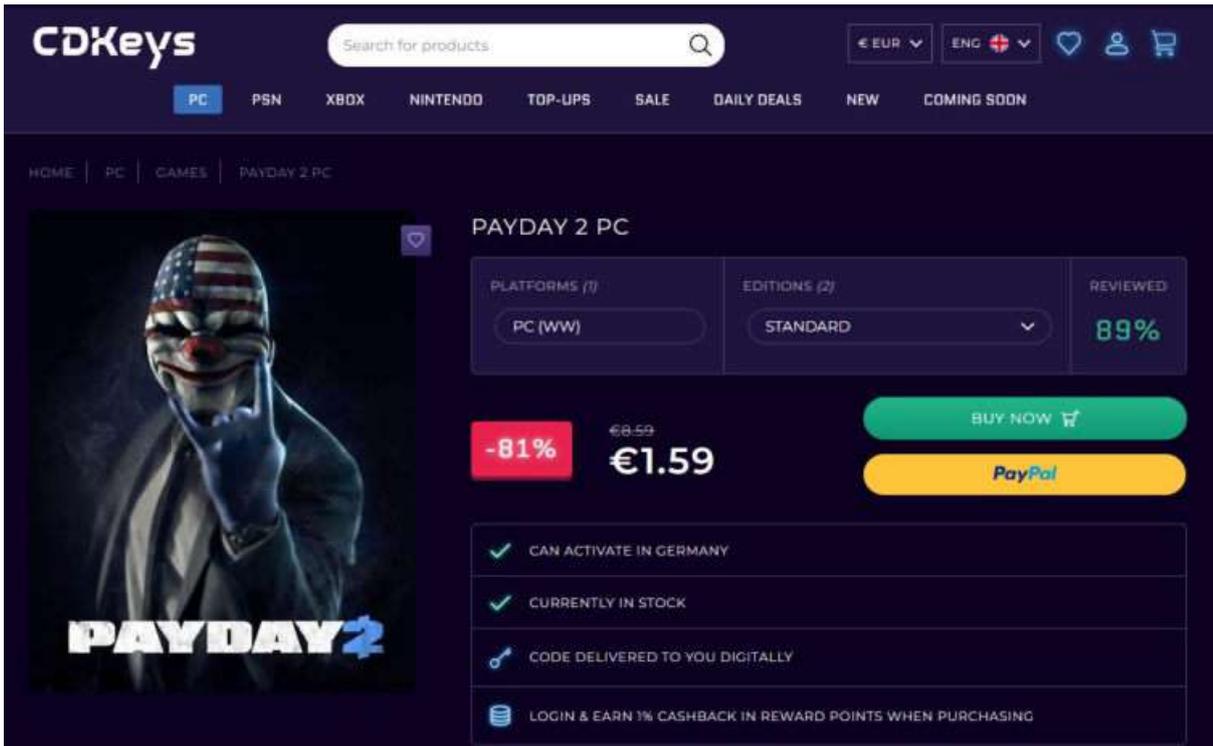
6. Payday 2

Abb. 203: electronicfirst - Payday 2

The screenshot shows a product listing for 'PAYDAY 2 PC Steam CD Key' on the Electronic First website. The product is priced at €1.54, marked down from €1.84 (-18%). Key details include: Platform: Steam, Region: Worldwide, Release Date: 13 Aug 2013, Delivery: Instant Digital Download, and Availability: In Stock. The product has a Trustpilot rating of 4.4 stars based on 41,324+ reviews. A 'BUY NOW' button is visible.

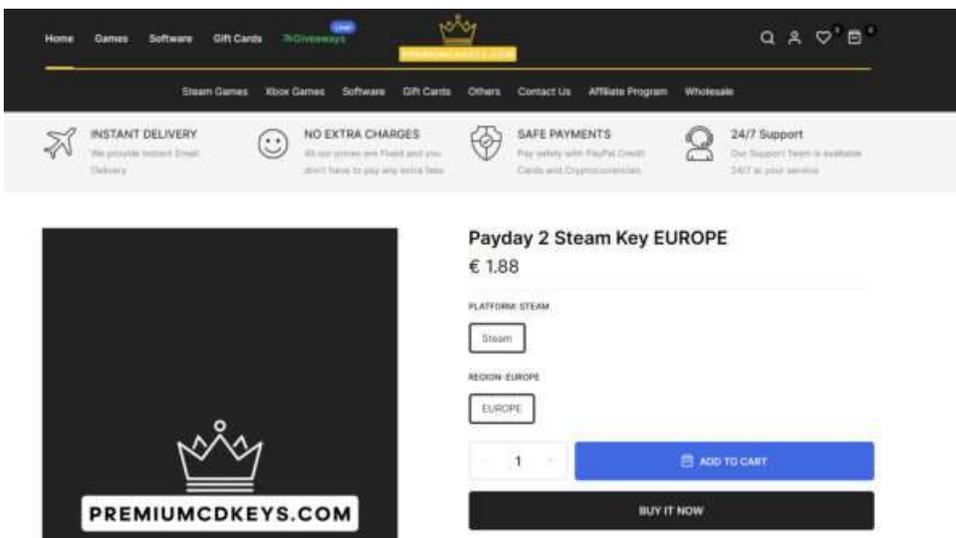
Quelle: https://www.electronicfirst.com/payday-2-pc-steam-cd-key?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 204: CDKeys - Payday 2



Quelle: https://www.cdkeys.com/payday-2-pc-steam-cd-key?intsrc=CATF_12138&irclid=W%3A93Fr3h%3AxyPR4uyngV7tSrZUkFWBv3vV2qKVU0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop&irgwc=1, 05.09.2023

Abb. 205: premiumcdkeys 1 - Payday 2



Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/payday-2-steam-key-europe?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 206: premiumcdkeys 2 - Payday 2



PAYDAY 2 – Steam CD Key Global

€9.99 €3.15

Quantity: 1 [IN DEN WARENKORB LEGEN](#)

[BUY IT NOW](#)

[Lieferung und FAQ](#) [Stellen Sie eine Frage](#)

Verfügbarkeit: Auf Lager

Aktie: [f](#) [t](#) [g+](#) [v](#) [m](#)

Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/payday-2-steam-cd-key-global?_pos=2&_sid=0fd2e9a37&_ss=r, 05.09.2023

Abb. 207: driffle 1-3 - Payday 2

The image shows a product listing on the driffle.com website. The product is 'PAYDAY 2 (PC) - Steam - Digital Code'. It features a 4-star rating and a price of €1.51, which is a 70% discount from the original price of €4.96. The listing includes a 'Buy now' button and an 'Add to cart' button. Below the main product listing, there are 'Other offers' from 'ready2play' (€1.56) and 'AspireGaming1' (€4.80). The 'About the product' section indicates that the code can be activated in Germany and on Steam, and works on Windows. The 'Platforms' section shows 'Steam' and 'Xbox Live' as options, and the 'Regions' section shows 'AR', 'EU', and 'GLOBAL' as options.

Quelle: https://driffle.com/en/payday-2-steam-cd-key-p984686?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 208: kinguin 1-5 - Payday 2

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €1.29

| | | | |
|-----------------------------------|---|-------|-------|
| Verkauft von IHM GAMES | 99.96% von 348994 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.29 |
| Verkauft von GamingWorld | 98.97% von 2101655 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.31 |
| Verkauft von Houndstore | 99.99% von 225834 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.31 |
| Verkauft von Chain Breaker | 92.74% von 996352 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.39 |
| Verkauft von PCGamesMarket | 99.14% von 25206 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.46 |

1 2 3 4 Weiter

Abb. 209: kinguin 6-10 - Payday 2

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €1.29

| | | | |
|--|--|-------|-------|
| Verkauft von Umitz Games | 99.98% von 196030 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.66 |
| Verkauft von GameCrew | 94.74% von 444146 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.68 |
| Verkauft von Games & Chill | 99.83% von 154903 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.68 |
| Verkauft von Icegames | 98.73% von 162036 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.80 |
| Verkauft von USA Software & Games | 92.55% von 135221 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €1.81 |

Zurück 1 2 3 4 Weiter

Abb. 210: kinguin 11-15 - Payday 2

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €1.29

| | | |
|--|-------|---------|
| Verkauft von MGG Studio 95.14% von 177209 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.83 |
| Verkauft von Super Games 99.56% von 967153 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.88 |
| Verkauft von AllofGame 98.25% von 42213 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.78 |
| Verkauft von Goldenrush 98.60% von 115595 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.79 |
| Verkauft von Klim's Keys 96.97% von 1177 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.99 |

Zurück 1 2 3 4 Weiter

Abb. 211: kinguin 16-19 - Payday 2

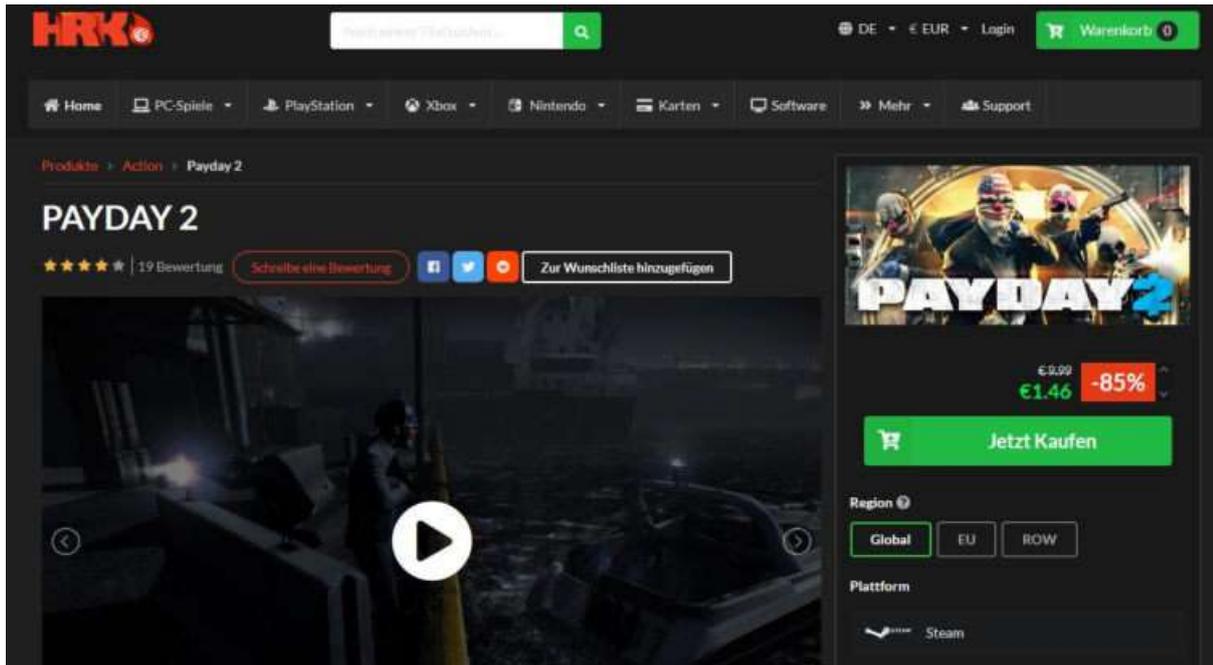
ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €1.29

| | | |
|--|-------|---------|
| Verkauft von Codezilla 93.90% von 28231 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €3.28 |
| Verkauft von eGames Empire 86.29% von 183241 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €3.30 |
| Verkauft von Thanks4Buying 98.57% von 2688 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €3.54 |
| Verkauft von Softwaredirect 100% von 54679 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €8.27 |

Zurück 1 2 3 4

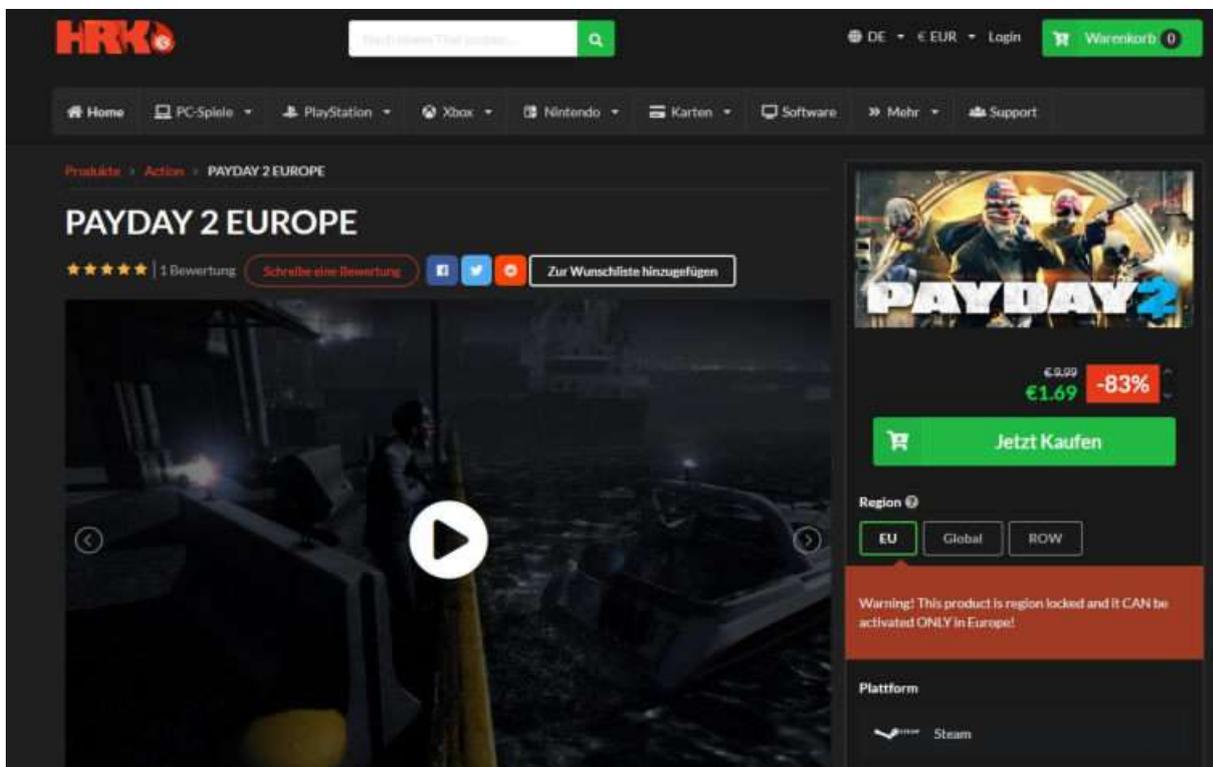
Quelle Abb. 208-211: https://www.kinguin.net/category/7242/payday-2-eu-steam-cd-key/?currency=EUR&discount=AKS12&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 05.09.2023

Abb. 212: HRK 1 - Payday 2



Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/payday-2?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 213: HRK 2 - Payday 2



Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/payday-2-europe>, 05.09.2023

Abb. 214: gamersoutlet - Payday 2

The screenshot shows the GamersOutlet website interface. At the top, there is a navigation bar with the GamersOutlet logo and links for PLATFORM, SUPPORT, and a search bar. Below this is a secondary navigation bar with icons for various gaming platforms: SOFTWARE, STEAM, ORIGIN, UPLAY, BATTLENET, NINTENDO, and XBOX. The main content area features a product listing for 'Payday 2 Cd Key Steam Global'. On the left is a product image of the game's box art. To the right of the image, the product title is displayed, followed by a rating of 0/5 from 0 reviews and a 'Write a review' link. Below the title, the product code is listed as 'STEAM', the reward points as '2', and the availability as 'In Stock'. The price is shown as 1.65€, with a note that the price in reward points is 165. There are buttons for 'BUY NOW' and 'ADD TO CART', along with a quantity selector set to 1. At the bottom right, there is a 'No reviews' message and a payment method icon for Mastercard.

Quelle: https://www.gamers-outlet.net/en/buy-payday-2-cd-key-steam-global?currency=EUR&tracking=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 215: G2A 1-16 - Payday 2

| Angebote von 34 gewerbliche Verkäufer | | | |
|---|---|--|---|
| Sofortige Lieferangebote | | Sortieren nach: <input checked="" type="radio"/> Beste Preis <input type="radio"/> Beste Bewertung | |
|  | Gamerzhd ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 42 | € 5.65 |  |
|  | Kinguin ALGEMEINER VERKÄUFER 93% Positive Feedback 19 1822 | € 2.08 |  |
|  | Made_man 20% Positive Feedback 19 8 | € 2.70 |  |
|  | Gaming4you ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 81411 | € 2.72 |  |
|  | Golden_games ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 7483 | € 2.73 |  |
|  | Gks_store 99% Positive Feedback 19 877 | € 2.73 |  |
|  | Gameruniverse ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 84233 | € 2.76 |  |
|  | Instant_game ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 28233 | € 2.76 |  |
|  | GrSkeys ALGEMEINER VERKÄUFER 95% Positive Feedback 19 1238 | € 2.80 |  |
|  | Royaloo 95% Positive Feedback 19 134 | € 2.84 |  |
|  | Superbkeys ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 2822 | € 2.85 |  |
|  | Lance 100% Positive Feedback 19 309 | € 2.86 |  |
|  | Gamesdivision 100% Positive Feedback 19 489 | € 2.88 |  |
|  | Gagallery Noch keine Rückmeldung 19 0 | € 2.97 |  |
|  | Game_boutique ALGEMEINER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 3021 | € 3.25 |  |
|  | Codezilla ALGEMEINER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 8271 | € 3.36 |  |

Abb. 216: G2A 17-34 - Payday 2

| | | | |
|---|--|---------|---|
|  | Allcheappgame 100% Positive Feedback 19 29 | € 3.37 |  |
|  | Games4world ALLEGED CHINESE VENDOR 99% Positive Feedback 19 2488 | € 3.47 |  |
|  | Luckypicker 98% Positive Feedback 19 709 | € 3.49 |  |
|  | Digitaldistribution 89% Positive Feedback 19 1001 | € 3.53 |  |
|  | Egame_empire ALLEGED CHINESE VENDOR 99% Positive Feedback 19 5139 | € 3.83 |  |
|  | Martello 96% Positive Feedback 19 812 | € 3.84 |  |
|  | Goldman_gaming 87% Positive Feedback 19 247 | € 3.84 |  |
|  | Gamers_slayers ALLEGED CHINESE VENDOR 99% Positive Feedback 19 1838 | € 3.90 |  |
|  | Skynet_gaming 99% Positive Feedback 19 709 | € 4.15 |  |
|  | Game_dancer 100% Positive Feedback 19 88 | € 4.26 |  |
|  | Gathohop 93% Positive Feedback 19 45 | € 5.09 |  |
|  | Thanks4buying 98% Positive Feedback 19 108 | € 5.10 |  |
|  | Placeofgamers ALLEGED CHINESE VENDOR 99% Positive Feedback 19 1823 | € 5.98 |  |
|  | Tradegameskey 100% Positive Feedback 19 824 | € 6.21 |  |
|  | Reeplay 99% Positive Feedback 19 187 | € 6.59 |  |
|  | Goldenrush 100% Positive Feedback 19 788 | € 6.99 |  |
|  | Elektro_gaming 79% Positive Feedback 19 33 | € 7.99 |  |
|  | Green_and_red 98% Positive Feedback 19 833 | € 15.11 |  |

Quelle Abb. 215-216: <https://www.g2a.com/de/payday-2-steam-key-global-i10000002256012>, 05.09.2023

Abb. 217: G2A 35-49 - Payday 2

Angebote von 15 gewerbliche Verkäufer

Sofortige Lieferangebote Sortieren nach: Bestpreis Beste Bewertung

| | | | |
|---|---|--------|---|
|  | GamershD AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 42 | € 5.65 |  |
|  | Golden_games AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 7482 | € 2.21 |  |
|  | Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positive Feedback 19 18532 | € 2.21 |  |
|  | Gaming4you AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 81411 | € 2.54 |  |
|  | Gamersuniverse AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 84222 | € 2.76 |  |
|  | RoyaloO 95% Positive Feedback 19 154 | € 2.84 |  |
|  | Superkeys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 3032 | € 2.85 |  |
|  | Lancee 100% Positive Feedback 19 309 | € 2.86 |  |
|  | Gamesdivision 100% Positive Feedback 19 488 | € 2.88 |  |
|  | Fu Funny_store 97% Positive Feedback 19 82 | € 2.97 |  |
|  | Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 1838 | € 3.31 |  |
|  | Egames_empire AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 19 8233 | € 3.83 |  |
|  | Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 19 8271 | € 3.89 |  |
|  | Game_dancer 100% Positive Feedback 19 88 | € 4.26 |  |
|  | DeGermania 100% Positive Feedback 19 18 | € 8.27 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/payday-2-steam-key-europe-i10000002256014>, 05.09.2023

Abb. 218: K4G 1-5 - Payday 2

The screenshot displays a list of offers for 'Payday 2' on the K4G website. The interface includes a navigation bar with 'Offers', 'Product description', 'Overview', 'System Requirements', and 'Reviews and ratings'. A 'Best Price' dropdown menu is visible. The offers are listed as follows:

| Retailer | Rating | Count | Price (EUR) | Buy now | Price (EUR) | VIP Discount |
|----------------|--------|--------|-------------|---------|-------------|--------------|
| Globalgames | 100% | 23046 | 1.76 | Buy now | 0.88 | -91% |
| FastCodes | 100% | 129304 | 1.77 | Buy now | 0.89 | -91% |
| Gaming Network | 100% | 27938 | 1.82 | Buy now | 0.91 | -90% |
| WestCodes | 100% | 19234 | 1.90 | Buy now | 0.95 | -90% |
| PCGamesMarket | 100% | 502 | 2.66 | Buy now | 1.60 | -83% |

Quelle: <https://k4g.com/product/payday-2-steam-europe-cd-key-cd-key-7906AE59>, 05.09.2023

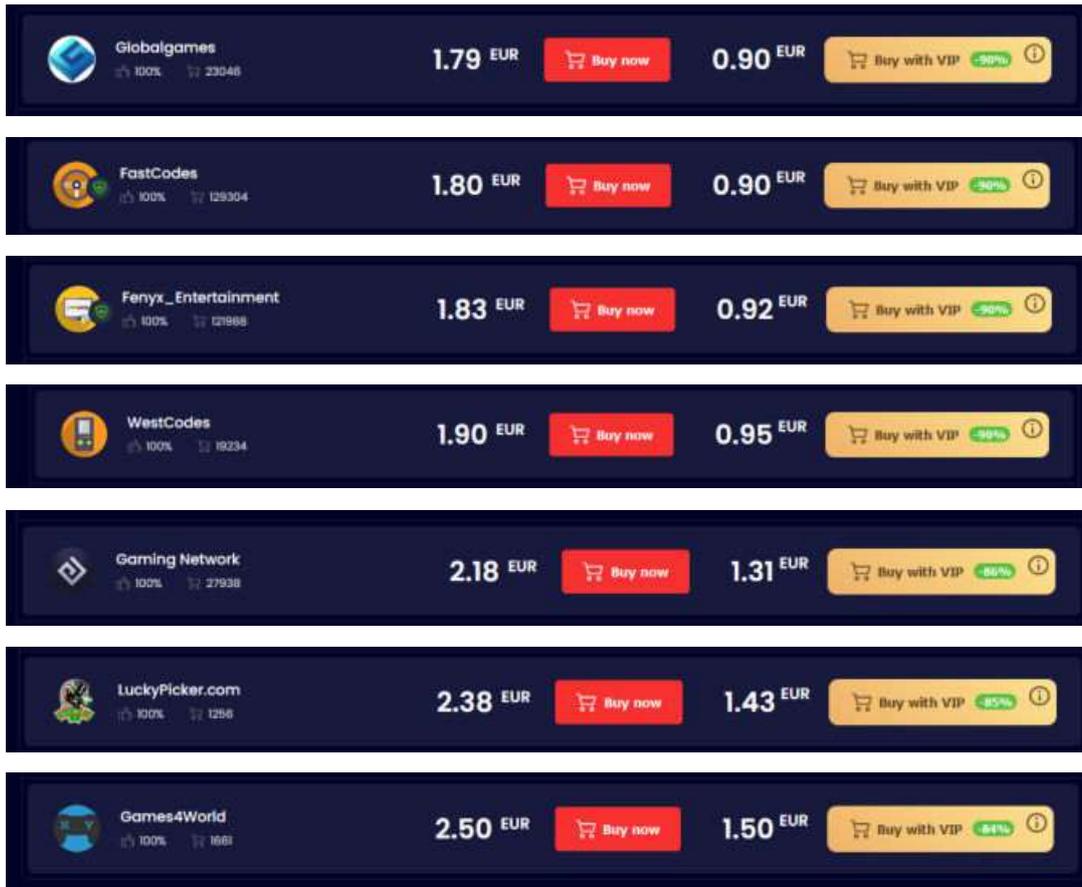
Abb. 219: K4G 6-7 - Payday 2

The screenshot displays a list of offers for 'Payday 2' on the K4G website. The interface includes a navigation bar with 'Offers', 'Product description', 'Overview', 'System Requirements', and 'Reviews and ratings'. A 'Best Price' dropdown menu is visible. The offers are listed as follows:

| Retailer | Rating | Count | Price (EUR) | Buy now | Price (EUR) | VIP Discount |
|----------------|--------|-------|-------------|---------|-------------|--------------|
| Globalgames | 100% | 23048 | 1.81 | Buy now | 0.91 | -90% |
| Gaming Network | 100% | 27938 | 1.82 | Buy now | 0.91 | -90% |

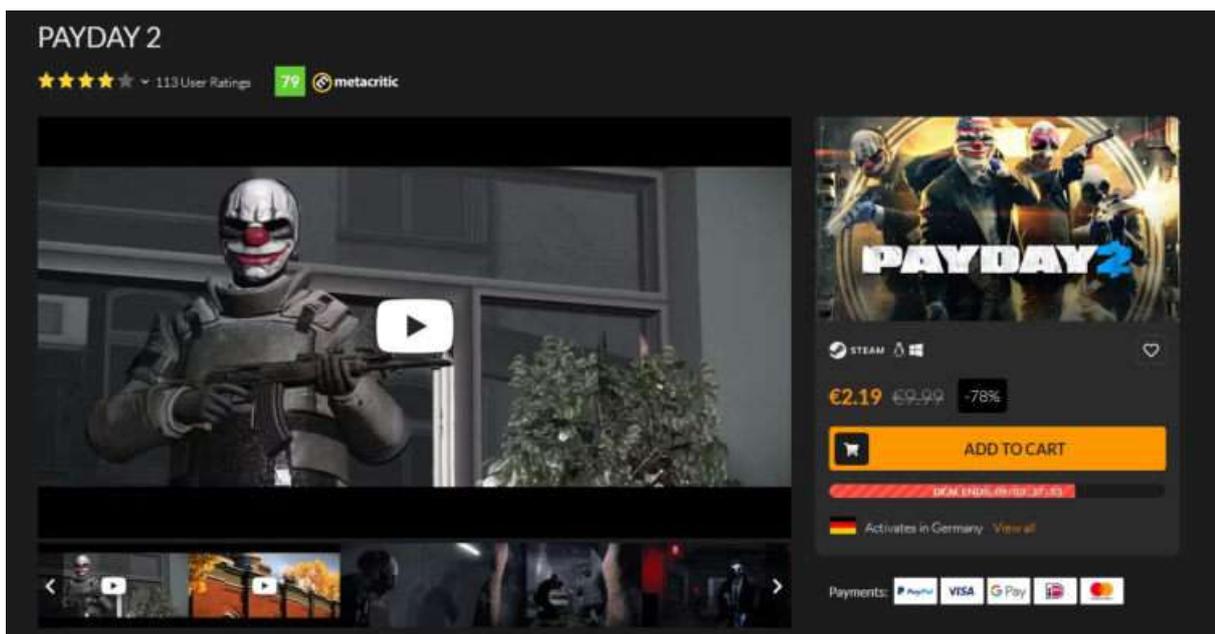
Quelle: <https://k4g.com/product/payday-2-steam-europe-united-states-cd-key-cd-key-4D45F09C>, 05.09.2023

Abb. 220: K4G 8-13 - Payday 2



Quelle: <https://k4g.com/product/payday-2-steam-global-cd-key-cd-key-428BE74D>, 05.09.2023

Abb. 221: fanatical - Payday 2



Quelle: https://www.fanatical.com/en/game/payday-2?aff_track=daisycon&dc_pid=288216&utm_source=allkeyshop, 05.09.2023

Abb. 222: cjs-cdkeys - Payday 2

The screenshot shows the website cjs-cdkeys.com. The header includes the site logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays the product 'PAYDAY 2 Steam Key' with a price of €2.27, a quantity selector set to 1, and an 'Add To Cart' button. A product image of the game cover is also visible.

Home / Steam Keys / PAYDAY 2 Steam Key

PAYDAY 2 Steam Key

★★★★ (2 product reviews)

Your Price: ~~€34.49~~ **€2.27**
(You save €32.22)

✓ **NO Hidden Fees!**

✓ **Paypal Accepted**

SKU: payday_2_steam_multi_it

Platform: Steam CD Keys

Availability:

Quantity: **Add To Cart**

Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/PAYDAY-2-Steam-Key.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 223: gamivo 1-11 - Payday 2

PROMOTED OFFERS (1)

| | | | | |
|--|--------------------------------|--|--------------------------------|---|
|  Wonka 99.97% positive feedback 22751 completed orders | REGULAR PRICE: €2.05 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.33 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|--|--------------------------------|--|--------------------------------|---|

ALL OFFERS (11) Sort by: Default ▾

| | | | | |
|--|--------------------------------|--|--------------------------------|---|
|  jojo90 99.97% positive feedback 22751 completed orders | REGULAR PRICE: €1.37 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €0.89 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Kinguin 99.29% positive feedback 49926 completed orders | REGULAR PRICE: €1.52 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €0.99 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Yoomi Games 99.99% positive feedback 54322 completed orders | REGULAR PRICE: €1.55 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.01 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Great Games 99.84% positive feedback 418098 completed orders | REGULAR PRICE: €1.68 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.09 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  MGG Studio 99.67% positive feedback 52399 completed orders | REGULAR PRICE: €1.77 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.15 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  GameSaloon 99.40% positive feedback 970271 completed orders | REGULAR PRICE: €1.89 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.23 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  eGames Empire 99.79% positive feedback 38634 completed orders | REGULAR PRICE: €2.42 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.57 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  PCGamesMarket 99.57% positive feedback 57423 completed orders | REGULAR PRICE: €2.99 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.94 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  GamesDoi 99.79% positive feedback 5488 completed orders | REGULAR PRICE: €2.99 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.94 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  VGLAB 100.00% positive feedback 10320 completed orders | REGULAR PRICE: €3.84 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €2.50 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |

Quelle: https://www.gamivo.com/product/payday-2-eu?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 224: gamivo 12-36 - Payday 2

PROMOTED OFFERS (3)

| | | | | | |
|---|---|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|-----------------------|
|  | Buy-n-Play 99.65% positive feedback 205106 completed orders | REGULAR PRICE: €2.00 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.30 | BUY WITH SMART |
|  | CDkeysDiscount 99.53% positive feedback 52629 completed orders | REGULAR PRICE: €2.18 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.42 | BUY WITH SMART |
|  | greenandred 99.03% positive feedback 4764 completed orders | REGULAR PRICE: €2.18 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.42 | BUY WITH SMART |

ALL OFFERS (23) Sort by: Default ▾

| | | | | | |
|---|--|--------------------------------|--------------------|--------------------------------|-----------------------|
|  | Ascending Gamers 99.69% positive feedback 1537 completed orders | REGULAR PRICE: €1.45 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €0.94 | BUY WITH SMART |
|  | Saved Games 99.61% positive feedback 2604 completed orders | REGULAR PRICE: €1.49 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €0.97 | BUY WITH SMART |
|  | Game Traveler 99.96% positive feedback 18315 completed orders | REGULAR PRICE: €1.59 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.03 | BUY WITH SMART |
|  | Yoomi Games 99.99% positive feedback 54322 completed orders | REGULAR PRICE: €1.59 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.03 | BUY WITH SMART |
|  | Buy-n-Play 99.65% positive feedback 205106 completed orders | REGULAR PRICE: €1.59 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.03 | BUY WITH SMART |
|  | MSRkeys 98.64% positive feedback 3270 completed orders | REGULAR PRICE: €1.71 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.11 | BUY WITH SMART |
|  | Rhestia 99.88% positive feedback 8588 completed orders | REGULAR PRICE: €1.73 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.12 | BUY WITH SMART |
|  | MGG Studio 99.67% positive feedback 52399 completed orders | REGULAR PRICE: €1.77 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.15 | BUY WITH SMART |
|  | GameSaloon 99.40% positive feedback 970271 completed orders | REGULAR PRICE: €1.89 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.23 | BUY WITH SMART |
|  | Gaming Nation 96.05% positive feedback 4004 completed orders | REGULAR PRICE: €1.91 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.24 | BUY WITH SMART |
|  | Lucky Picker 99.70% positive feedback 13218 completed orders | REGULAR PRICE: €2.12 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.38 | BUY WITH SMART |
|  | Green and Red 99.03% positive feedback 4764 completed orders | REGULAR PRICE: €2.26 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.47 | BUY WITH SMART |
|  | ILLUMICORPPRO 99.79% positive feedback 132057 completed orders | REGULAR PRICE: €2.39 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.55 | BUY WITH SMART |
|  | eGames Empire 99.79% positive feedback 38634 completed orders | REGULAR PRICE: €2.42 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.57 | BUY WITH SMART |

| | | | | |
|--|---------------------------------|--|--------------------------------|---|
|  Gcdkey 99.39% positive feedback 21098 completed orders | REGULAR PRICE: €2.71 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.76 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Game101 99.78% positive feedback 11576 completed orders | REGULAR PRICE: €2.74 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.78 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  GamesDoi 99.79% positive feedback 5488 completed orders | REGULAR PRICE: €2.77 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €1.80 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  World_Of_Games 98.40% positive feedback 15399 completed orders | REGULAR PRICE: €3.44 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €2.24 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  BeyondGame 99.98% positive feedback 9918 completed orders | REGULAR PRICE: €3.45 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €2.24 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  PCGamesMarket 99.57% positive feedback 57423 completed orders | REGULAR PRICE: €3.99 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €2.59 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Thanks4Buying 99.90% positive feedback 6859 completed orders | REGULAR PRICE: €3.99 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €2.59 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  CDkeysDiscount 99.53% positive feedback 52629 completed orders | REGULAR PRICE: €4.99 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €3.24 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Softwaredirect 99.54% positive feedback 2165 completed orders | REGULAR PRICE: €10.95 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE: ⓘ €8.76 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/payday-2>, 05.09.2023

Abb. 225: gamivo 37-46 - Payday 2

PROMOTED OFFERS (1)

| | | | | |
|---|--------------------------------|-------------|--------------------------------|----------------|
|  Instant Games 99.79% positive feedback 5488 completed orders | REGULAR PRICE: €2.39 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.55 | BUY WITH SMART |
|---|--------------------------------|-------------|--------------------------------|----------------|

ALL OFFERS (9) Sort by: Default ▾

| | | | | |
|---|--------------------------------|-------------|--------------------------------|----------------|
|  Gaming Nation 96.05% positive feedback 4004 completed orders | REGULAR PRICE: €1.59 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.03 | BUY WITH SMART |
|  MGG Studio 99.67% positive feedback 52399 completed orders | REGULAR PRICE: €1.60 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.04 | BUY WITH SMART |
|  Kinguin 99.29% positive feedback 49926 completed orders | REGULAR PRICE: €1.67 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.09 | BUY WITH SMART |
|  Rhestia 99.88% positive feedback 8588 completed orders | REGULAR PRICE: €1.80 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.17 | BUY WITH SMART |
|  i_like_a_pro 99.84% positive feedback 2278 completed orders | REGULAR PRICE: €1.89 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.23 | BUY WITH SMART |
|  GameSaloon 99.40% positive feedback 970271 completed orders | REGULAR PRICE: €1.96 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.27 | BUY WITH SMART |
|  Cdkeyhouse 98.91% positive feedback 3083 completed orders | REGULAR PRICE: €1.99 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.29 | BUY WITH SMART |
|  GamesDoi 99.79% positive feedback 5488 completed orders | REGULAR PRICE: €2.99 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €1.94 | BUY WITH SMART |
|  BuTzzZ1 99.86% positive feedback 132748 completed orders | REGULAR PRICE: €4.95 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €3.22 | BUY WITH SMART |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/payday-2-steam-row-en-de-fr-it-standard-pc>, 05.09.2023

Abb. 226: MMOGA - Payday 2



Quelle: https://www.mmoga.com/Steam-Games/Payday-2.html?ref=615¤cy=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 227: keyesd 1 - Payday 2



Quelle: https://keyesd.com/products/payday-3?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 228: keyesd 2 - Payday 2



Quelle: https://keyesd.com/products/payday-2-eu?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 229: premiumcdkeys - Payday 2



Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/payday-2-steam-cd-key-global?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 230: yuplay - Payday 2



Quelle: https://www.yuplay.com/product/payday-2/?partner=2334725&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 231: livecards.net - Payday 2



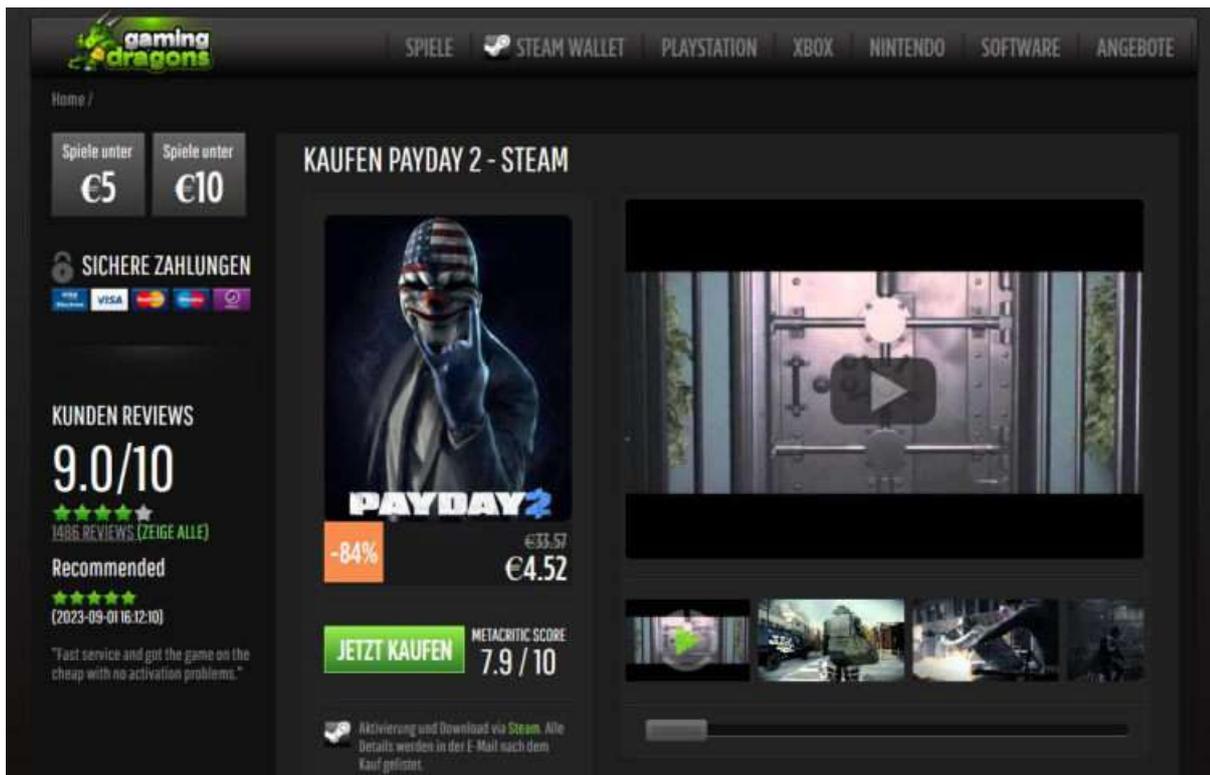
Quelle: https://livecards.net/de/ww-payday-2-pc-steam/afd/allkeyshopde/EUR?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 232: punktid - Payday 2



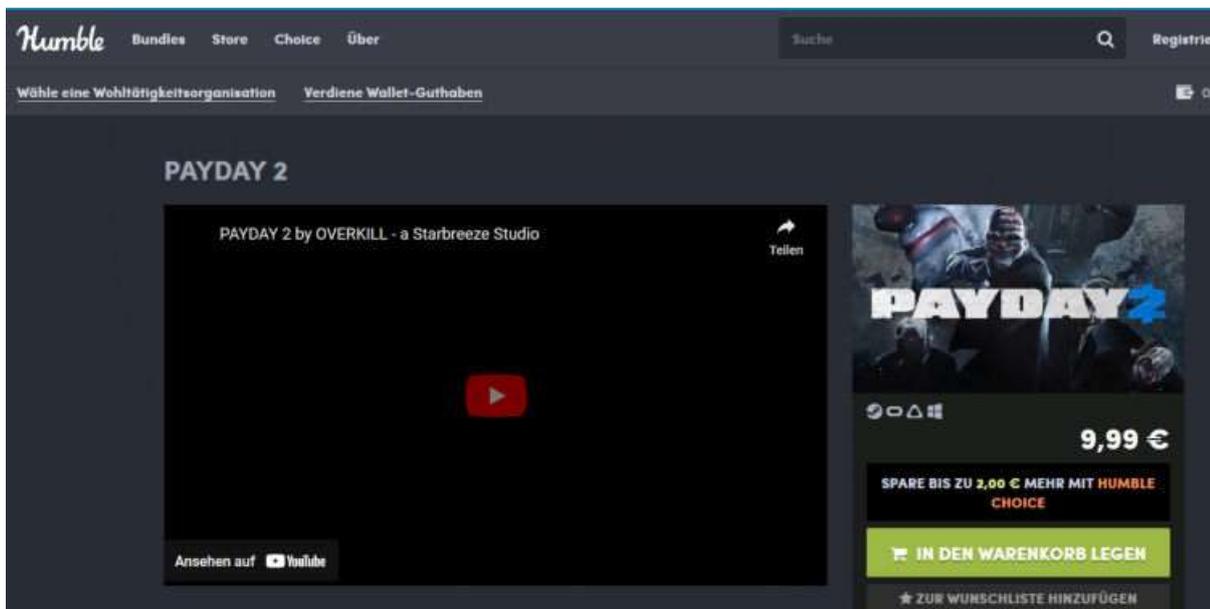
Quelle: https://punktid.com/payday-2?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 233: gamingdragons - Payday 2



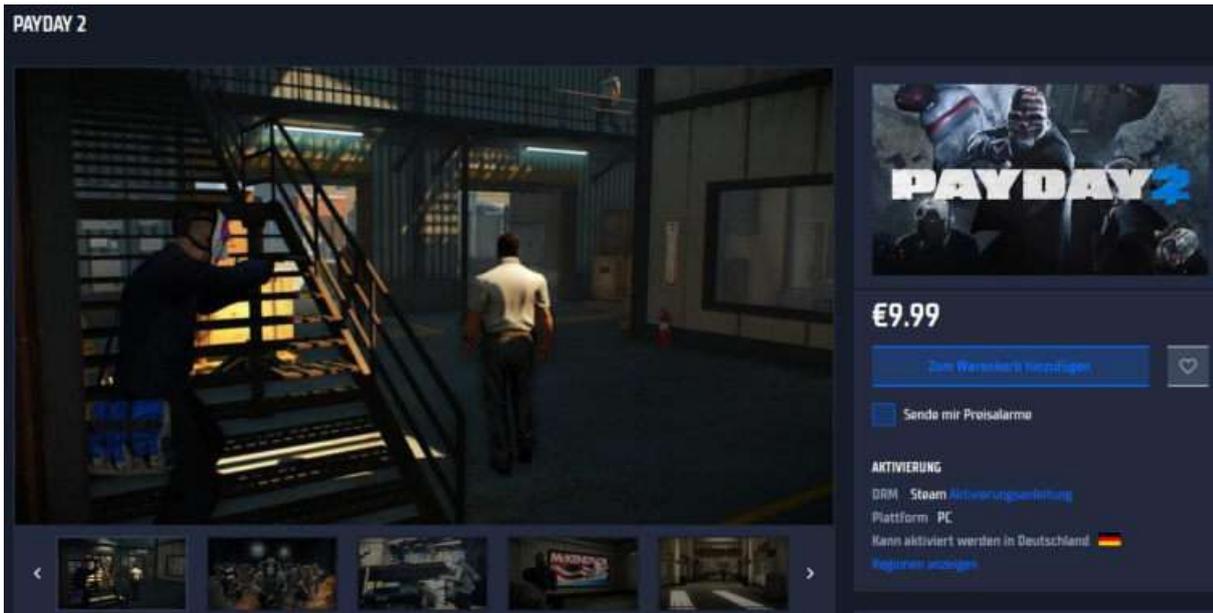
Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-payday-2-steam-key.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 234: humble - Payday 2



Quelle: https://www.humblebundle.com/store/payday-2?hmb_source=search_bar&partner=cdd&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 235: gamersgate - Payday 2



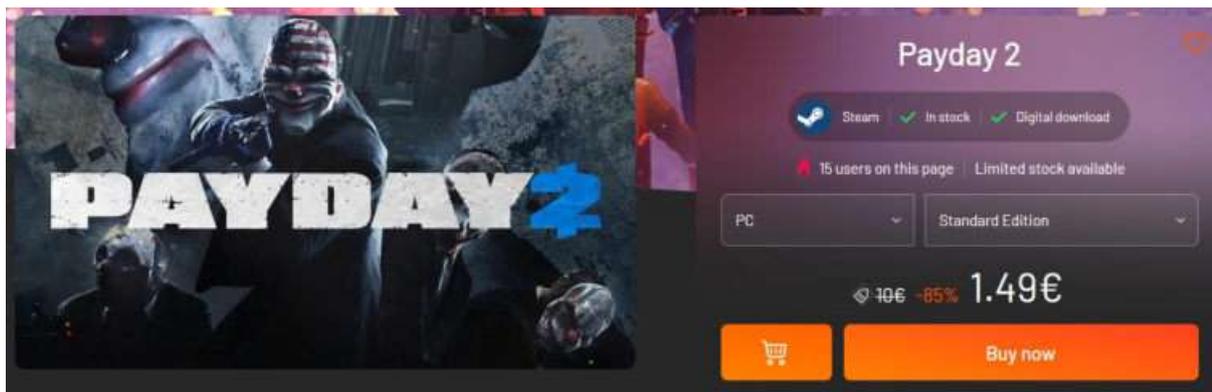
Quelle: <https://www.gamersgate.com/de/product/payday-2/>, 05.09.2023

Abb. 236: gvgmall - Payday 2



Quelle: https://www.gvgmall.com/steam-games-cdkey/payday-2-steam-cd-key.html?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 237: instant-gaming - Payday 2



Quelle: https://www.instant-gaming.com/en/223-buy-payday-2-pc-game-steam/?igr=289098&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 238: eneba 1 - Payday 2

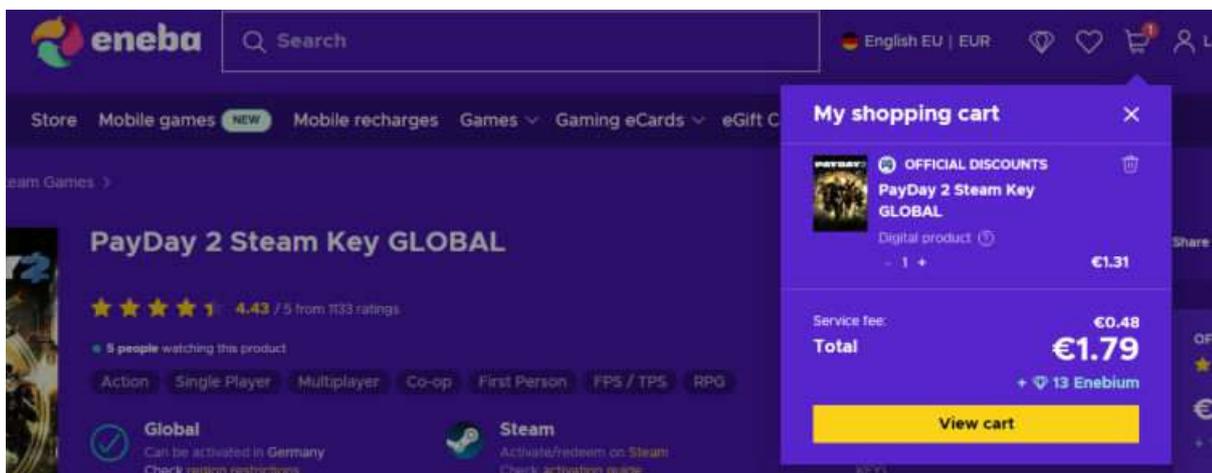


Abb. 239: eneba 2 - Payday 2

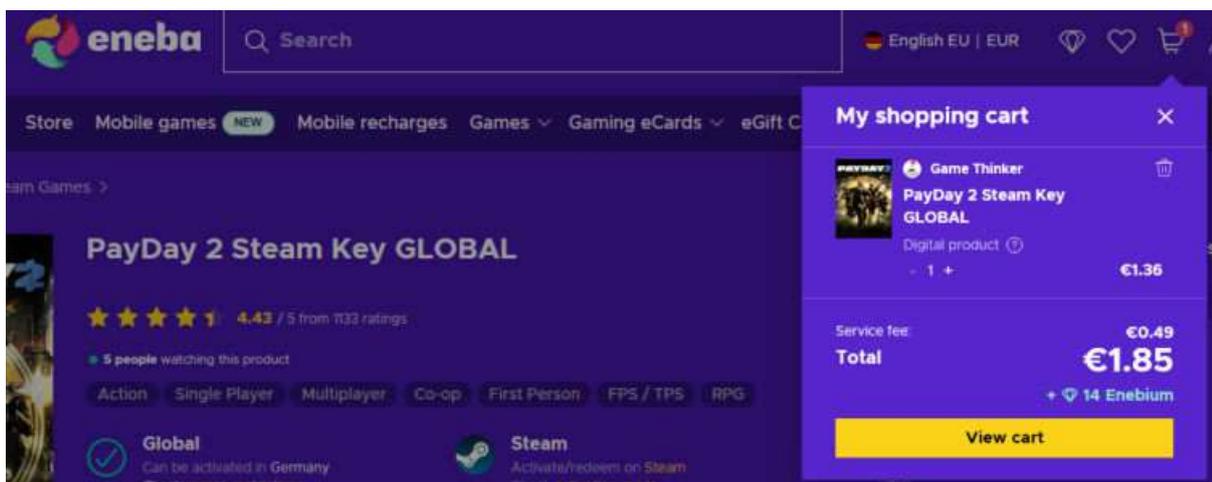


Abb. 240: eneba 3 - Payday 2

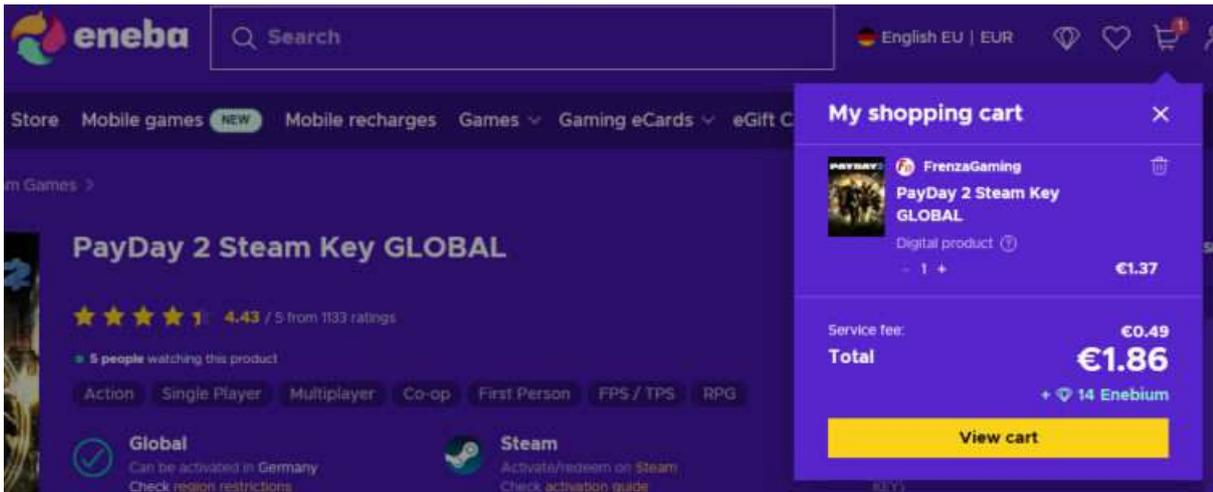


Abb. 241: eneba 4 - Payday 2

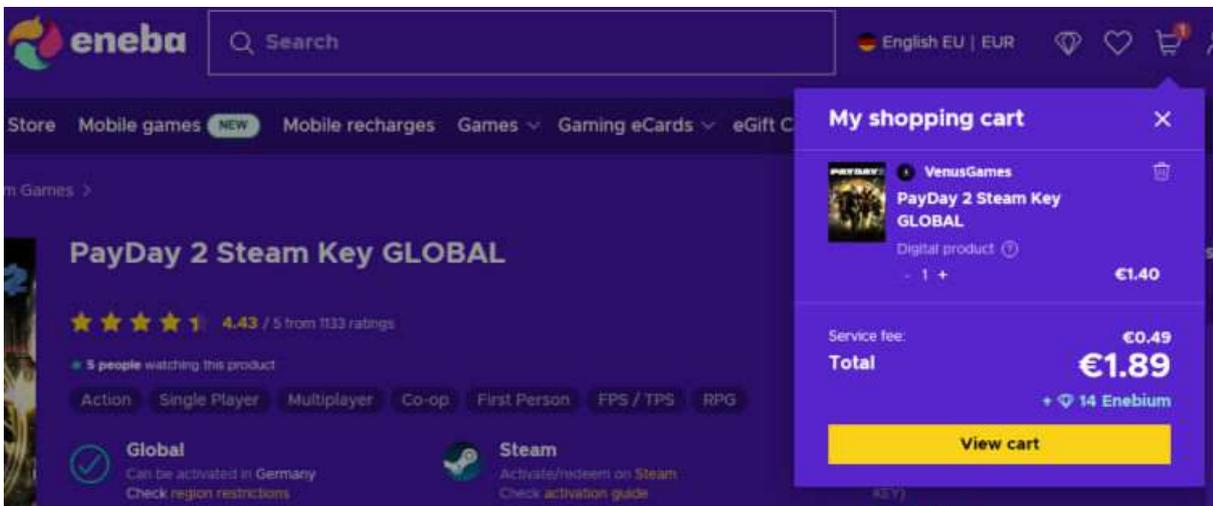


Abb. 242: eneba 5 - Payday 2

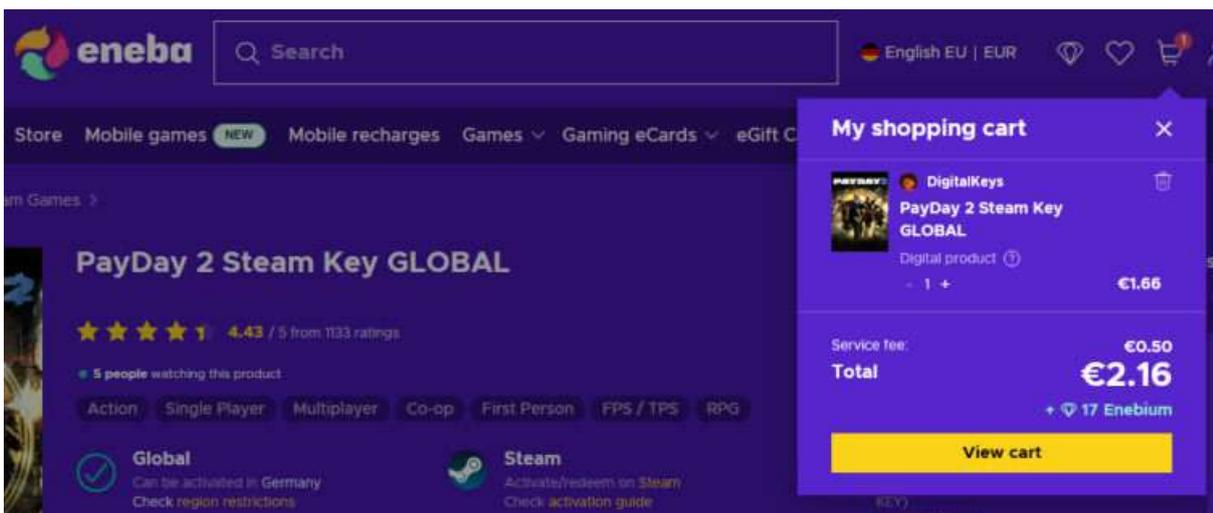


Abb. 243: eneba 6 - Payday 2

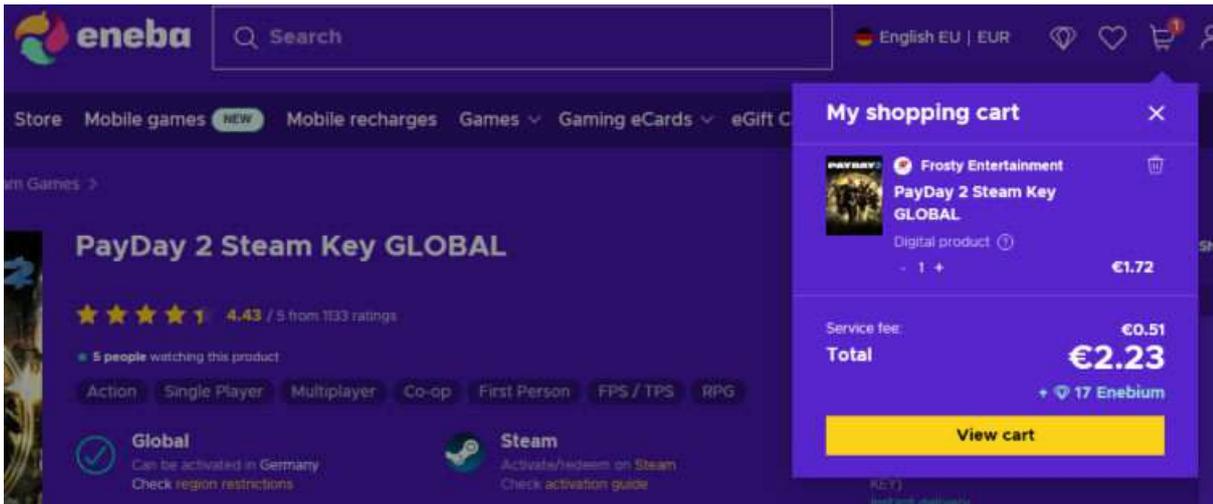


Abb. 244: eneba 7 - Payday 2

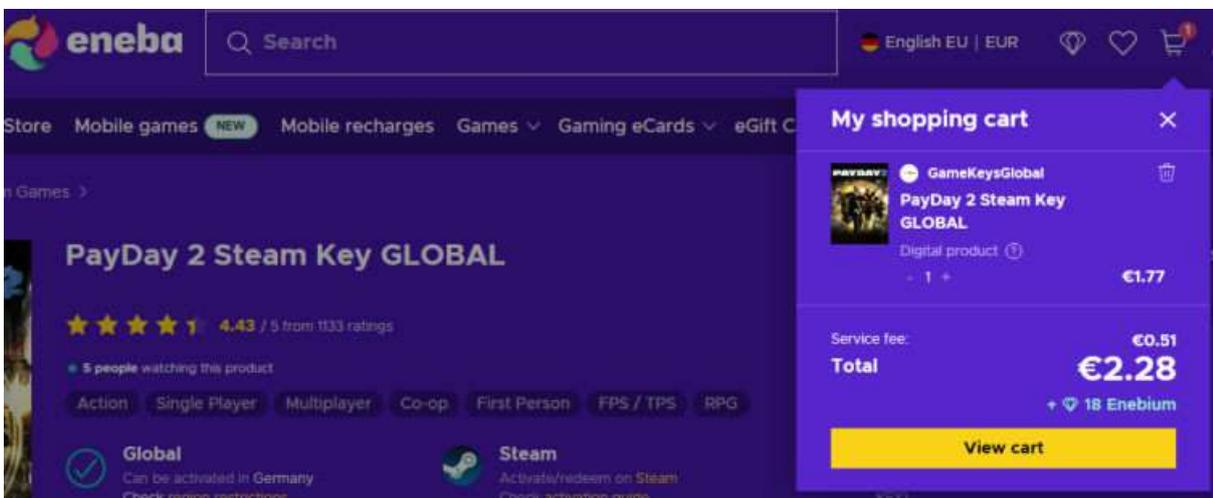


Abb. 245: eneba 8 - Payday 2

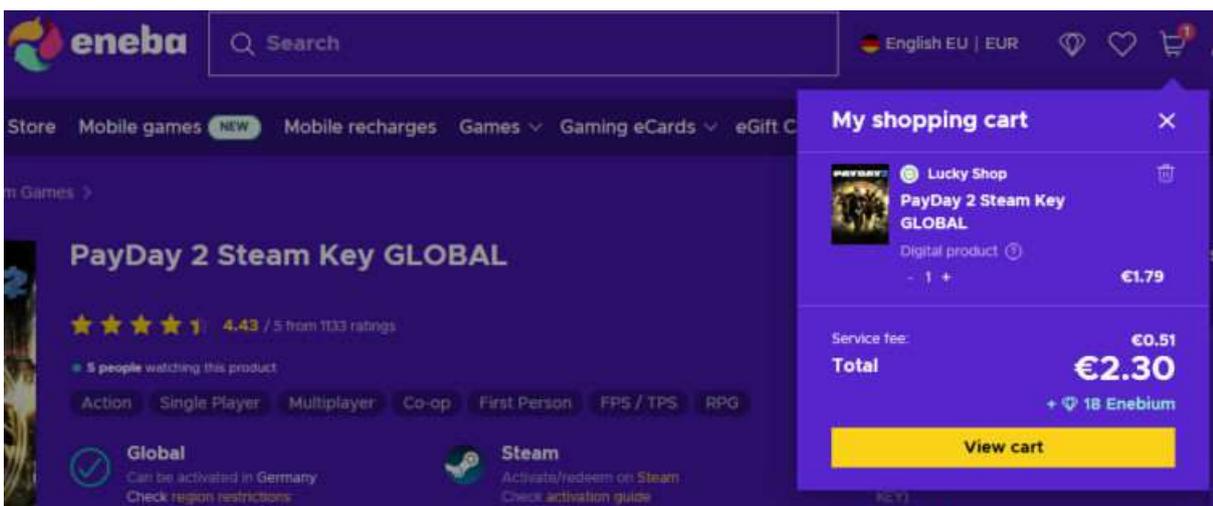


Abb. 246: eneba 9 - Payday 2

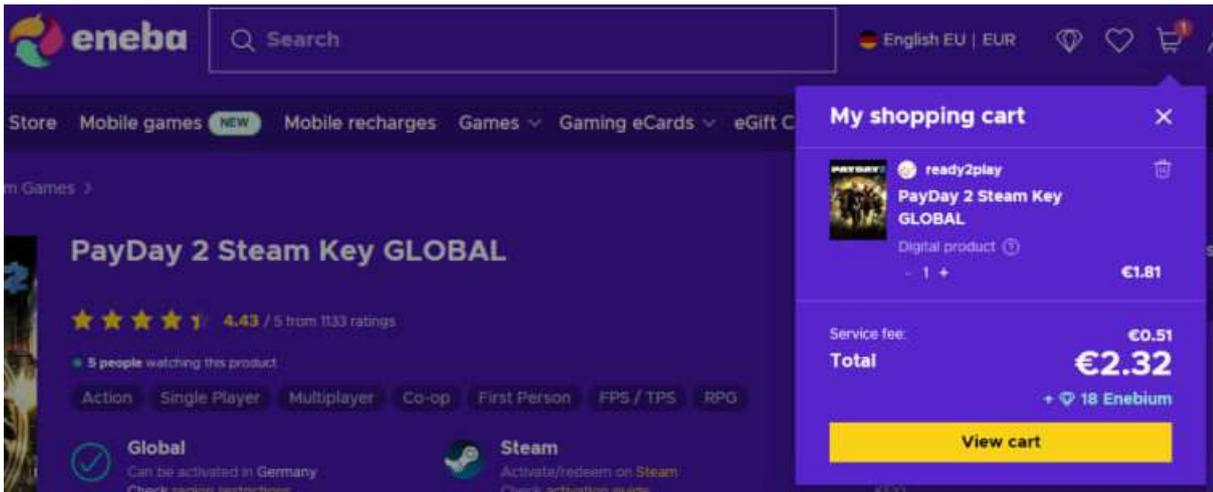


Abb. 247: eneba 10 - Payday 2

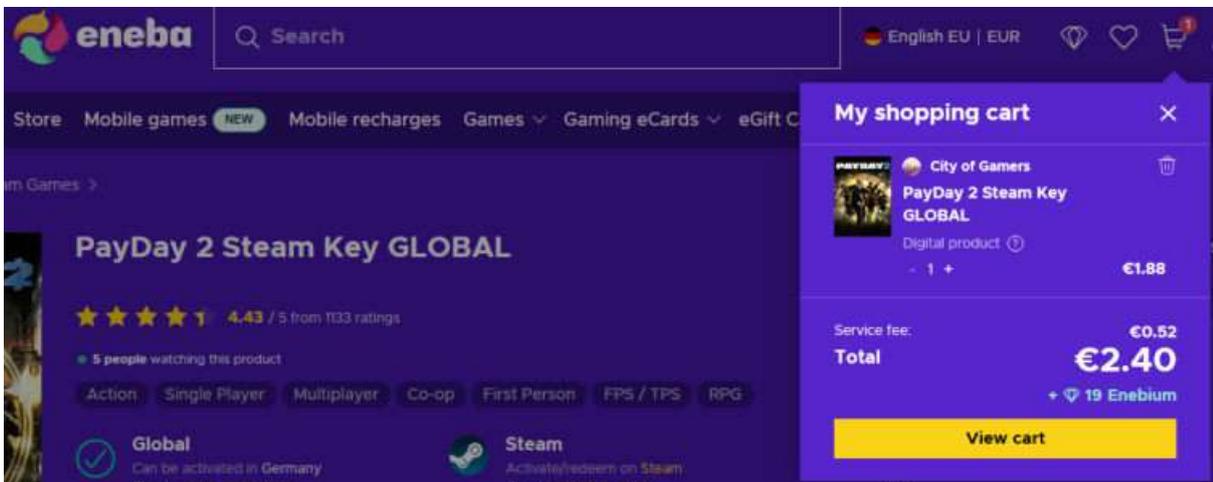


Abb. 248: eneba 11 - Payday 2

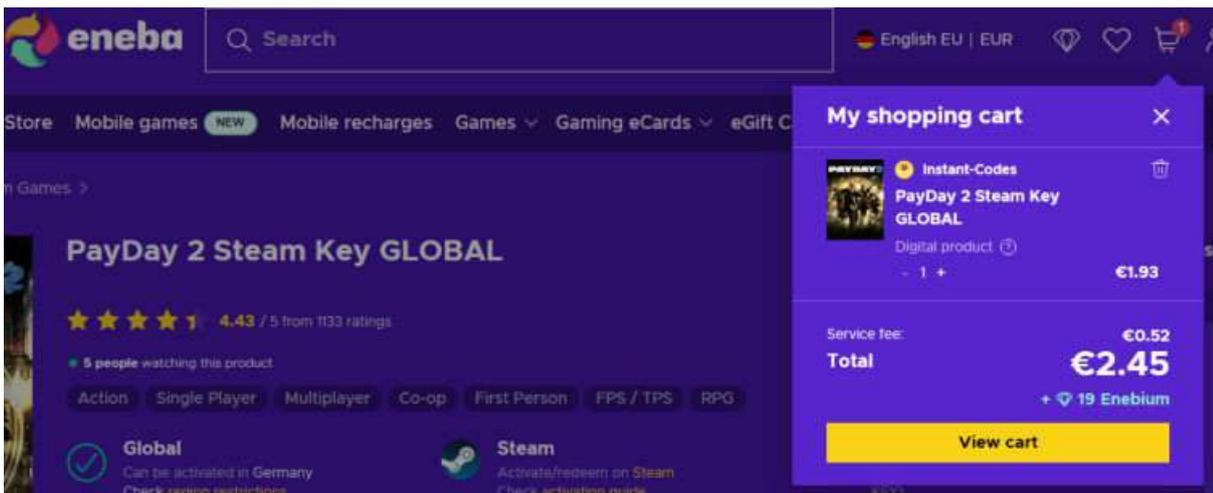


Abb. 249: eneba 12 - Payday 2

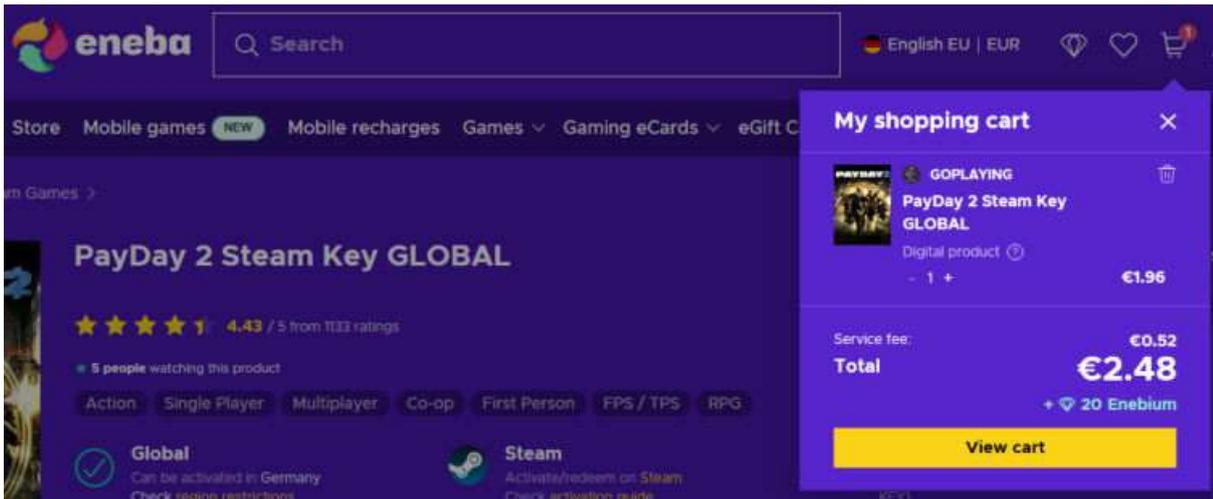


Abb. 250: eneba 13 - Payday 2

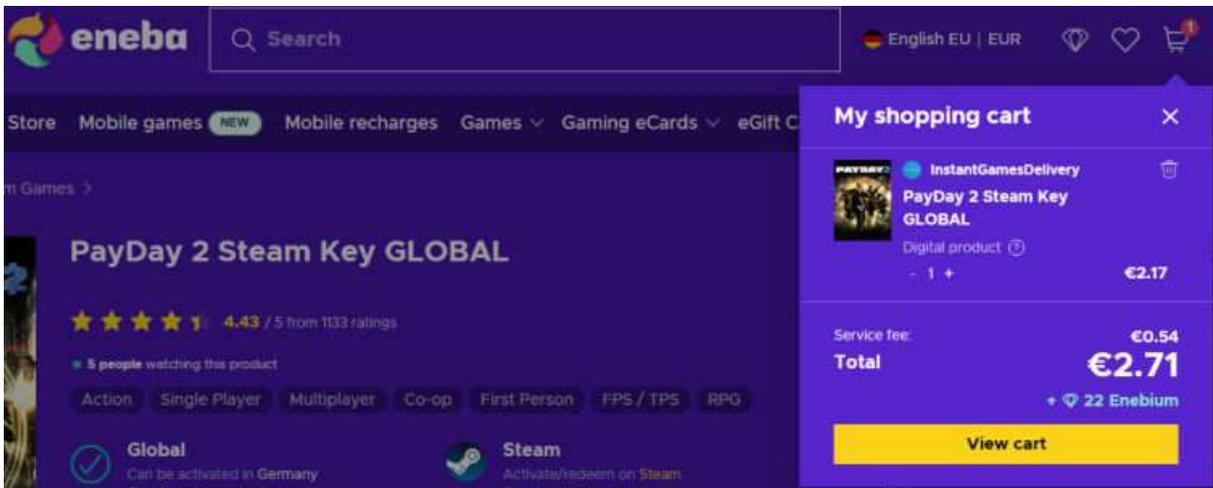


Abb. 251: eneba 14 - Payday 2

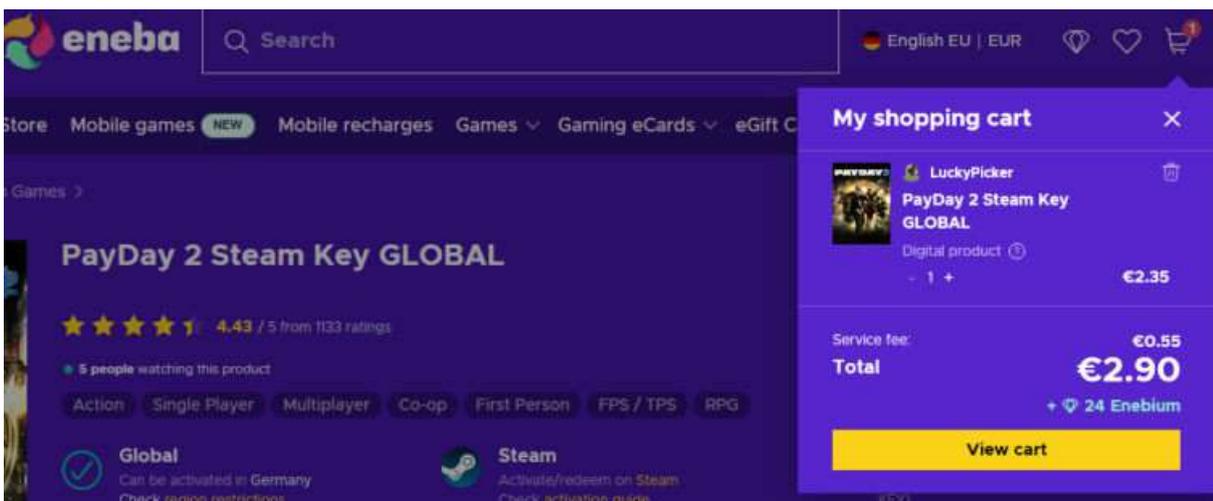


Abb. 252: eneba 15 - Payday 2

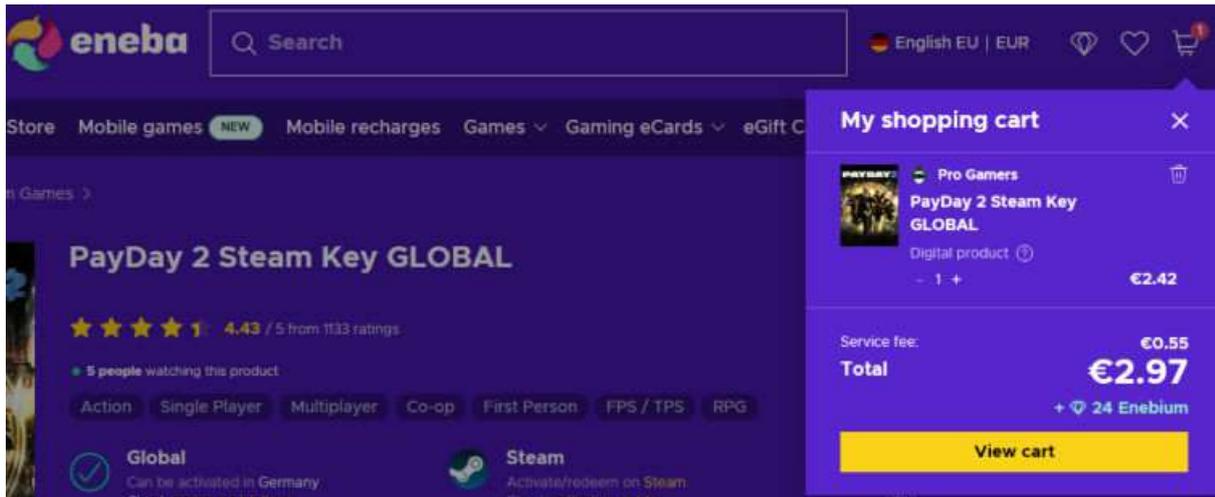


Abb. 253: eneba 16 - Payday 2

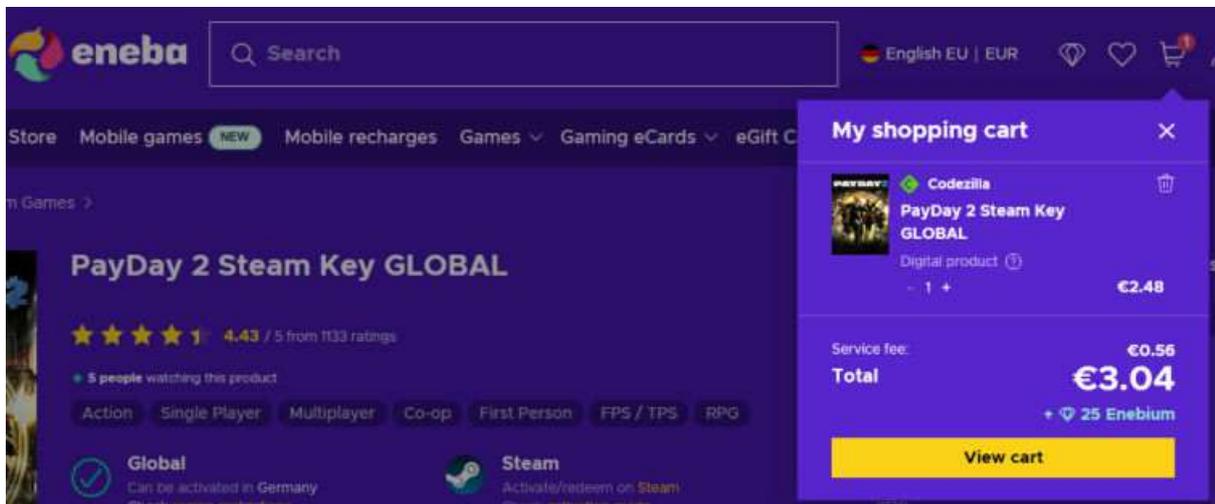


Abb. 254: eneba 17 - Payday 2

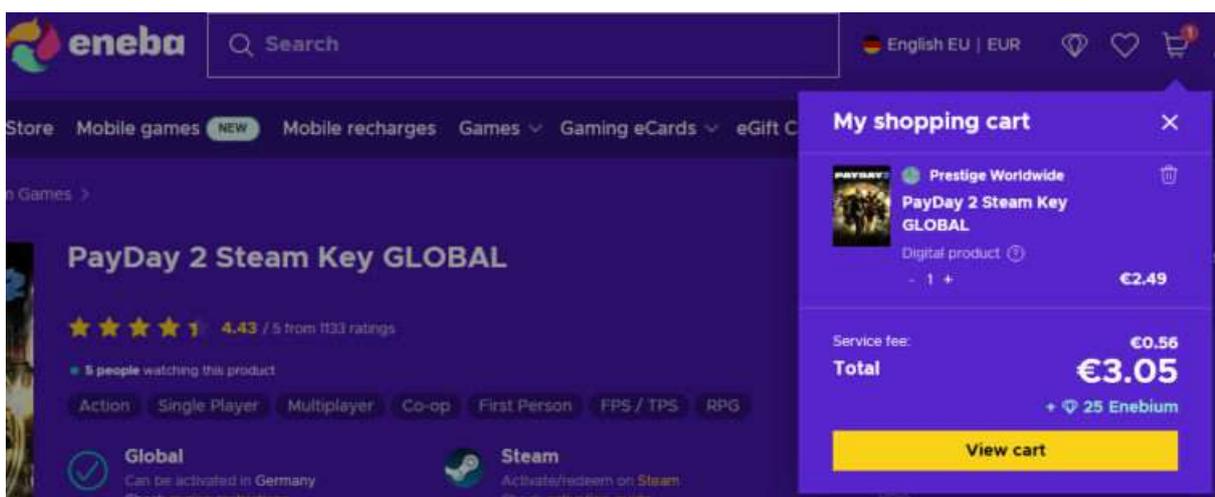


Abb. 255: eneba 18 - Payday 2

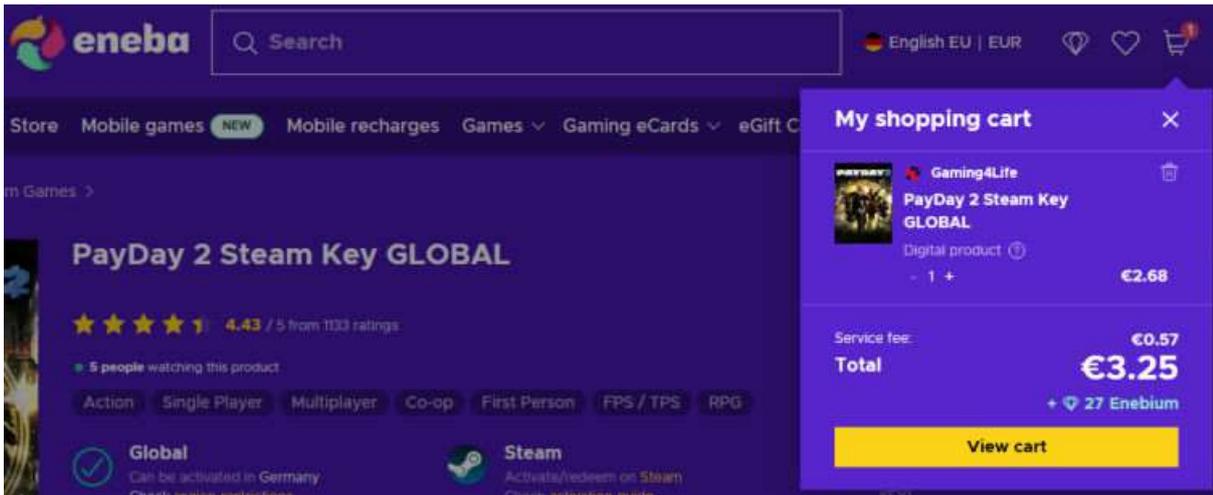


Abb. 256: eneba 19 - Payday 2

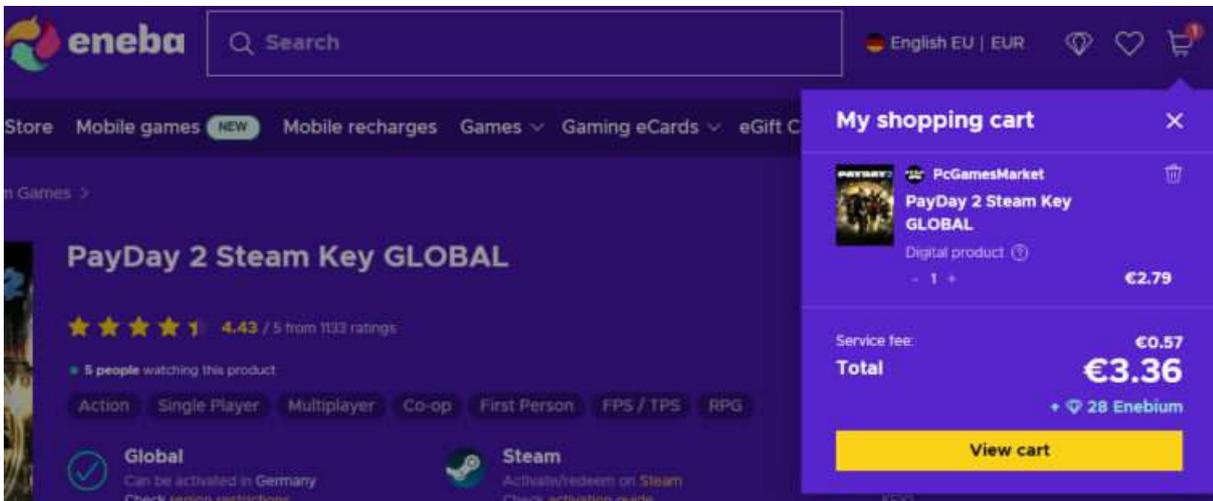


Abb. 257: eneba 20 - Payday 2

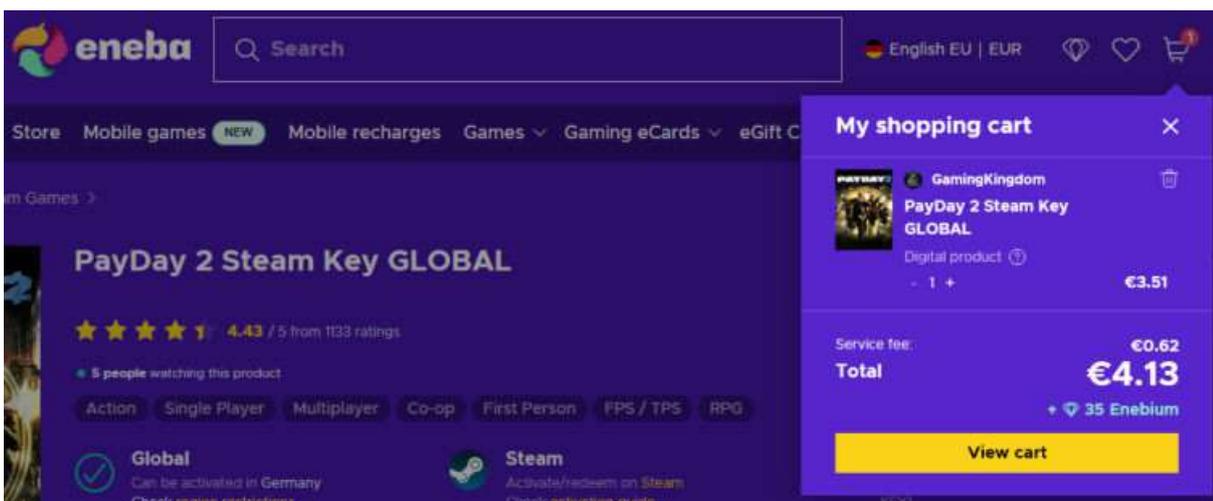


Abb. 258: eneba 21 - Payday 2

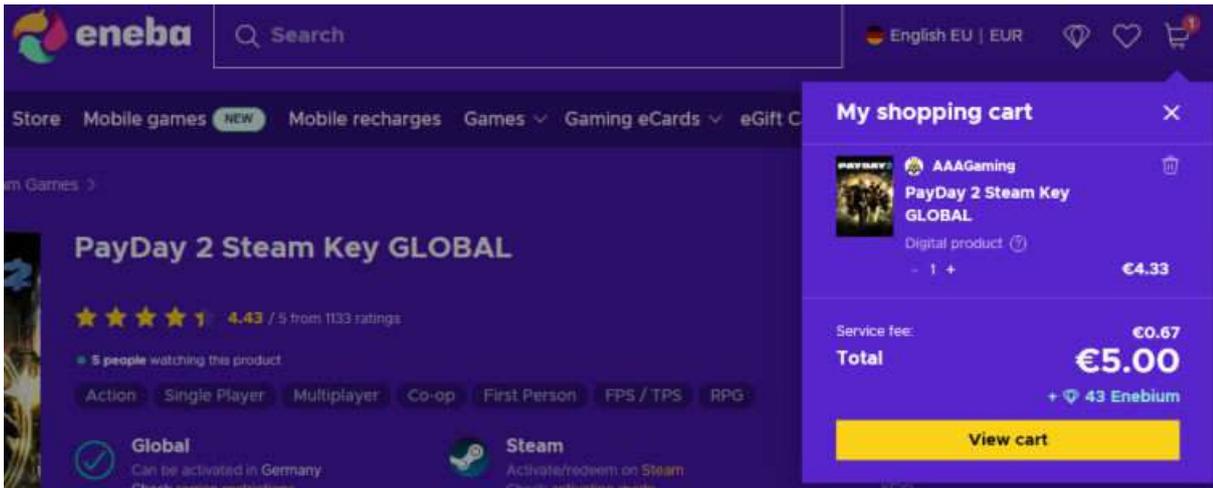


Abb. 259: eneba 22 - Payday 2

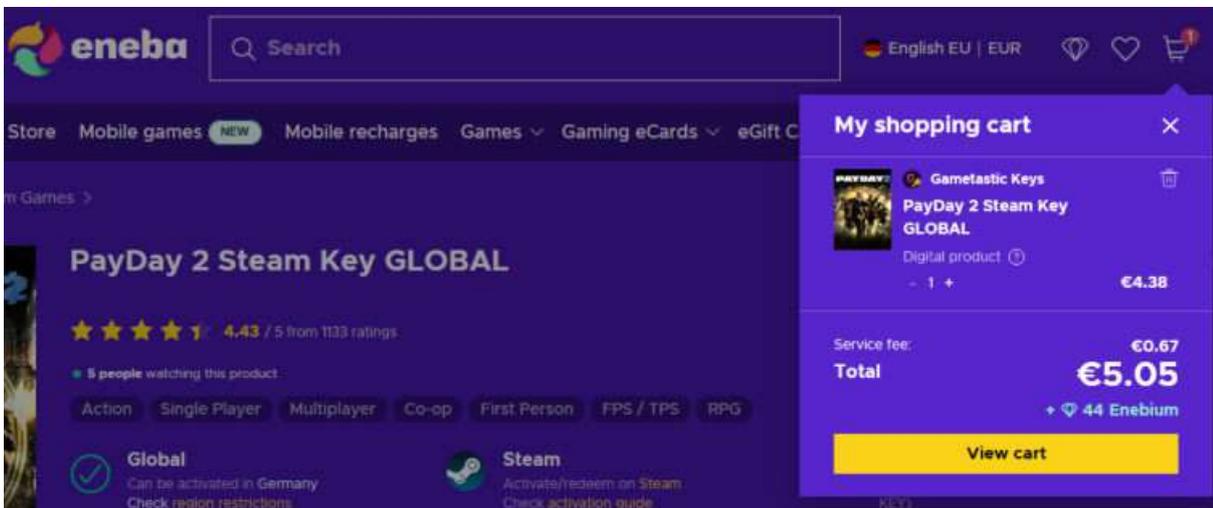


Abb. 260: eneba 23 - Payday 2

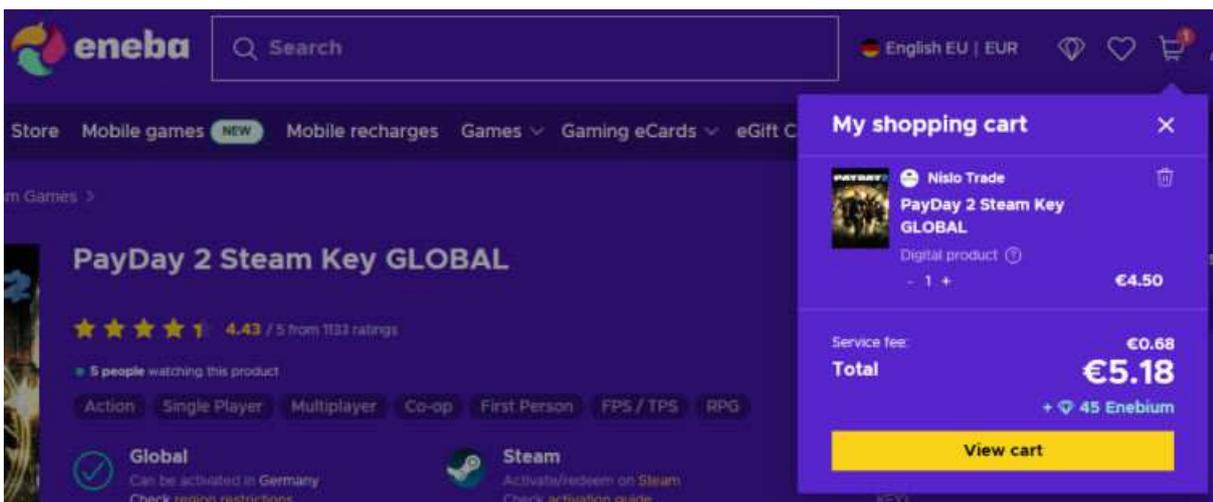


Abb. 261: eneba 24 - Payday 2

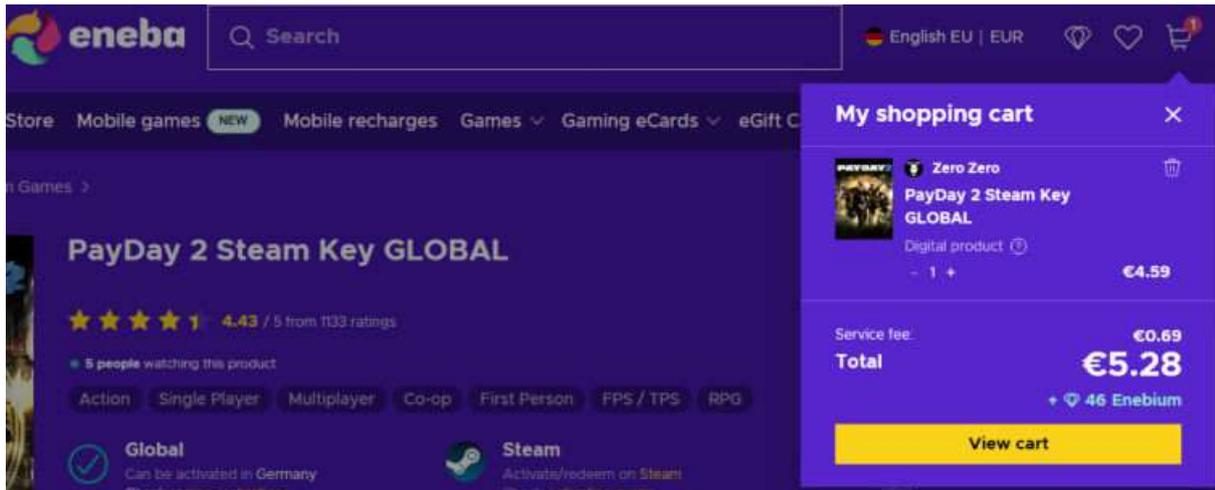


Abb. 262: eneba 25 - Payday 2

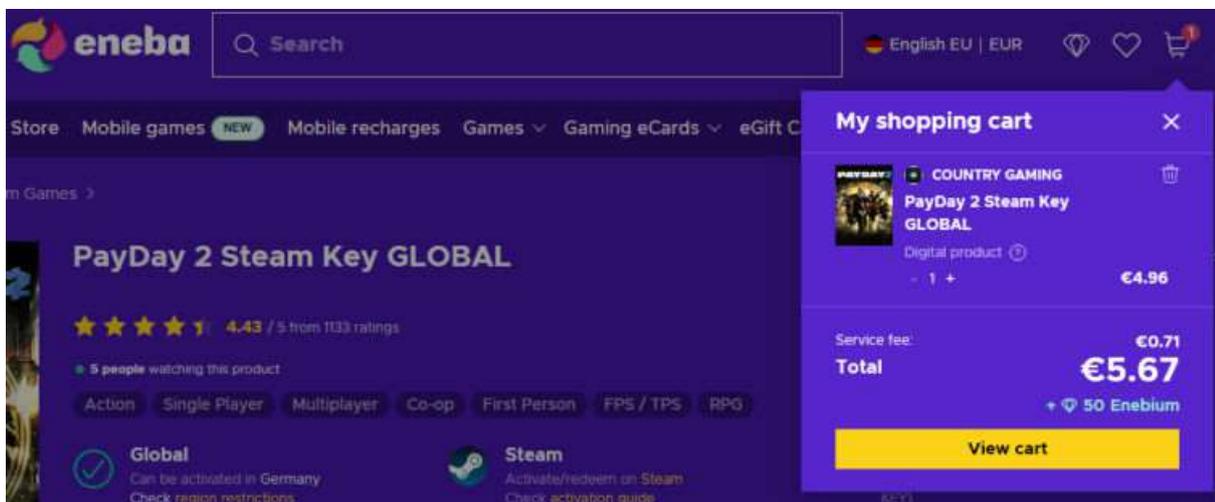


Abb. 263: eneba 27 - Payday 2

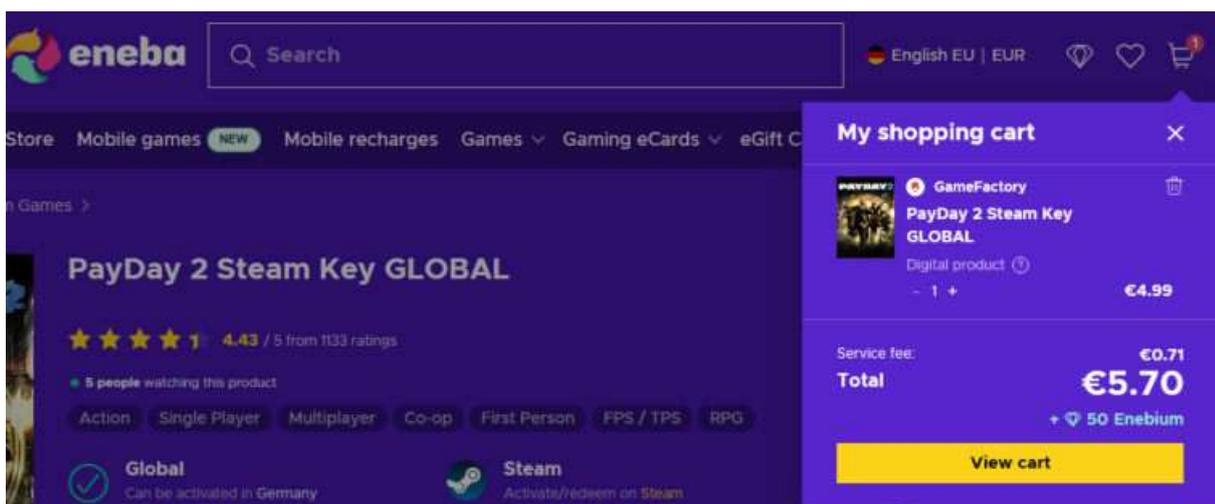


Abb. 264: eneba 28 - Payday 2

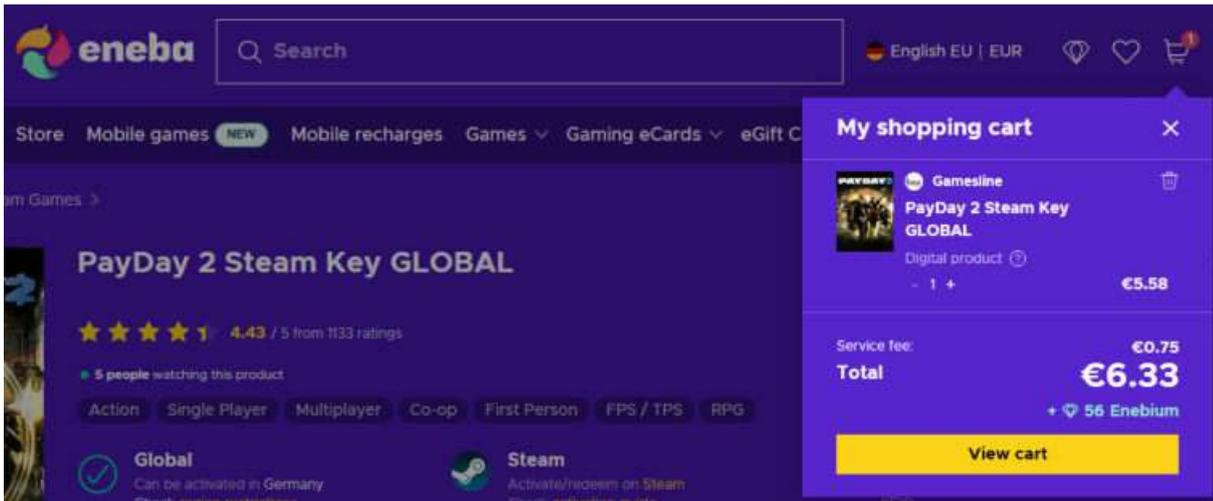
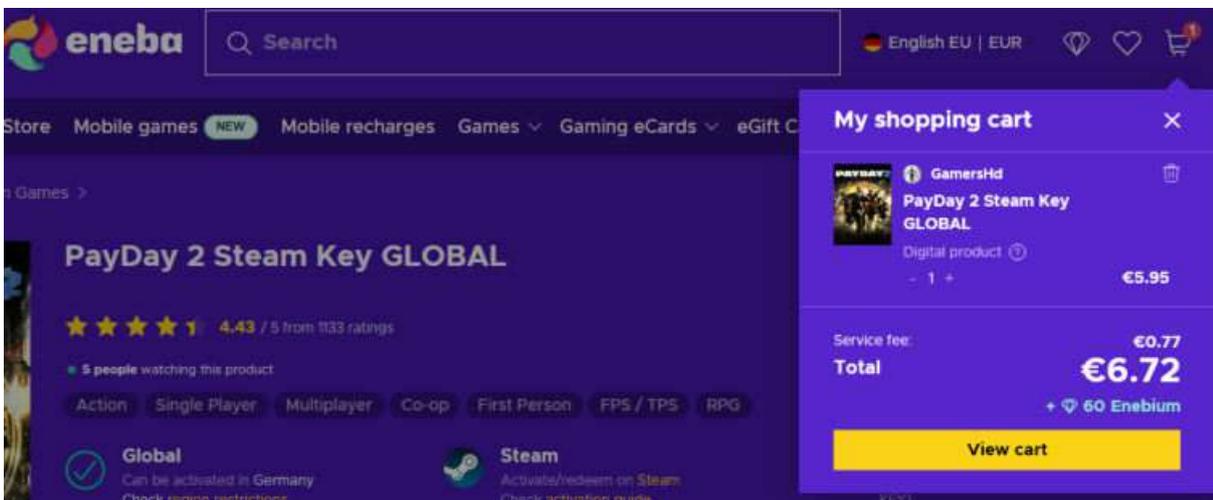


Abb. 265: eneba 29 - Payday 2



Quelle Abb. 238-65: https://www.eneba.com/steam-payday-2-steam-key-global?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 266: eneba 30 - Payday 2

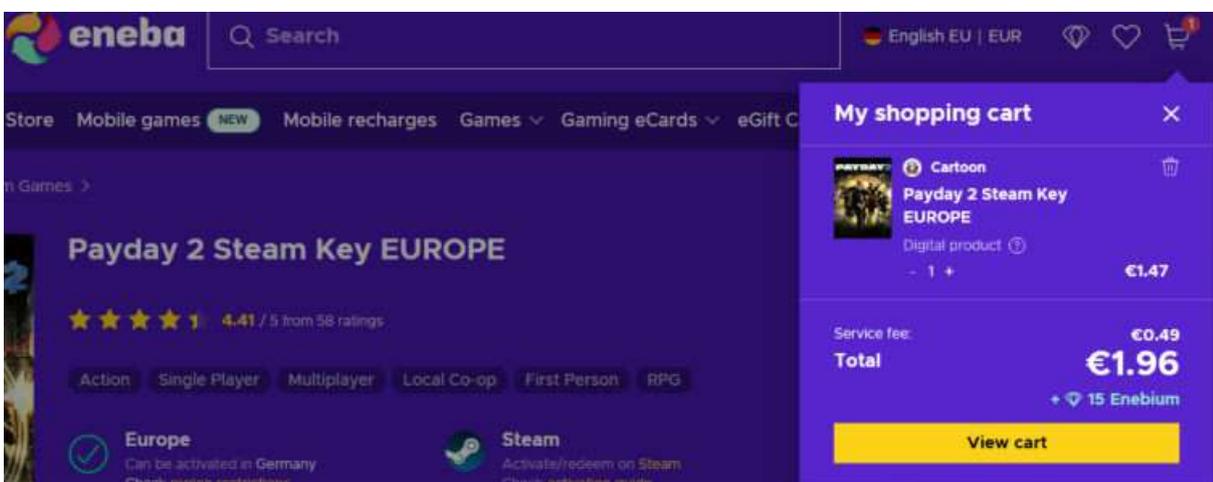


Abb. 267: eneba 31 - Payday 2

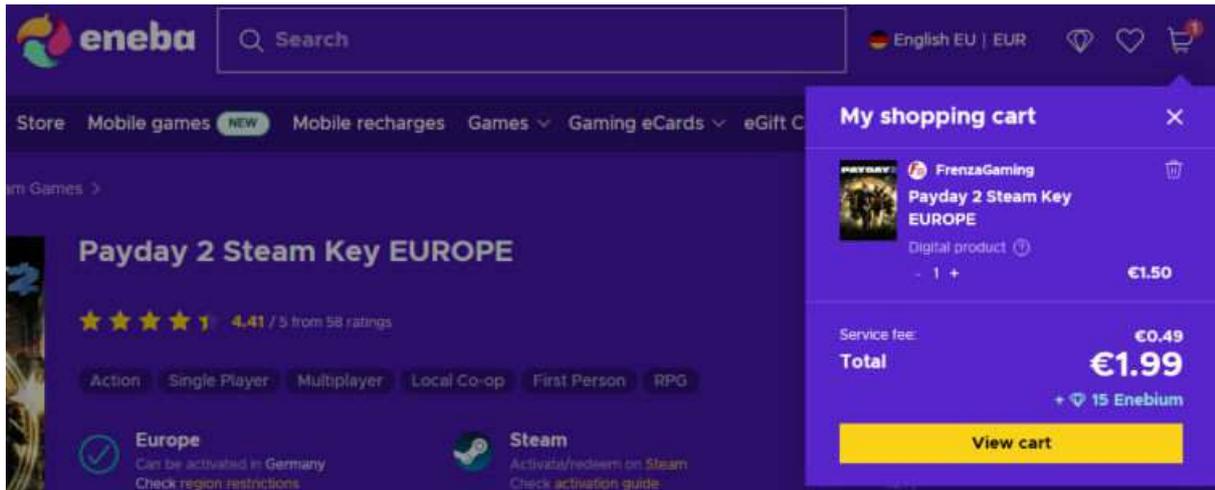


Abb. 268: eneba 32 - Payday 2

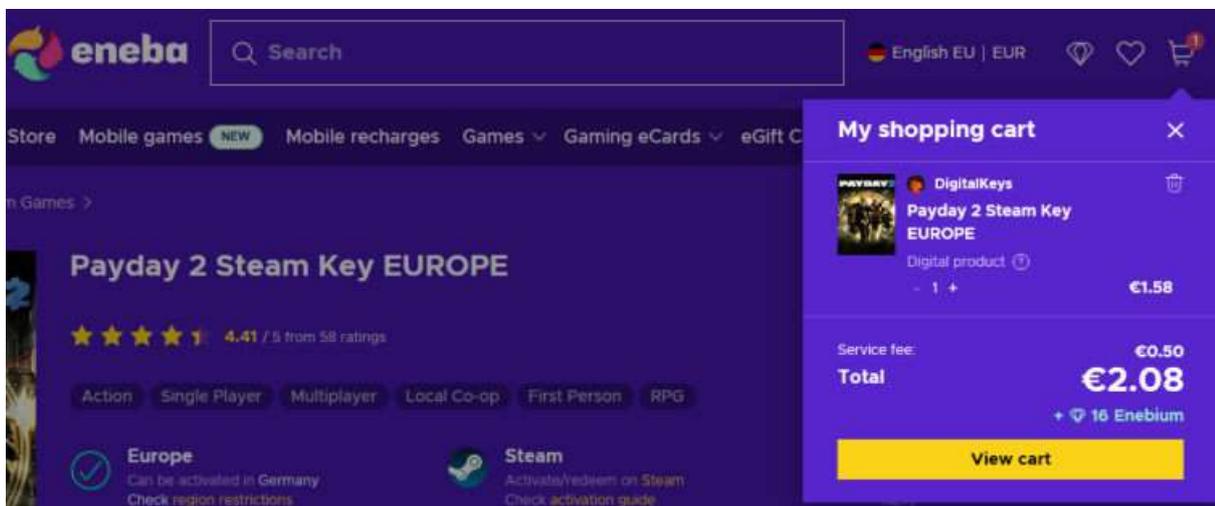


Abb. 269: eneba 33 - Payday 2

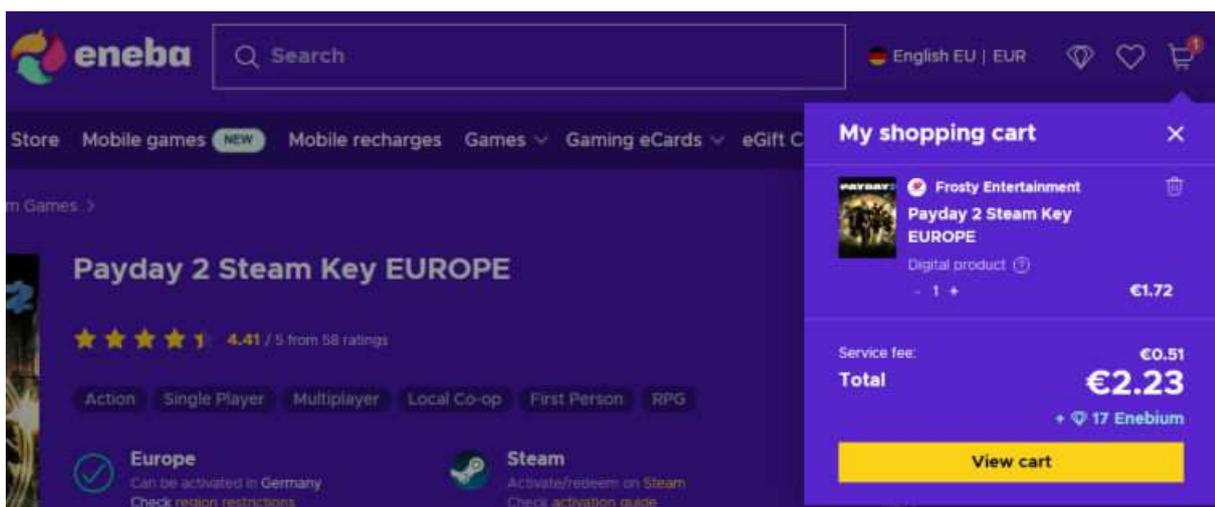


Abb. 270: eneba 34 - Payday 2

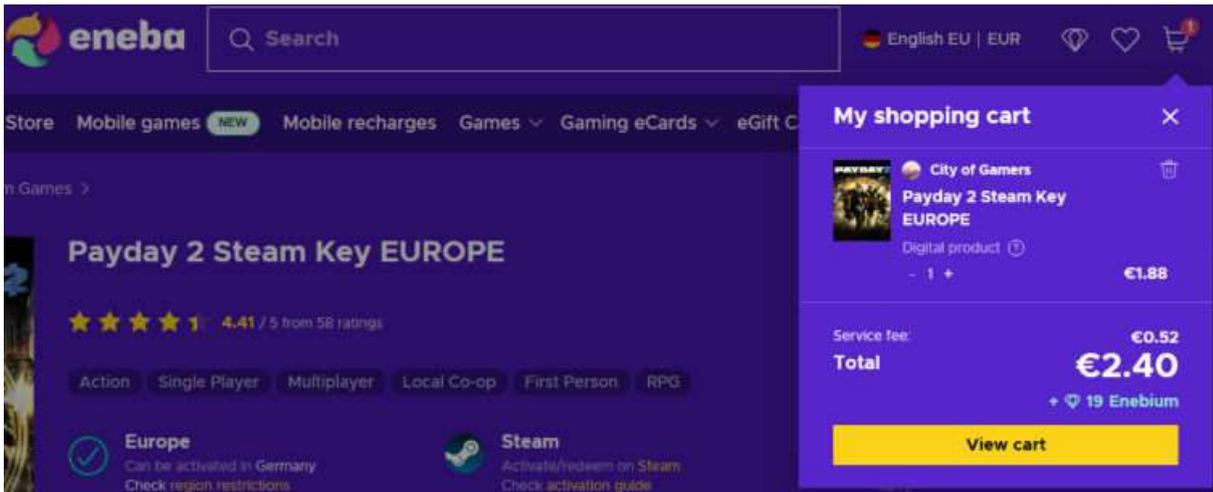


Abb. 271: eneba 35 - Payday 2

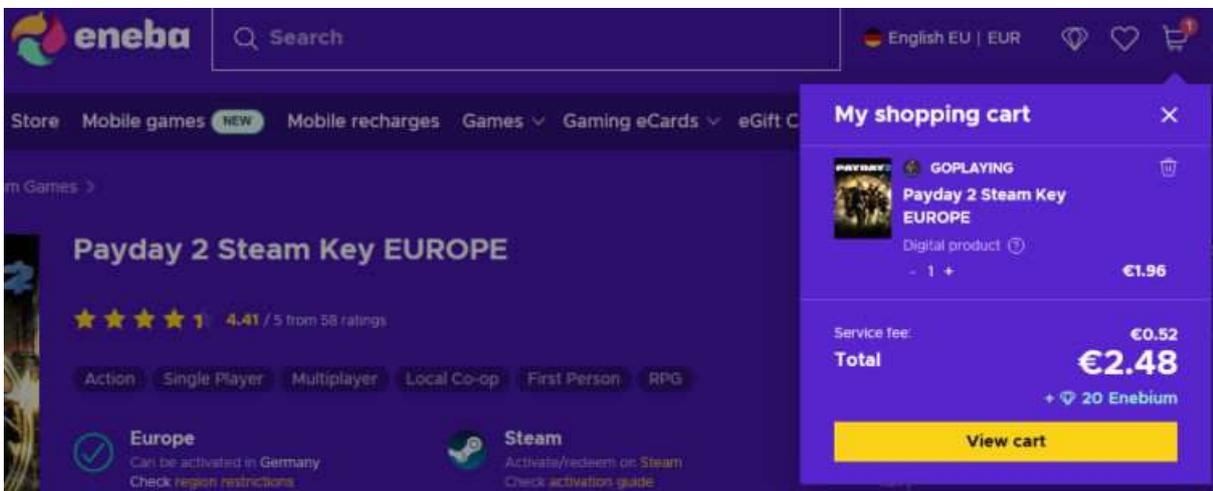


Abb. 272: eneba 36 - Payday 2

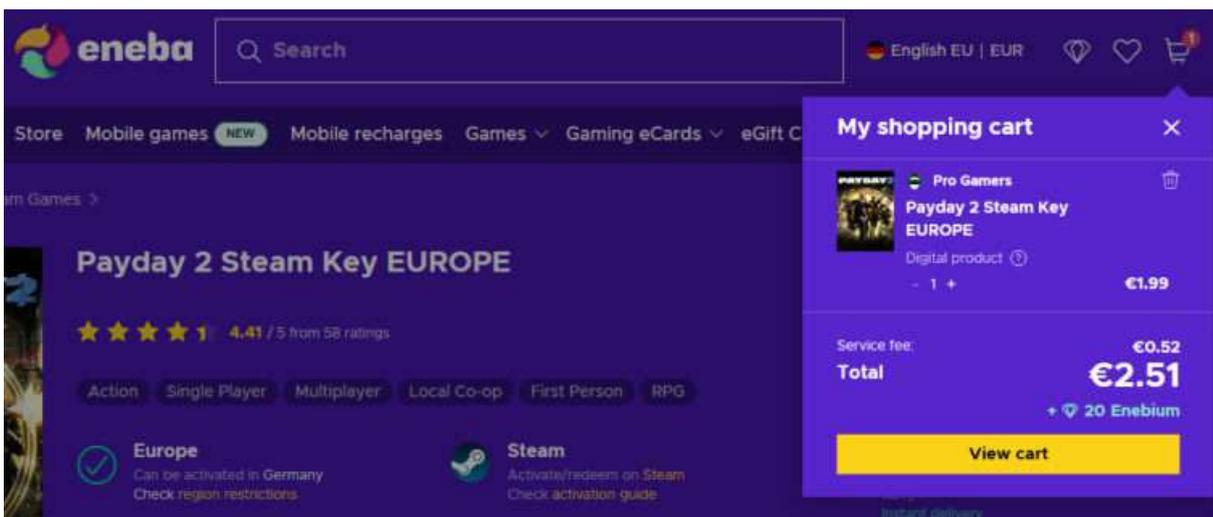


Abb. 273: eneba 37 - Payday 2

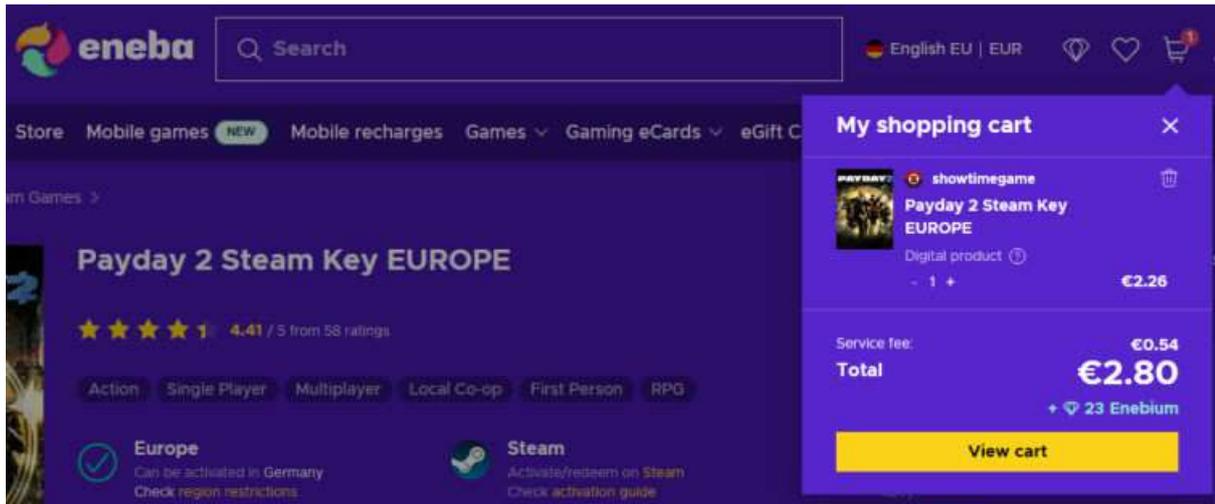


Abb. 274: eneba 38 - Payday 2

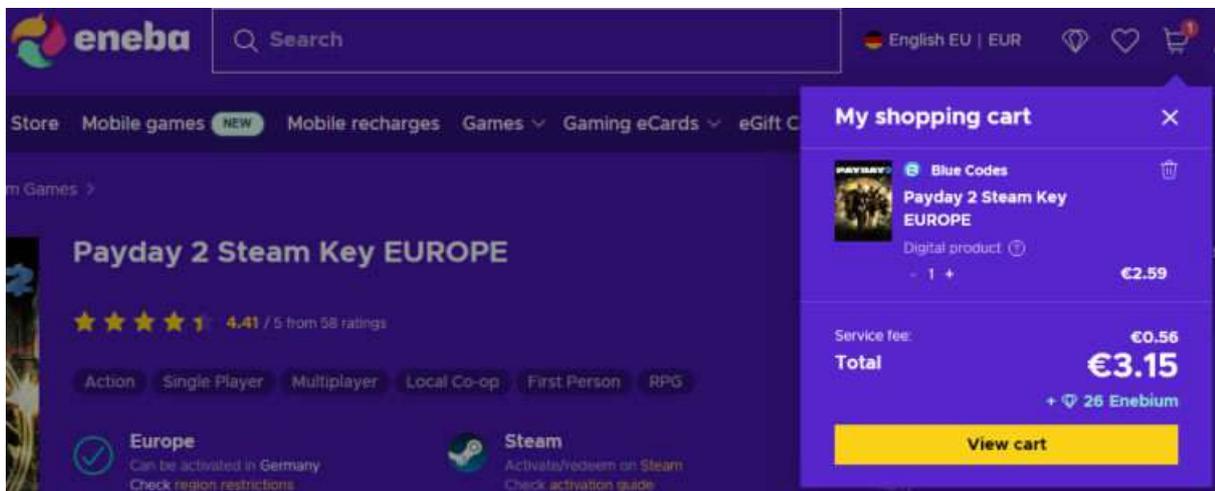


Abb. 275: eneba 39 - Payday 2

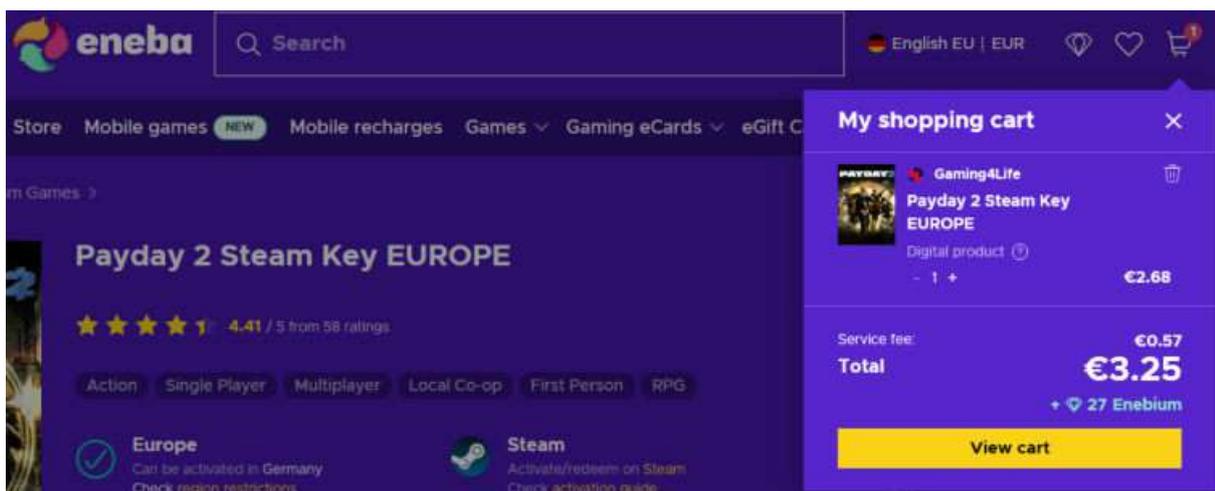


Abb. 276: eneba 40 - Payday 2

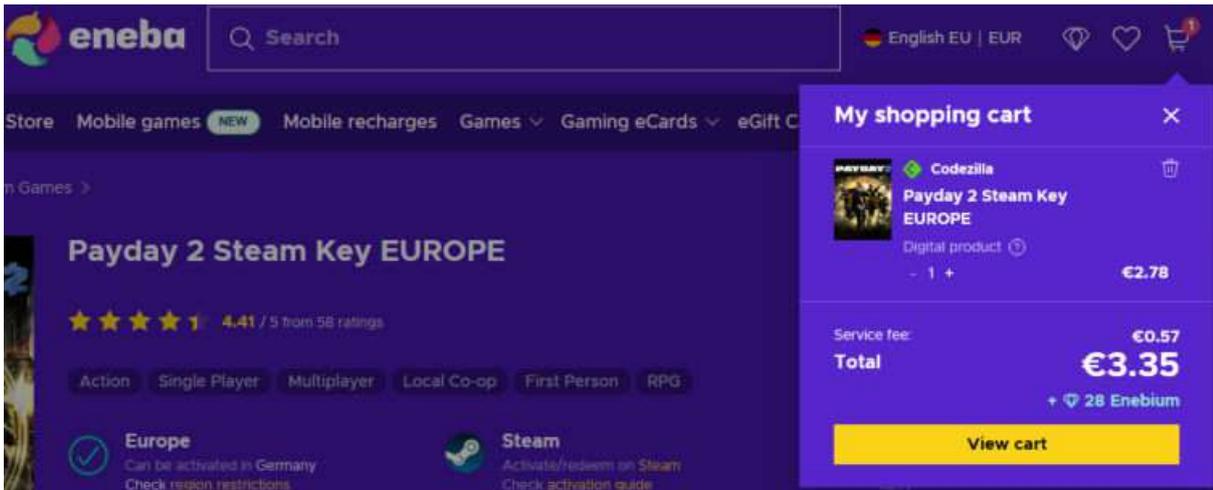


Abb. 277: eneba 41 - Payday 2

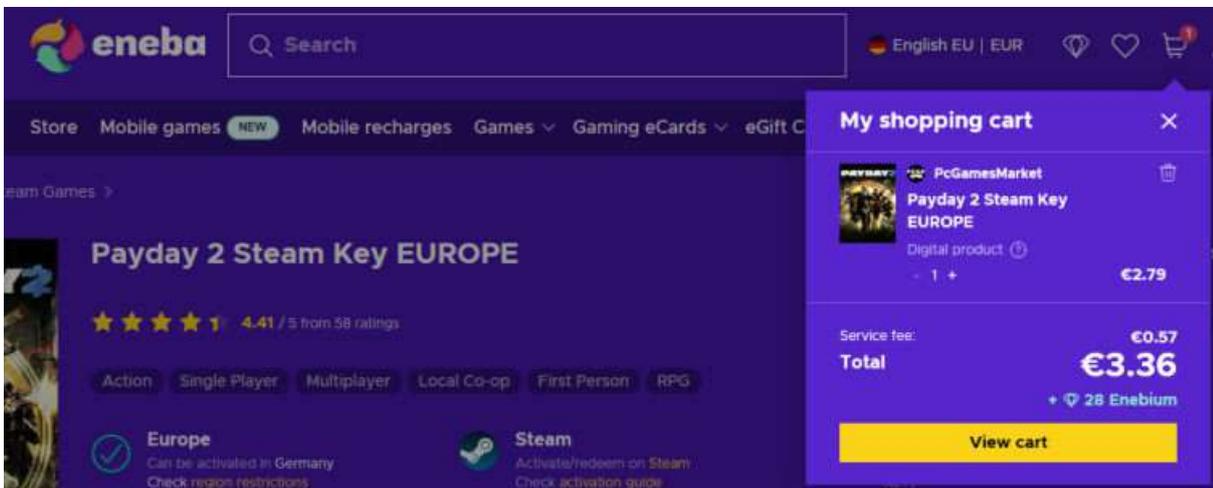
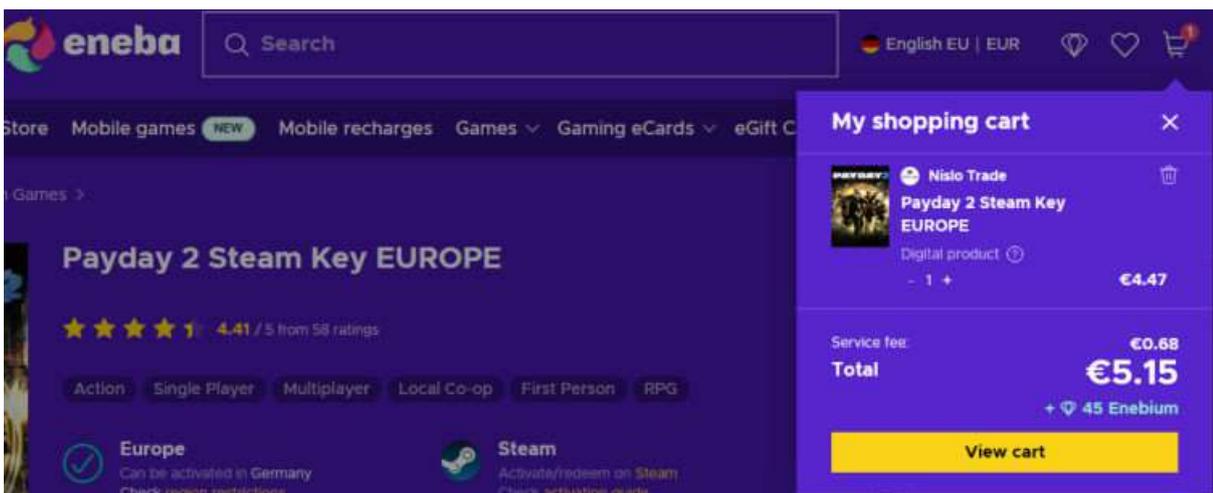


Abb. 278: eneba 42 - Payday 2



Quelle Abb. 266-278: https://www.eneba.com/steam-payday-2-steam-key-europe?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

Abb. 279: eneba 43 - Payday 2

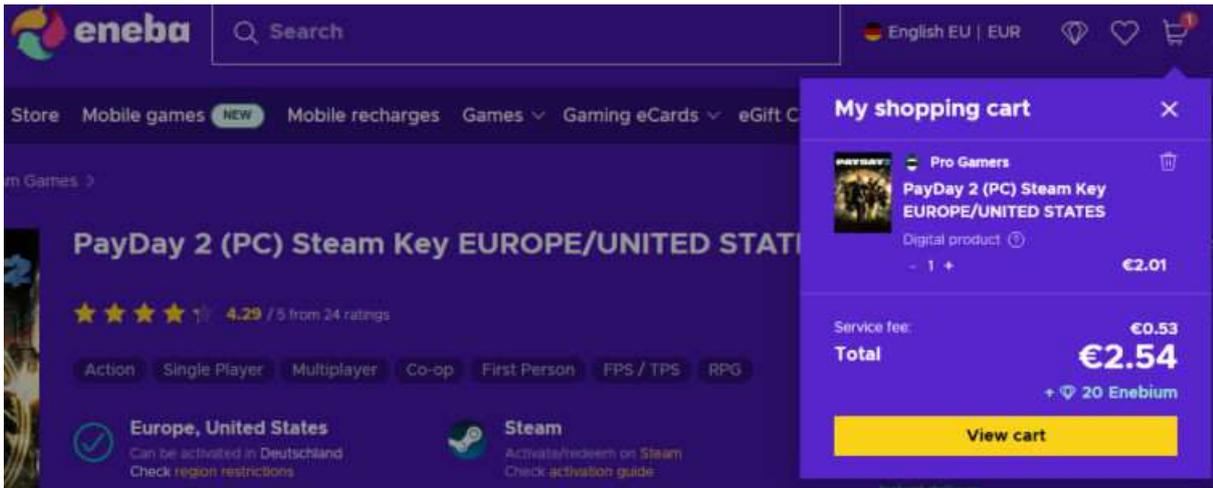


Abb. 280: eneba 44 - Payday 2

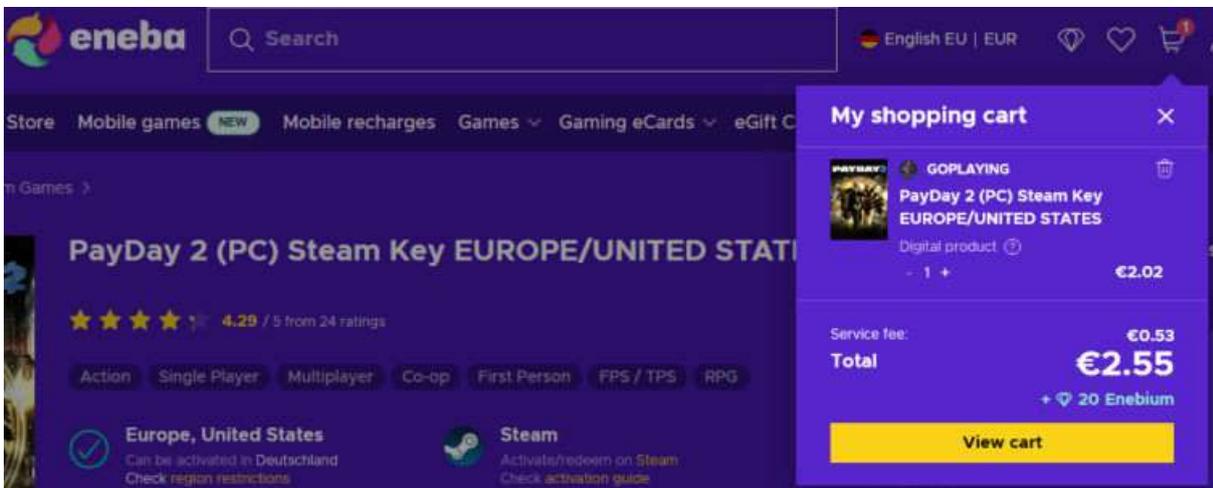


Abb. 281: eneba 45 - Payday 2

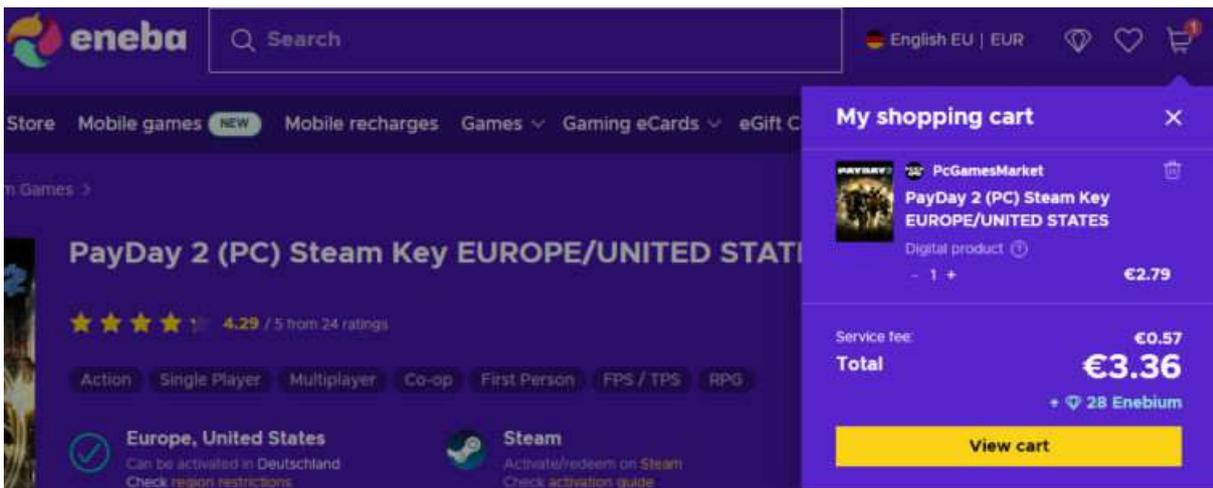
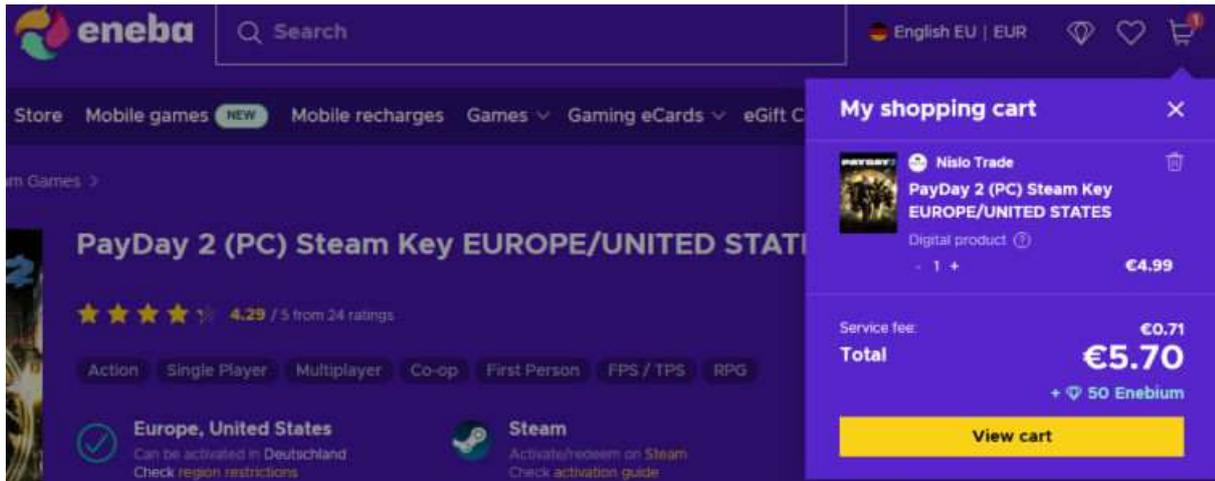


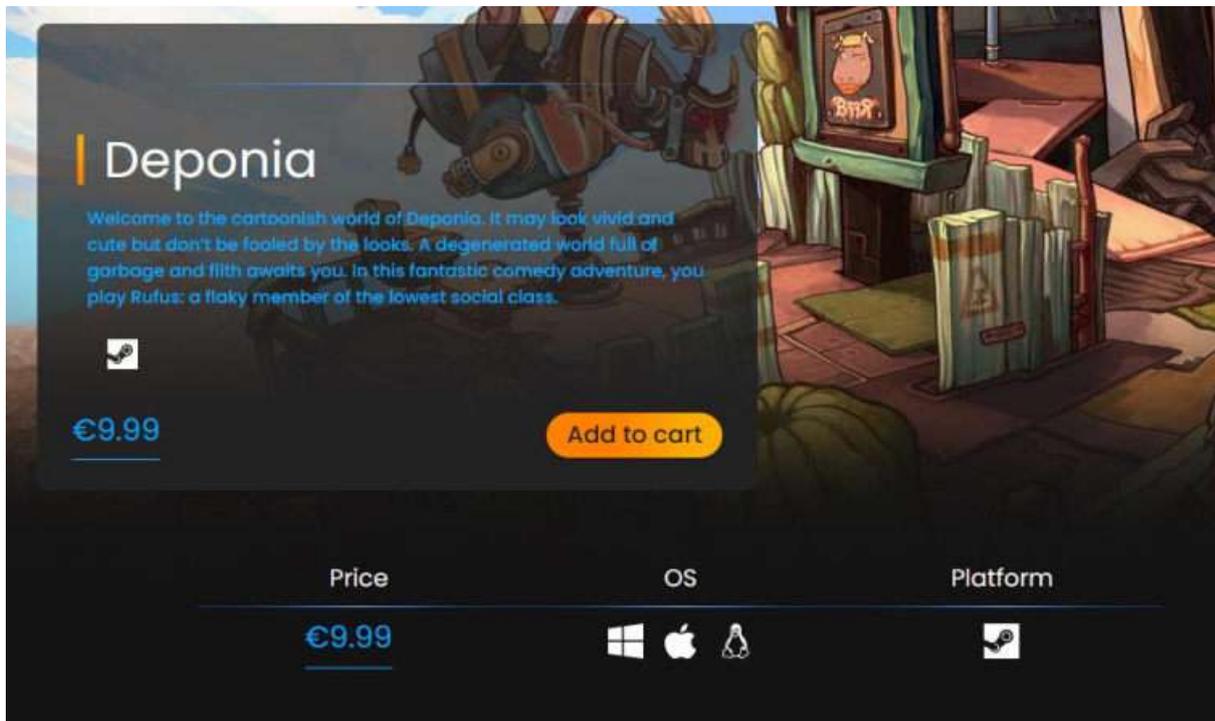
Abb. 282: eneba 46 - Payday 2



Quelle Abb. 279-282: https://www.eneba.com/steam-payday-2-pc-steam-key-europe-united-states-1?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 05.09.2023

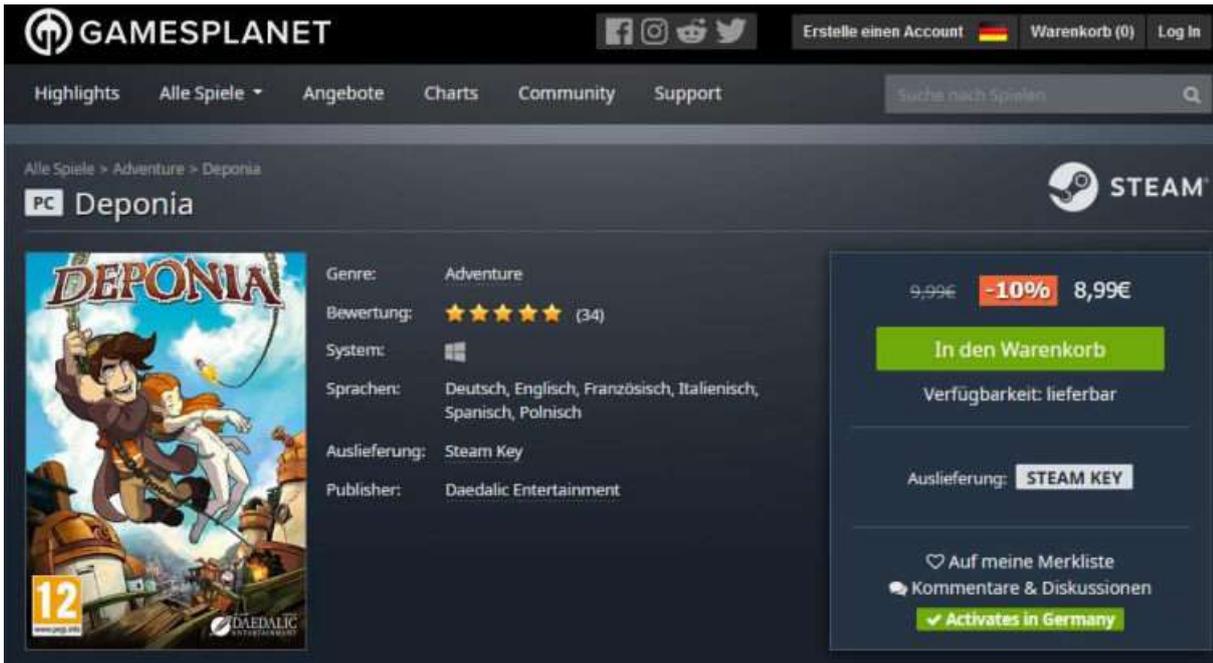
7. Deponia

Abb. 283: allyouplay - Deponia



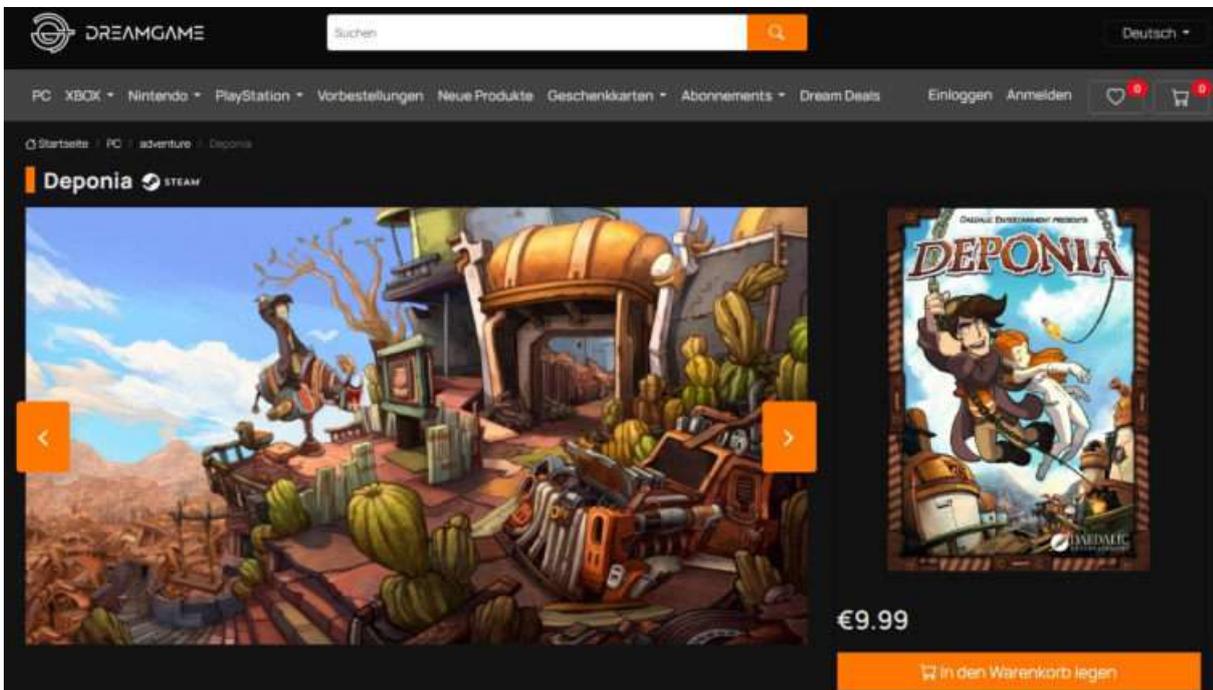
Quelle:
https://www.allyouplay.com/deponia?utm_source=daisycon&utm_medium=affiliate&utm_campaign=GamekeyMonkey, 07.09.2023

Abb. 284: gamesplanet - Deponia



Quelle: <https://de.gamesplanet.com/game/deponia-steam-key--1875-1?ref=gamekeymonkey>, 07.09.2023

Abb. 285: dreamgame - Deponia



Quelle: https://www.dreamgame.com/de/deponia-2?affiliate=daisycon&utm_source=daisycon&utm_medium=affiliate&utm_campaign=daisycon_GamekeyMonkey, 07.09.2023

Abb. 286: eneba 1 - Deponia

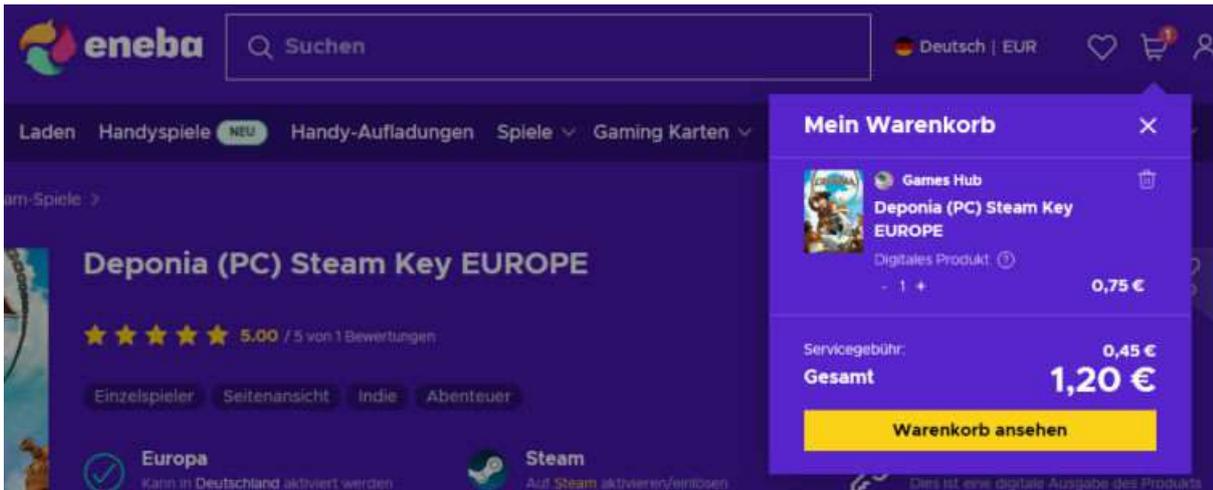


Abb. 287: eneba 2 - Deponia

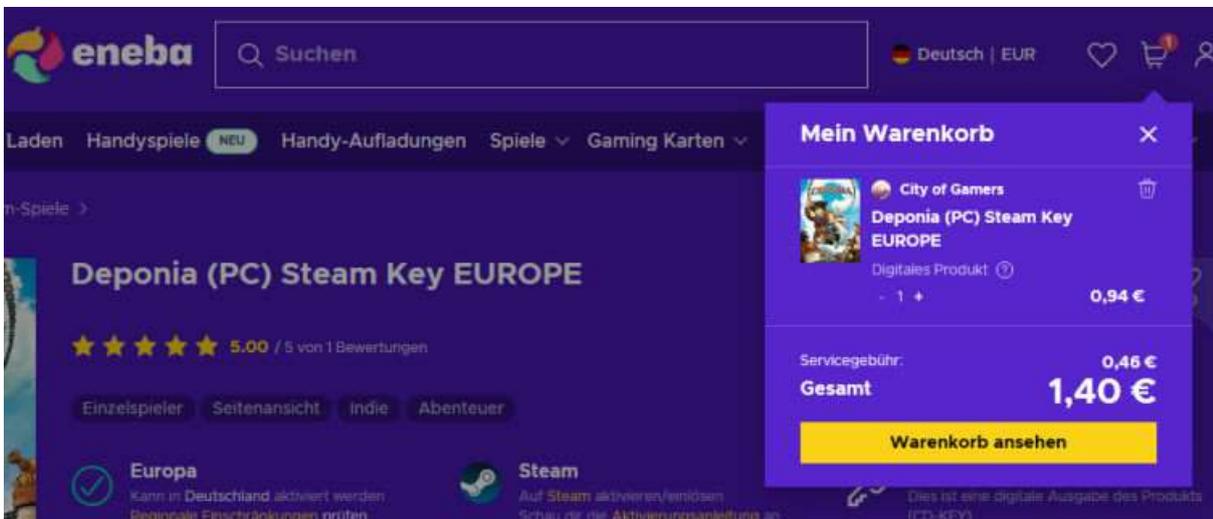


Abb. 288: eneba 3 - Deponia

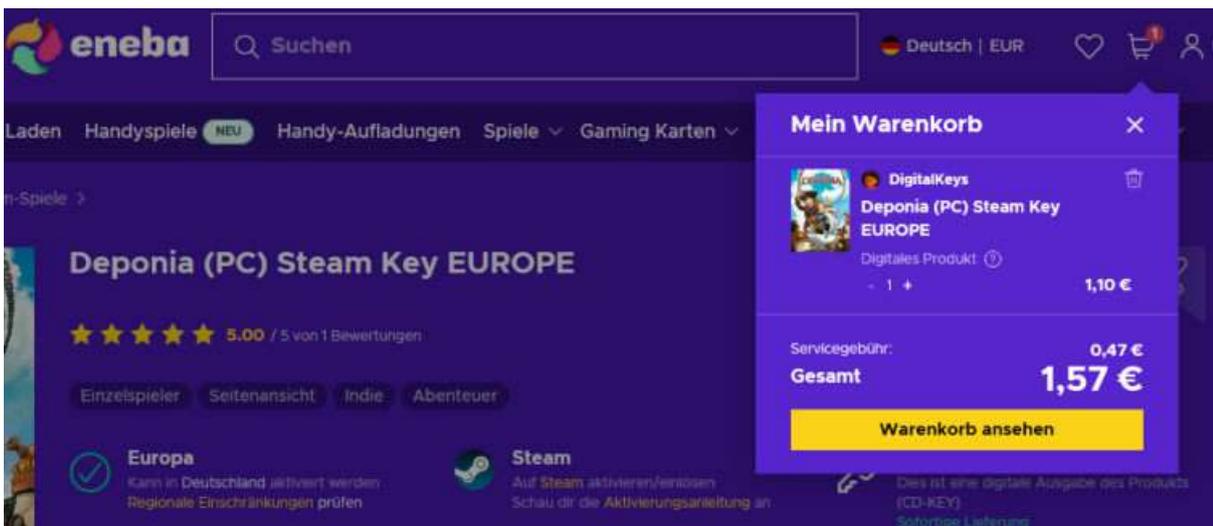
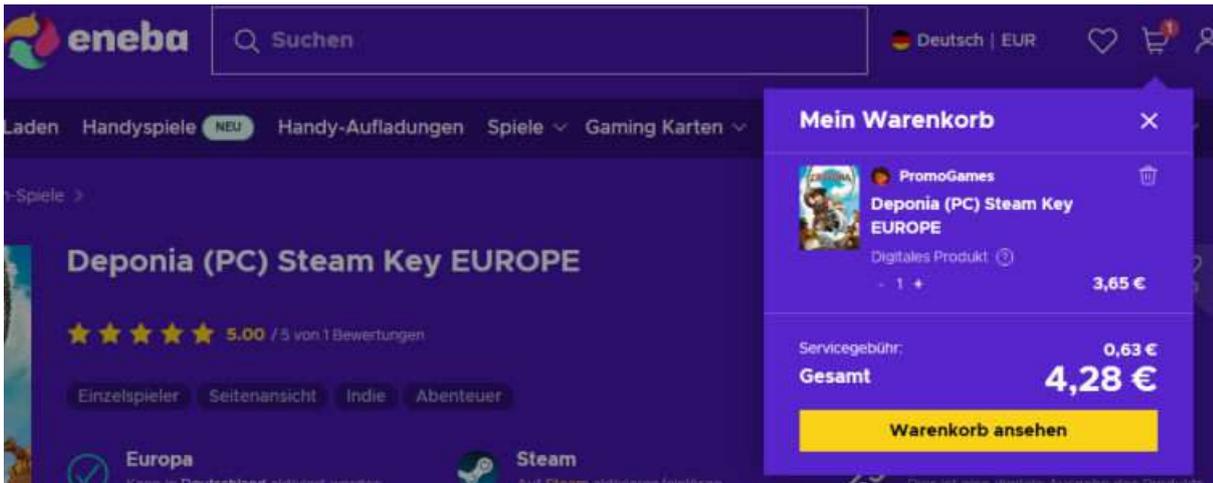


Abb. 289: eneba 4 - Deponia



Quelle Abb. 286-289: https://www.eneba.com/de/steam-deponia-pc-steam-key-europe?af_id=cjaf&cjevent=e2495ab4648c11ee816ff6030a18ba72, 07.09.2023

Abb. 290: eneba 5 - Deponia

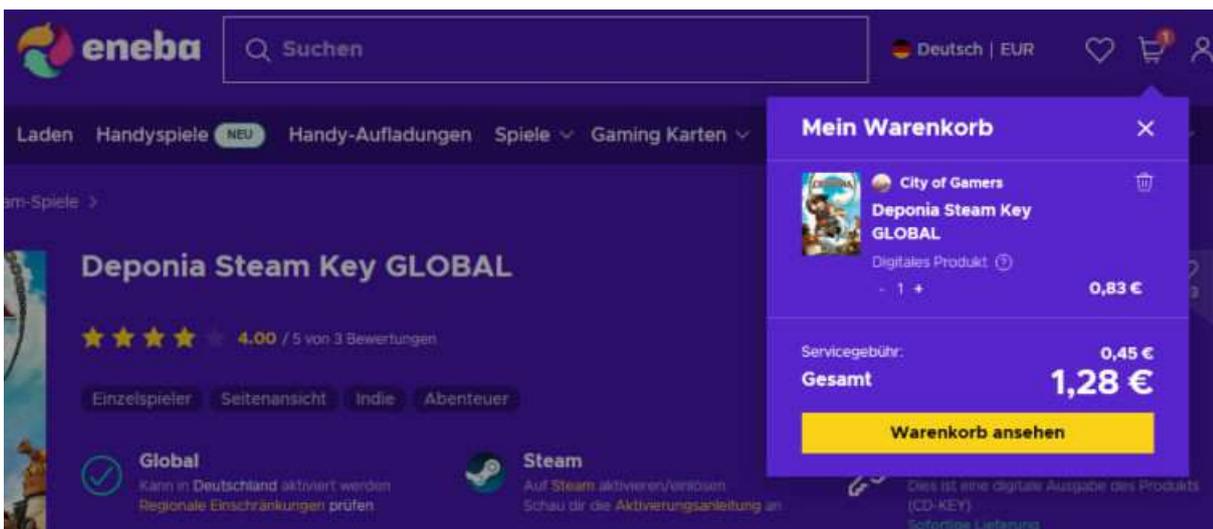


Abb. 291: eneba 6 - Deponia

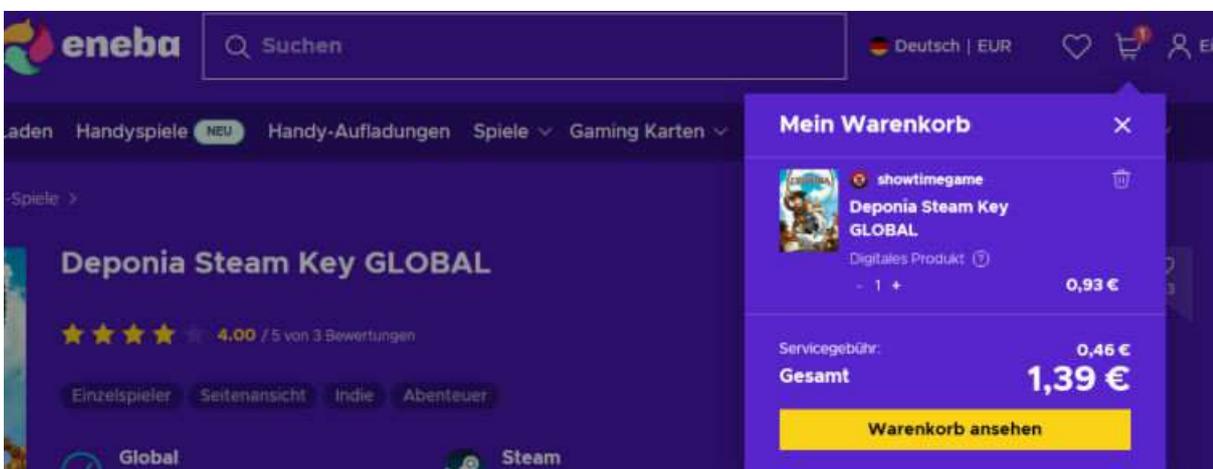


Abb. 292: eneba 7 - Deponia

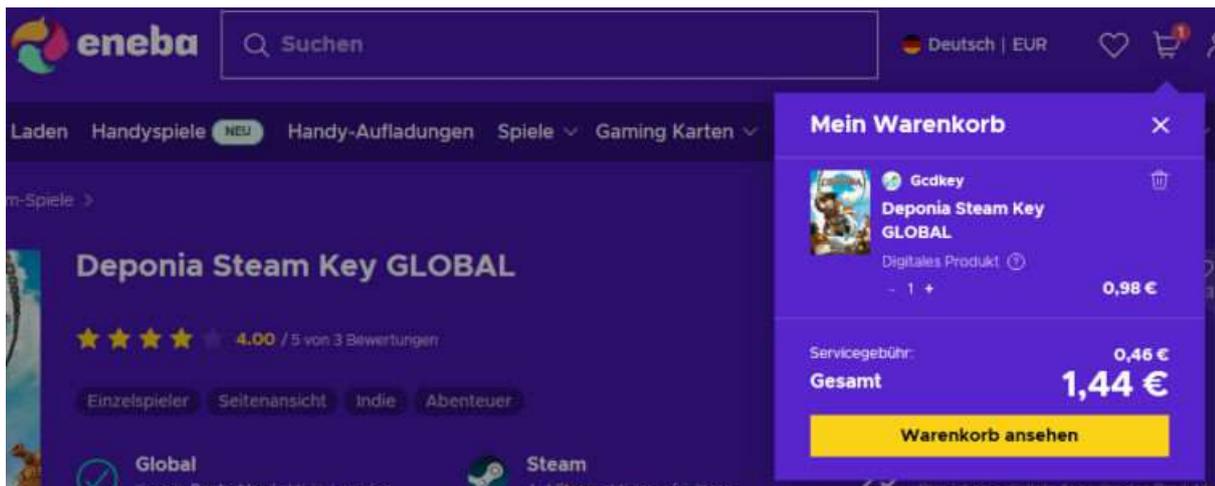


Abb. 293: eneba 8 - Deponia

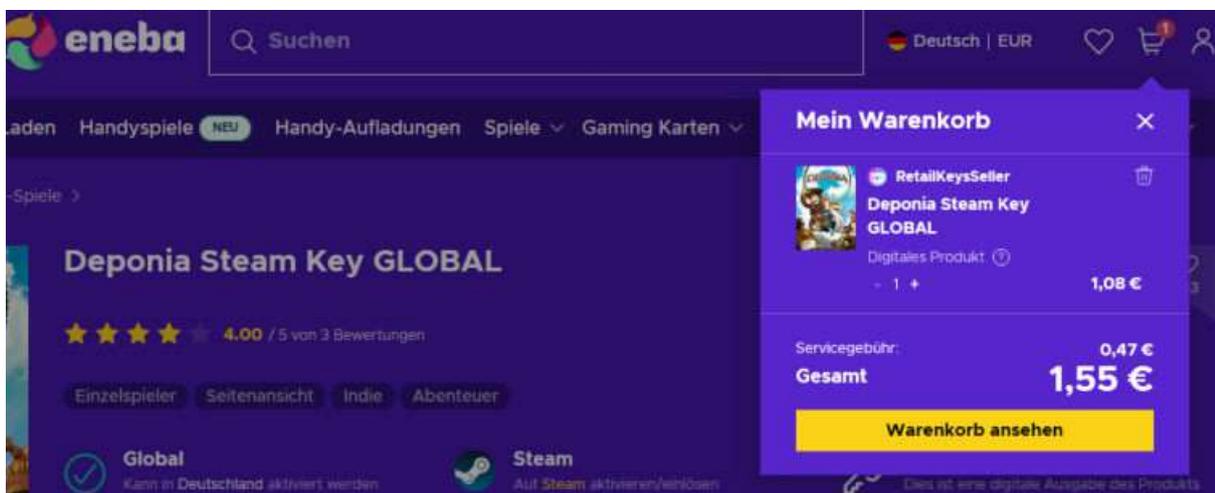


Abb. 294: eneba 9 - Deponia

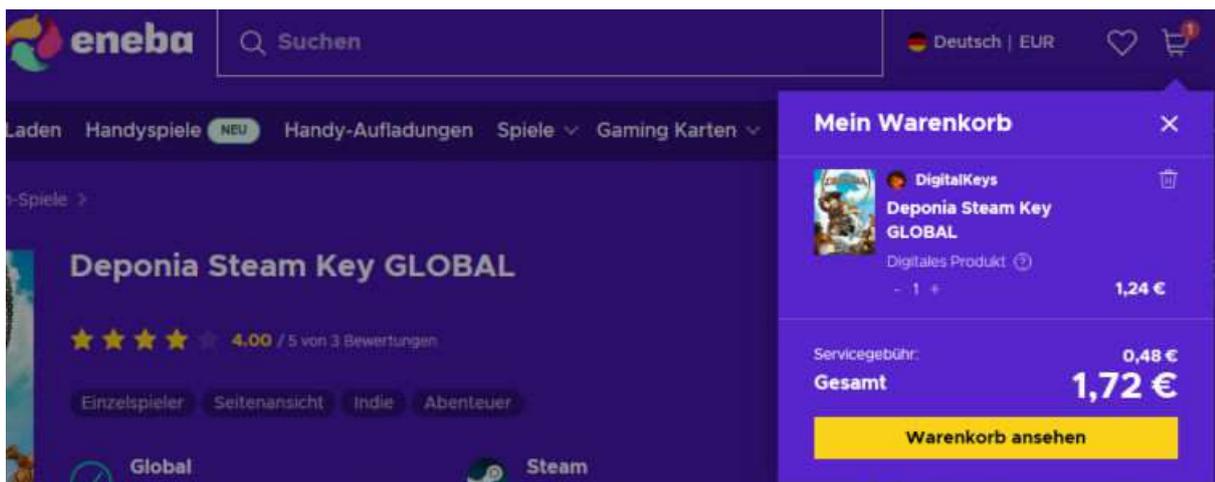
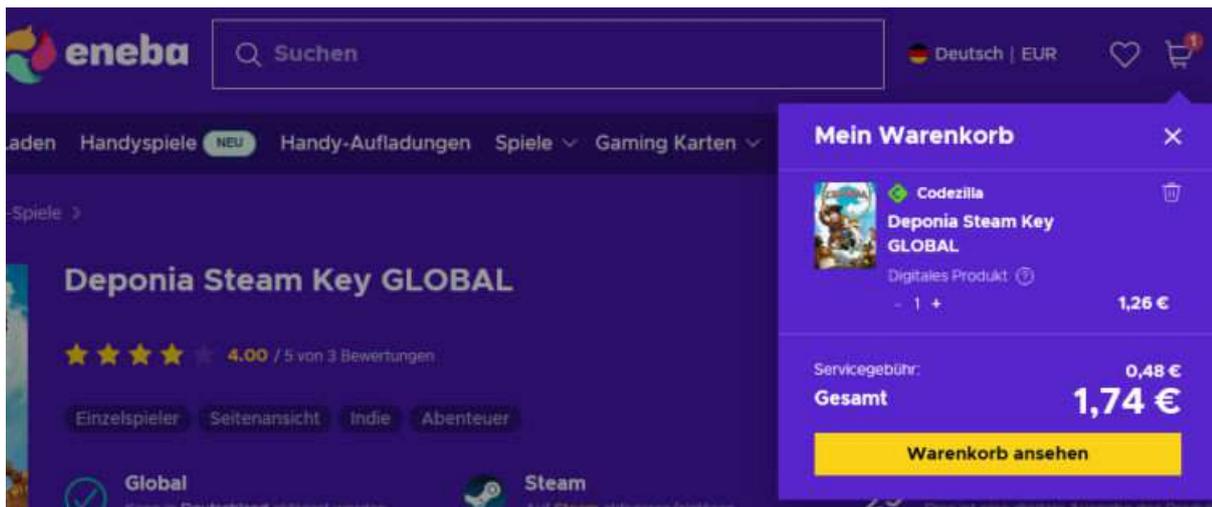


Abb. 295: eneba 10 - Deponia



Quelle Abb. 290-295: <https://www.eneba.com/de/steam-deponia-steam-key-global>, 07.09.2023

Abb. 296: kinguin 1-5 - Deponia

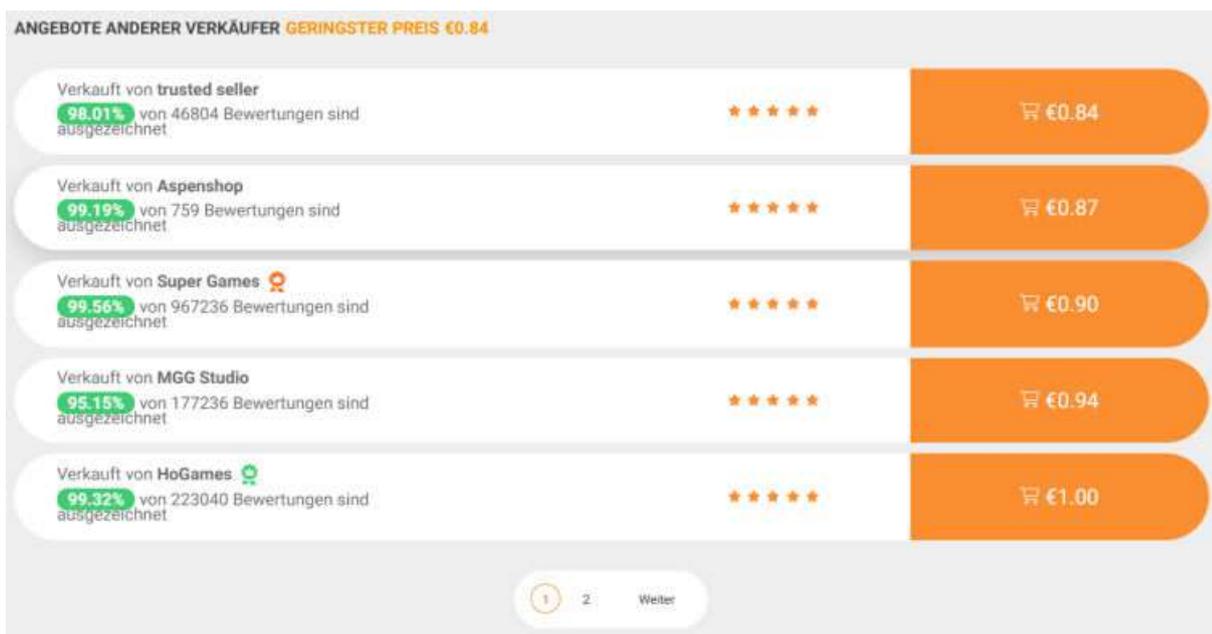
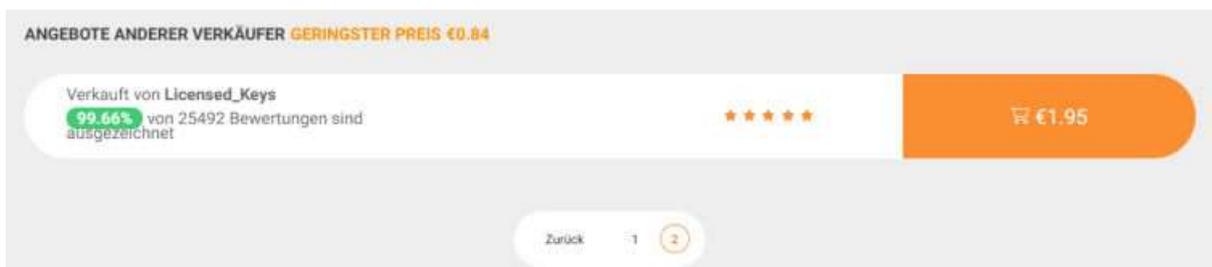


Abb. 297: kinguin 6 - Deponia



Quelle Abb. 296-297: <https://www.kinguin.net/de/category/15554/deponia-eu-steam-key>, 07.09.2023

Abb. 298: kinguin 7 - Deponia

5.0 (3 Rezensionen) 74

ABENTEUER INDIE ZEDEN & KLICKEN

PLATTFORM: STANDARD

VERSION: STANDARD

KANN AKTIVIERT WERDEN IN: DEUTSCHLAND

Deponia DE Steam CD Key

Verkauft von Distribuidora Vengamers
97.42% von 1113 Bewertungen sind ausgezeichnet!

€0.90

KAUFEN MIT Klarna

JETZT KAUFEN

WIR GARANTIEREN DIE SICHERHEIT DER ZAHLUNGEN

KEY: AKTIVIERUNGSDetails SPRACHEN

Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/105737/deponia-de-steam-cd-key>, 07.09.2023

Abb. 299: kinguin 8-12 - Deponia

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €0.75

| | | |
|---|-------|-------|
| Verkauft von Prime Games 98.15% von 90551 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €0.75 |
| Verkauft von Geralt Game Gallery 99.92% von 51689 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €0.80 |
| Verkauft von Super Games 99.56% von 967239 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €0.80 |
| Verkauft von MGG Studio 95.15% von 177239 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €0.82 |
| Verkauft von Gamekeyz.net 93.89% von 529451 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | €0.99 |

1 2 3 Weiter

Abb. 300: kinguin 13-17 - Deponia

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €0.75**

| | | |
|---|-------|---------|
| Verkauft von Ithildin 100% von 445 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €0.99 |
| Verkauft von BuyFromMePlease 98.28% von 7720 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.44 |
| Verkauft von Global Games 🏆 98.56% von 2585869 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.48 |
| Verkauft von Codezilla 93.90% von 28232 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €1.92 |
| Verkauft von Licensed_Keys 99.66% von 25492 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.95 |

Zurück 1 2 3 Weiter

Abb. 301: kinguin 18-19 - Deponia

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €0.75**

| | | |
|---|-------|---------|
| Verkauft von DigiHaven 97.89% von 35391 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.99 |
| Verkauft von HoGames 🏆 99.32% von 223041 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.00 |

Zurück 1 2 3

Quelle Abb. 299-301: <https://www.kinguin.net/de/category/1242/deponia-steam-key>, 07.09.2023

Abb. 302: gamivo 1-4 - Deponia

🔍 **ALL OFFERS (4)** Sort by: Default

| | | |
|--|--------------------------------|---|
|  MGG Studio 99.67% positive feedback 52399 completed orders | REGULAR PRICE: €0.87 | ADD TO CART |
|  GameSaloon 99.40% positive feedback 970271 completed orders | REGULAR PRICE: €0.88 | ADD TO CART |
|  Kinguin 99.29% positive feedback 49926 completed orders | €1.12 |  |
|  Playtime 99.58% positive feedback 582303 completed orders | €1.27 |  |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/deponia-eu?glv=9ibi9ubg>, 07.09.2023

Abb. 303: gamivo 5-9 - Deponia

ALL OFFERS (5) Sort by: Default

| | | |
|--|--------------------------------|--------------------|
|  GamerStore 99.39% positive feedback 8040 completed orders | REGULAR PRICE: €0.53 | ADD TO CART |
|  Bestbuy86 99.63% positive feedback 33002 completed orders | REGULAR PRICE: €0.54 | ADD TO CART |
|  GameSaloon 99.40% positive feedback 970271 completed orders | REGULAR PRICE: €0.77 | ADD TO CART |
|  Kinguin 99.29% positive feedback 49926 completed orders | REGULAR PRICE: €1.00 | ADD TO CART |
|  Playtime 99.58% positive feedback 582303 completed orders | REGULAR PRICE: €1.27 | ADD TO CART |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/deponia>, 07.09.2023

Abb. 304: hrkgame - Deponia

Deponia
★★★★★ | 1 Bewertung [Schreibe eine Bewertung](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Zur Wunschliste hinzufügen](#)



€9.99
€0.86 **-91%**

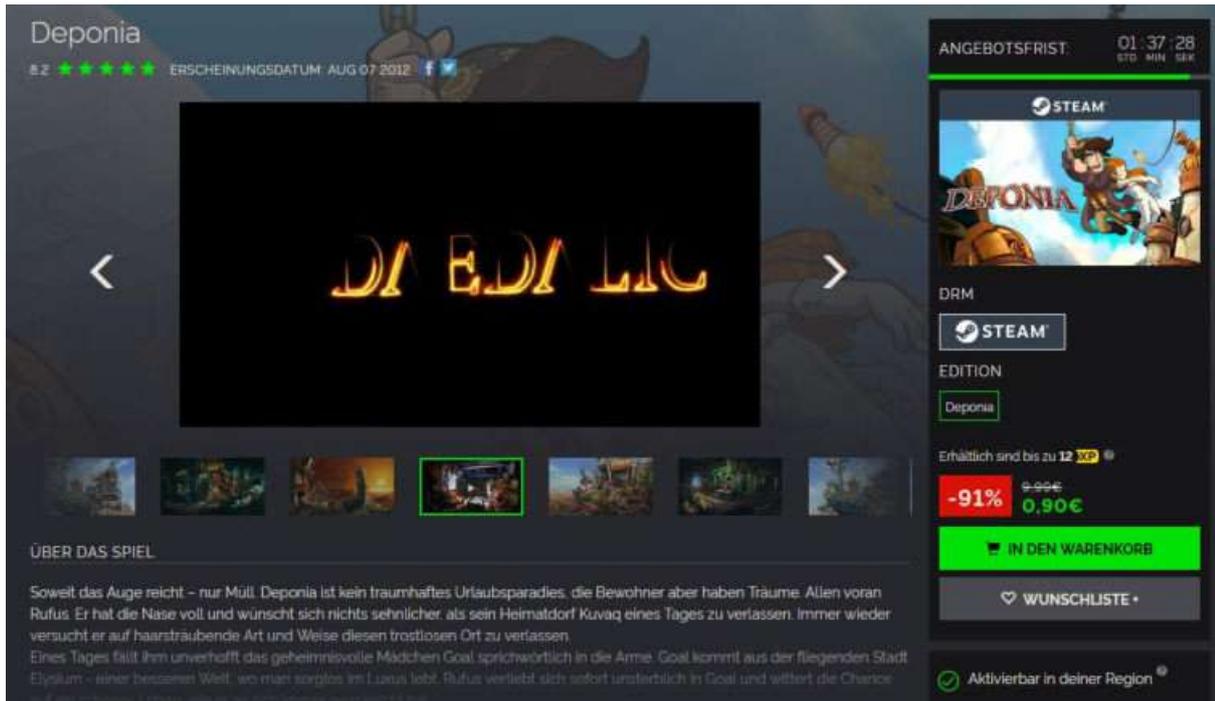
Jetzt Kaufen

Region 
Global

Plattform
 Steam

Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/deponia#a_aid=gkm, 07.09.2023

Abb. 305: greenmangaming - Deponia



Quelle:

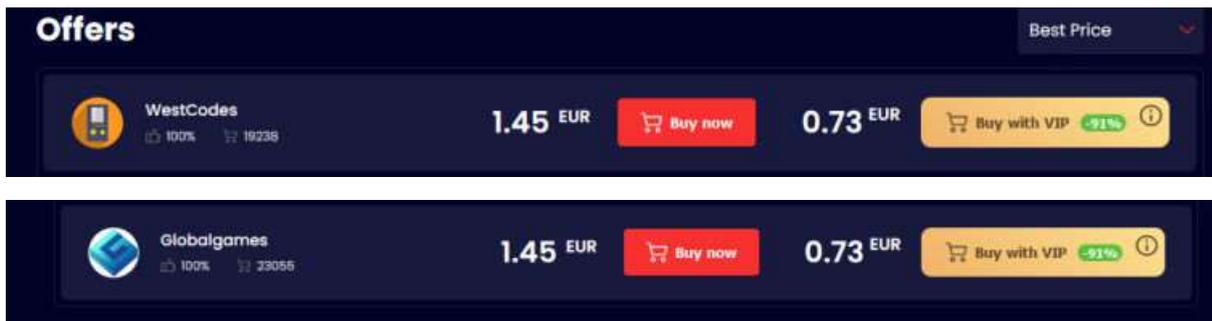
https://www.greenmangaming.com/de/games/deponia/?utm_source=GamekeyMonkey&utm_medium=impact&utm_campaign=&utm_content=1272000&irclickid=X--0yy3mQxyPR4uyngV7tSrZUkFWG10PV2qKVU0&irgwc=1, 07.09.2023

Abb. 306: K4G 1 - Deponia



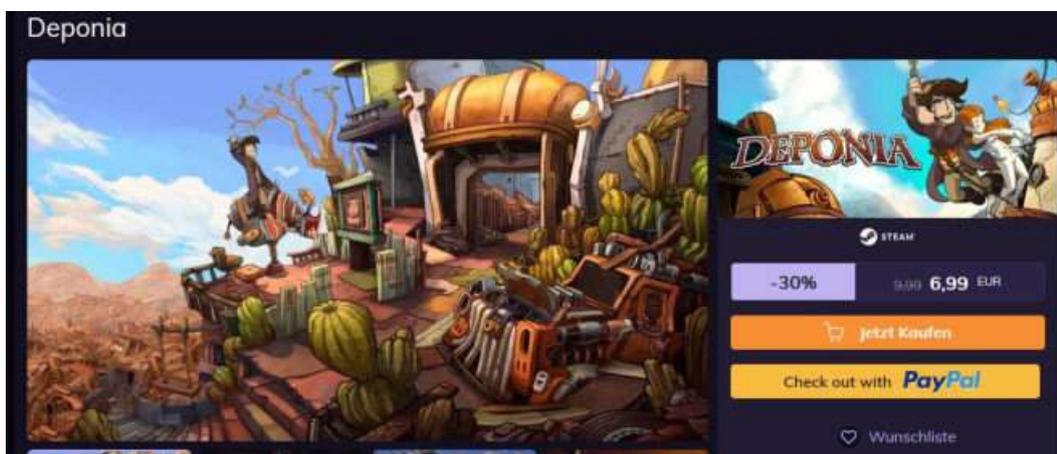
Quelle: <https://k4g.com/product/deponia-steam-europe-cd-key-2D262E68?r=gkm>, 07.09.2023

Abb. 307: K4G 2-3 - Deponia



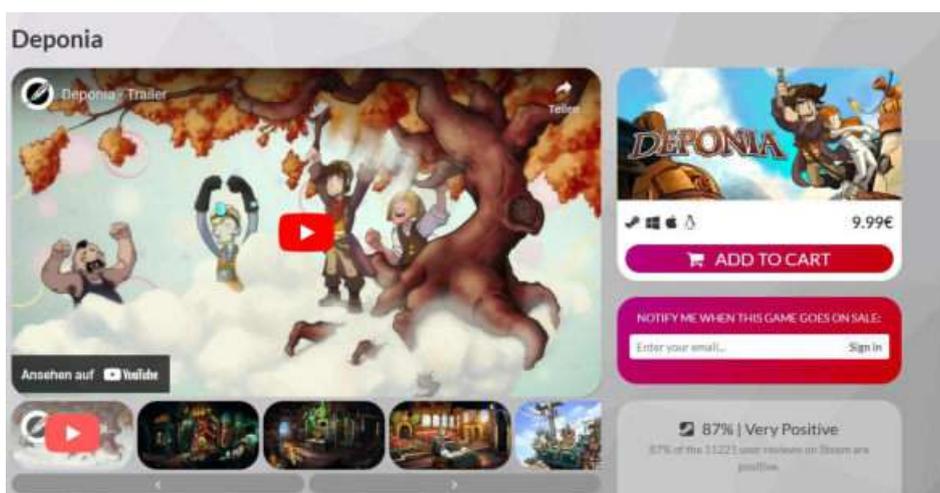
Quelle: <https://k4g.com/product/deponia-steam-global-cd-key-AFFDC97E#offers>, 07.09.2023

Abb. 308: 2game - Deponia



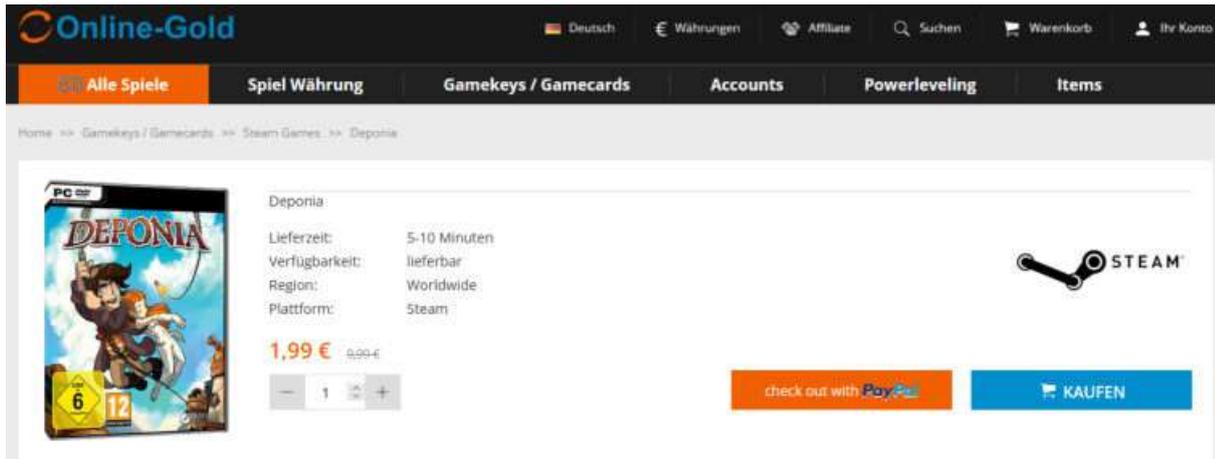
Quelle: <https://2game.com/de/deponia?irgwc=1&irclickid=X--0yy3mQxyPR4uyngV7tSrZUKFWG1xmV2qKVU0&ircid=19711>, 07.09.2023

Abb. 309: indiegala - Deponia



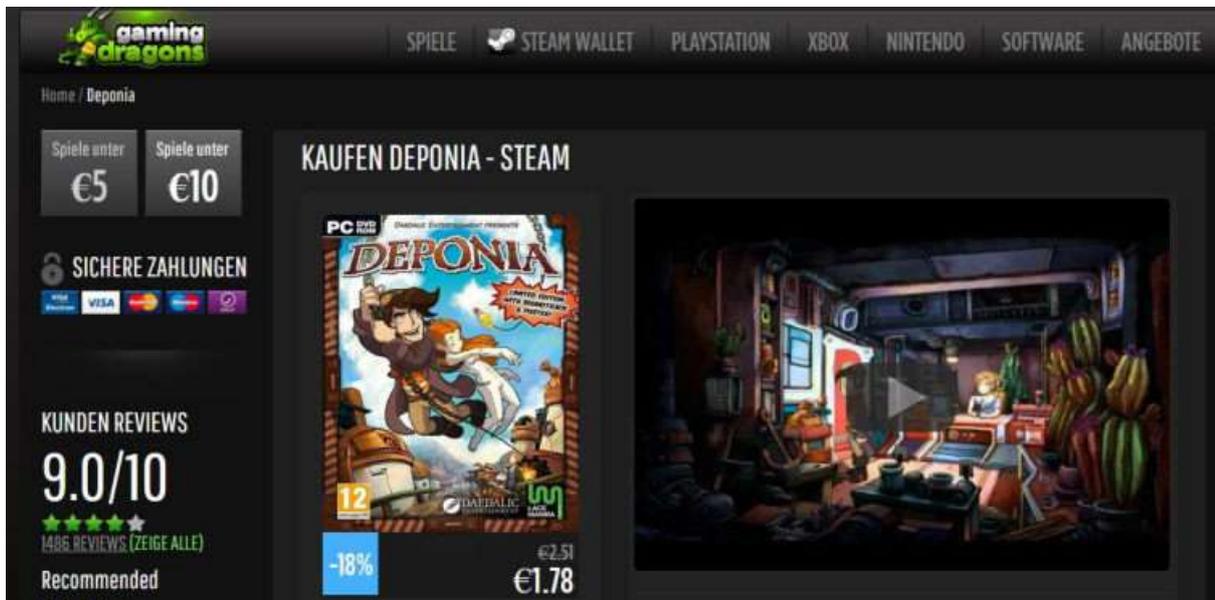
Quelle: https://www.indiegala.com/store/game/deponia/214340_ig?ref=stefanieoffermanns2, 07.09.2023

Abb. 310: online-gold - Deponia



Quelle: <https://www.online-gold.de/Steam-Games/Deponia.html?ref=48>, 07.09.2023

Abb. 311: gaming-dragons - Deponia



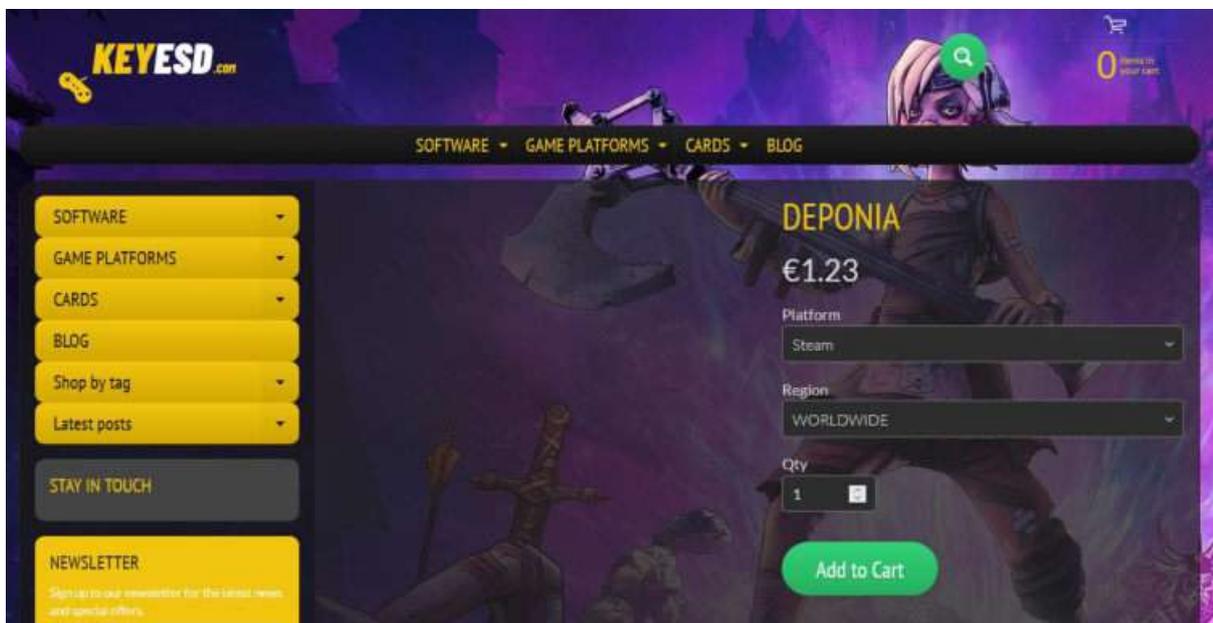
Quelle: <https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-deponia-1-download.html?gmdr=af4e4d41>, 07.09.2023

Abb. 312: CDKeys - Deponia



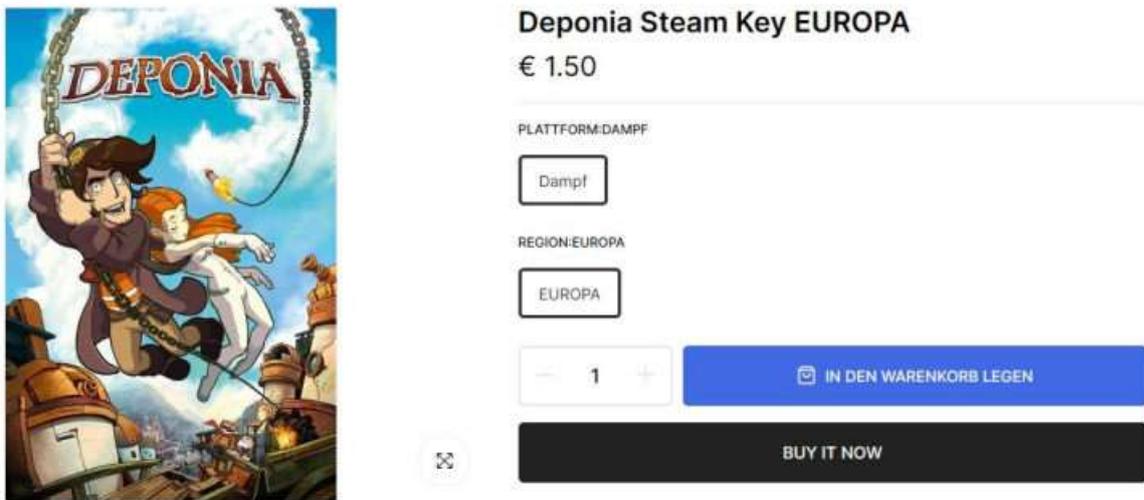
Quelle: https://www.cdkeys.com/deponia-pc?__currency=eur?irclickid=0v%3AQjjwFbxyPU30Q9YR3mQobUkFyZkUVB0xEy40&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=Planetkey.de&irgwc=1, 07.09.2023

Abb. 313: keyesd - Deponia



Quelle: https://keyesd.com/products/deponia?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 07.09.2023

Abb. 314: premiumcdkeys - Deponia



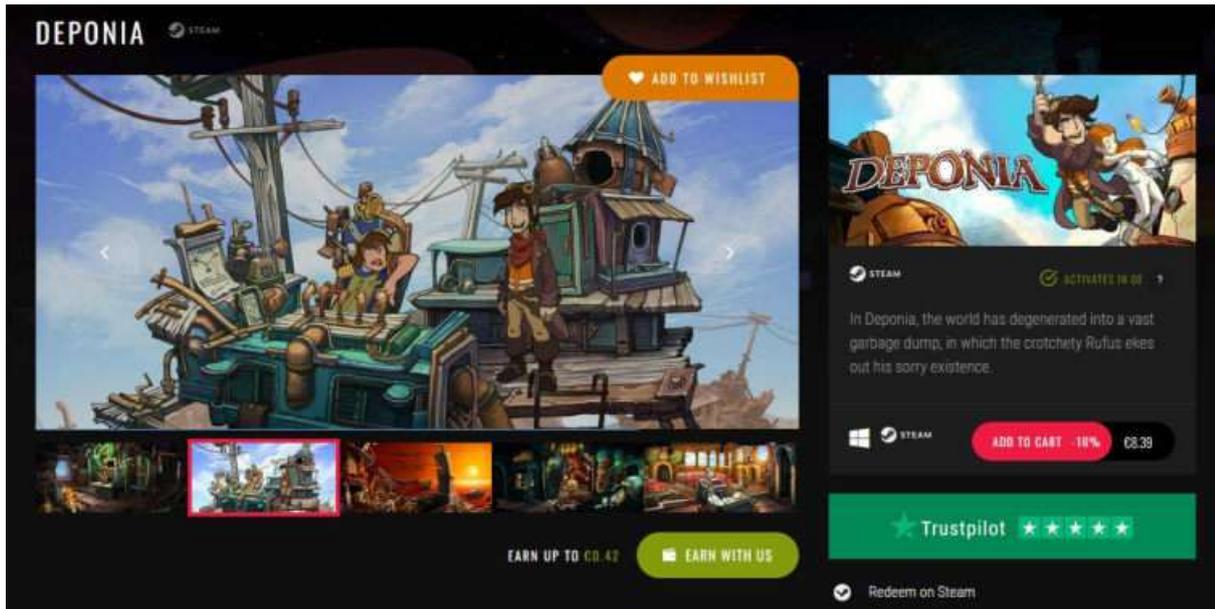
Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/deponia-steam-key-europe?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 07.09.2023

Abb. 315: gamesplanet - Deponia



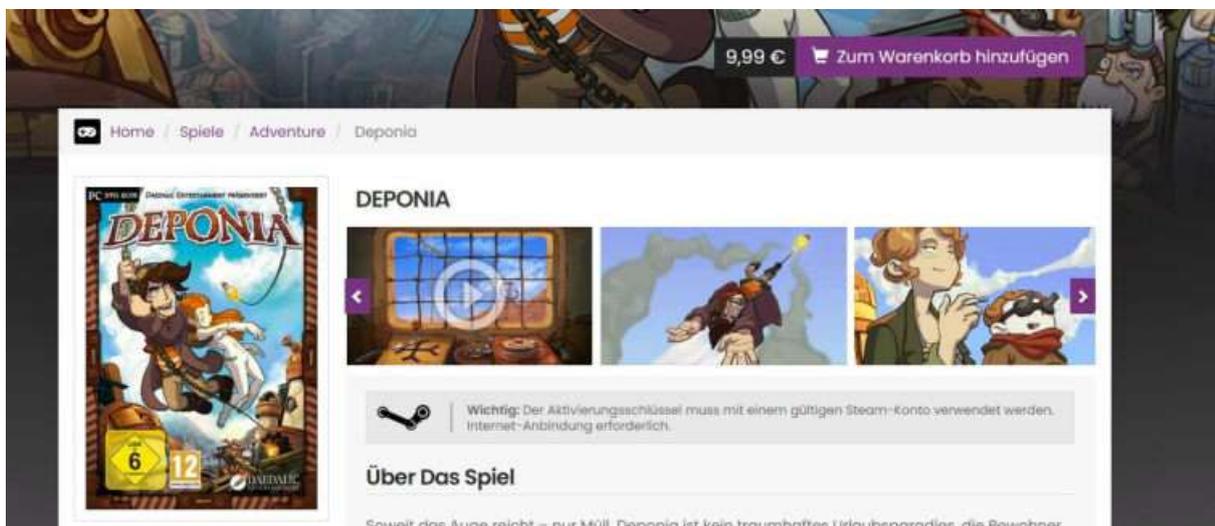
Quelle: <https://de.gamesplanet.com/game/deponia-steam-key--1875-1>, 07.09.2023

Abb. 316: gamebillet - Deponia



Quelle: https://www.gamebillet.com/deponia-z?affiliate=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 07.09.2023

Abb. 317: gamesload - Deponia



Quelle: <https://www.gamesload.de/spiele/abenteuer/deponia-787992.html>, 07.09.2023

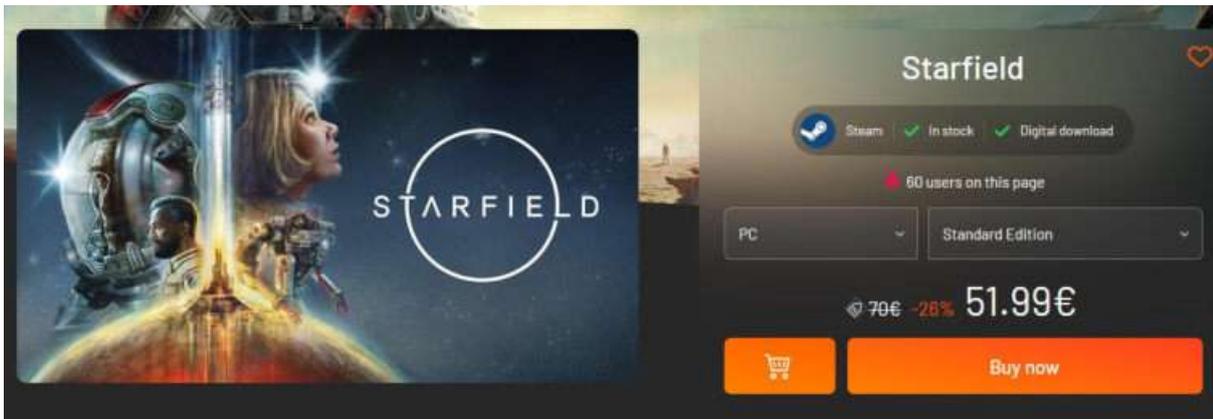
Abb. 318: G2A 1-14 - Deponia

| | | |
|---|--------|---|
|  Gameservice24 AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 23387 | € 1.06 |  |
|  Gamegang 95% Positives Feedback 81 | € 1.10 |  |
|  Gaming_store_solutions AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positives Feedback 4762 | € 1.13 |  |
|  Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positives Feedback 16554 | € 1.13 |  |
|  Happytime 100% Positives Feedback 735 | € 1.20 |  |
|  Gamersuniverse AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 64261 | € 1.34 |  |
|  Superbkeys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 3092 | € 1.42 |  |
|  Lancce 100% Positives Feedback 509 | € 1.43 |  |
|  Gamesdivision 100% Positives Feedback 489 | € 1.43 |  |
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 6645 | € 1.50 |  |
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 8271 | € 1.77 |  |
|  Royalco 95% Positives Feedback 154 | € 1.78 |  |
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 26356 | € 2.11 |  |
|  Worldgames99 100% Positives Feedback 9 | € 2.47 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/deponia-steam-key-global-i10000000484007>, 07.09.2023

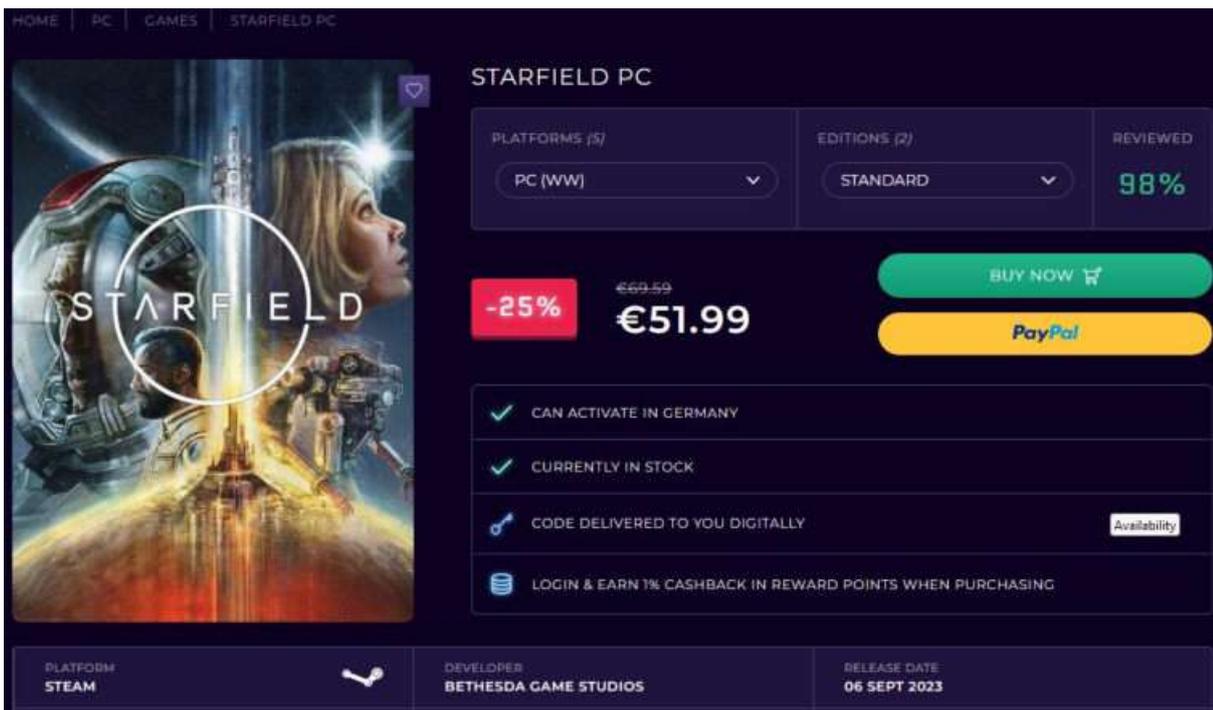
8. Starfield

Abb. 319: instant-gaming - Starfield



Quelle: https://www.instant-gaming.com/en/2675-buy-starfield-pc-game-steam/?igr=289098&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 320: CDKeys - Starfield



Quelle: https://www.cdkeys.com/starfield-pc-steam?intsrc=CATF_12138&irclidid=04aRgqwcAxyPTYXQdGTcA0UnUkFW5p03V2qKVU0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop&irgwc=1, 09.09.2023

Abb. 321: gamivo 1-4 - Starfield

| Merchant | Feedback | Orders | Regular Price | Smart Price |
|---------------|----------|--------|---------------|-------------|
| PriceAxe | 99.68% | 825316 | €55.68 | €52.90 |
| GameSaloon | 99.40% | 971440 | €55.70 | €52.91 |
| A-Z Game Shop | 99.43% | 6955 | €56.18 | €53.37 |
| Gaming Nation | 96.10% | 4034 | €61.69 | €58.61 |

Quelle:

https://www.gamivo.com/product/starfield?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 322: gamivo 5-8 - Starfield

| Merchant | Feedback | Orders | Regular Price | Smart Price |
|---------------|----------|--------|---------------|-------------|
| MGG Studio | 99.68% | 52938 | €60.64 | €57.61 |
| CDKeyStop | 99.69% | 4759 | €60.65 | €57.62 |
| A-Z Game Shop | 99.43% | 6955 | €60.99 | €57.94 |
| Gaming Nation | 96.10% | 4034 | €61.69 | €58.61 |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/starfield-pc-steam-eu-en-de-fr-it-pl-pt-ru-zh-es-standard>, 09.09.2023

Abb. 323: royalcdkeys - Starfield

Starfield Steam CD Key ★★★★★
€59,50 **BUY IT NOW**
ROYAL PROTECTION PROGRAM: Dedicated 24/7 priority support, Lifetime Purchase Protection and much more! - €3.8
Starfield is an open-world RPG set in the far future. You create your own character and explore a vast galaxy full of...

Quelle: https://royalcdkeys.com/products/starfield-steam-cd-key?variant=41371542093961&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 324: eneba 1 - Starfield

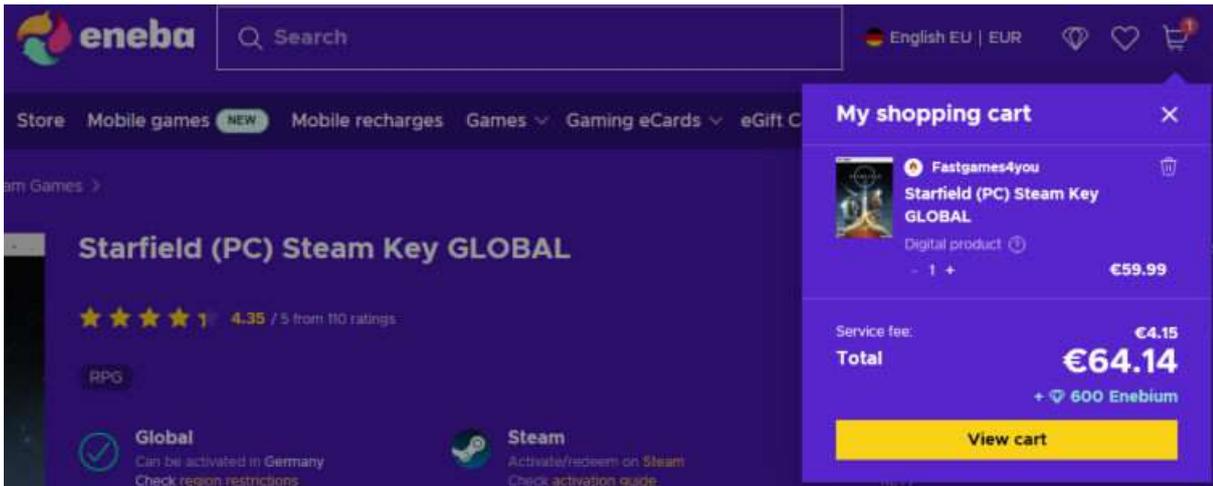


Abb. 325: eneba 2 - Starfield

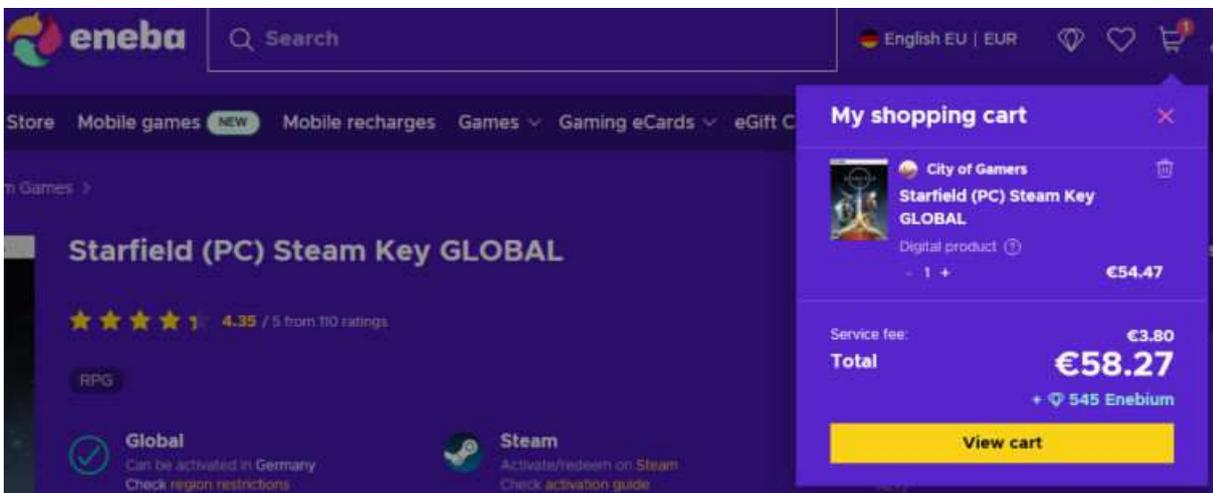


Abb. 326: eneba 3 - Starfield

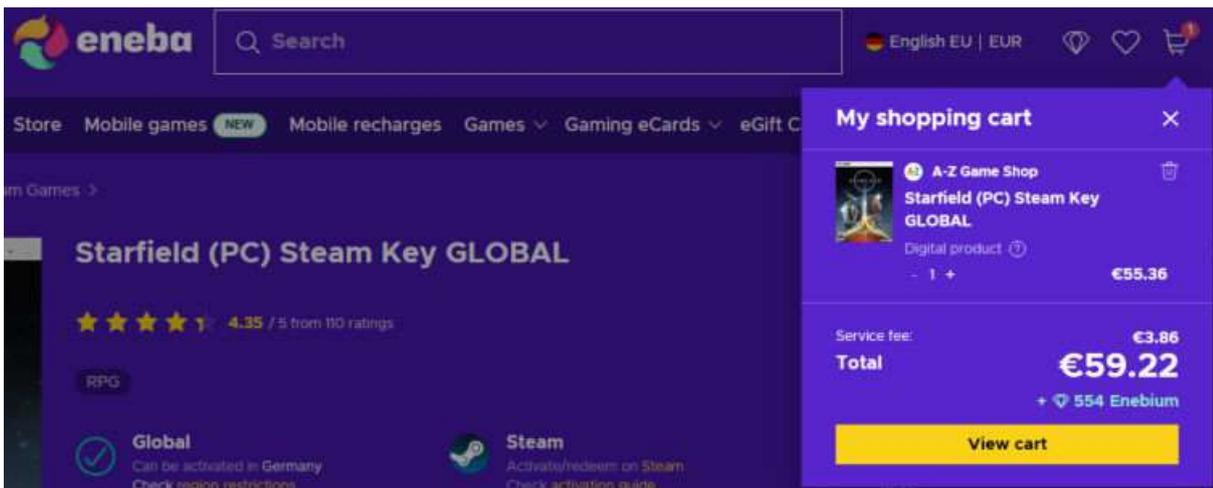


Abb. 327: eneba 4 - Starfield

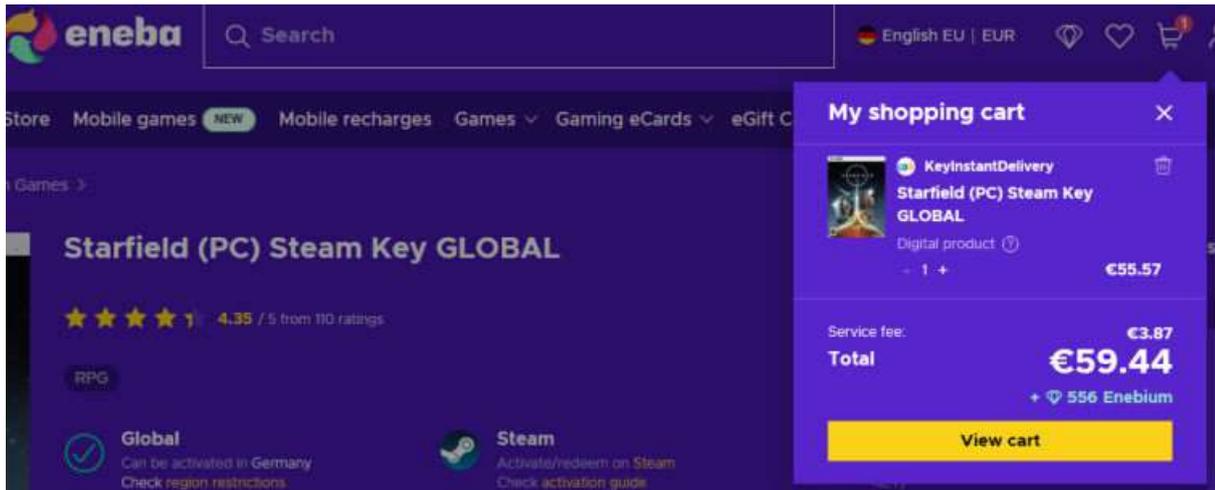


Abb. 328: eneba 5 - Starfield

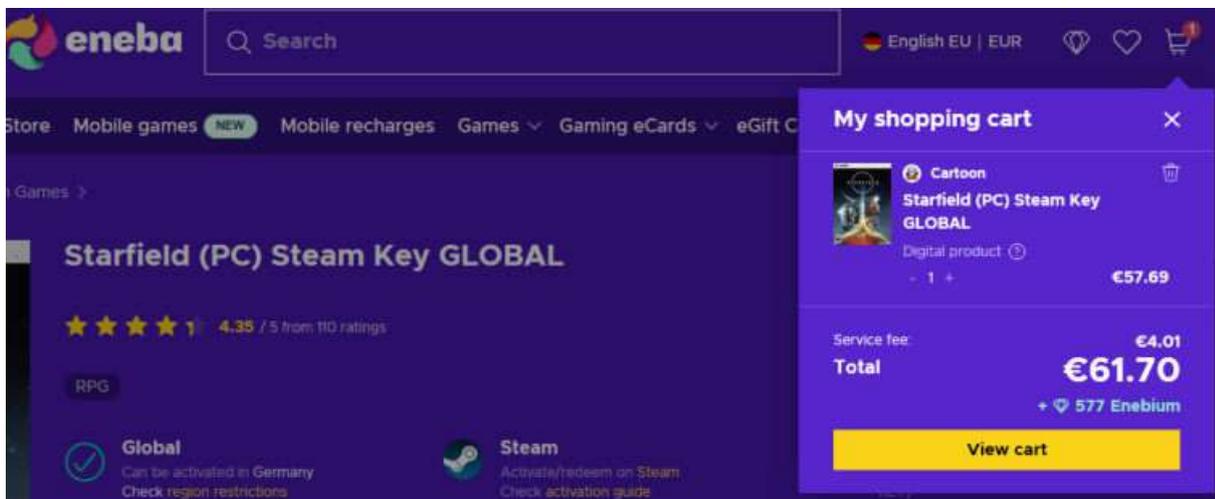


Abb. 329: eneba 6 - Starfield

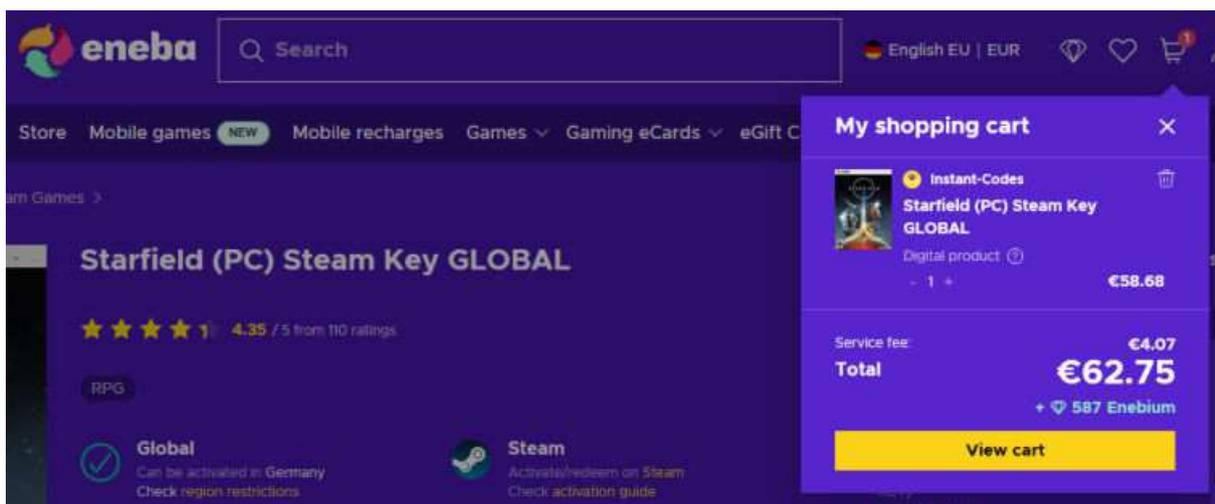


Abb. 330: eneba 7 - Starfield

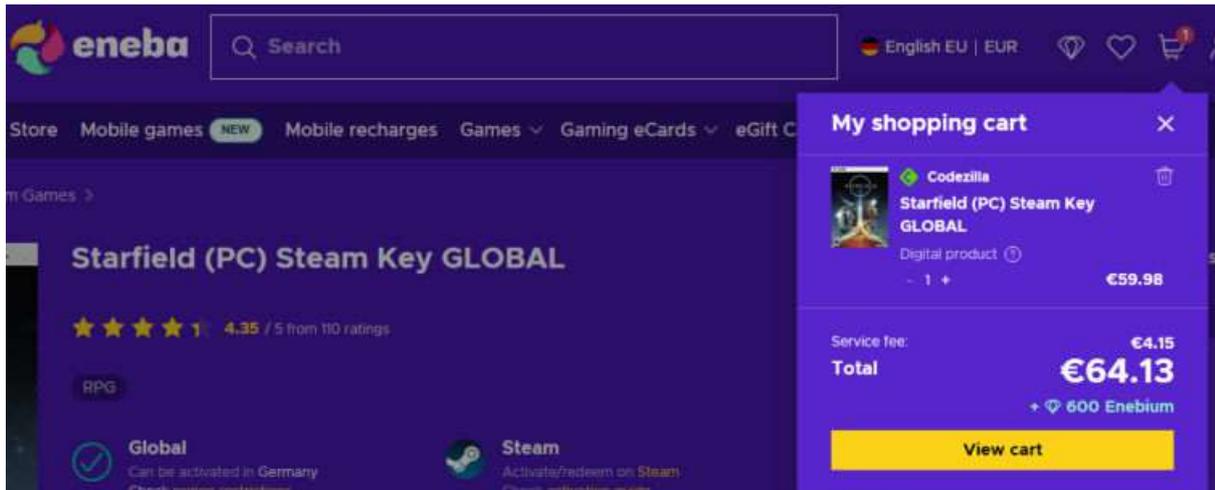


Abb. 331: eneba 8 - Starfield

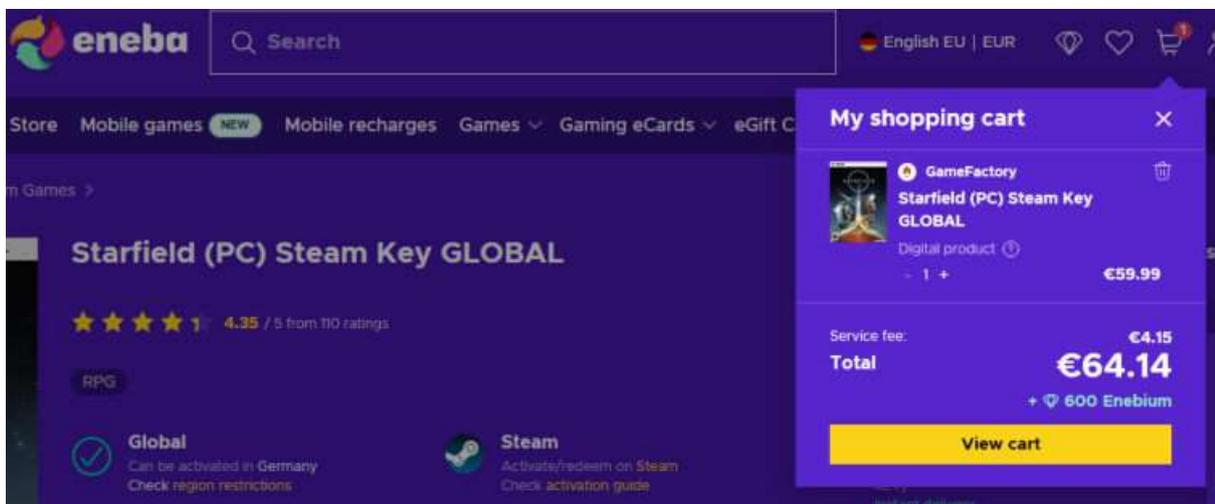


Abb. 332: eneba 9 - Starfield

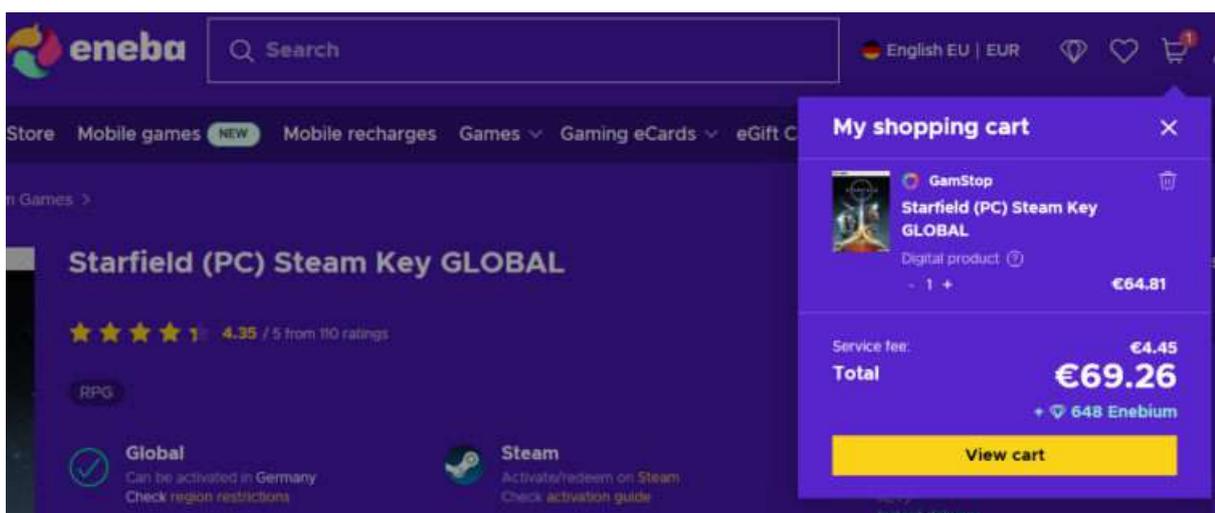


Abb. 333: eneba 10 - Starfield

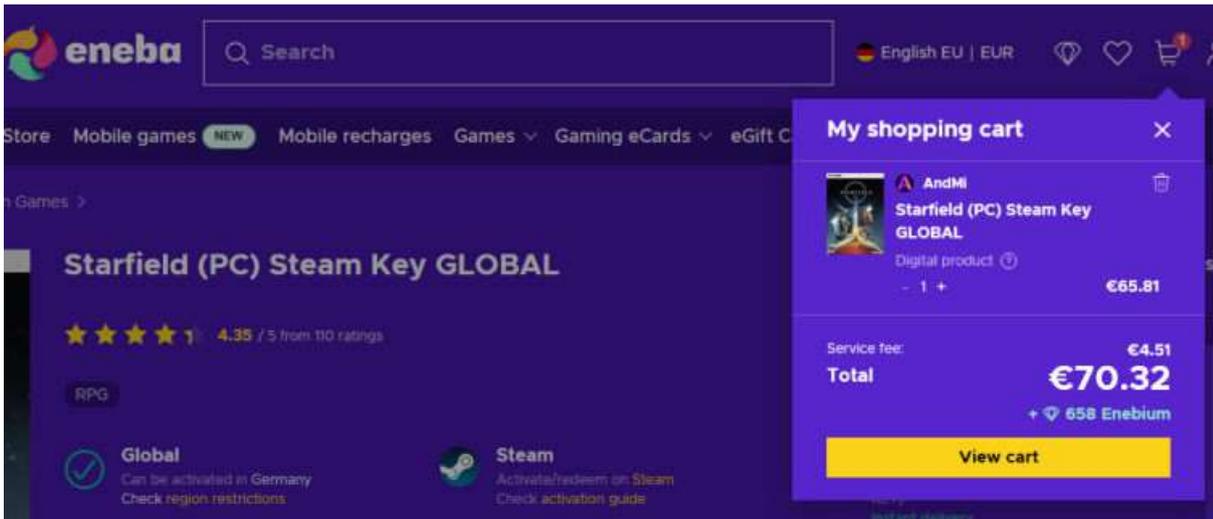


Abb. 334: eneba 11 - Starfield

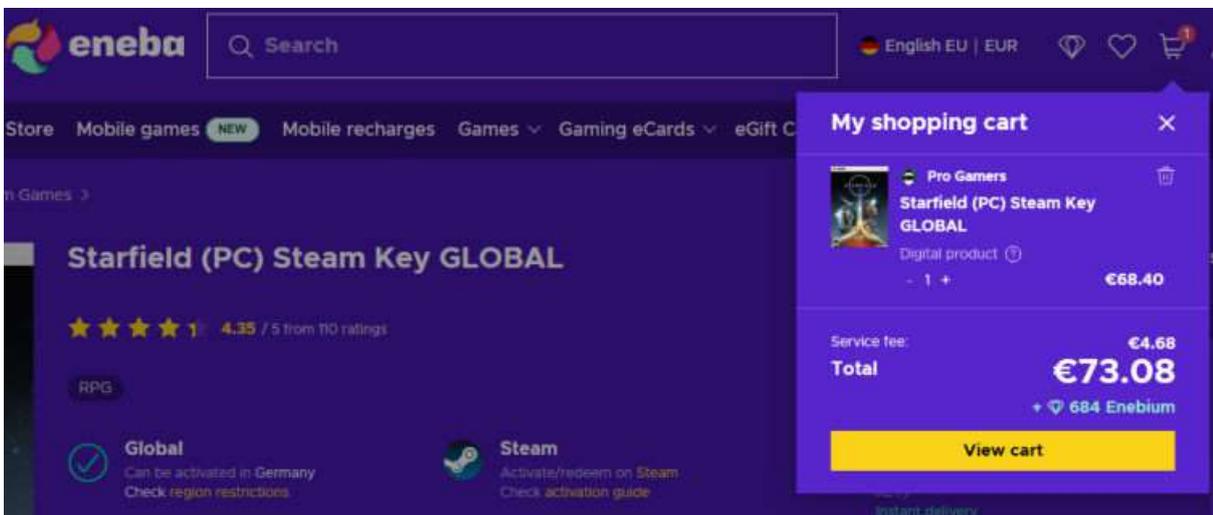
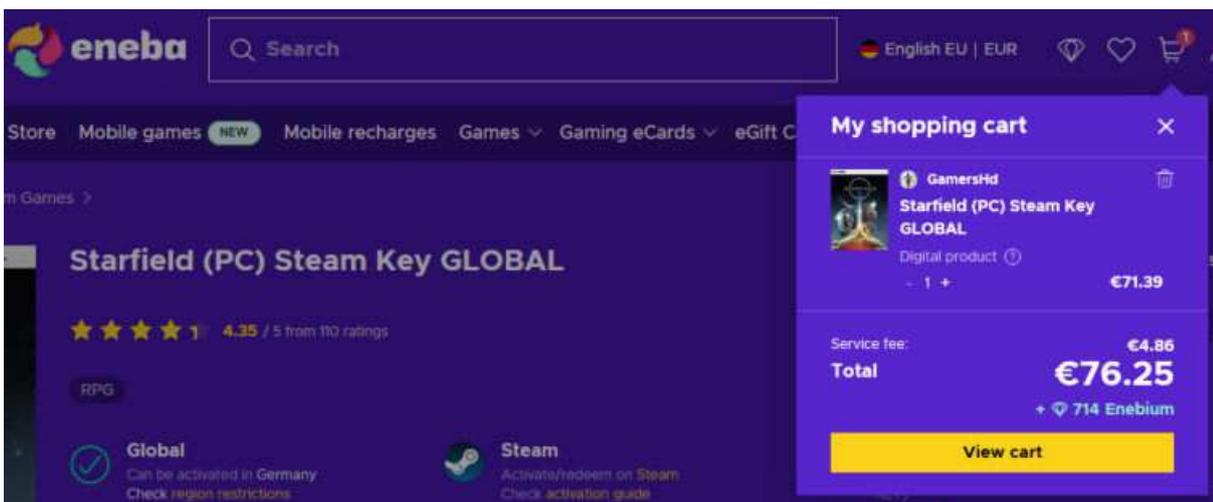


Abb. 335: eneba 12 - Starfield



Quelle Abb. 324-335: https://www.eneba.com/steam-starfield-pc-steam-key-global?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 336: eneba 13 - Starfield

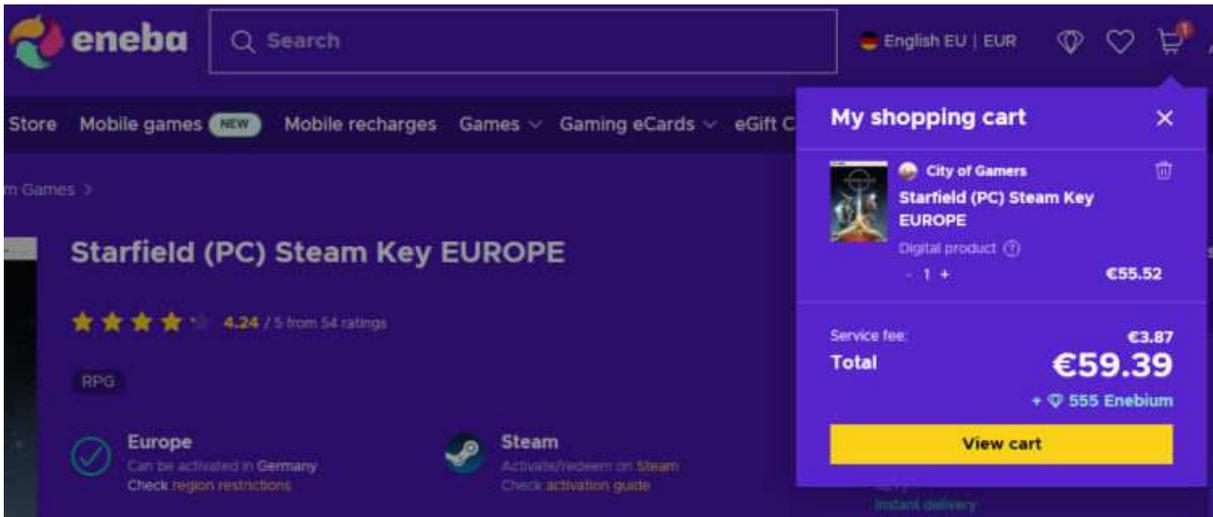


Abb. 337: eneba 14 - Starfield

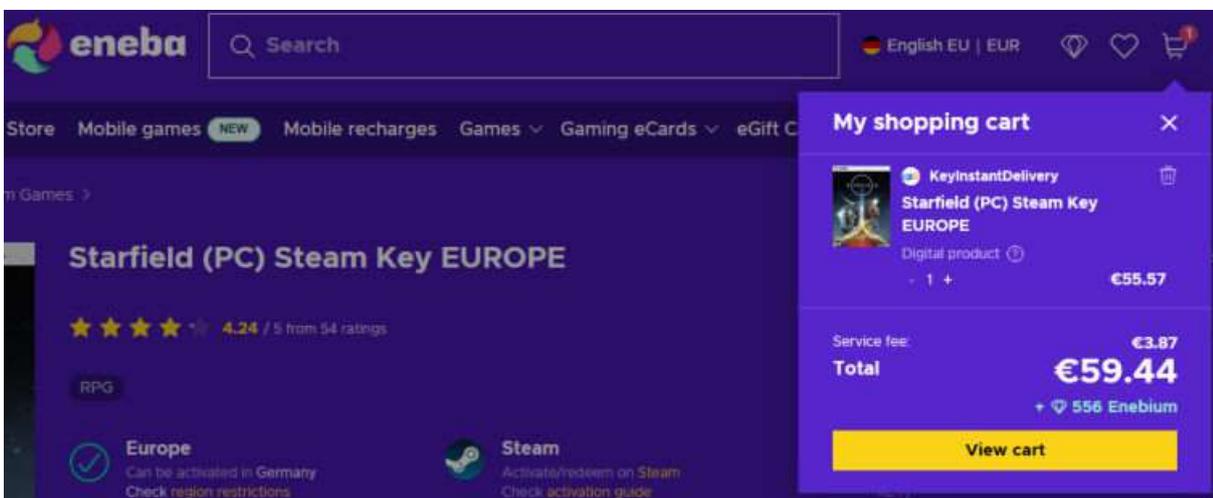


Abb. 338: eneba 15 - Starfield

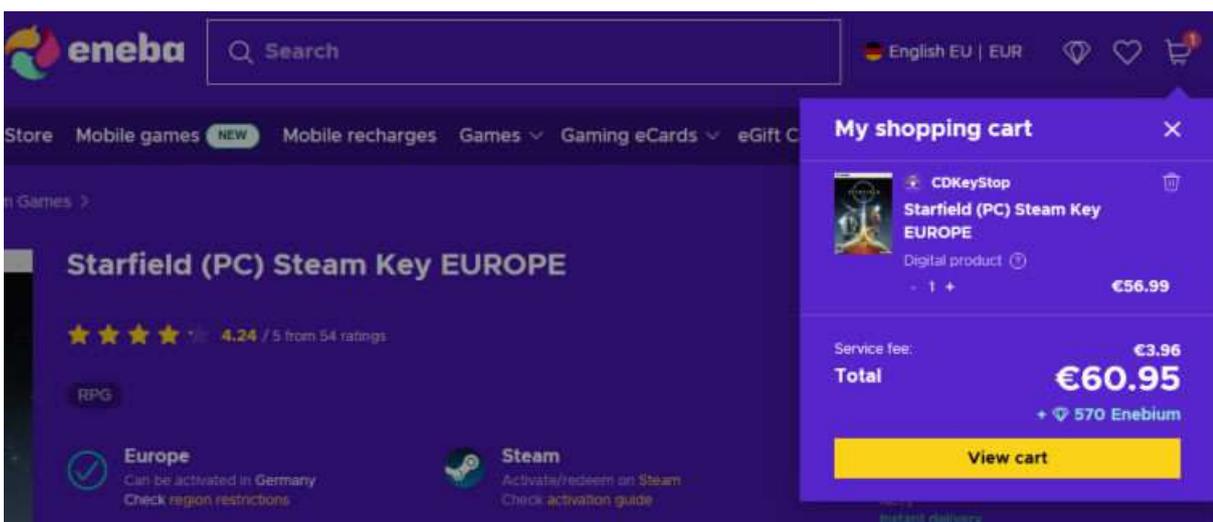


Abb. 339: eneba 16 - Starfield

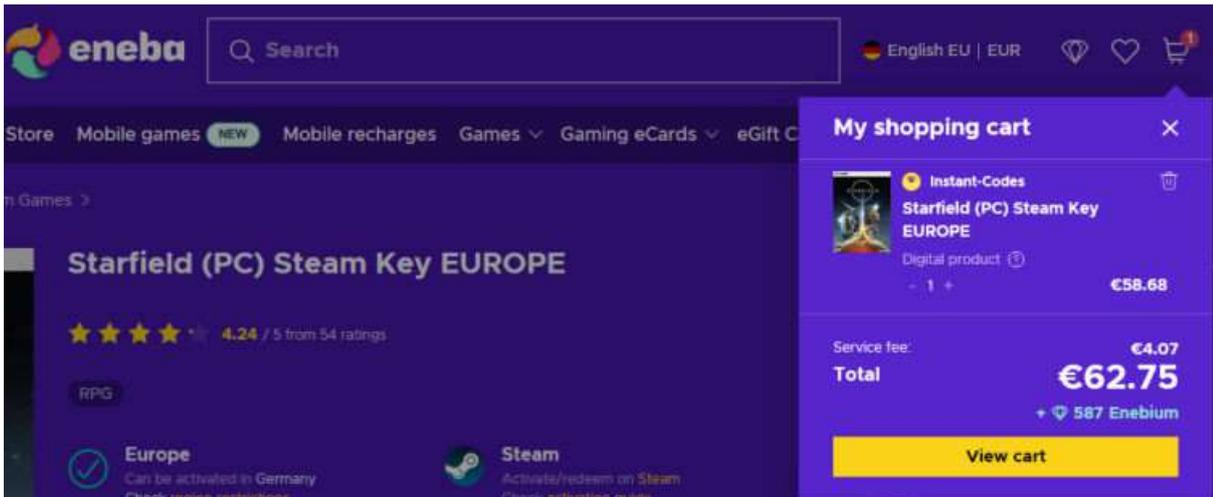


Abb. 340: eneba 17 - Starfield

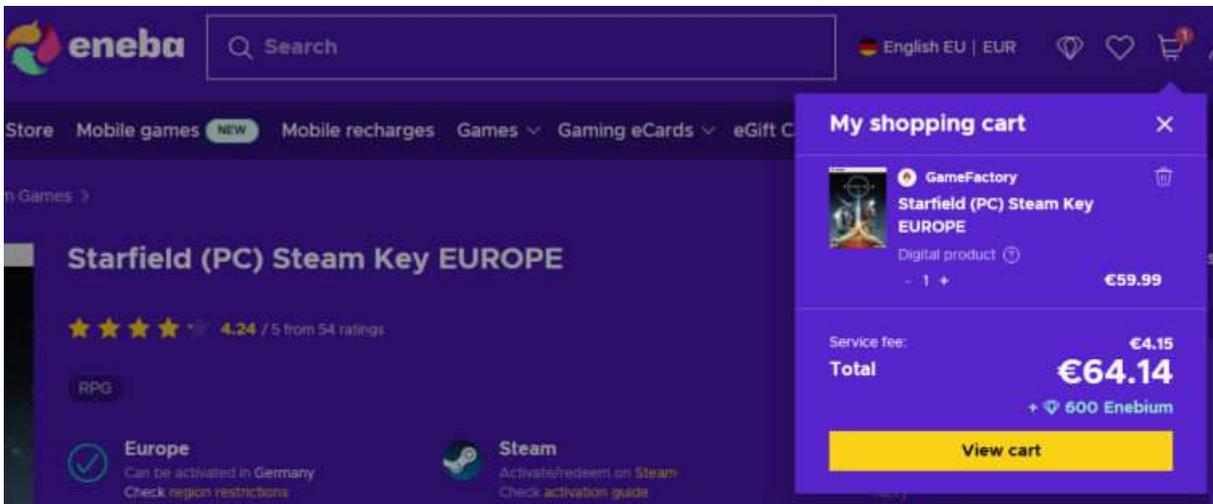


Abb. 341: eneba 18 - Starfield

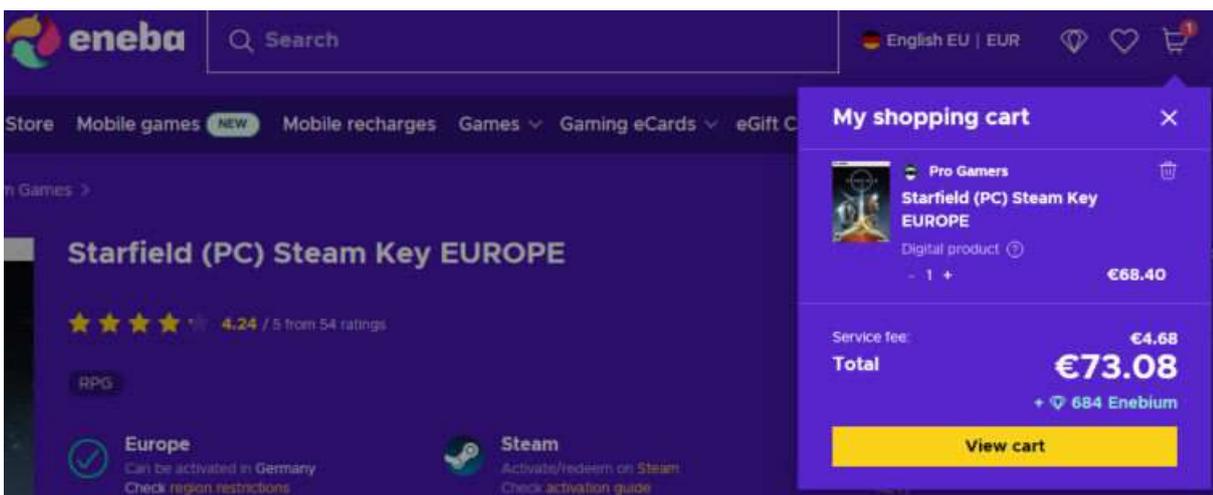
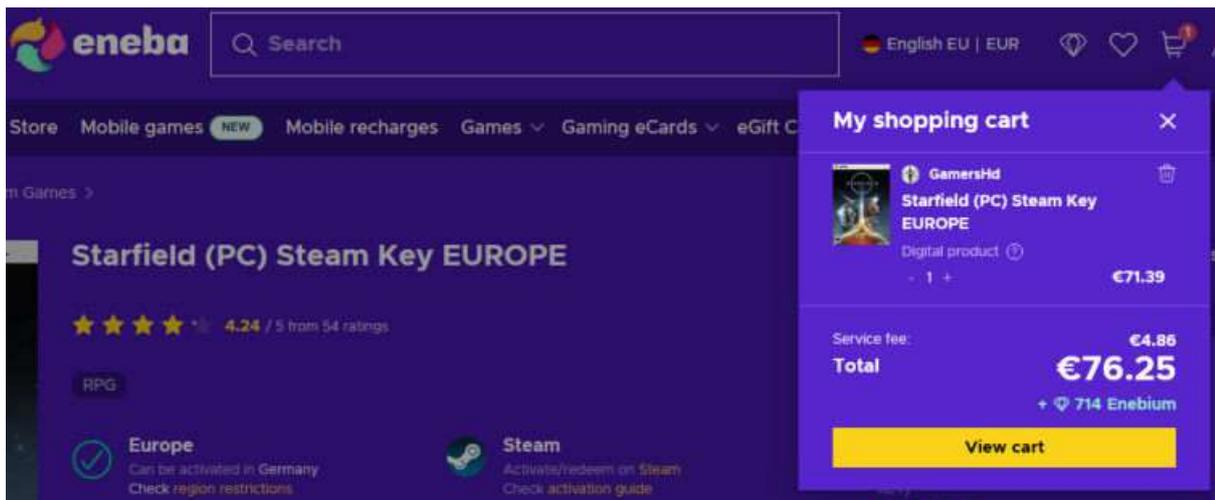
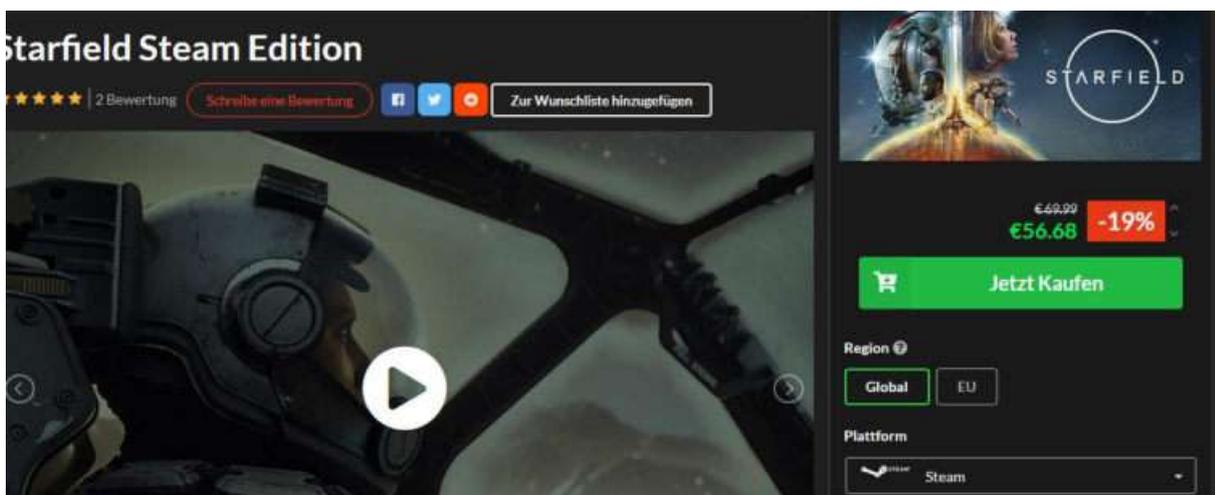


Abb. 342: eneba 19 - Starfield



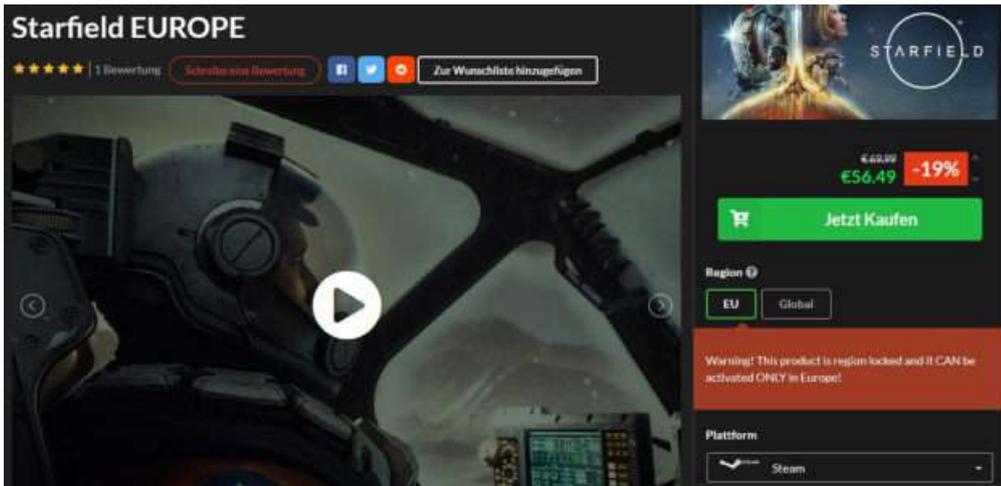
Quelle Abb. 336-342: <https://www.eneba.com/steam-starfield-pc-steam-key-europe>, 09.09.2023

Abb. 343: hrkgame 1 - Starfield



Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/starfield-steam-edition?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 344: hrkgame 2 - Starfield



Quelle: <https://www.hrkgame.com/de/games/product/Starfield%20EUROPE>, 09.09.2023

Abb. 345: kinguin 1-5 - Starfield

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €56.69 | | |
|--|---|----------|
| Verkauft von Games Merchant | ★★★★★ 99.60% von 230786 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €56.69 |
| Verkauft von Super Games | ★★★★★ 99.49% von 970966 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €56.70 |
| Verkauft von GMD_GAMES | ★★★★★ 98.69% von 52066 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €56.89 |
| Verkauft von Sigmalota | ★★★★★ 99.47% von 2441 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €57.24 |
| Verkauft von SwiftKeyz | ★★★★★ 94.48% von 572603 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €59.63 |

Abb. 346: kinguin 6-8 - Starfield

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €56.69 | | |
|--|---|----------|
| Verkauft von Codezilla | ★★★★★ 90.48% von 28377 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €60.92 |
| Verkauft von USA Software & Games | ★★★★★ 92.28% von 136918 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €60.94 |
| Verkauft von MGG Studio | ★★★★★ 95.34% von 178326 Bewertungen sind ausgezeichnet | 🛒 €61.34 |

Quelle Abb. 345-346: <https://www.kinguin.net/de/category/181222/starfield-steam-cd-key>, 09.09.2023

Abb. 347: kinguin 9-13 - Starfield

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €52.99**

| | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von Wise Choice 98.45% von 1227 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €52.99 |
| Verkauft von Games Merchant 99.60% von 230786 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €56.69 |
| Verkauft von Super Games 99.49% von 970966 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €56.70 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 99.89% von 436651 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €59.45 |
| Verkauft von SwiftKeyz 94.48% von 572603 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €59.63 |

Abb. 348: kinguin 14-15 - Starfield

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €52.99**

| | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von USA Software & Games 92.28% von 136918 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €60.94 |
| Verkauft von MGG Studio 95.34% von 178326 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €61.34 |

Quelle Abb. 347-348: <https://www.kinguin.net/de/category/181219/starfield-eu-steam-cd-key>, 09.09.2023

Abb. 349: gamingdragons - Starfield

Spiele unter €5 Spiele unter €10

KAUFEN STARFIELD - STEAM

SICHERE ZAHLUNGEN

KUNDEN REVIEWS **9.0/10**

★ ★ ★ ★ ★
1486 REVIEWS (ZEIGE ALLE)

Recommended
★ ★ ★ ★ ★
(2023-09-01 16:12:10)

"Fast service and got the game on the cheap with no activation problems."

STARFIELD

OFFICIAL TEASER TRAILER

€69.99
-20%
€48.40

JETZT KAUFEN METACRITIC SCORE N/A



Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-starfield-steam-key.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 350: driffle 1-2 - Starfield

The screenshot shows the product page for 'Starfield (PC) - Steam - Digital Code' on Driffle.com. The page features a product image, a 1-star rating, and a price of €58.00 (17% off from €69.99). It includes filters for Edition (Premium, Standard), Platforms (Steam, Xbox Live), and Regions (EU, GLOBAL, ROW, US). A 'Buy now' button is prominent. Below the main product, there is a section for 'Other offers' featuring a seller named 'Andmi' with a 99% excellent review rating and a price of €68.38.

Quelle: https://driffle.com/en/starfield-pc-steam-digital-code-p9886477?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 351: MMOGA - Starfield

The screenshot shows the product page for 'Starfield' on MMOGA.com. The page features a large 'STARFIELD' title, social media icons, and a product image. The price is listed as €55,99 (RRP €69,99). The page includes a 'BUY' button and a 'PayPal' checkout option. The product details section indicates a delivery time of 5-10 minutes, available stock, EU region, and Steam platform.

Quelle: https://www.mmoga.com/Steam-Games/Starfield.html?ref=615¤cy=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 352: gamesplanet - Starfield



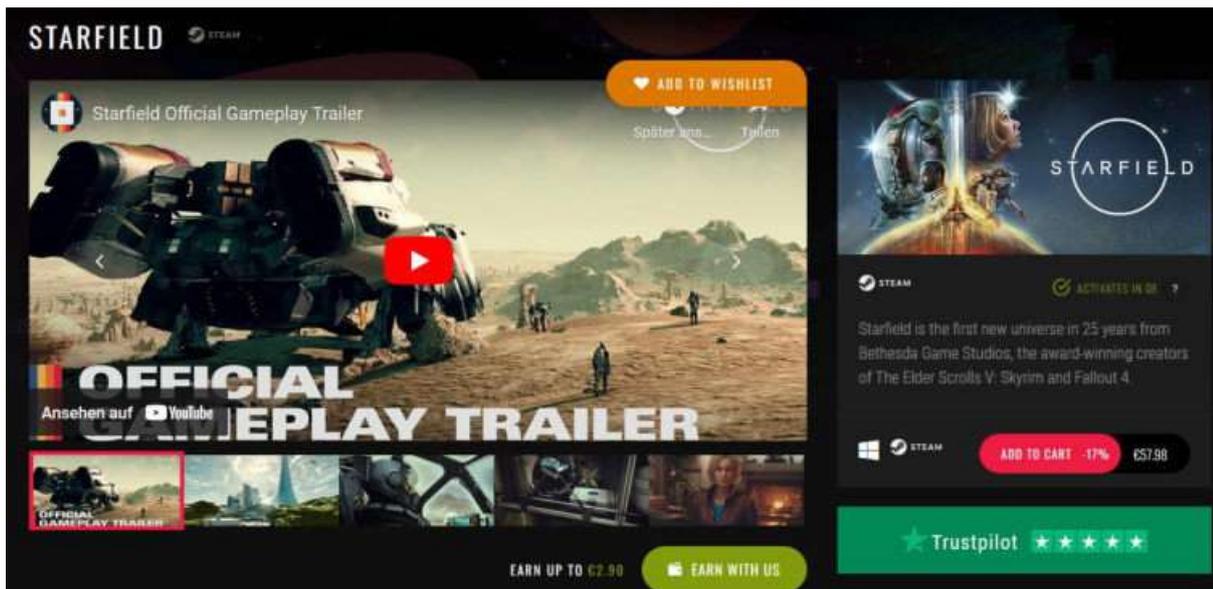
Quelle: <https://de.gamesplanet.com/game/starfield-steam-key--5283-1>, 09.09.2023

Abb. 353: gameseal - Starfield



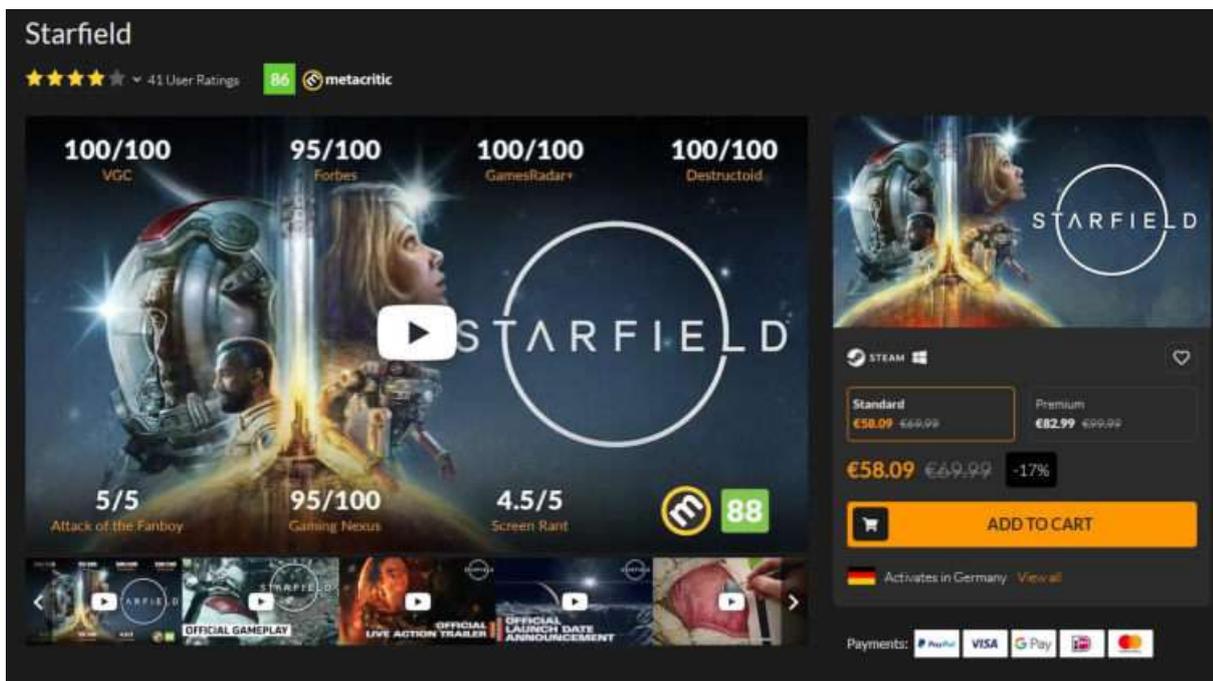
Quelle: https://gameseal.com/starfield-pc-steam-key-global?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 354: gamebillet - Starfield



Quelle: https://www.gamebillet.com/starfield-z?affiliate=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 355: fanatical - Starfield



Quelle: https://www.fanatical.com/en/game/starfield?aff_track=daisycon&dc_pid=288216&utm_source=allkeyshop, 09.09.2023

Abb. 356: G2A 1-10 - Starfield

| | | |
|--|--|---|
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 19 26688 | € 64.68 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 67.30  |
|  Kgamestrade AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 97% Positives Feedback 19 12371 | € 56.47 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 58.76  |
|  Gamersuniverse AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 19 63502 | € 56.75 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.05  |
|  Superkeys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 19 3048 | € 57.37 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.69  |
|  Lancee 100% Positives Feedback 19 581 | € 57.65 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.98  |
|  Gamesdivision 100% Positives Feedback 19 468 | € 57.94 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 60.29  |
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 19 6778 | € 60.29 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 62.73  |
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 19 6215 | € 62.46 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 64.99  |
|  Sellkeyfast AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 19 17070 | € 62.47 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.00  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 19 1694 | € 82.37 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 85.71  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/starfield-pc-steam-key-global-i10000280040002?suid=a94e8b13-b395-40ce-909c-494b9bc307af>, 09.09.2023

Abb. 357: G2A 11-19 - Starfield

| | | | |
|--|--|---------|---|
|  Gamersuniverse AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 63502 | € 56.75 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.05 |  |
|  Gamekeys4all_cz 100% Positive Feedback 28 | € 56.94 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.25 |  |
|  Superbkeys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 2048 | € 57.37 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.69 |  |
|  Lancee 100% Positive Feedback 501 | € 57.65 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 59.98 |  |
|  Gamesdivision 100% Positive Feedback 443 | € 57.94 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 60.29 |  |
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 8778 | € 60.29 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 62.73 |  |
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 26689 | € 60.49 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 62.94 |  |
|  Sellkeyfast AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positive Feedback 17070 | € 62.47 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.00 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positive Feedback 1694 | € 82.37 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 85.71 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/starfield-pc-steam-key-europe-i10000280040003>, 09.09.2023

Abb. 358: shopto - Starfield



The image shows a product page for 'Starfield PC Download' on the website shopto.net. On the left is a game cover for Starfield. The main content area features a star rating of 5.0 out of 5 stars, a 'Pre-order' button, and two price options: 'Starfield PC Download (71,53 €)' and 'Starfield Digital Premium Edition (102,28 €)'. Below the prices, there is a promotional offer: 'Pre-order now and receive "Old Mars Skin Pack" in-game bonus skins: Laser Cutter, Power Minion Helmet'. On the right side, there is a 'Buy' button with a price of 59,11 € and a 'Save 19%' indicator. Above the buy button, it says 'Instant Delivery' and 'Digital Product'.

Quelle: https://www.shopto.net/en/dwnld76258-starfield-p1178750/?currency=EUR&affiliate_source=aw&awc=2943_1697141849_bb8b2ea4b3999837e605f01a7b041339, 09.09.2023

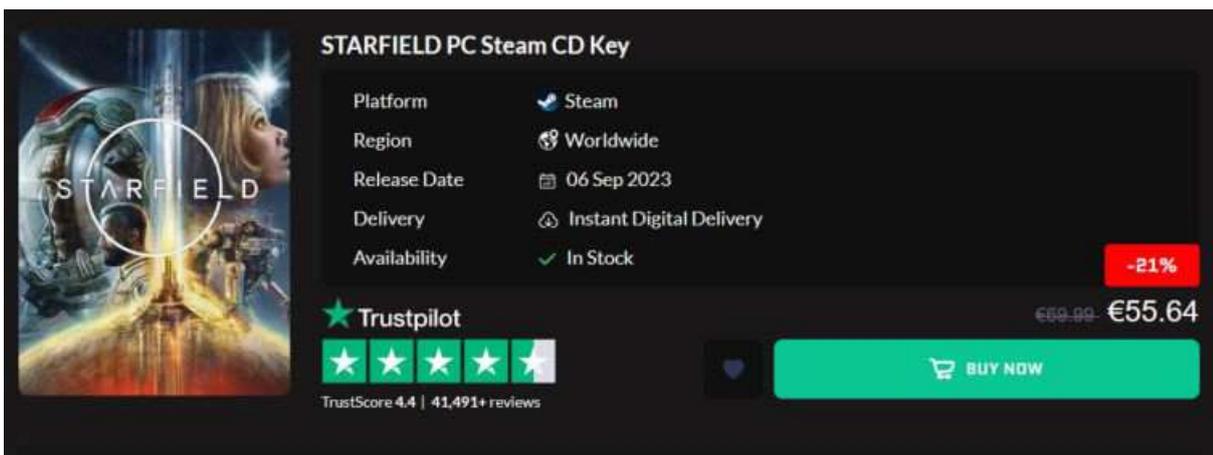
Abb. 359: punktID - Starfield



Quelle:

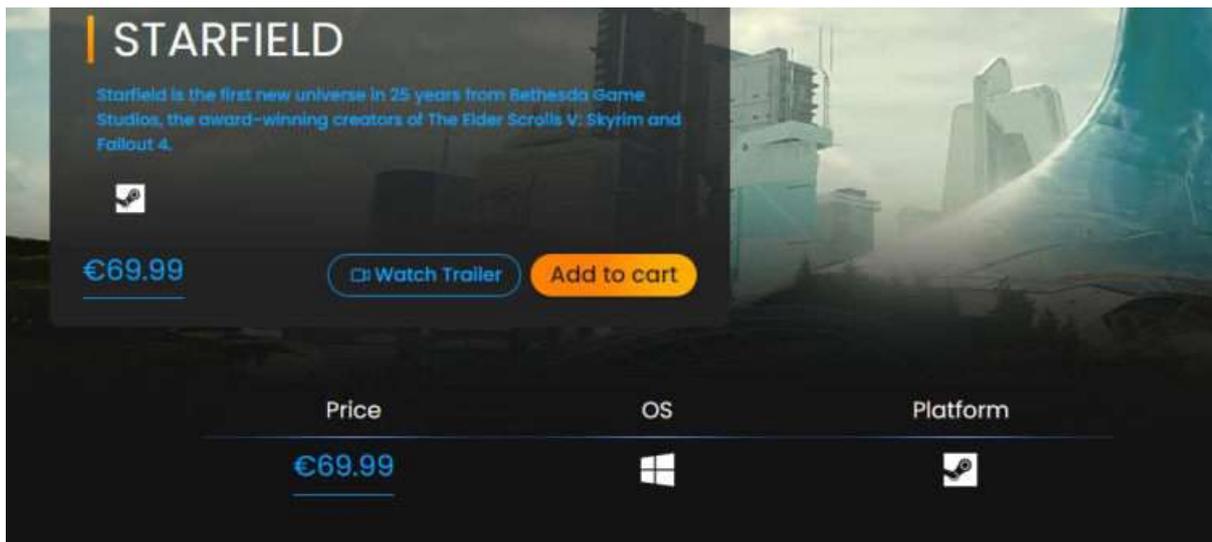
https://punktid.com/starfield?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 360: electronicfirst - Starfield



Quelle: https://www.electronicfirst.com/starfield-pc-steam-cd-key?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

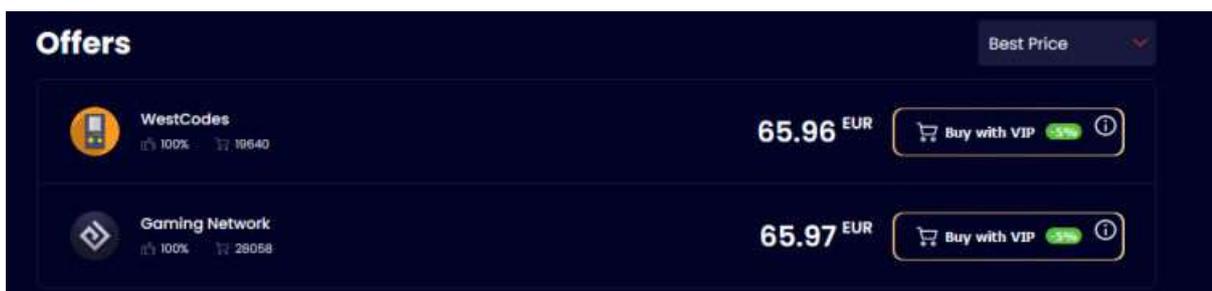
Abb. 361: allyouplay - Starfield



Quelle:

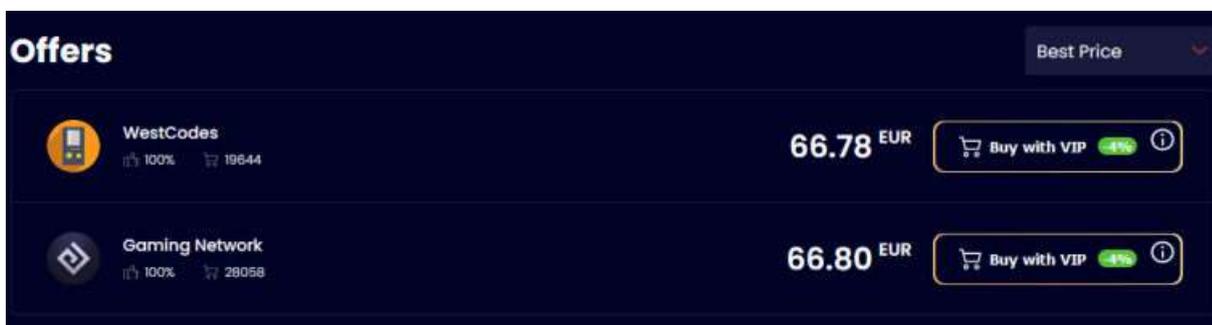
https://www.allyouplay.com/starfield?utm_source=daisycon&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop, 09.09.2023

Abb. 362: K4G 1-2 - Starfield



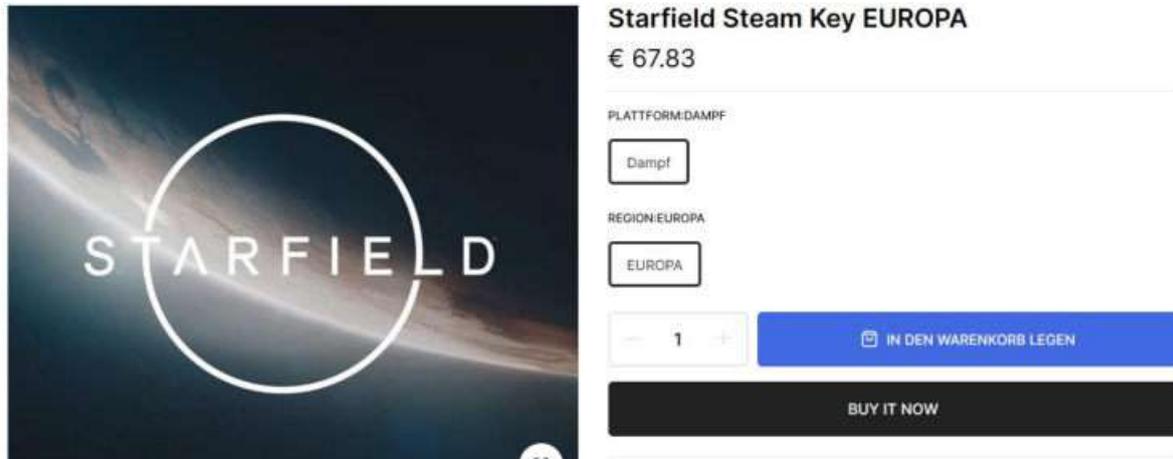
Quelle: https://k4g.com/product/starfield-steam-global-cd-key-standard-edition-cd-key-A1C5E69C?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam#offers, 09.09.2023

Abb. 363: K4G 3-4 - Starfield



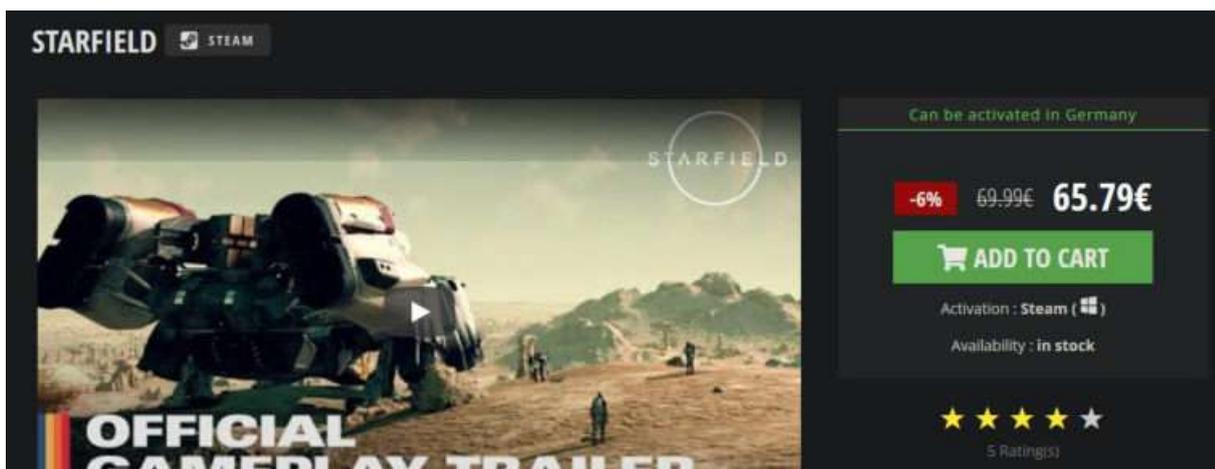
Quelle: <https://k4g.com/product/starfield-steam-europe-cd-key-standard-edition-cd-key-CBDF443D>, 09.09.2023

Abb. 364: premiumcdkeys - Starfield



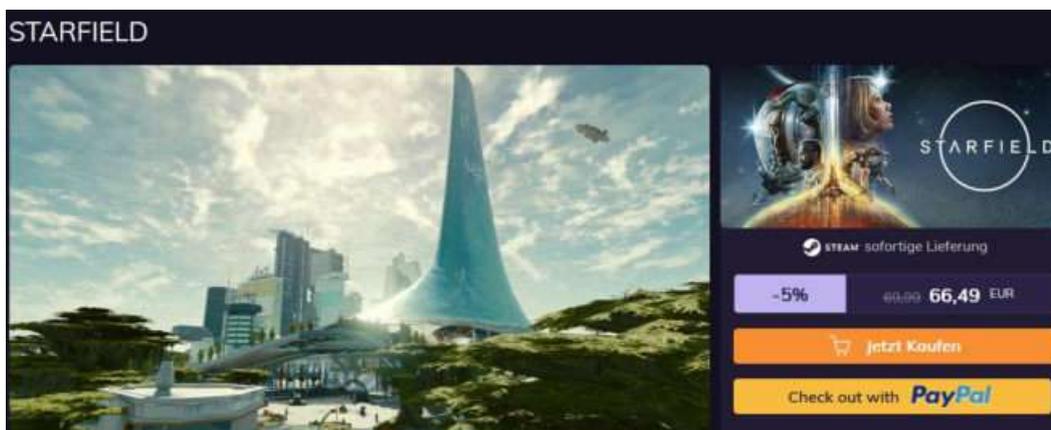
Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/starfield-steam-key-europe?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 365: dlgame - Starfield



Quelle: https://www.dlgame.com/eu/games/buy-starfield-94563?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 366: 2game - Starfield



Quelle:

https://2game.com/de/starfield?ref=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 367: wyrel 1-2 - Starfield

The image displays two screenshots of product listings for the game Starfield. The top screenshot is from 2game.com, showing a listing for 'STARFIELD (STEAM)'. The seller is '365keys' with a 'Legendary' rank and a success rate of 85.54% based on 5414 orders. The product details include: Offer ID: 10510540, Edition: Standard Edition, Region: Global, Platform: Steam, Warranty: 30 days, Delivery: Instant, and Stock: 91. The price is €66.20. The bottom screenshot is from wyrel.com, showing a listing for 'STARFIELD (PC) - STEAM KEY - GLOBAL'. The seller is 'Global-Codes' with a 'Guru' rank and a success rate of 95.43% based on 4115 orders. The product details include: Offer ID: 10508797, Edition: Standard Edition, Region: Global, Platform: Steam, Warranty: 30 days, Delivery: Instant, and Stock: 278. The price is €74.08. Both listings feature a 'TRUSTED' badge, an 'OPEN CHAT' button, a quantity selector, and 'ADD TO CART' and 'BUY NOW' buttons. A note in both listings states: 'Your goods will be available for download at the end of the purchase. Stay on the Orders page, the icon for downloading your product will become available within 3-5 minutes.'

Quelle: [https://wyrel.com/en/buy-cheap-starfield-pc-](https://wyrel.com/en/buy-cheap-starfield-pc-118978?referal=Fjaer&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1)

[118978?referal=Fjaer&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1](https://wyrel.com/en/buy-cheap-starfield-pc-118978?referal=Fjaer&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1), 09.09.2023

Abb. 368: wyrel 3 - Starfield

Global-Codes Rank: Guru

OPEN CHAT

Success Rate out of 4115 Orders: 95.43%

STARFIELD

STARFIELD (PC) - STEAM KEY - EUROPE

OFFER ID: 10508798

Edition: Standard Edition

Region: Europe

Platform: Steam

Warranty: 30 days

Delivery: Instant

Stock: 274

Min amount of order is 1

Your goods will be available for download at the end of the purchase. Stay on the Orders page, the icon for downloading your product will become available within 3-5 minutes.

1 = €72.70

Total: € 72 70

ADD TO CART

BUY NOW

TRUSTED

Show details

Quelle: https://wyrel.com/en/buy-cheap-starfield-pc-118978?referal=Fjaer&marketplace_id=2&edition_id=780®ion_product_id=1, 09.09.2023

Abb. 369: startselect - Starfield

PC

STARFIELD

69,99€

Kaufen

Käuferschutz bis 100€ pro Einkauf

- ✓ Erhalte deinen Code direkt nach der Bezahlung
- ✓ Startselect ist ein autorisierter Vertriebspartner
- ✓ Kunden bewerten uns mit 4.74 / 5
- ✓ Garantiert sicherer Check-out
- ✓ Keine Dienstleistungskosten

Beschreibung

Quelle: https://startselect.com/de-de/starfield-pc/70171?channable=00c9816774696e00373632353839&utm_source=daisycon&utm_medium=affiliate&utm_campaign=daisycon_304014_xmlfeed_NL, 09.09.2023

Abb. 370: cdkeys - Starfield

STARFIELD PC

PLATFORMS (5) PC (WW)

EDITIONS (2) STANDARD

REVIEWED 98%

-25% €69.99 €51.99

BUY NOW

PayPal

- ✓ CAN ACTIVATE IN GERMANY
- ✓ CURRENTLY IN STOCK
- ✓ CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY
- ✓ LOGIN & EARN 1% CASHBACK IN REWARD POINTS WHEN PURCHASING

PLATFORM STEAM

DEVELOPER BETHESDA GAME STUDIOS

RELEASE DATE 06 SEPT 2023

Quelle: <https://www.cdkeys.com/pc/starfield-pc-steam>, 09.09.2023

Abb. 371: online-gold - Starfield

Starfield

Lieferzeit: 5-10 Minuten

Verfügbarkeit: lieferbar

Region: EU

Plattform: Steam

55,99 € ~~69,99 €~~

1

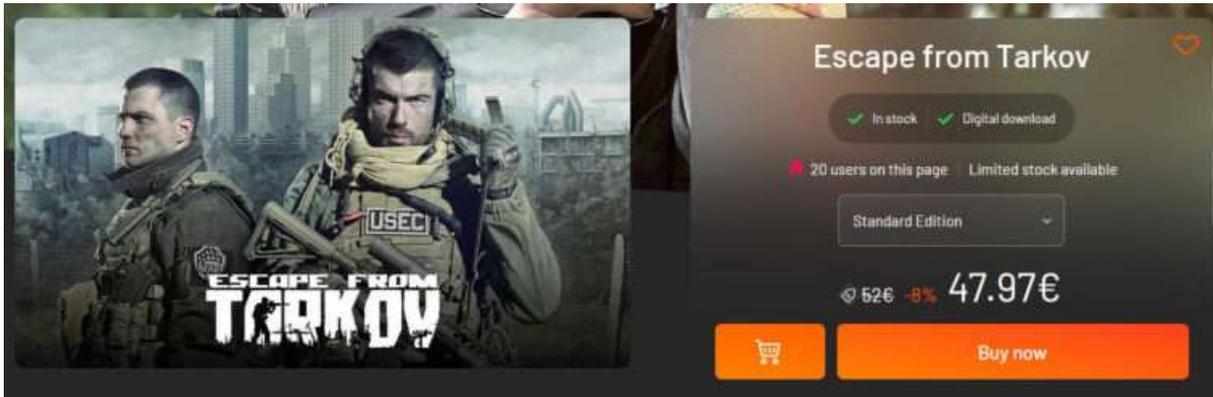
check out with PayPal

KAUFEN

Quelle: <https://www.online-gold.de/Steam-Games/Starfield.html?ref=48>, 09.09.2023

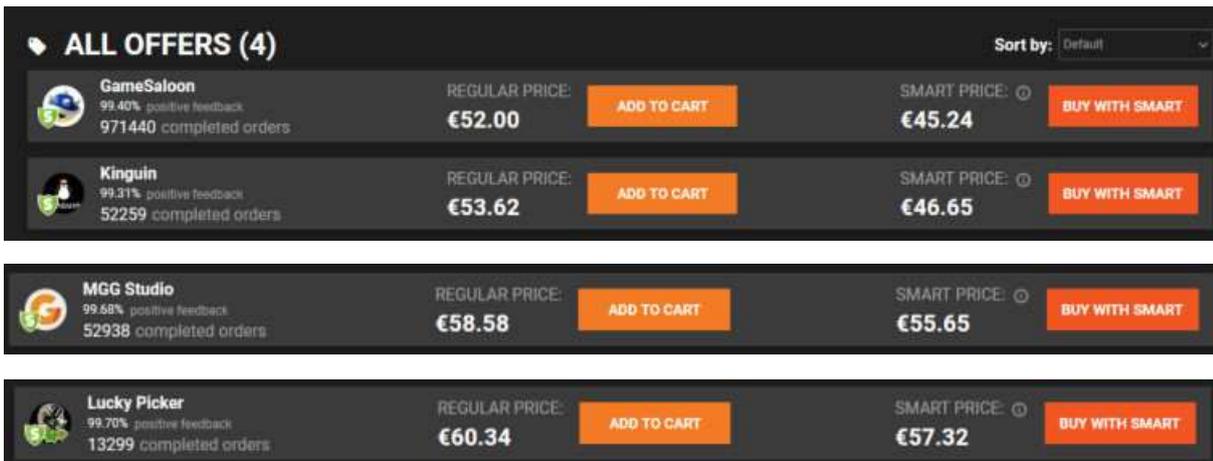
9. Escape from Tarkov

Abb. 372: instant-gaming - Escape from Tarkov



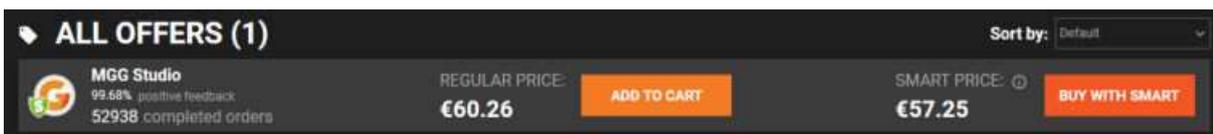
Quelle: https://www.instant-gaming.com/en/2360-buy-escape-from-tarkov-pc-game/?igr=289098&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 373: gamivo 1-4 - Escape from Tarkov



Quelle: https://www.gamivo.com/product/escape-from-tarkov?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 374: gamivo 5 - Escape from Tarkov



Quelle: <https://www.gamivo.com/product/escape-from-tarkov-official-website-eu>, 09.09.2023

Abb. 375: eneba 1 - Escape from Tarkov

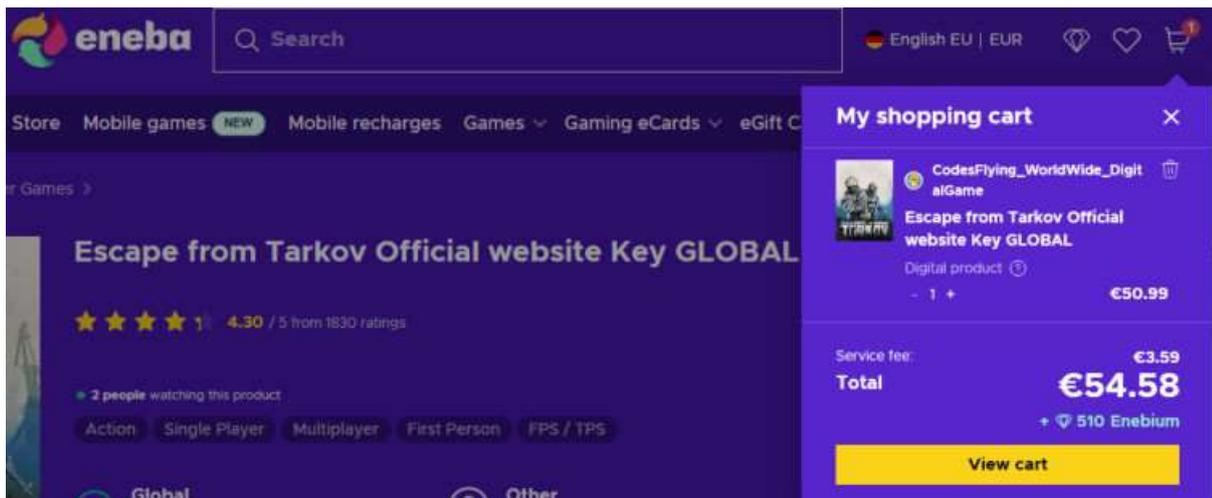


Abb. 376: eneba 2 - Escape from Tarkov

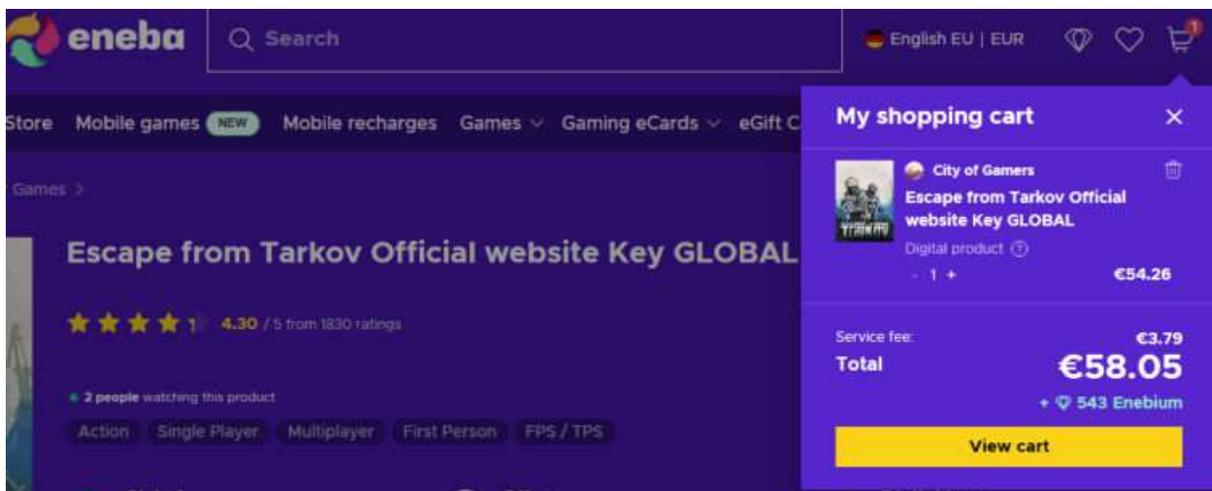


Abb. 377: eneba 3 - Escape from Tarkov

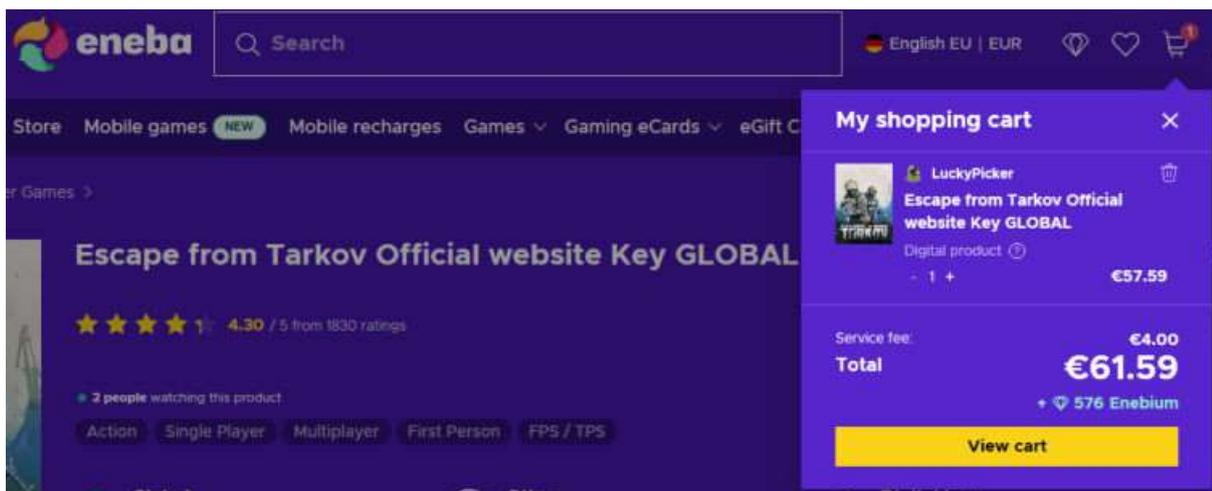
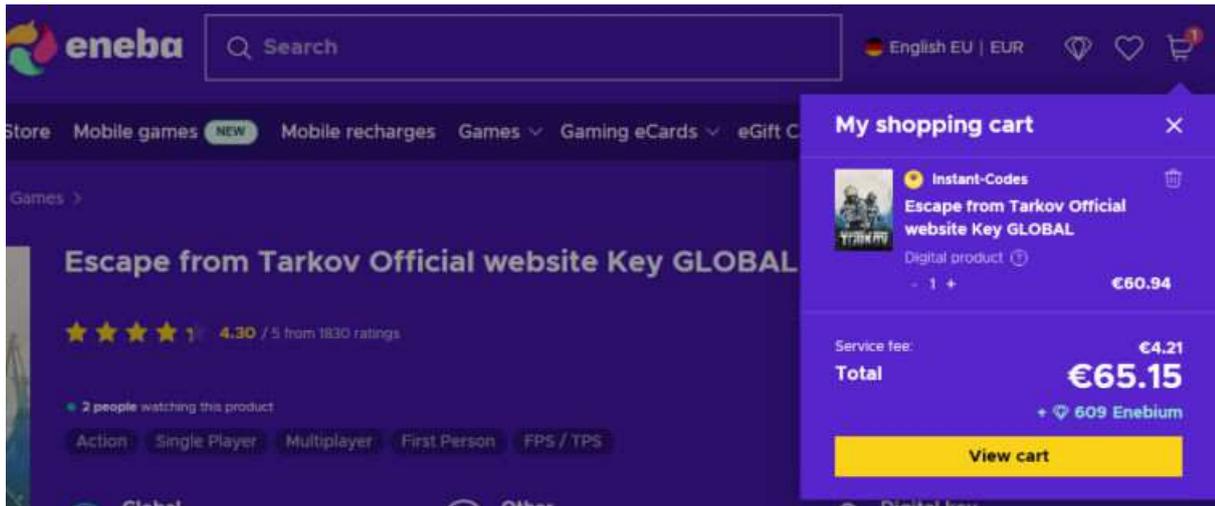


Abb. 378: eneba 4 - Escape from Tarkov



Quelle Abb. 375-378: https://www.eneba.com/other-escape-from-tarkov-official-website-key-global?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 379: eneba 5 - Escape from Tarkov

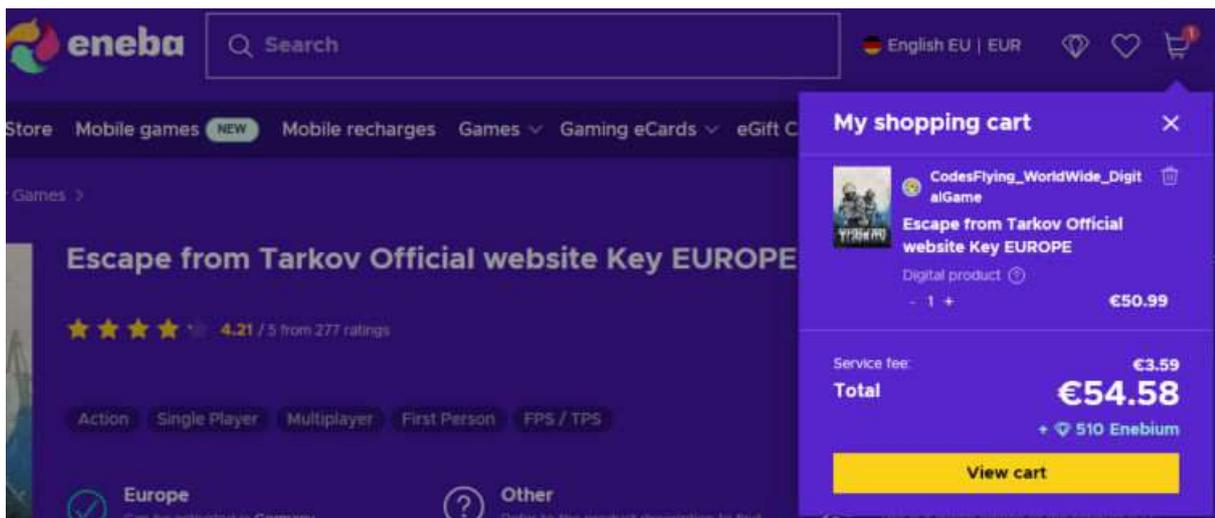


Abb. 380: eneba 6 - Escape from Tarkov

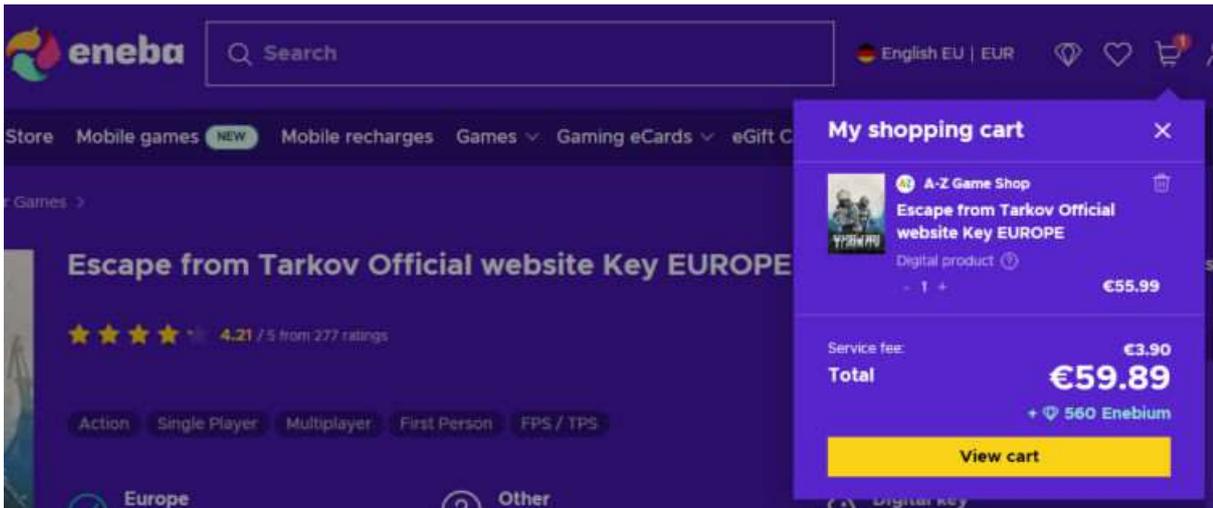
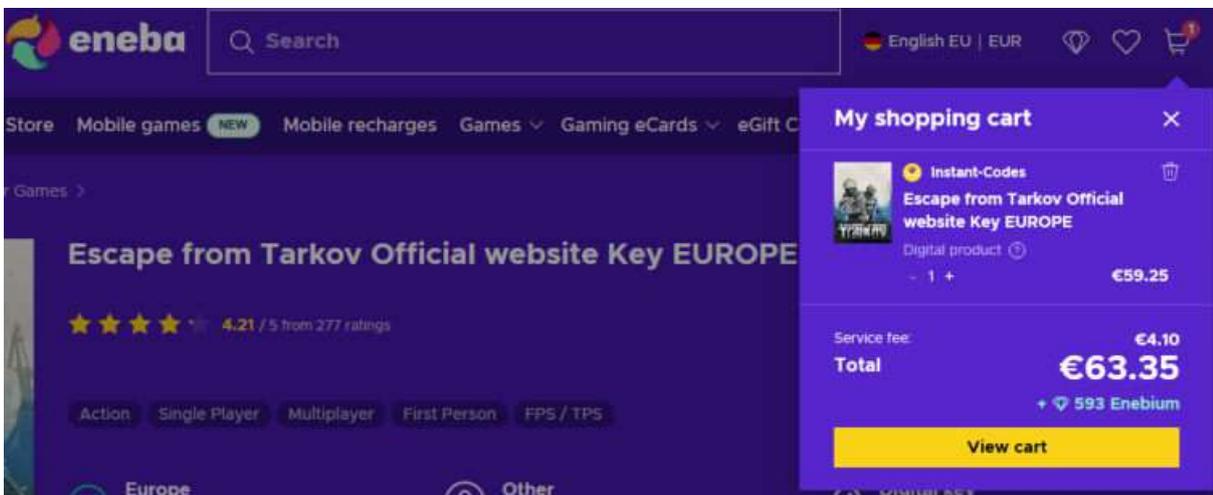
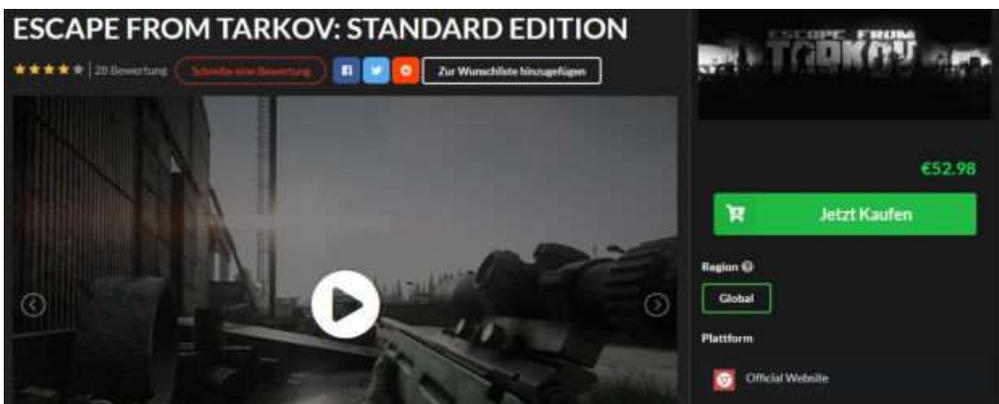


Abb. 381: eneba 7 - Escape from Tarkov



Quelle Abb. 379-381: <https://www.eneba.com/other-escape-from-tarkov-official-website-key-europe>, 09.09.2023

Abb. 382: hrkgame - Escape from Tarkov



Quelle: https://www.hrkgame.com/de/games/product/escape-from-tarkov-standard-edition?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 383: kinguin 1-9 - Escape from Tarkov

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €46.63 | | |
|---|-------|----------|
| Verkauft von Gamedealing 97.87% von 5097 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €46.63 |
| Verkauft von GMD_GAMES 98.68% von 52069 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €46.93 |
| Verkauft von HellenWong 98.59% von 15323 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €48.85 |
| Verkauft von GameCrew 🌱 93.72% von 445806 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €50.93 |
| Verkauft von MGG Studio 95.35% von 178330 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €52.41 |
| | | |
| Verkauft von LuckyPicker.com 82.24% von 44324 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €61.32 |
| Verkauft von Codezilla 90.48% von 28378 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €62.66 |
| Verkauft von USA Software & Games 🌱 92.27% von 136928 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €62.69 |
| Verkauft von HavanaStar Die Bewertung dieses Verkäufers wird aktiviert, sobald er 100 Produkte zugeliefert hat. | | 🛒 €89.00 |

Quelle: https://www.kinguin.net/category/43328/escape-from-tarkov-standart-edition-digital-download-cd-key?currency=EUR&discount=ALLKEY12OFF&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 09.09.2023

Abb. 384: kinguin 10-14 - Escape from Tarkov

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €53.51 | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von Gamedealing 97.87% von 5097 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €53.51 |
| Verkauft von HellenWong 98.59% von 15323 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €55.51 |
| Verkauft von MGG Studio 95.35% von 178330 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €58.20 |
| Verkauft von USA Software & Games 🌱 92.27% von 136928 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €62.69 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 🌱 99.89% von 436652 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €67.99 |

Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/44405/escape-from-tarkov-standard-edition-eu-digital-download-cd-key>

Abb. 385: K4G 1-4 - Escape from Tarkov

| Merchant | Buy now (EUR) | Buy with VIP (EUR) |
|---|---------------|--------------------|
| Allforgamers (100% rating, 3086 reviews) | 53.65 | 50.97 |
| LuckyPicker.com (100% rating, 1267 reviews) | 59.02 | 56.07 |
| WestCodes (100% rating, 19646 reviews) | 59.18 | 56.22 |
| Gaming Network (100% rating, 28059 reviews) | 61.26 | 61.26 |

Quelle: https://k4g.com/product/escape-from-tarkov-escape-from-tarkov-global-standard-edition-cd-key-D32C6405?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam#offers, 09.09.2023

Abb. 386: K4G 5-6 - Escape from Tarkov

| Merchant | Buy now (EUR) | Buy with VIP (EUR) |
|---|---------------|--------------------|
| Allforgamers (100% rating, 3086 reviews) | 53.65 | 50.97 |
| Gaming Network (100% rating, 28059 reviews) | 61.98 | 61.98 |

Quelle: <https://k4g.com/product/escape-from-tarkov-escape-from-tarkov-europe-standard-edition-cd-key-27303400>, 09.09.2023

Abb. 387: difmark 1 - Escape from Tarkov

TRUSTED

ESCAPE FROM TARKOV (PC) - BATTLESTATE KEY - EUROPE

Platform: PC Download | Delivery: Instant
Edition: Standard Edition | Warranty: 30 days
Region: Europe | Stock: 10

ID: 10725124

FunGame
Rank: **Legendary**

Success rate: **98.85%**
Total feedbacks: **1 641**
Seller time zone: **UTC +04:00**
01:03 AM

More seller details >

OPEN CHAT

EUROPE Check allowed countries
Can be activate in **Germany**

After purchase, stay on the [Orders page](#). Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 78.87
Total amount: € 78.87

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Quelle: <https://difmark.com/en/buy-cheap-escape-from-tarkov-pc-55958?referral=keysforgames>,
09.09.2023

Abb. 388: difmark 2 - Escape from Tarkov

TRUSTED

ESCAPE FROM TARKOV (PC) - BATTLESTATE KEY - GLOBAL

Platform: PC Download | Delivery: Instant
Edition: Standard Edition | Warranty: 30 days
Region: Global | Stock: 80

ID: 10725168

FunGame
Rank: **Legendary**

Success rate: **98.85%**
Total feedbacks: **1 641**
Seller time zone: **UTC +04:00**
01:04 AM

More seller details >

OPEN CHAT

GLOBAL Check allowed countries
Activation can be done from any country

After purchase, stay on the [Orders page](#). Download button will become available within 3-5 minutes.

Price per unit: € 70.12
Total amount: € 70.12

1.00

GO TO CHECKOUT

ADD TO CART

Quelle: <https://difmark.com/en/buy-cheap-escape-from-tarkov-pc-55958?referral=keysforgames>,
09.09.2023

Abb. 389: gamingdragons - Escape from Tarkov

Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-escape-from-tarkov-download.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 390: royalcdkeys - Escape from Tarkov

Quelle: https://royalcdkeys.com/products/escape-from-tarkov-official-website-cd-key?variant=39536467443849&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 391: gameseal - Escape from Tarkov

Quelle: https://gamezeal.com/escape-from-tarkov-pc-official-website-key-global?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 392: G2A 1-12 - Escape from Tarkov

| | | |
|---|---------|---|
|  Dwarvs_shop AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 2192 | € 59.99 |  |
|  Allengamestore AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positives Feedback 3078 | € 53.94 |  |
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 4779 | € 56.37 |  |
|  Gamersuniverse AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 6308 | € 56.54 |  |
|  Superkeys AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 3048 | € 57.16 |  |
|  Lancee 100% Positives Feedback 581 | € 57.44 |  |
|  Gamesdivision 100% Positives Feedback 463 | € 57.72 |  |
|  Specialized AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 3679 | € 59.99 |  |
|  Luckypicker 98% Positives Feedback 729 | € 60.22 |  |
|  Codezilla AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 6216 | € 62.81 |  |
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 26691 | € 62.82 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1694 | € 84.73 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/escape-from-tarkov-key-global-i10000148047004?suid=1e088d93-5349-4ab0-9e16-5d441ad15506>, 09.09.2023

Abb. 393: G2A 13-16 - Escape from Tarkov

| | | | |
|--|--|---------|---|
|  Vikingsbrothers AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 6779 | € 58.11 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 60.46 |  |
|  Kinguin AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 93% Positives Feedback 16842 | € 58.12 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 60.47 |  |
|  Instant_game AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 100% Positives Feedback 26891 | € 61.08 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 63.55 |  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 99% Positives Feedback 1684 | € 84.73 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 88.16 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/escape-from-tarkov-key-europe-i10000148047001>, 09.09.2023

Abb. 394: MMOGA - Escape from Tarkov

ESCAPE FROM TARKOV



Escape from Tarkov

Buy Escape from Tarkov now!

You will receive the key for the game by via eMail within the stated delivery time.

Escape from Tarkov is a hardcore and realistic online 1st person action RPG/Simulator with MMO features and storydriven walkthrough.

Activate the key on the [official website](#) of the manufacturer and download the game.

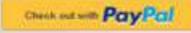
This is an EU key that can only be used / activated within Europe.

OFFICIAL WEBSITE 

Delivery time: 5-10 minutes
Stock: available
Region: EU
Platform: Official website

€ 57,99

Quantity 1 

 or 

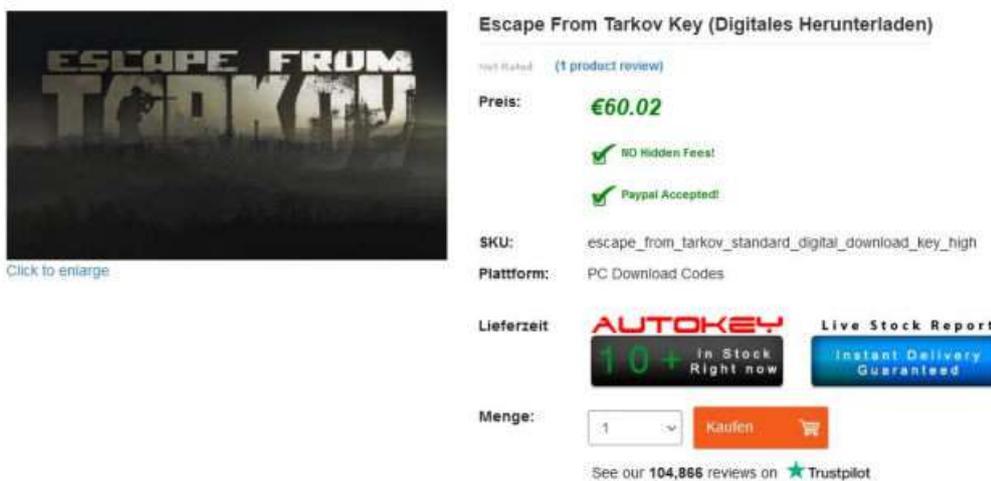
Quelle: https://www.mmoga.com/Game-Keys/Escape-from-Tarkov.html?ref=615¤cy=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 395: punktid - Escape from Tarkov



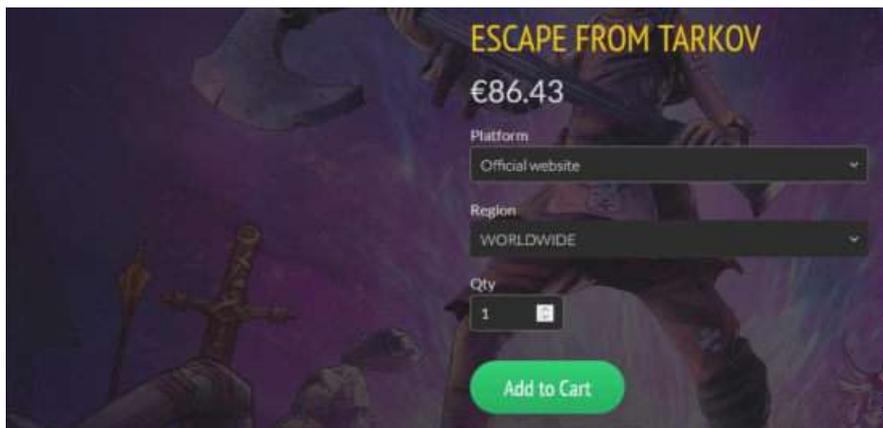
Quelle: https://punktid.com/escape-tarkov?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 396: cjs-cdkeys - Escape from Tarkov



Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/Escape-From-Tarkov-CD-Key-%28Digital-Download%29.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 397: keyesd - Escape from Tarkov



Quelle: https://keyesd.com/products/escape-from-tarkov?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 09.09.2023

Abb. 398: online-gold - Escape from Tarkov



Quelle: <https://www.online-gold.de/Game-Keys/Escape-from-Tarkov.html?ref=48>, 09.09.2023

10. Elden Ring Deluxe Edition

Abb. 399: yuplay - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.yuplay.com/product/elden-ring-deluxe-edition/?partner=2334725&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 400: eneba 1 - Elden Ring Deluxe Edition

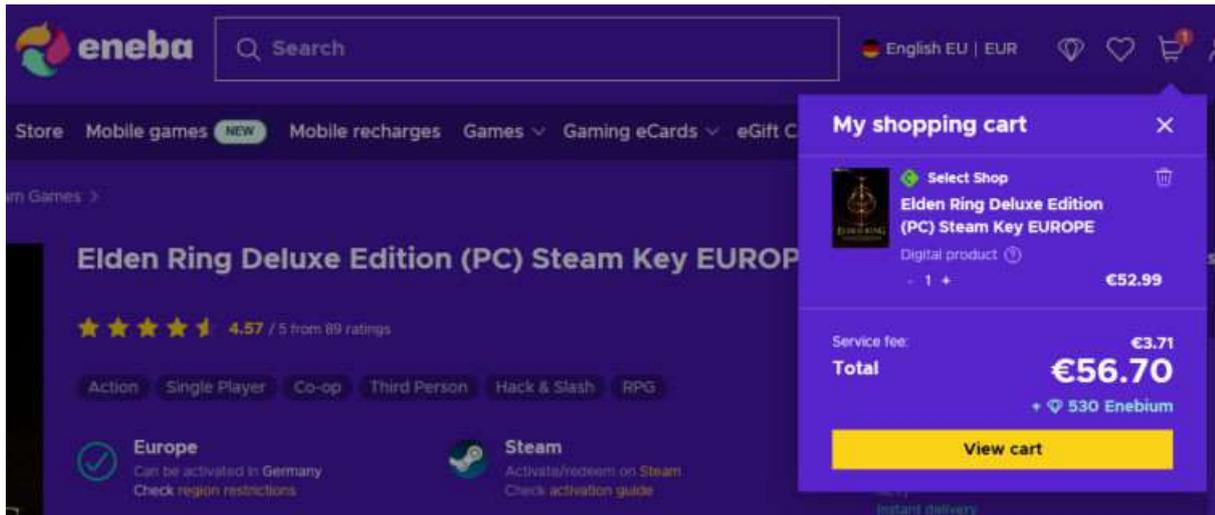


Abb. 401: eneba 2 - Elden Ring Deluxe Edition

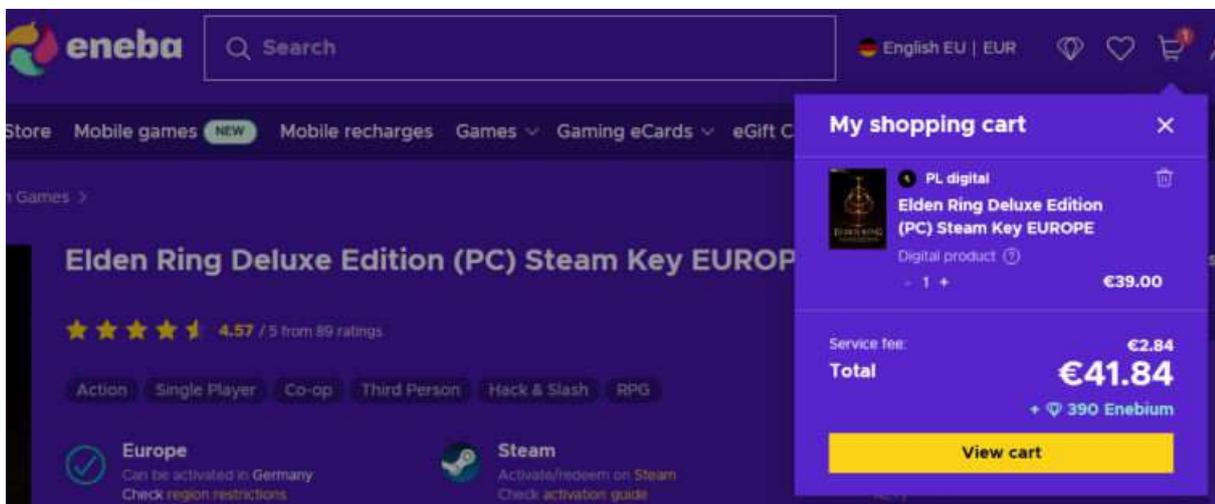


Abb. 402: eneba 3 - Elden Ring Deluxe Edition

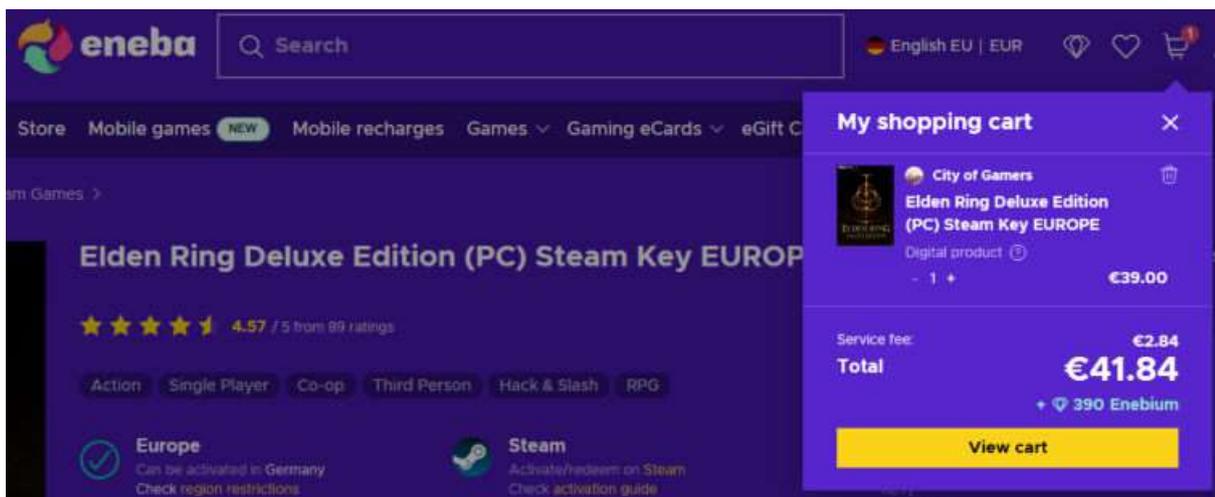


Abb. 403: eneba 4 - Elden Ring Deluxe Edition

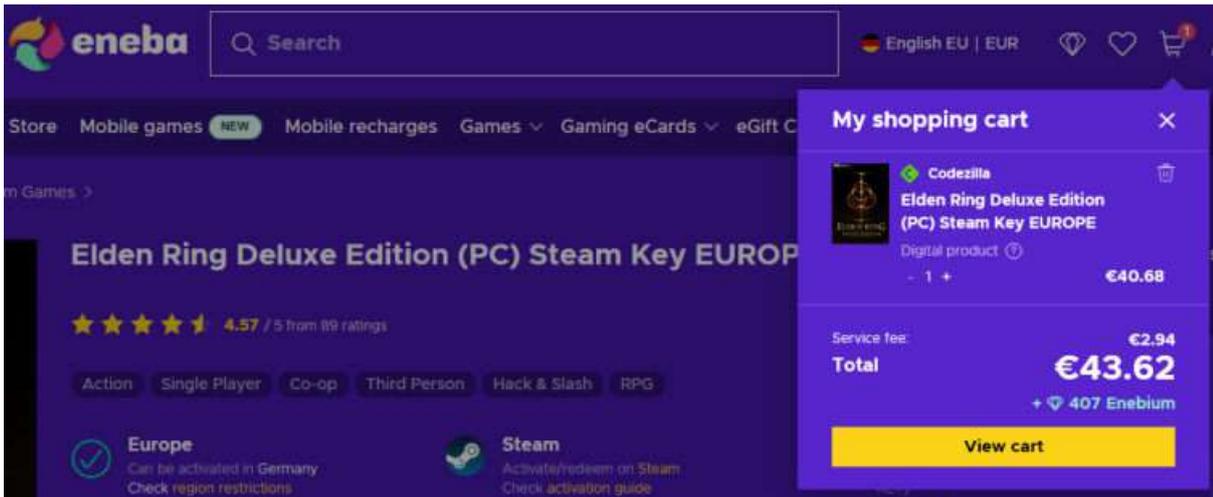


Abb. 404: eneba 5 - Elden Ring Deluxe Edition

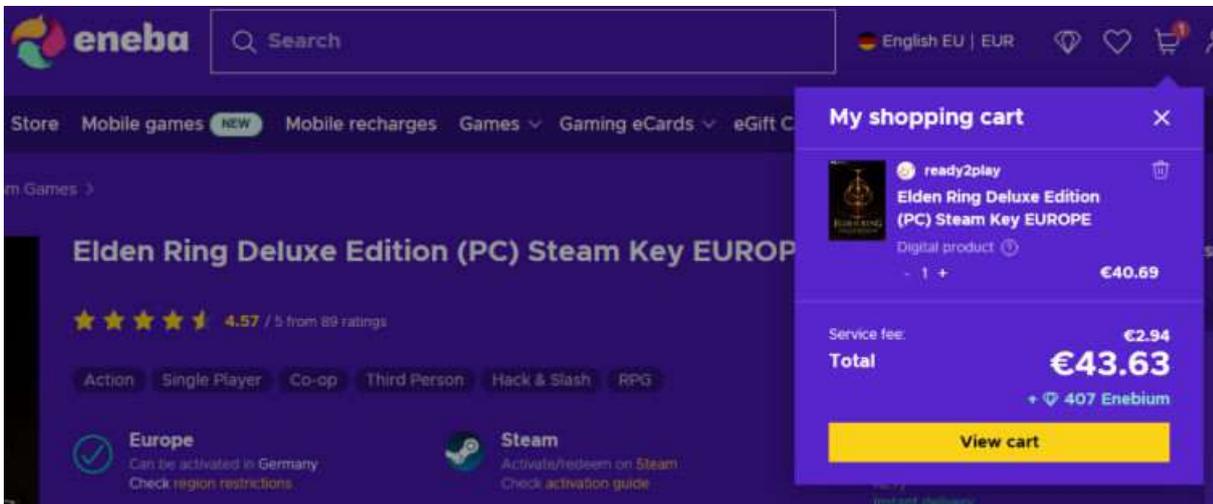


Abb. 405: eneba 6 - Elden Ring Deluxe Edition

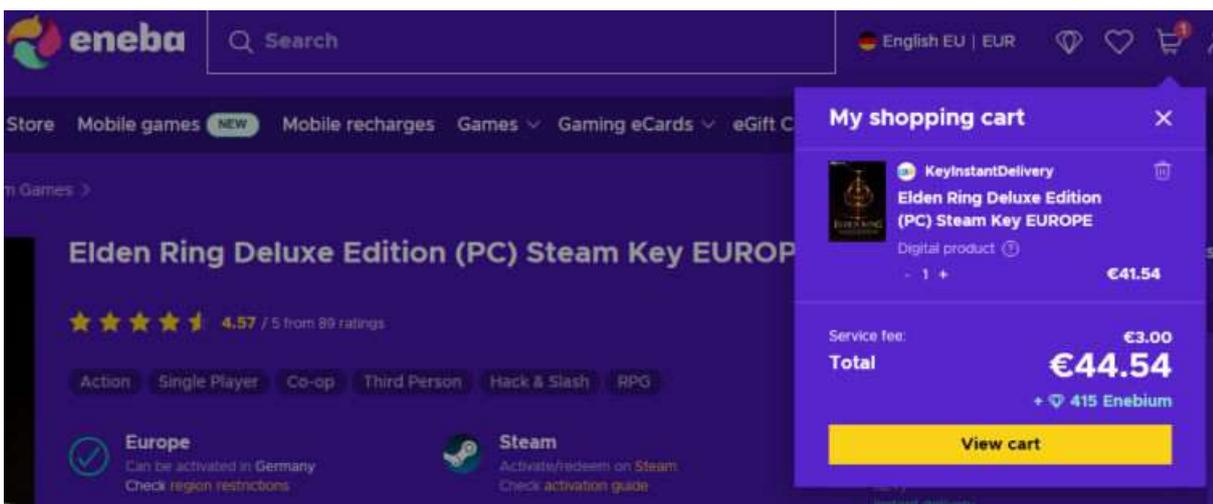


Abb. 406: eneba 7 - Elden Ring Deluxe Edition

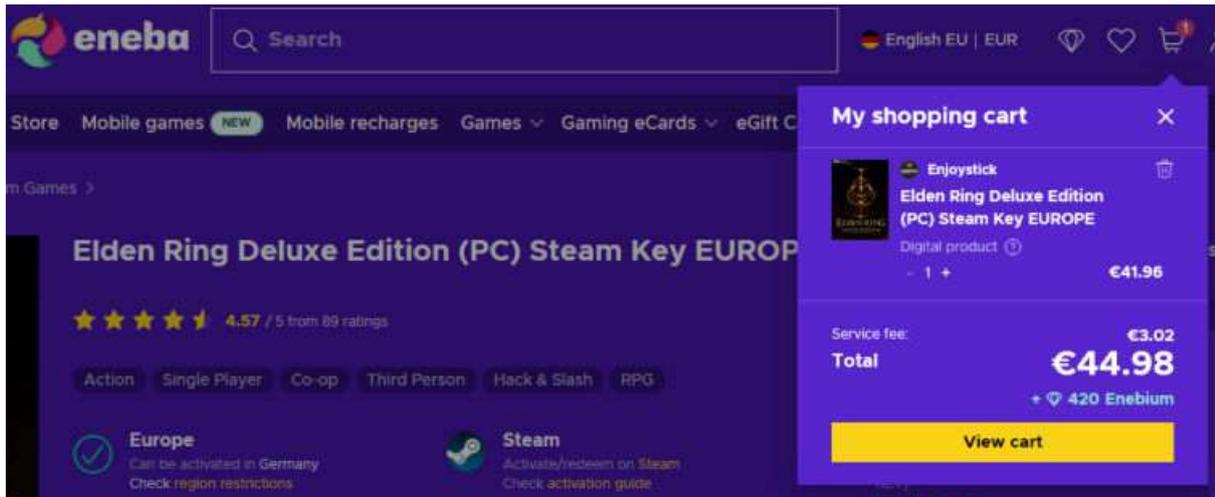


Abb. 407: eneba 8 - Elden Ring Deluxe Edition

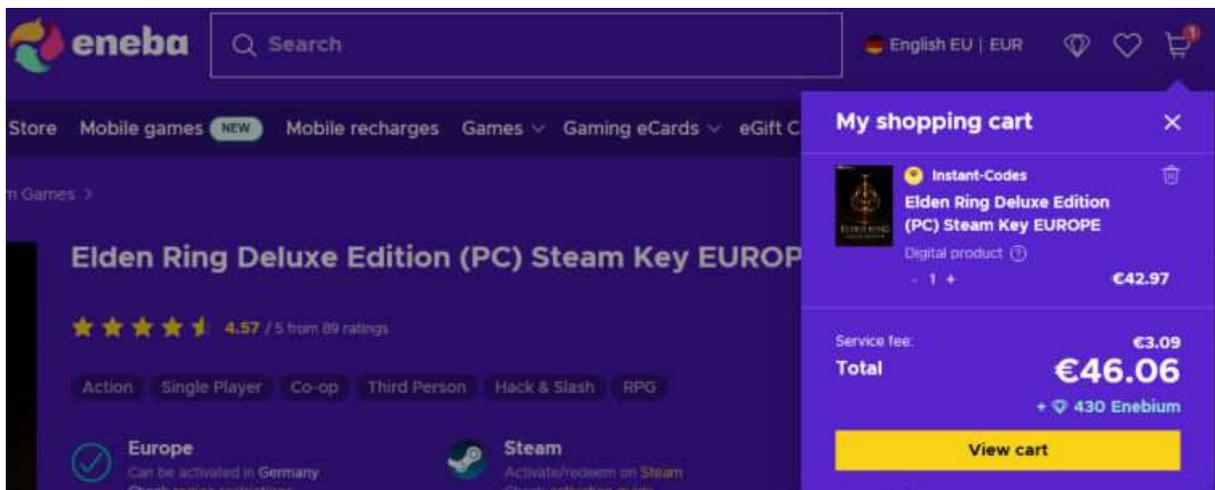


Abb. 408: eneba 9 - Elden Ring Deluxe Edition

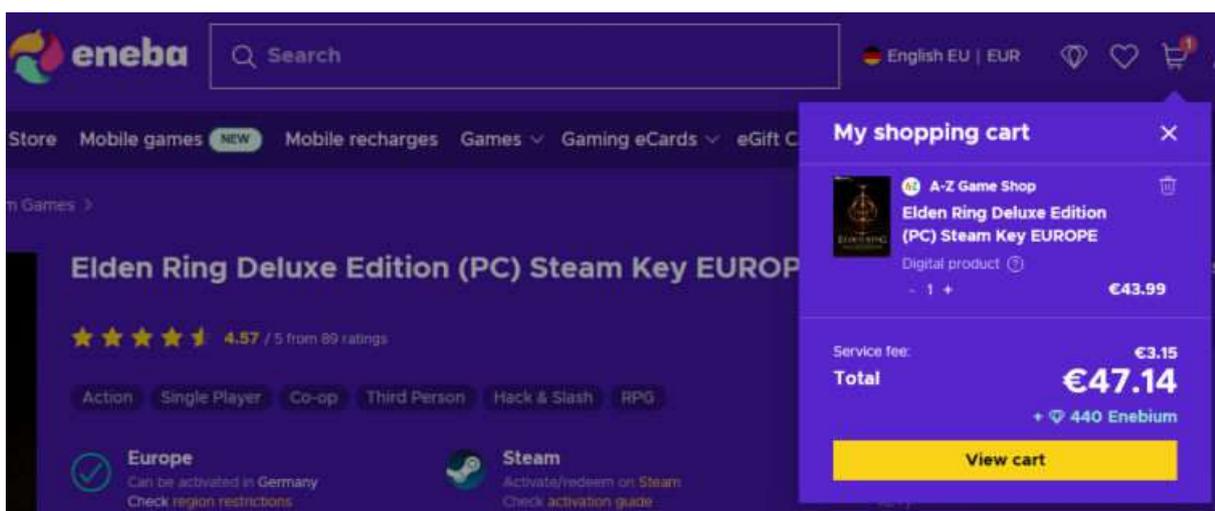


Abb. 409: eneba 10 - Elden Ring Deluxe Edition

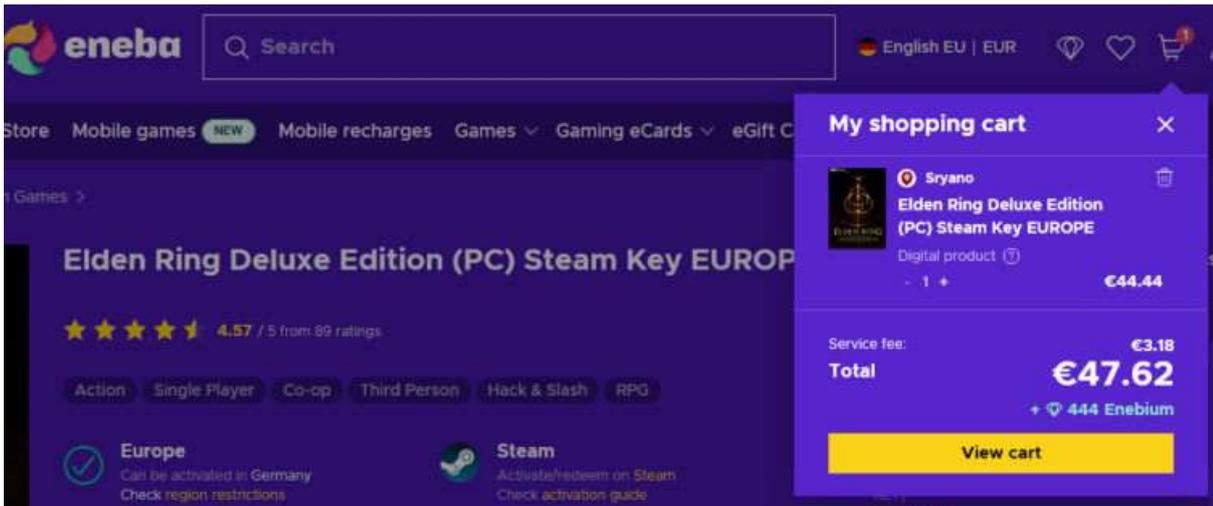


Abb. 410: eneba 11 - Elden Ring Deluxe Edition

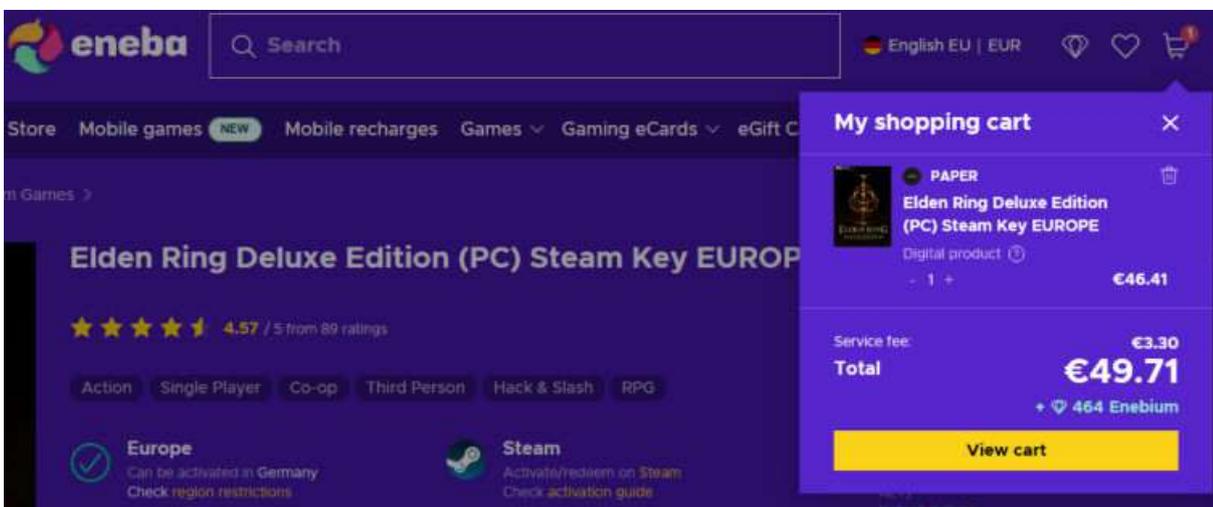
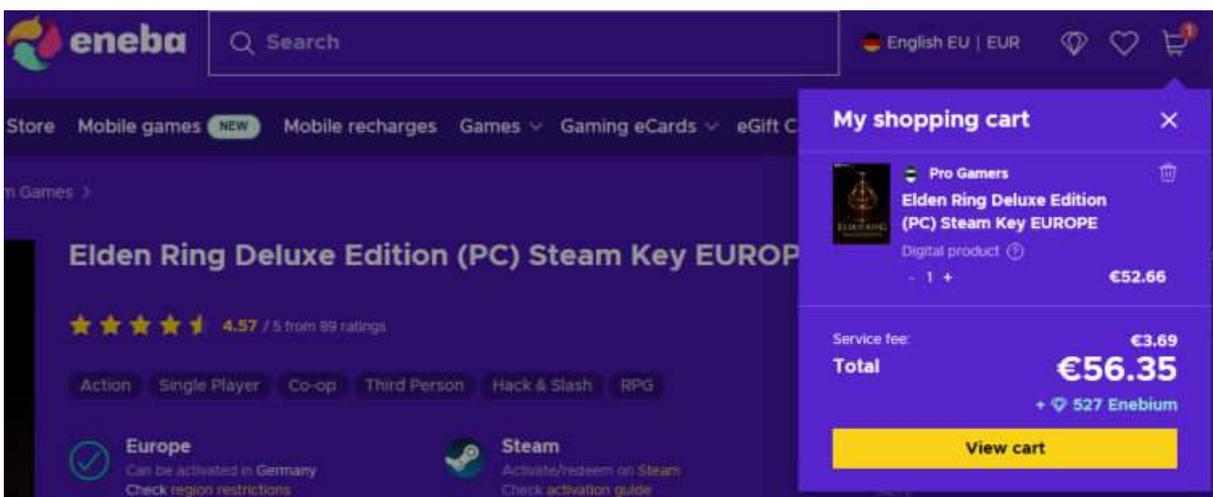
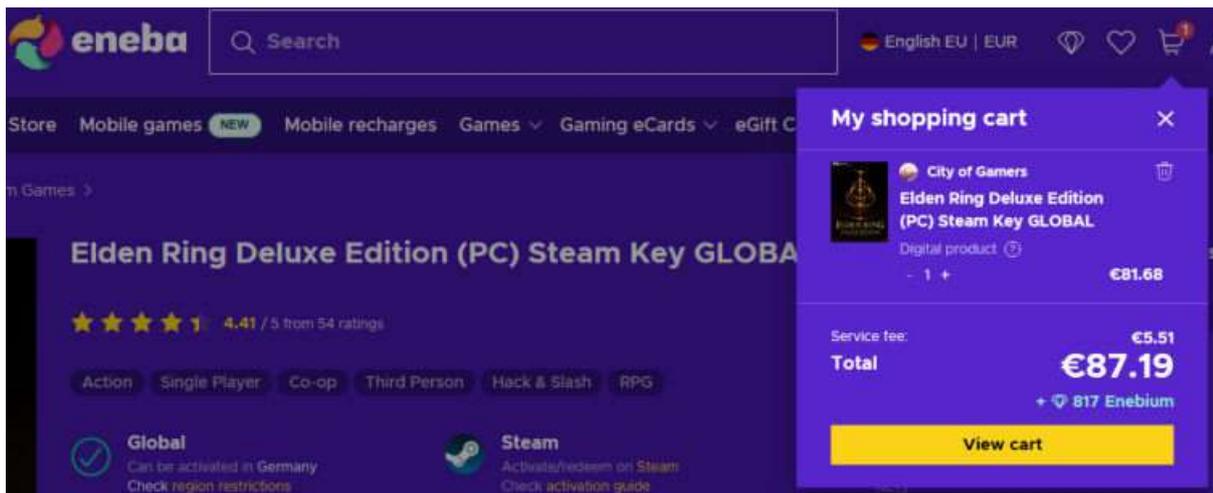


Abb. 411: eneba 12 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle Abb. 400-411: https://www.eneba.com/steam-elden-ring-deluxe-edition-pc-steam-key-europe?af_id=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 412: eneba 13 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: <https://www.eneba.com/steam-elden-ring-deluxe-edition-pc-steam-key-global>, 12.09.2023

Abb. 413: instant-gaming - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.instant-gaming.com/en/9986-buy-elden-ring-deluxe-edition-deluxe-edition-pc-game-steam-europe/?igr=289098&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 414: cjs-cdkeys - Elden Ring Deluxe Edition

PC DIGITAL

ELDEN RING Deluxe Edition Steam Key

Nettostand

Dein Preis: ~~€57.49~~ **€37.69**
 (You save €19.80)

✓ **NO Hidden Fees!**

✓ **Paypal Accepted!**

SKU: ELDEN_RING_Deluxe_Edition_STEAM

Plattform: Steam CD Keys

Lieferzeit: **AUTOKEY** **Live Stock Report**
 10+ In Stock Right now Instant Delivery Guaranteed

Menge: **Kaufen**

**IMPORTANT: This product is for EU (Europe) region (including the UK).
 You must activate it using a European / UK IP Address.**

See our **105,012** reviews on **★ Trustpilot**

[Click to enlarge](#)

Quelle: https://www.cjs-cdkeys.com/products/ELDEN-RING-Deluxe-Edition-Steam-Key.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 415: kinguin 1-5 - Elden Ring Deluxe Edition

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €35.19

| | | |
|---|-------|----------|
| Verkauft von Super Games 99.26% von 973438 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €35.19 |
| Verkauft von Green Keys 94.20% von 68351 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €36.80 |
| Verkauft von GamingWorld 98.80% von 2122135 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €36.81 |
| Verkauft von Worldofcdkeys 92.69% von 1325519 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €36.83 |
| Verkauft von MGG Studio 95.34% von 178843 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €36.98 |

Abb. 416: kinguin 6-10 - Elden Ring Deluxe Edition

| | | |
|---|-------|----------|
| Verkauft von Codezilla 89.36% von 28477 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €42.97 |
| Verkauft von Games4players 99.93% von 195484 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €42.99 |
| Verkauft von MonKeys 94.22% von 120511 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €43.60 |
| Verkauft von world4games 96.50% von 199245 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €45.15 |
| Verkauft von USA Software & Games 92.17% von 138168 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €45.17 |

Abb. 417: kinguin 11-12 - Elden Ring Deluxe Edition

| | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von GameCrew 90.79% von 446630 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €45.47 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 99.89% von 436835 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €46.29 |

Quelle Abb. 415-417: https://www.kinguin.net/category/111453/elden-ring-deluxe-edition-eu-steam-cd-key?currency=EUR&discount=SP00KY13&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 12.09.2023

Abb. 418: kinguin 13-15 - Elden Ring Deluxe Edition

| ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €46.99 | | |
|--|-------|----------|
| Verkauft von Gutek Games 98.26% von 19115 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €46.99 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 99.89% von 436835 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €54.99 |
| Verkauft von MonKeys 94.22% von 120511 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €55.57 |

Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/111577/elden-ring-deluxe-edition-row-steam-cd-key>, 12.09.2023

Abb. 419: kinguin 16 - Elden Ring Deluxe Edition

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €71.81**

Verkauft von Gamersg1ft
 90.60% von 1585 Bewertungen sind ausgezeichnet ★★★★☆

🛒 €71.81

Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/111452/elden-ring-deluxe-edition-steam-cd-key>, 12.09.2023

Abb. 420: kinguin 17-20 - Elden Ring Deluxe Edition

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER **GERINGSTER PREIS €46.99**

| | |
|--|----------|
| Verkauft von Gutek Games 98.26% von 19115 Bewertungen sind ausgezeichnet ★★★★★ | 🛒 €46.99 |
| Verkauft von A-Z Game Shop 99.89% von 436836 Bewertungen sind ausgezeichnet ★★★★★ | 🛒 €47.15 |
| Verkauft von USA Software & Games 92.17% von 138172 Bewertungen sind ausgezeichnet ★★★★★ | 🛒 €47.37 |
| Verkauft von GameCrew 90.79% von 446632 Bewertungen sind ausgezeichnet ★★★★★ | 🛒 €52.96 |

Quelle: <https://www.kinguin.net/de/category/111576/elden-ring-deluxe-edition-emea-steam-cd-key>, 12.09.2023

Abb. 421: K4G 1-8 - Elden Ring Deluxe Edition

PROMOTED OFFERS (1)

| | | | | |
|--|---------------------------------|--------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Enjoystick 99.54% positive feedback 47017 completed orders | REGULAR PRICE: €44.49 | ADD TO CART | SMART PRICE: €38.71 | BUY WITH SMART |
|--|---------------------------------|--------------------|-------------------------------|-----------------------|

ALL OFFERS (7) Sort by: Default

| | | | | |
|--|---------------------------------|--------------------|-------------------------------|-----------------------|
| PL digital 99.91% positive feedback 14704 completed orders | REGULAR PRICE: €40.83 | ADD TO CART | SMART PRICE: €35.52 | BUY WITH SMART |
| MGG Studio 99.68% positive feedback 53277 completed orders | REGULAR PRICE: €40.84 | ADD TO CART | SMART PRICE: €35.53 | BUY WITH SMART |
| Kinguin 99.31% positive feedback 53289 completed orders | REGULAR PRICE: €40.99 | ADD TO CART | SMART PRICE: €35.66 | BUY WITH SMART |
| Great Games 99.84% positive feedback 419122 completed orders | REGULAR PRICE: €41.64 | ADD TO CART | SMART PRICE: €36.23 | BUY WITH SMART |
| GameSaloon 99.40% positive feedback 972172 completed orders | REGULAR PRICE: €42.99 | ADD TO CART | SMART PRICE: €37.40 | BUY WITH SMART |

| | | | | |
|---|---------------------------------|--|---|---|
|  Gaming Nation <small>96.14% positive feedback</small> <small>4080 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €47.56 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €41.38 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|---|---------------------------------|--|---|---|

| | | | | |
|---|---------------------------------|--|---|---|
|  Enjoystick <small>99.54% positive feedback</small> <small>47017 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €47.56 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €41.38 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|---|---------------------------------|--|---|---|

Quelle: https://www.gamivo.com/product/elden-ring-deluxe-edition-eu?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 422: K4G 9-10 - Elden Ring Deluxe Edition

| ALL OFFERS (2) | | Sort by: Default | | |
|---|---------------------------------|--|---|---|
|  Kinguin <small>99.31% positive feedback</small> <small>53289 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €47.58 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €41.39 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  MGG Studio <small>99.68% positive feedback</small> <small>53277 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €52.02 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €45.26 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/elden-ring-deluxe-edition-emea>, 12.09.2023

Abb. 423: K4G 11-12 - Elden Ring Deluxe Edition

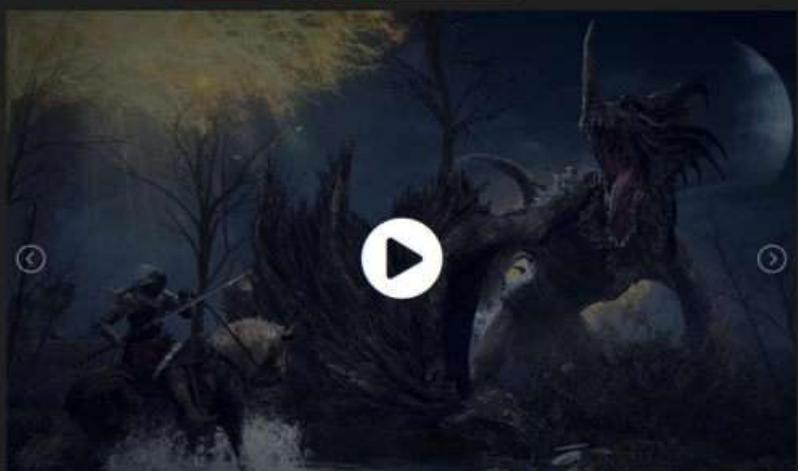
| ALL OFFERS (2) | | Sort by: Default | | |
|--|---------------------------------|--|---|---|
|  GameSaloon <small>99.40% positive feedback</small> <small>972172 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €56.66 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €53.83 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |
|  Kinguin <small>99.31% positive feedback</small> <small>53289 completed orders</small> | REGULAR PRICE: €70.48 | <input type="button" value="ADD TO CART"/> | SMART PRICE:  €66.96 | <input type="button" value="BUY WITH SMART"/> |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/elden-ring-deluxe-edition>, 12.09.2023

Abb. 424: hrkgame - Elden Ring Deluxe Edition

ELDEN RING Deluxe Edition EUROPE

★★★★★ | 2 Rates [Write Review](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Add to Wishlist](#)



DELUXE EDITION

€79.99
€41.21 -48%

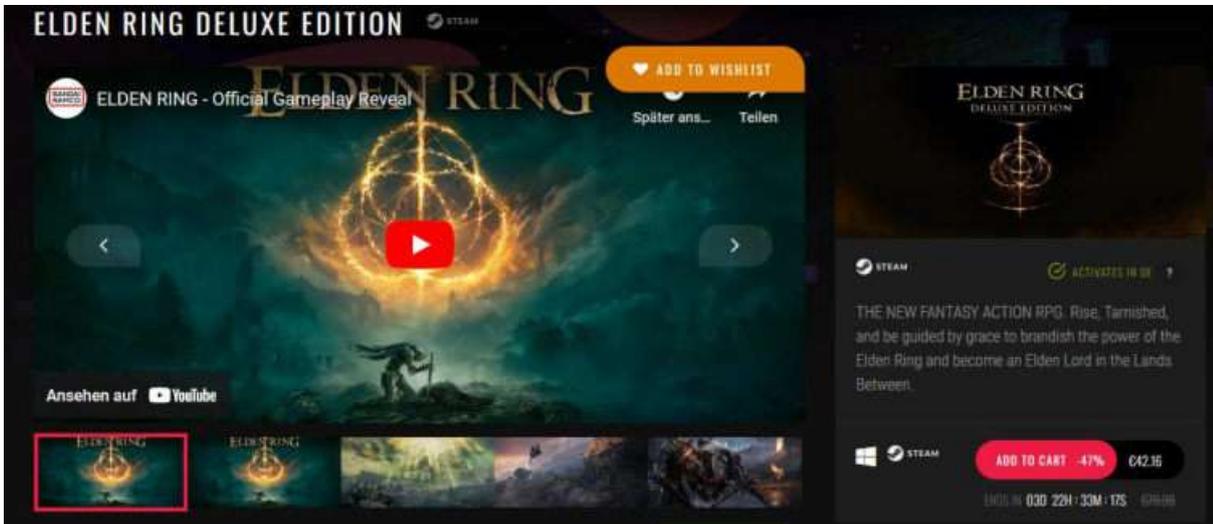
Region 

Warning! This product is region locked and IT CAN be activated ONLY in Europe!

Platform 

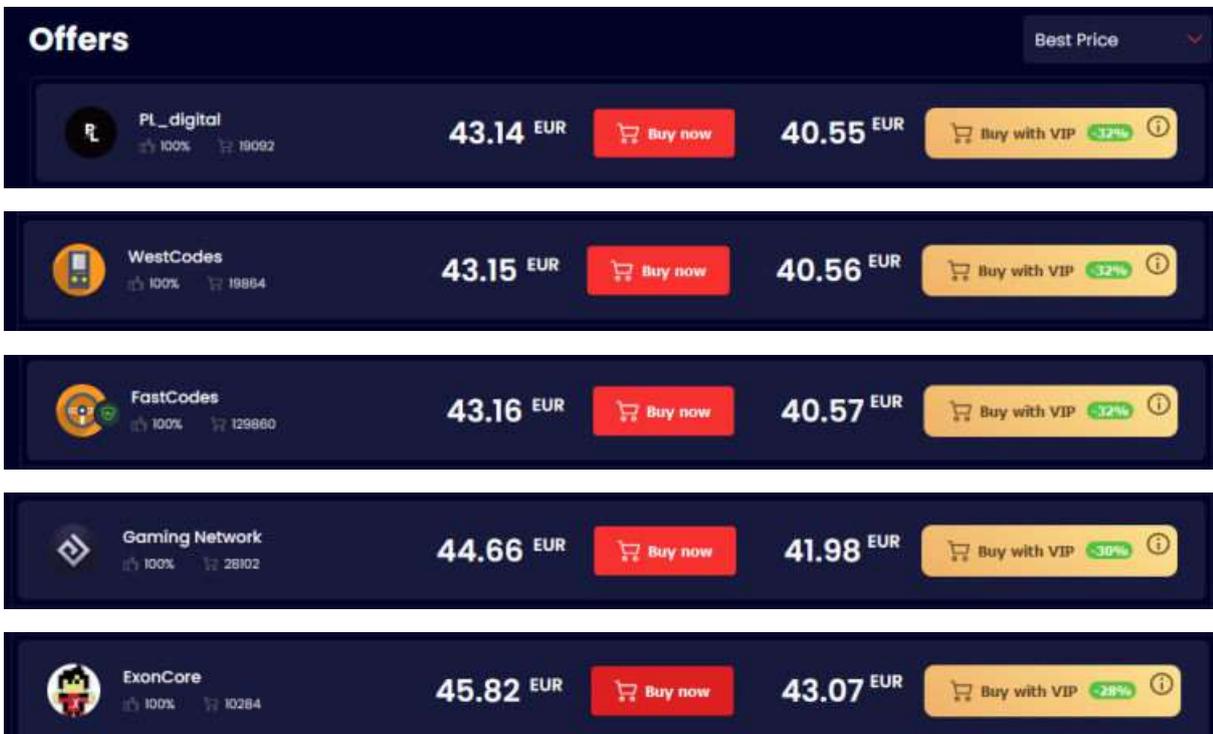
Quelle: https://www.hrkgame.com/en/games/product/elden-ring-deluxe-edition?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 425: gamebillet - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.gamebillet.com/elden-ring-deluxe-edition?affiliate=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 426: K4G 1-5 - Elden Ring Deluxe Edition



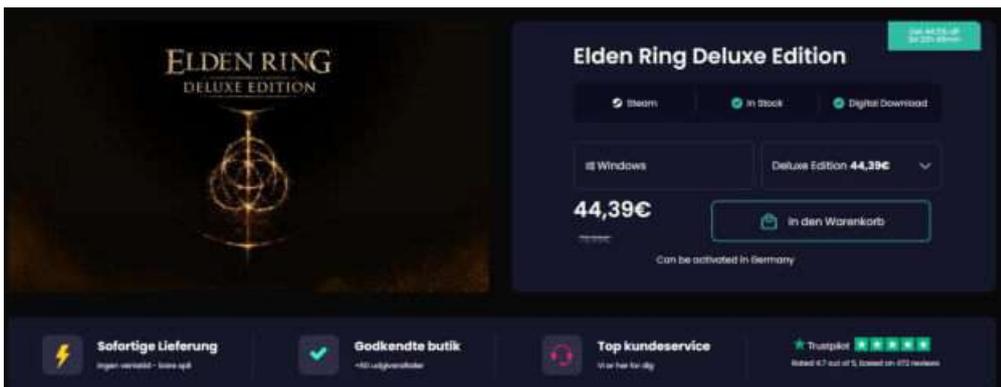
Quelle: https://k4g.com/product/elden-ring-steam-europe-cd-key-deluxe-edition-cd-key-66941F87?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 427: K4G 6-8 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: <https://k4g.com/product/elden-ring-steam-emea-cd-key-deluxe-edition-cd-key-034D75AE#offers>, 12.09.2023

Abb. 428: joybuggy - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.joybuggy.com/de/elden-ring-deluxe-edition?ref=222&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 429: royalcdkeys 1 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://royalcdkeys.com/products/elden-ring-deluxe-edition-eu-steam-cd-key?variant=40107545395337&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 430: royalcdkeys 2 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: <https://royalcdkeys.com/products/elden-ring-deluxe-edition-emea-steam>, 12.09.2023

Abb. 431: royalcdkeys 3 - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: <https://royalcdkeys.com/products/elden-ring-deluxe-edition-steam>, 12.09.2023

Abb. 432: G2A 1-18 - Elden Ring Deluxe Edition

| | | | |
|--|--|---------|---|
|  Wonderfulseller 76% Positive feedback 15 62 | € 41.88 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 46.53 |  |
|  Sellkeyfast EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 17186 | € 41.91 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 46.57 |  |
|  Gamersuniverse EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 83300 | € 41.92 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 46.58 |  |
|  PL_digital 96% Positive feedback 15 634 | € 42.07 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 46.74 |  |
|  Superbkeys EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 3019 | € 42.40 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 47.11 |  |
|  Lanoco 99% Positive feedback 15 498 | € 42.61 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 47.34 |  |
|  Gamesdivision 100% Positive feedback 15 480 | € 42.82 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 47.57 |  |
|  Codezilla EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 8182 | € 45.30 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 50.33 |  |
|  Vikingsbrothers EXCELLENT SELLER 99% Positive feedback 15 6646 | € 45.31 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 50.34 |  |
|  Instant_game EXCELLENT SELLER 99% Positive feedback 15 3896 | € 46.64 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 51.83 |  |
|  Gaming4you EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 62222 | € 46.97 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 52.19 |  |
|  Games4world EXCELLENT SELLER 99% Positive feedback 15 2228 | € 46.98 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 52.20 |  |
|  Enjoystick_ EXCELLENT SELLER 96% Positive feedback 15 1398 | € 47.98 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 53.31 |  |
|  Royaleo 92% Positive feedback 15 158 | € 47.98 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 53.31 |  |
|  Kinguin EXCELLENT SELLER 92% Positive feedback 15 18984 | € 49.77 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 55.30 |  |
|  Gamers_players EXCELLENT SELLER 99% Positive feedback 15 1718 | € 50.90 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 56.56 |  |
|  Digtrade EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 15 15828 | € 59.35 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.94 |  |
|  Progame_store 99% Positive feedback 15 183 | € 59.36 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.95 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/elden-ring-deluxe-edition-pc-steam-key-europe-i10000273674009?suid=7f410898-82cb-4d6c-be38-def97715f830>, 12.09.2023

Abb. 433: G2A 19-25 - Elden Ring Deluxe Edition

| | | |
|--|--|---|
|  Origin_game 100% Positive feedback 19 4 | € 50.46 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 56.07  |
|  Paylessgames No feedback yet 19 2 | € 50.47 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 56.08  |
|  Instant_game EXCELLENT SELLER 99% Positive feedback 26966 | € 55.51 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 61.68  |
|  Digitrade EXCELLENT SELLER 100% Positive feedback 10826 | € 59.35 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.94  |
|  Progame_store 99% Positive feedback 19 183 | € 59.36 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 65.95  |
|  Gamersgift 99% Positive feedback 4479 | € 69.52 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 77.24  |

Quelle: <https://www.g2a.com/elden-ring-deluxe-edition-pc-steam-key-global-i10000273674008>,
12.09.2023

Abb. 434: gamesplanet - Elden Ring Deluxe Edition



Alle Spiele > Action > ELDEN RING Deluxe Edition

PC ELDEN RING Deluxe Edition

Genre: Action

Bewertung: ★★★★★ (60)

System: 

Sprachen: Deutsch*, Englisch, Französisch*, Italienisch*,
Untertitel: Spanisch, Polnisch*, Portugiesisch*, Japanisch*

Auslieferung: Steam Key

Publisher: Bandai Namco Entertainment Inc.

79,99€ **-40%** 47,99€

In den Warenkorb

Verfügbarkeit: lieferbar

Auslieferung: **STEAM KEY**

♥ Auf meine Merkliste

💬 Kommentare & Diskussionen

✓ **Activates in Germany**

Quelle: <https://de.gamesplanet.com/game/elden-ring-deluxe-edition-steam-key--4266-2>,
12.09.2023

Abb. 435: MMOGA - Elden Ring Deluxe Edition



Elden Ring - Deluxe Edition

Buy Elden Ring Deluxe Edition now!

You will receive the key for the game by BANDAI NAMCO Entertainment via eMail within the stated delivery time.

The Fantasy RPG Elden Ring features vast fantastical landscapes and shadowy, complex dungeons that are connected seamlessly.

Download Elden Ring Deluxe Edition for free via the Steam network.

Steam can be found [here](#).

Delivery time: 5-10 minutes
Stock: available
Region: EU
Platform: Steam

RRP €79,99
€ 45,99

Quantity 1

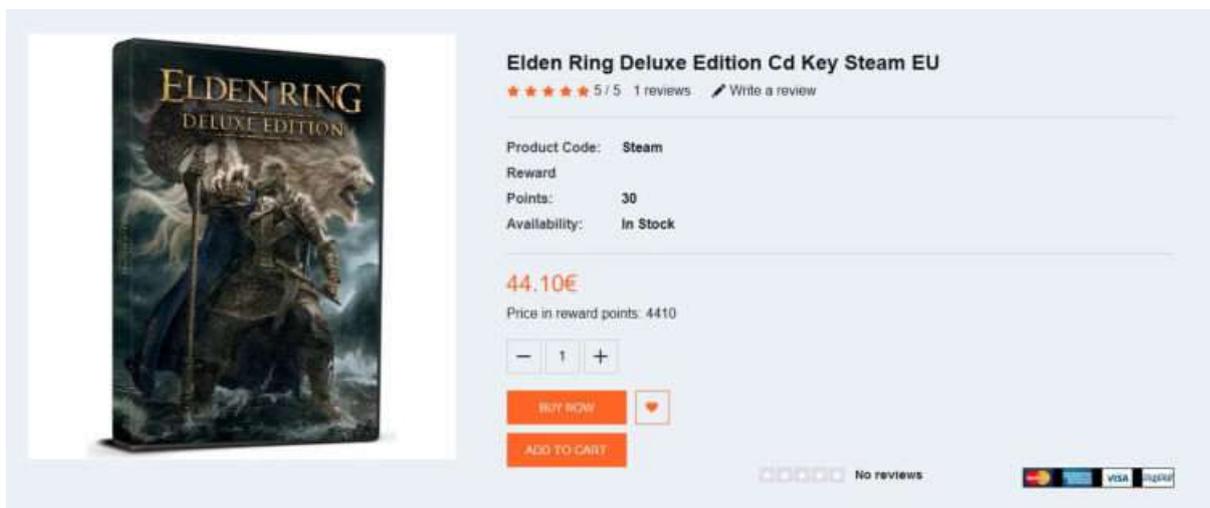
[BUY](#)

or

Check out with [PayPal](#)

Quelle: https://www.mmoga.com/Steam-Games/Elden-Ring-Deluxe-Edition.html?ref=615¤cy=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 436: gamers-outlet - Elden Ring Deluxe Edition



Elden Ring Deluxe Edition Cd Key Steam EU

★★★★★ 5/5 1 reviews [Write a review](#)

Product Code: Steam
Reward
Points: 30
Availability: In Stock

44.10€
Price in reward points: 4410

Quantity: 1

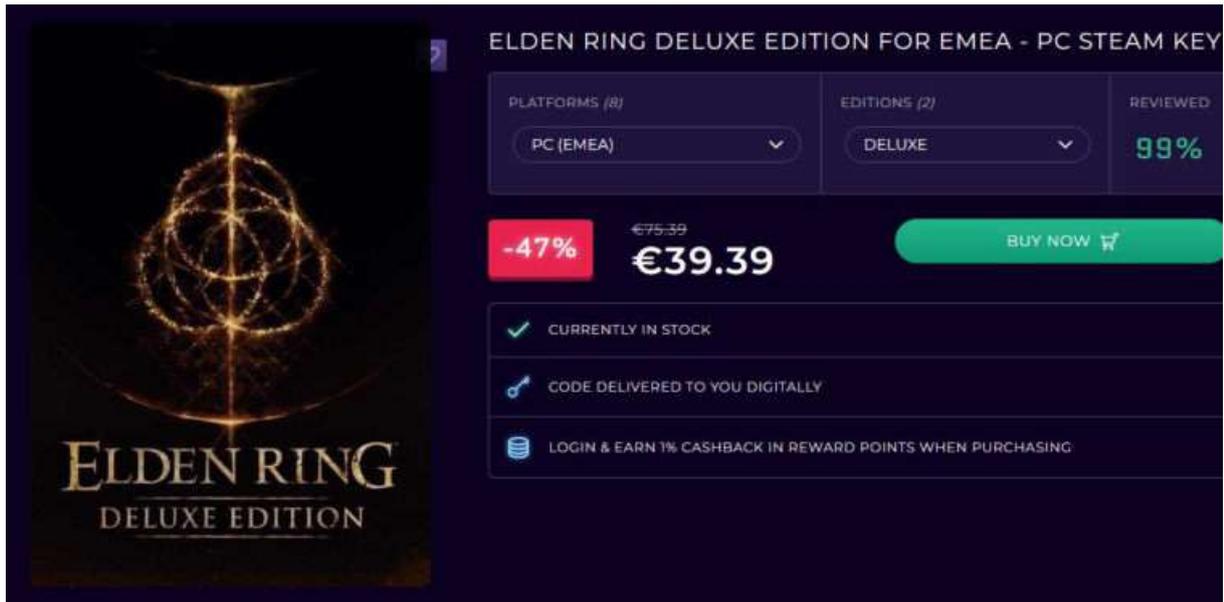
[BUY NOW](#) [ADD TO CART](#)

No reviews

[MasterCard](#) [Visa](#) [PayPal](#)

Quelle: https://www.gamers-outlet.net/en/buy-elden-ring-deluxe-edition-cd-key-steam?currency=EUR&tracking=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 437: cdkeys - Elden Ring Deluxe Edition



ELDEN RING DELUXE EDITION FOR EMEA - PC STEAM KEY

PLATFORMS (8) PC (EMEA) EDITIONS (2) DELUXE REVIEWED 99%

-47% €75.39 €39.39 BUY NOW

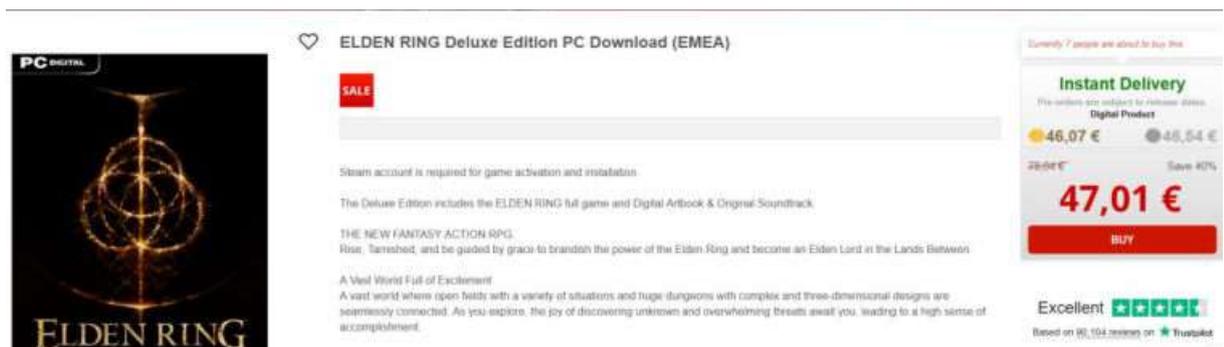
CURRENTLY IN STOCK

CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY

LOGIN & EARN 1% CASHBACK IN REWARD POINTS WHEN PURCHASING

Quelle: <https://www.cdkeys.com/pc/elden-ring-deluxe-edition-pc-steam>, 12.09.2023

Abb. 438: shopto - Elden Ring Deluxe Edition



ELDEN RING Deluxe Edition PC Download (EMEA)

SALE

Steam account is required for game activation and installation.

The Deluxe Edition includes the ELDEN RING full game and Digital Artbook & Original Soundtrack.

THE NEW FANTASY ACTION RPG.
Rise, Tarnished, and be guided by grace to brandish the power of the Elden Ring and become an Elden Lord in the Lands Between.

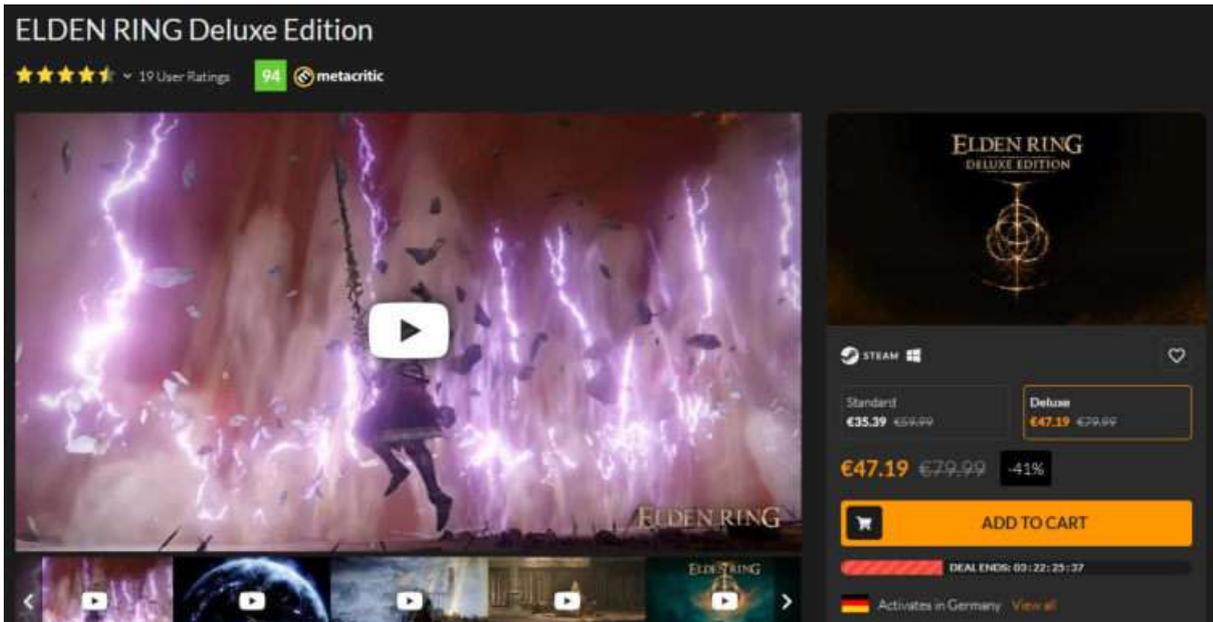
A Vast World Full of Excitement
A vast world where open fields with a variety of situations and huge dungeons with complex and three-dimensional designs are seamlessly connected. As you explore, the joy of discovering unknown and overwhelming threats await you, leading to a high sense of accomplishment.

Instant Delivery
This version is not available for delivery areas.
Digital Product
46,07 € 48,54 €
28,01 € Save 40%
47,01 €
BUY

Excellent ★★★★
Based on 10,104 reviews on Trustpilot

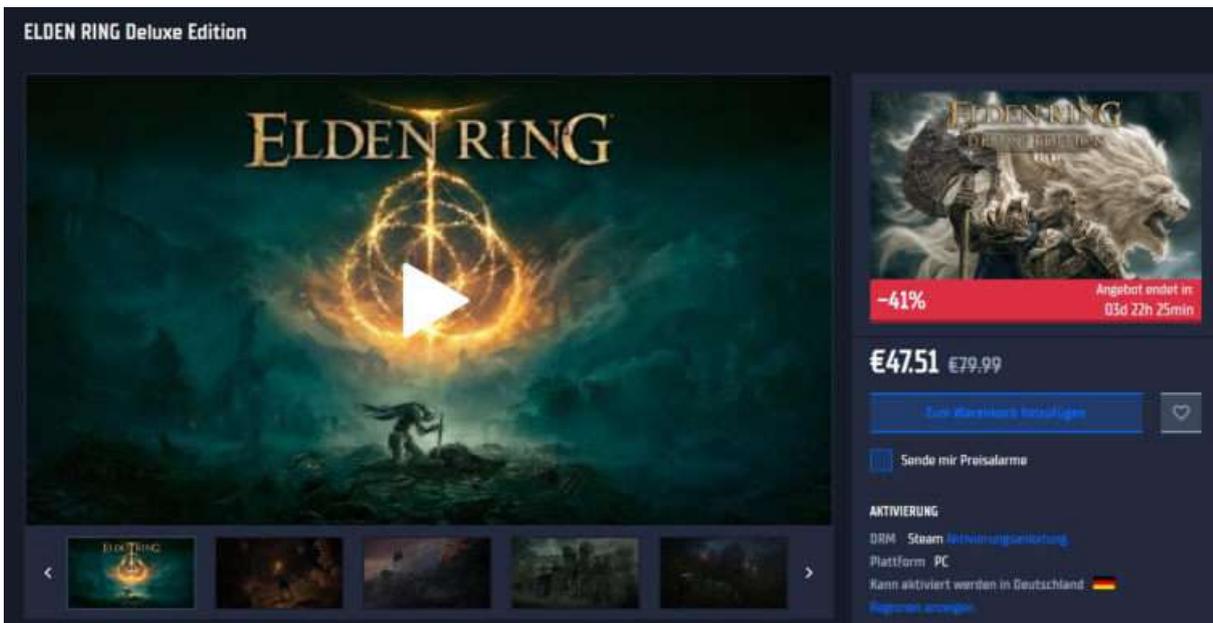
Quelle: https://www.shopto.net/en/dwnld66036-elden-ring-deluxe-edition-p1156497/?currency=EUR&affiliate_source=aw&awc=2943_1697393428_dca68205c438cb770146e93347e06dcd, 12.09.2023

Abb. 439: fanatical - Elden Ring Deluxe Edition



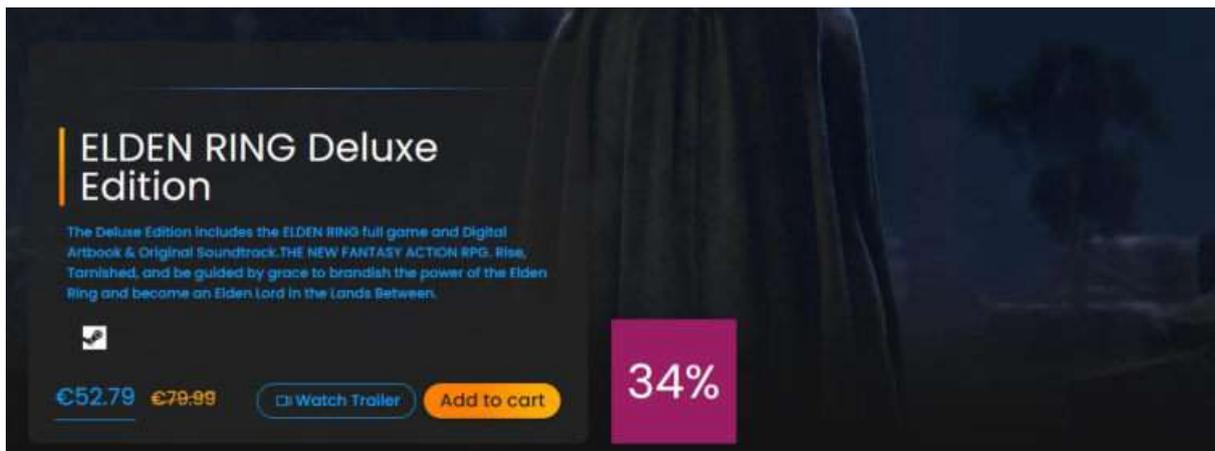
Quelle: https://www.fanatical.com/en/game/elden-ring-deluxe-edition?aff_track=daisycon&dc_pid=288216&utm_source=allkeyshop, 12.09.2023

Abb. 440: gamersgate - Elden Ring Deluxe Edition



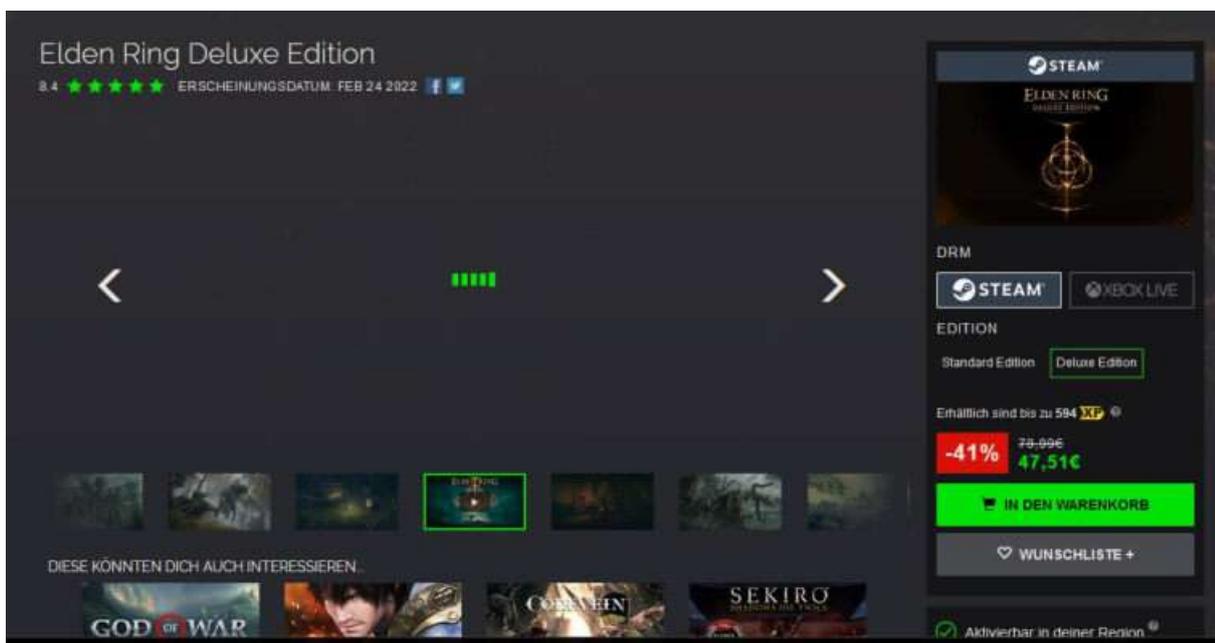
Quelle: <https://www.gamersgate.com/de/product/elden-ring-deluxe-edition/>, 12.09.2023

Abb. 441: allyouplay - Elden Ring Deluxe Edition



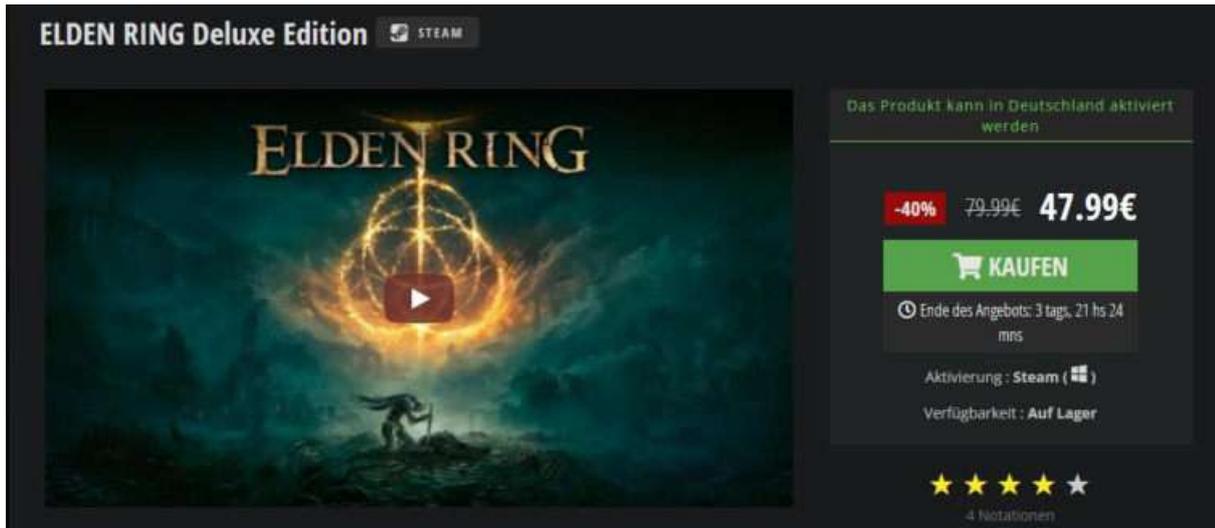
Quelle: https://www.allyouplay.com/elden-ring-deluxe-edition?utm_source=daisycon&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop, 12.09.2023

Abb. 442: greenmangaming - Elden Ring Deluxe Edition



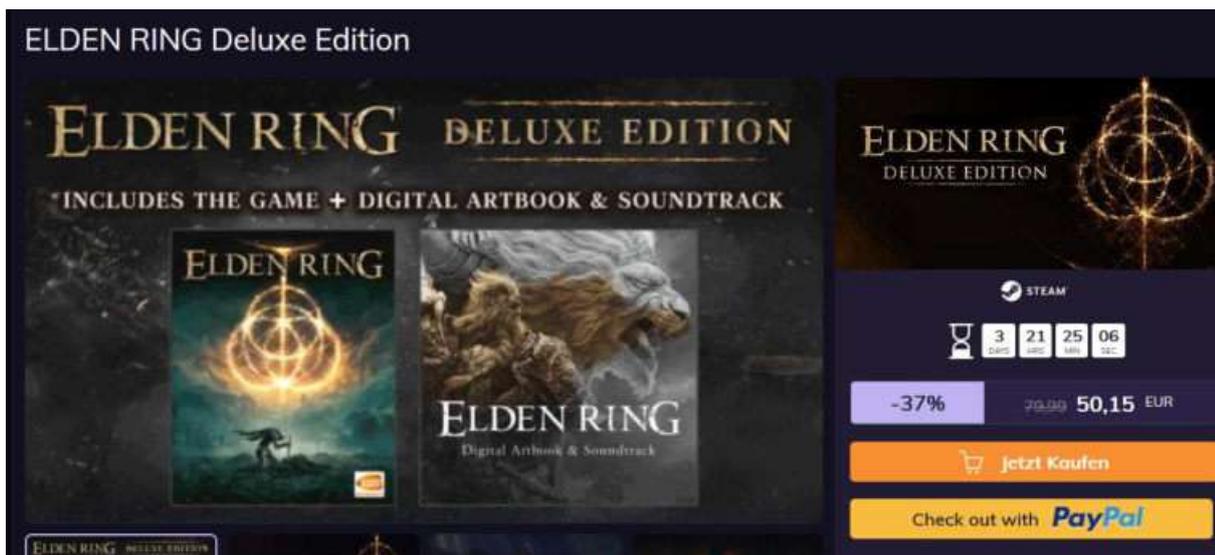
Quelle: https://www.greenmangaming.com/de/games/elden-ring-deluxe-edition-pc/?utm_source=allkeyshop&utm_medium=impact&utm_campaign=affiliate&utm_content=1272000&irclickid=04aRgqwcAxyPTYXQdGTcA0UnUkFTU82:V2qKVU0&irgwc=1, 12.09.2023

Abb. 443: dlgame - Elden Ring Deluxe Edition



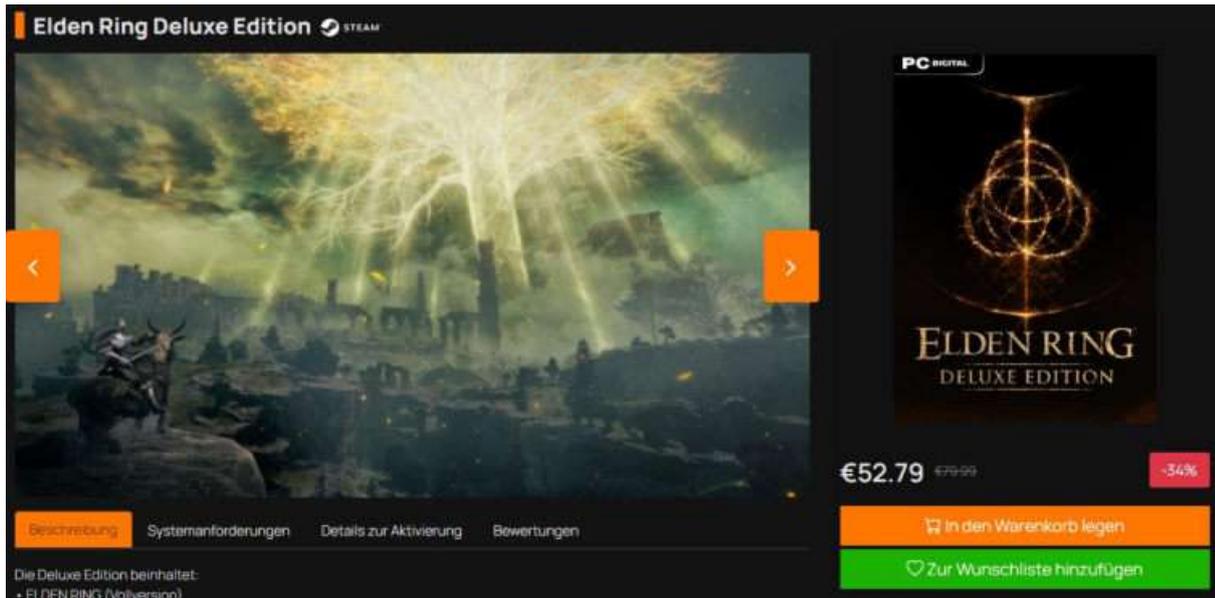
Quelle: https://www.dlgame.com/de/spiele/elden-ring-deluxe-kaufen-84813?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 444: 2game - Elden Ring Deluxe Edition



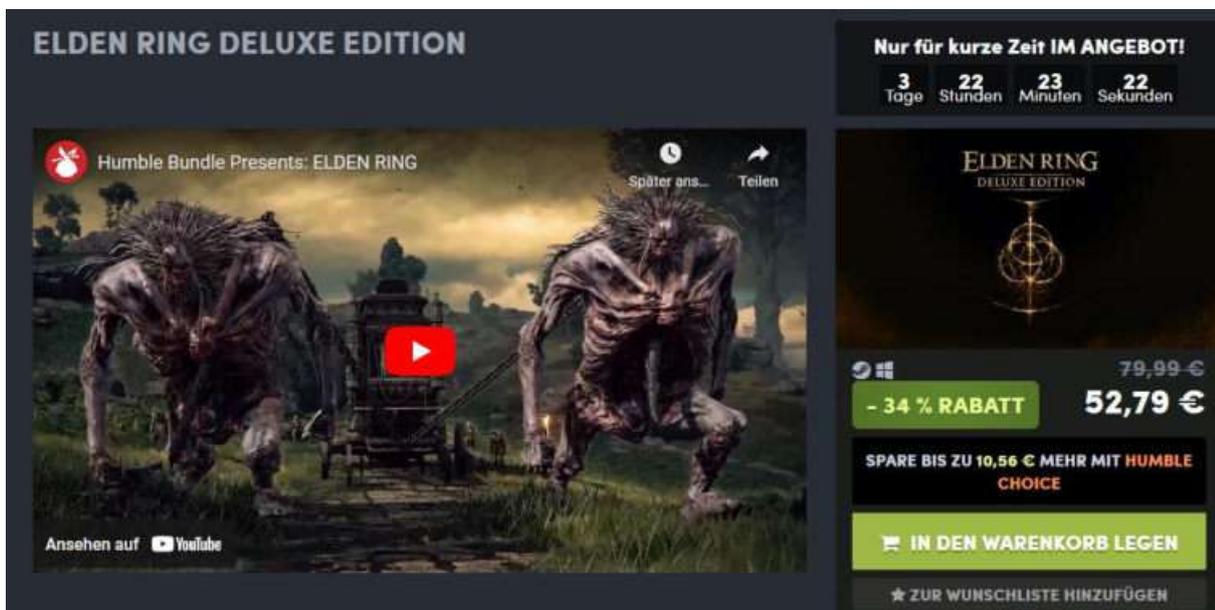
Quelle: https://2game.com/de/elden-ring-deluxe-edition?irgwc=1&irclickid=04aRgqwcAxyPTyXQdGTcA0UnUkFTU812V2qKVU0&ircid=19711&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 445: dreamgame - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.dreamgame.com/de/elden-ring-deluxe-edition?affiliate=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 446: humblebundle - Elden Ring Deluxe Edition



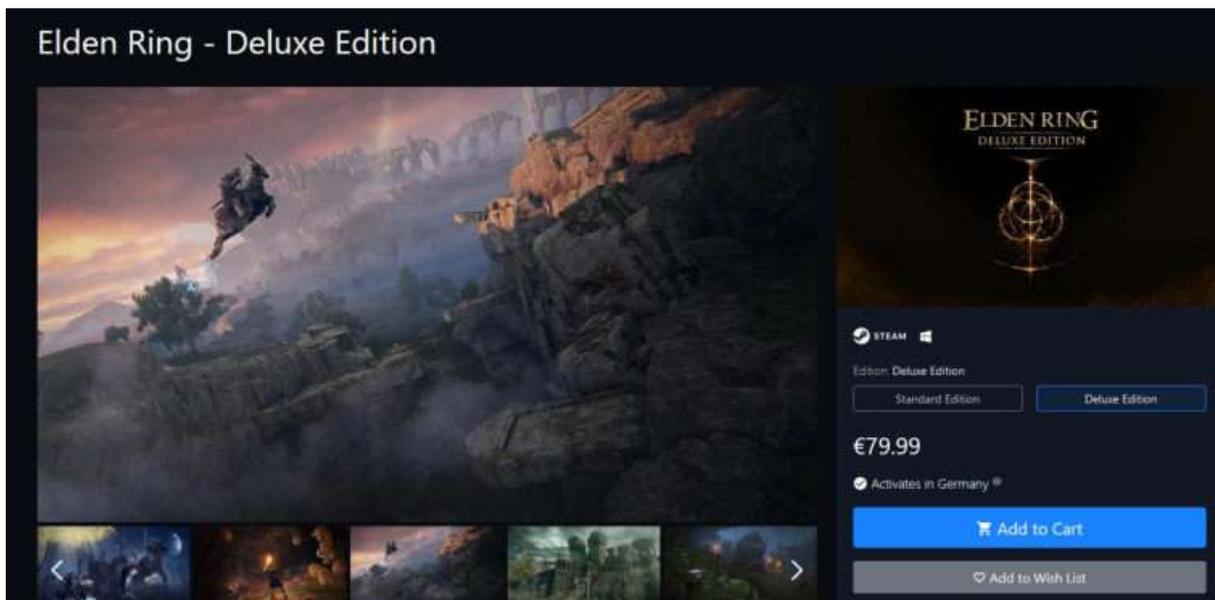
Quelle: https://www.humblebundle.com/store/elden-ring-deluxe-edition?partner=cdd&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 447: premiumcdkeys - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.premiumcdkeys.com/products/elden-ring-deluxe-edition-steam-cd-key-europe?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 448: noctre - Elden Ring Deluxe Edition



Quelle: https://www.noctre.com/product/SMBND3379/elden-ring-deluxe-edition?aff=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 449: gamersrepublic - Elden Ring Deluxe Edition

GamesRepublic.com > Action RPG > Elden Ring Deluxe Edition Steam Key

ELDEN RING DELUXE EDITION STEAM KEY

Steam Worldwide Multilanguage

4.9 out of 4438 votes

No key shops, no shady deals. Only official distribution!
This is a digital product. It can be activated on Steam.

Description:
The Deluxe Edition includes:
• ELDEN RING (full game)

€79.99 **-43%**
€45.59

Add to cart

or

Check out with **PayPal**

Instant delivery

PayU Mastercard PayPal VISA

Quelle: <https://gamesrepublic.com/elden-ring-deluxe-edition-steam-key>, 12.09.2023

11. GTA 5

Abb. 450: cdkeys - GTA 5

GRAND THEFT AUTO V 5 (GTA 5) PC - ROCKSTAR GAMES LAUNCHER

PLATFORMS (2) EDITIONS (2) REVIEWED

PC (WW) STANDARD 93%

-82% €57.99 **€10.39**

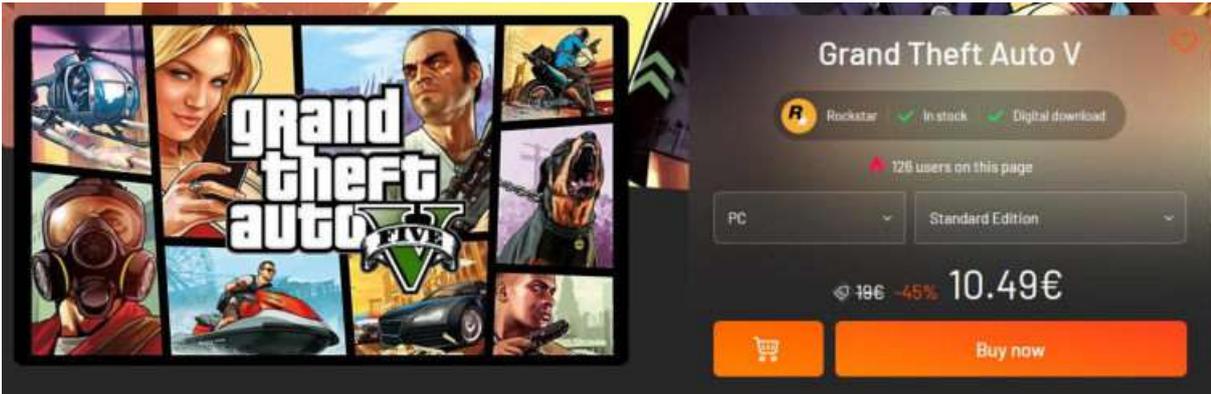
BUY NOW

PayPal

- ✓ CAN ACTIVATE IN GERMANY
- ✓ CURRENTLY IN STOCK
- 🔑 CODE DELIVERED TO YOU DIGITALLY
- 📦 LOGIN & EARN 1% CASHBACK IN REWARD POINTS WHEN PURCHASING

Quelle: https://www.cdkeys.com/grand-theft-auto-v-5-pc-cd-key?intsrc=CATF_12138&irclidid=04aRgqwcAxyPTYXQdGTcA0UnUkFTRRw-V2qKVU0&utm_source=impact&utm_medium=affiliate&utm_campaign=allkeyshop&irgwc=1, 12.09.2023

Abb. 451: instant-gaming - GTA 5



Quelle: https://www.instant-gaming.com/en/186-buy-grand-theft-auto-v-pc-game-rockstar/?igr=289098&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 452: MMOGA - GTA 5



Quelle: https://www.mmoga.com/Rockstar-Games/GTA-5-Grand-Theft-Auto-V.html?ref=615¤cy=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 453: hrkgame - GTA 5



Quelle: https://www.hrkgame.com/en/games/product/grand-theft-auto-v-rockstar-edition?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 454: eneba 1 - GTA 5

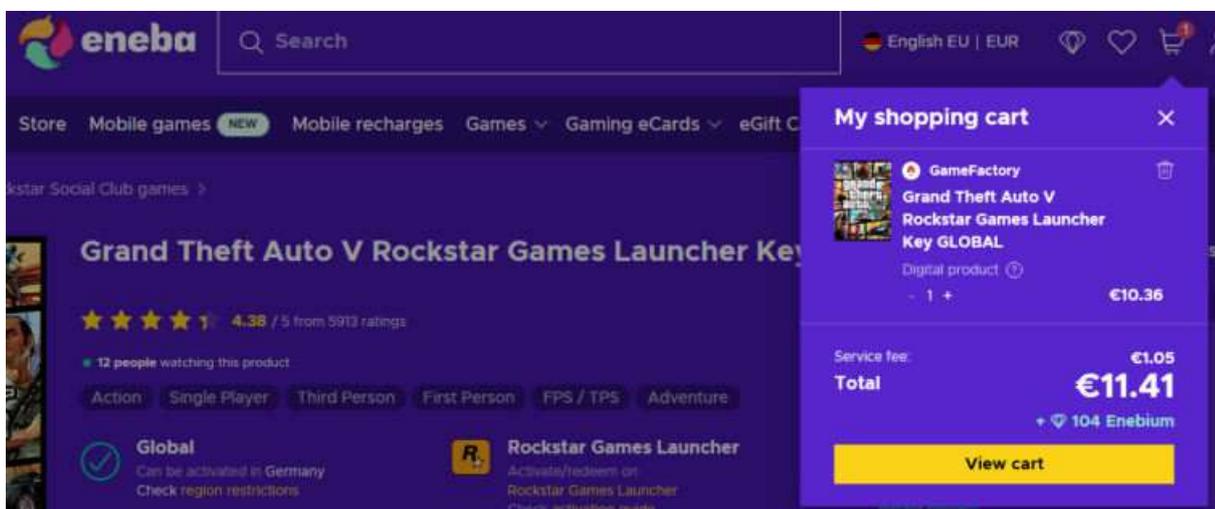


Abb. 455: eneba 2 - GTA 5

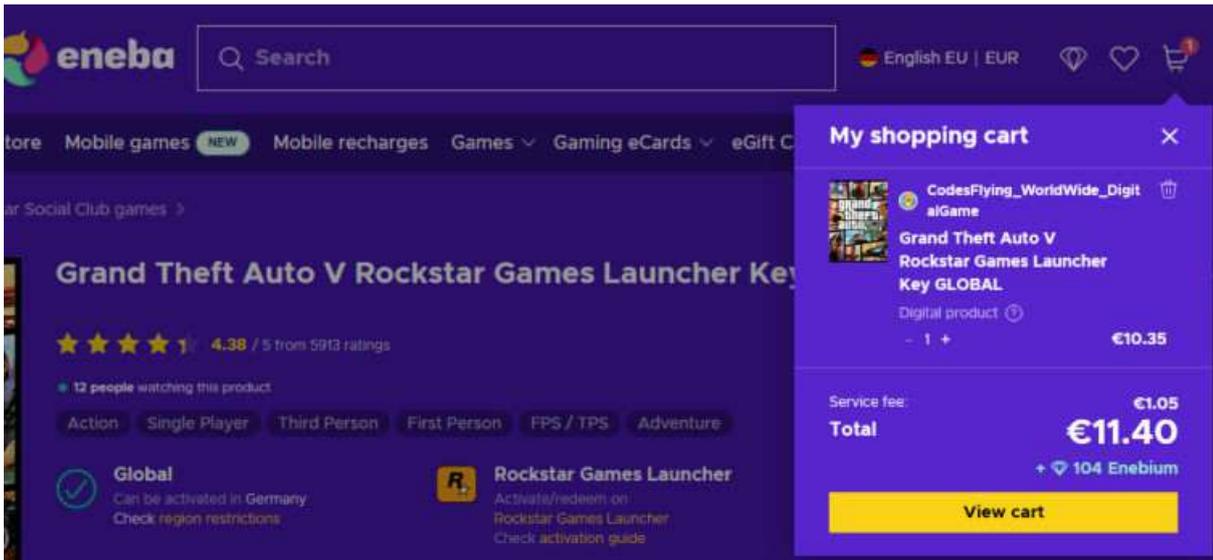


Abb. 456: eneba 3 - GTA 5

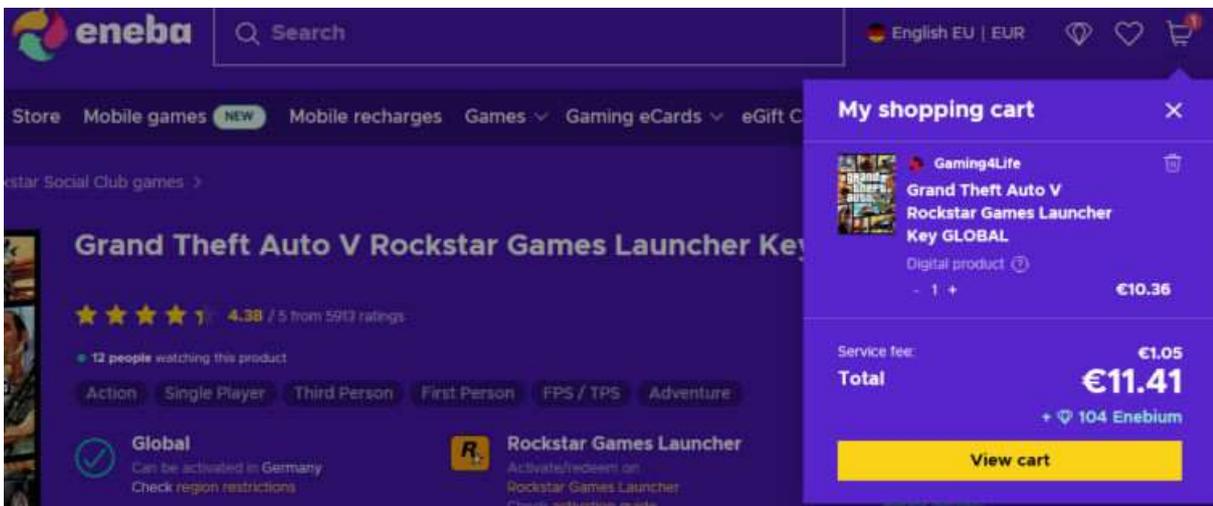


Abb. 457: eneba 4 - GTA 5

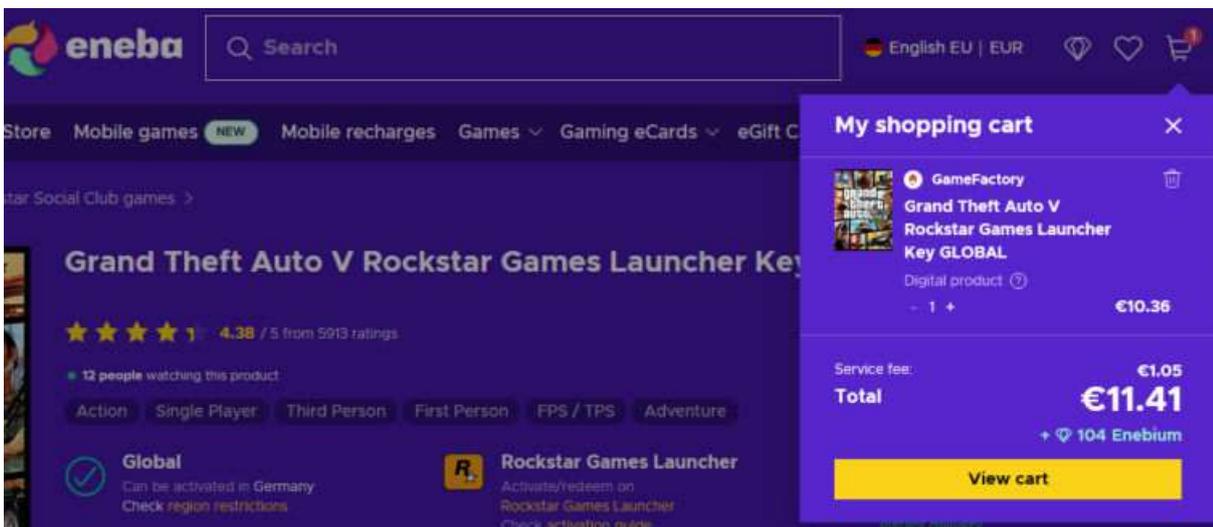


Abb. 458: eneba 5 - GTA 5

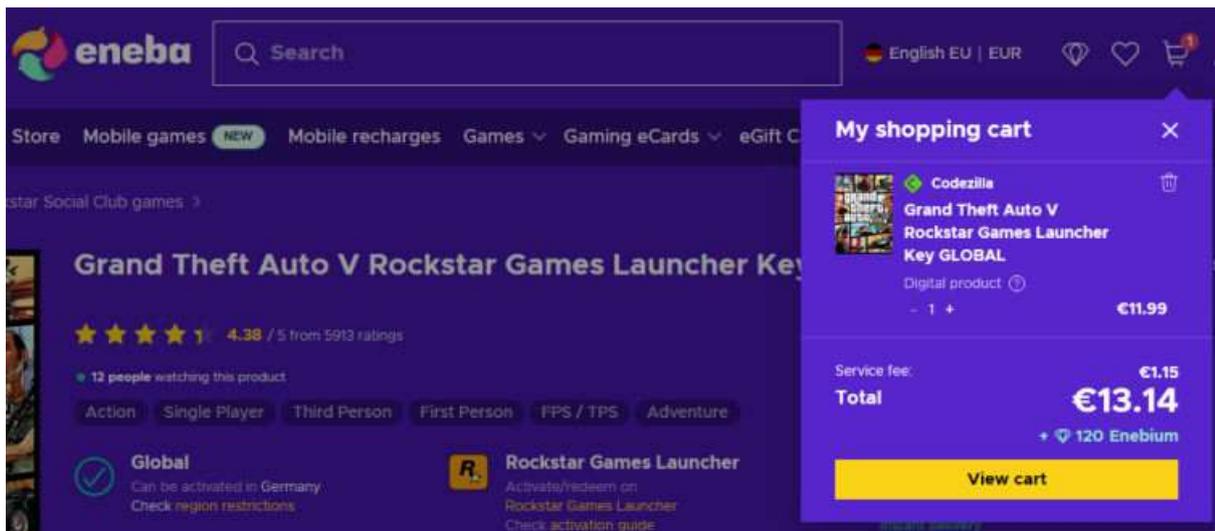


Abb. 459: eneba 6 - GTA 5

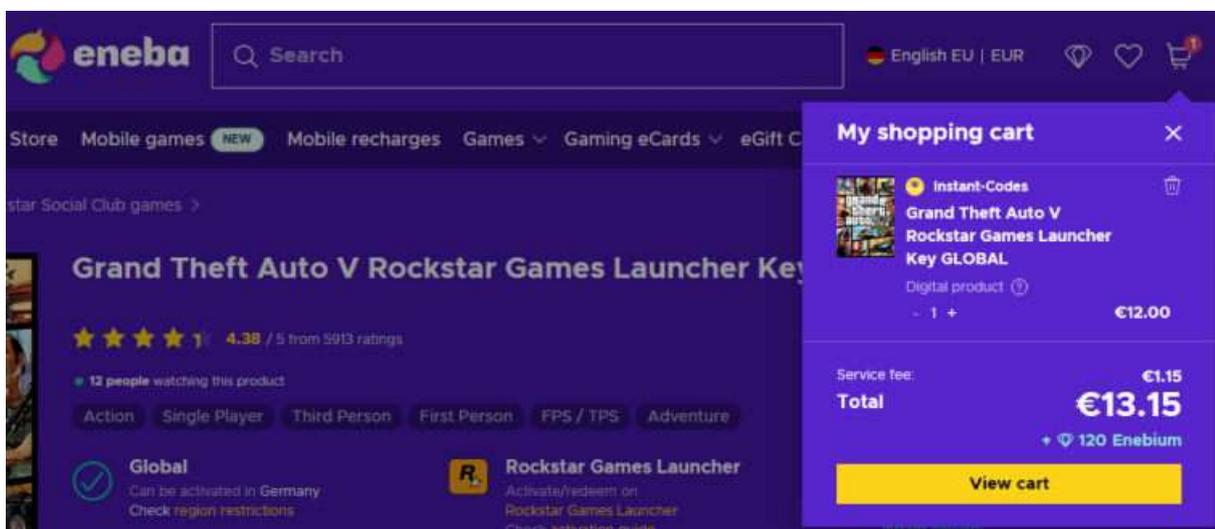


Abb. 460: eneba 7 - GTA 5

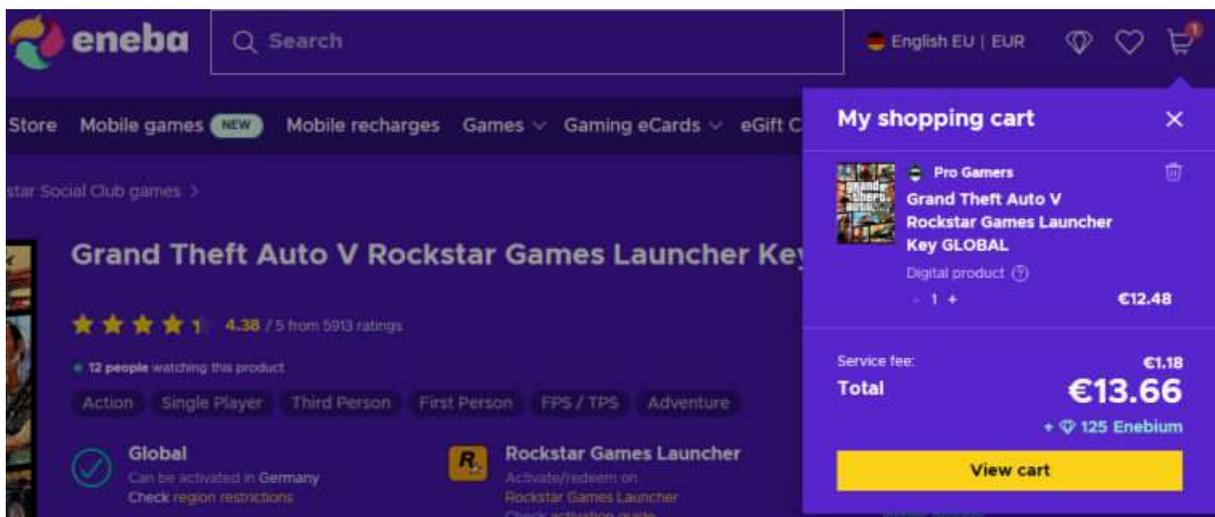


Abb. 461: eneba 8 - GTA 5

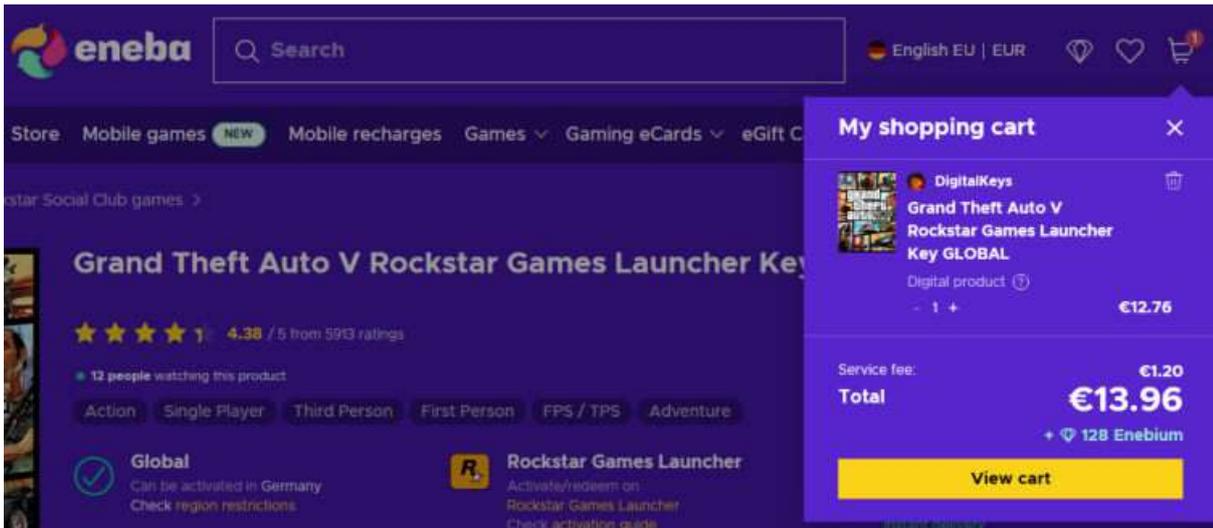


Abb. 462: eneba 9 - GTA 5

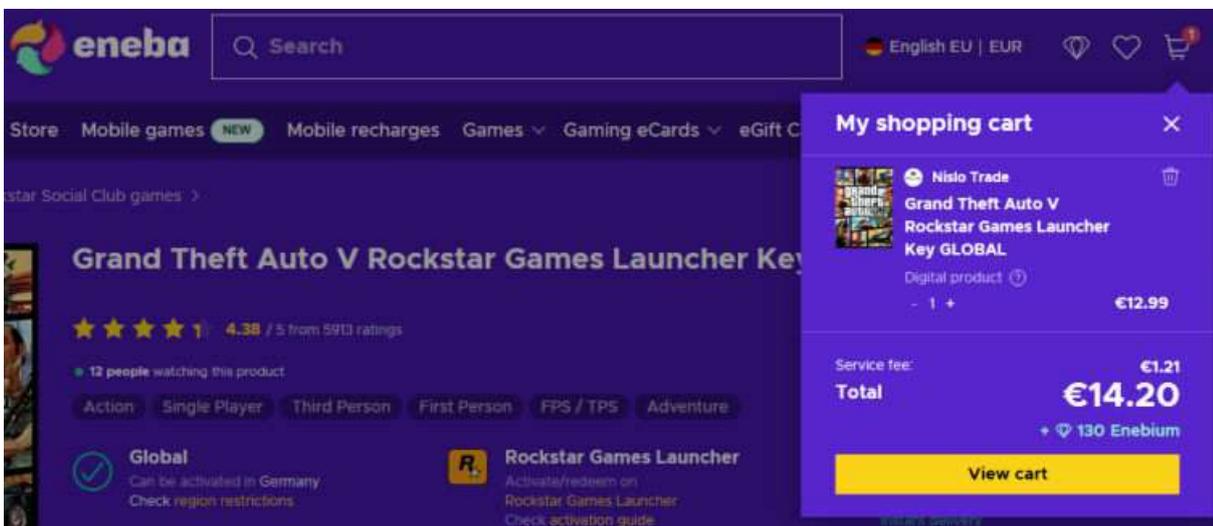


Abb. 463: eneba 10 - GTA 5

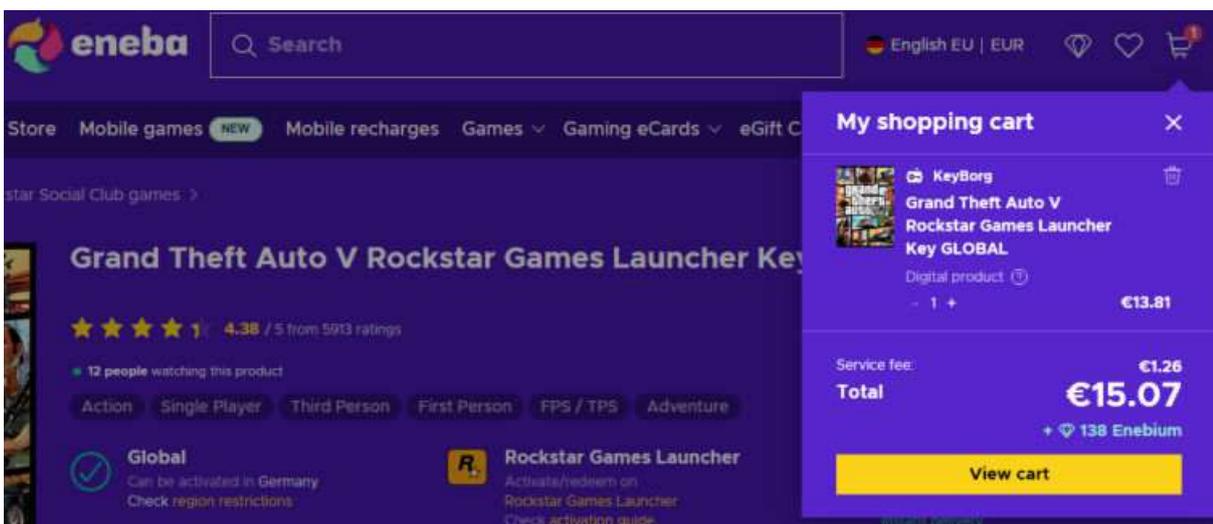


Abb. 464: eneba 11 - GTA 5

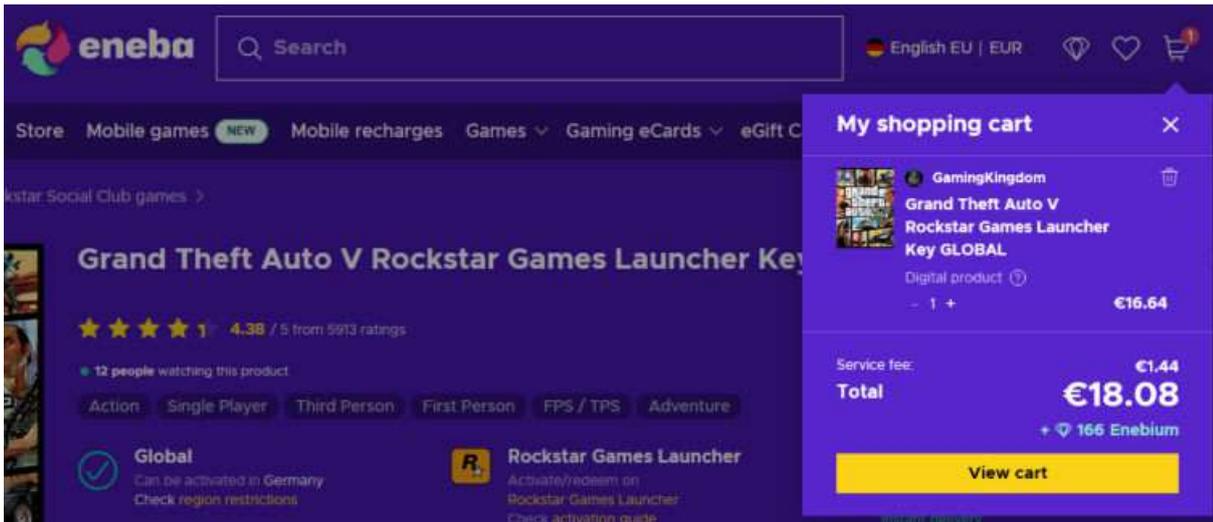
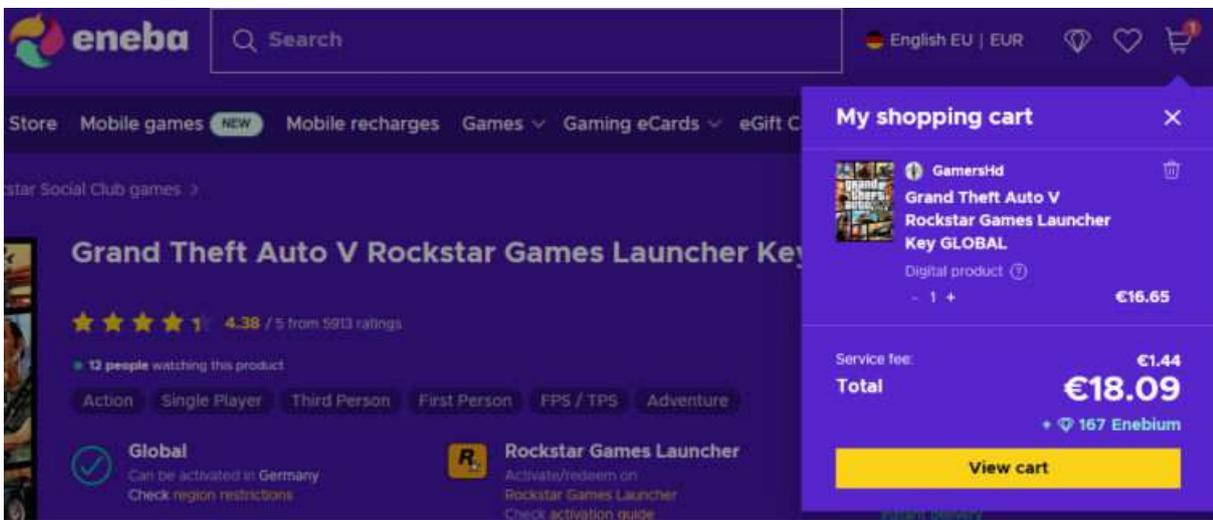


Abb. 465: eneba 12 - GTA 5



Quelle Abb. 454-465: <https://www.eneba.com/rockstar-social-club-grand-theft-auto-v-gta-rockstar-social-club-key-global>, 12.09.2023

Abb. 466: eneba 13 - GTA 5

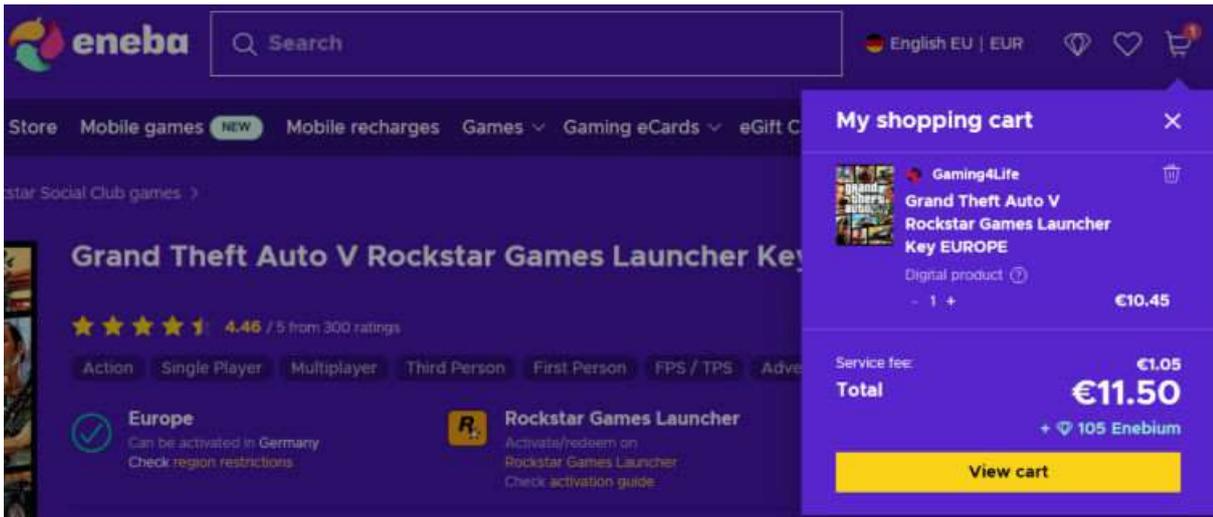


Abb. 467: eneba 14 - GTA 5

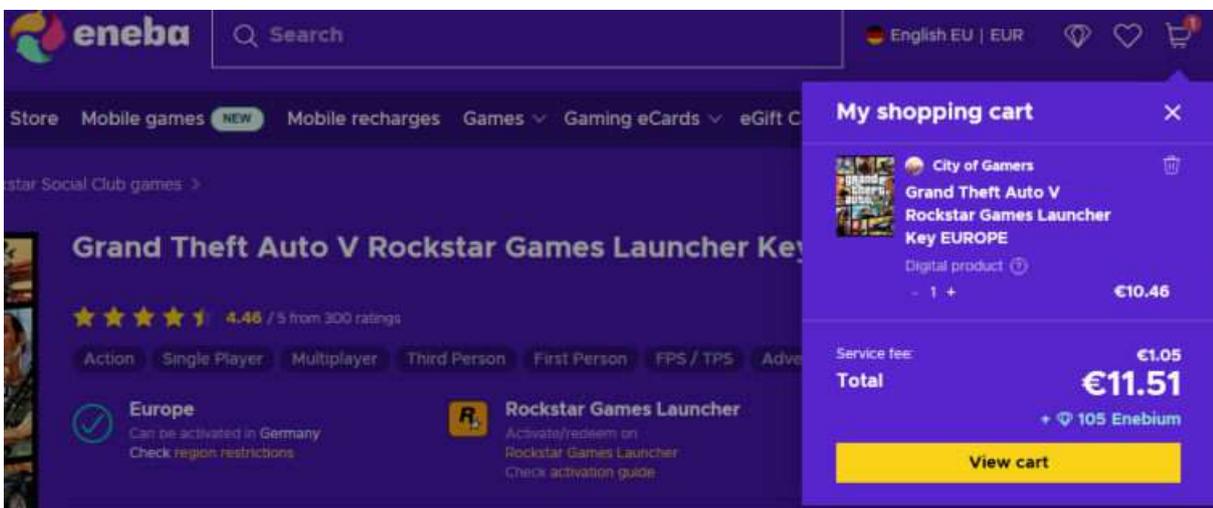


Abb. 468: eneba 15 - GTA 5

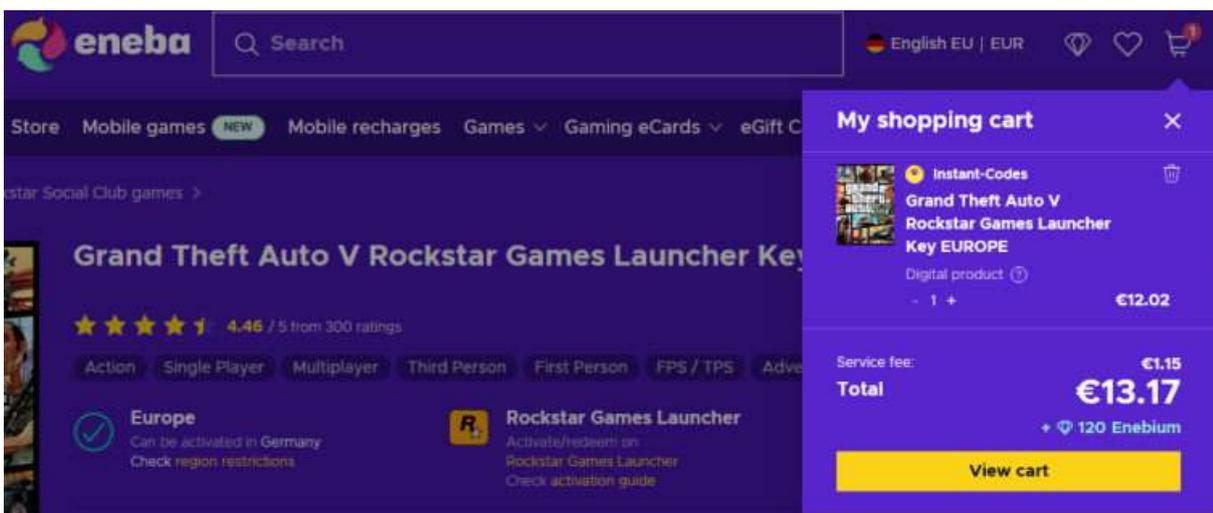


Abb. 469: eneba 16 - GTA 5

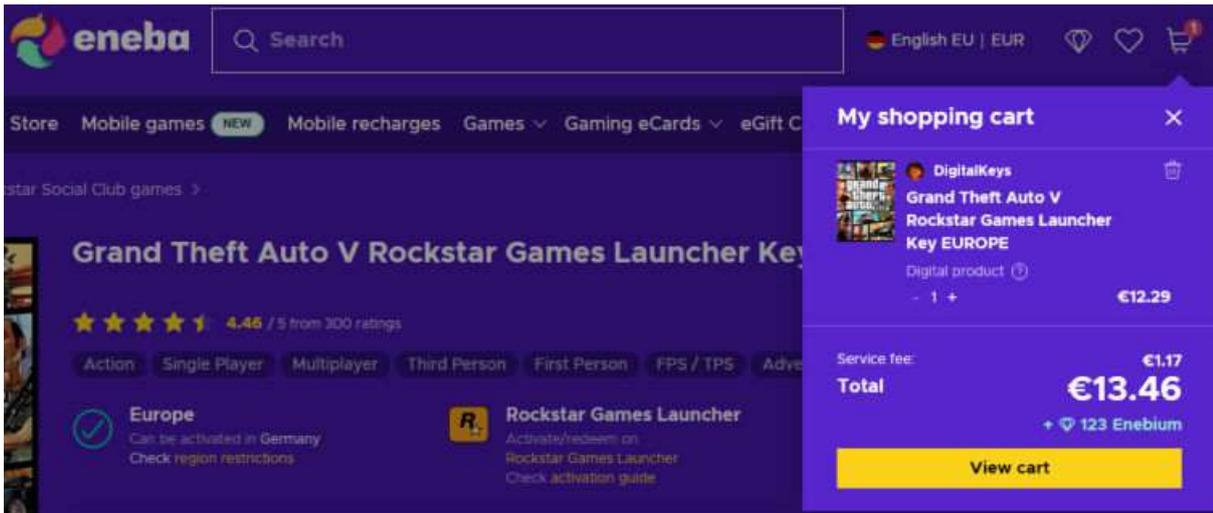


Abb. 470: eneba 17 - GTA 5

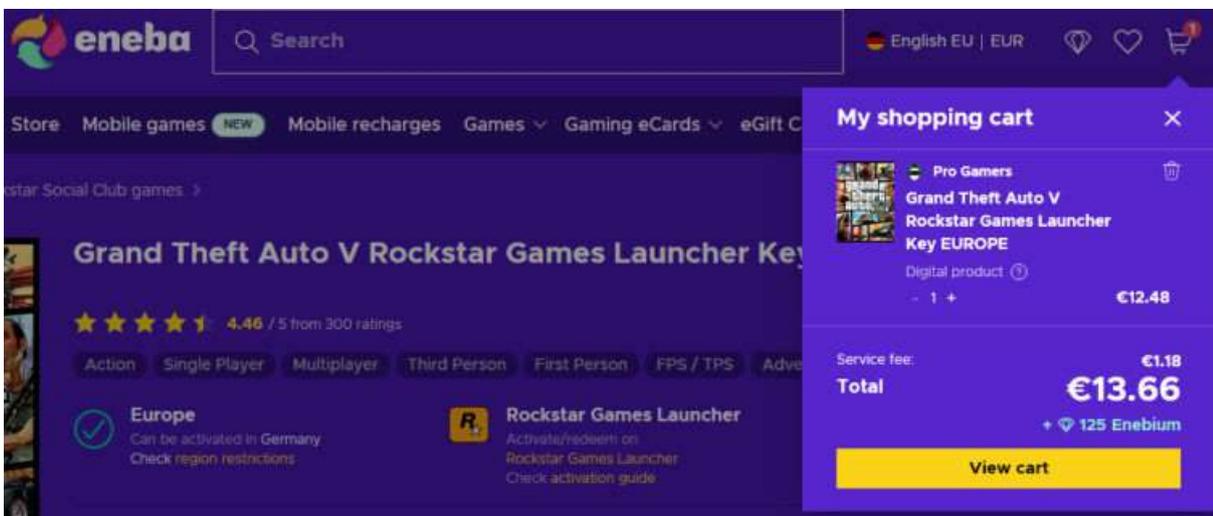


Abb. 471: eneba 18 - GTA 5

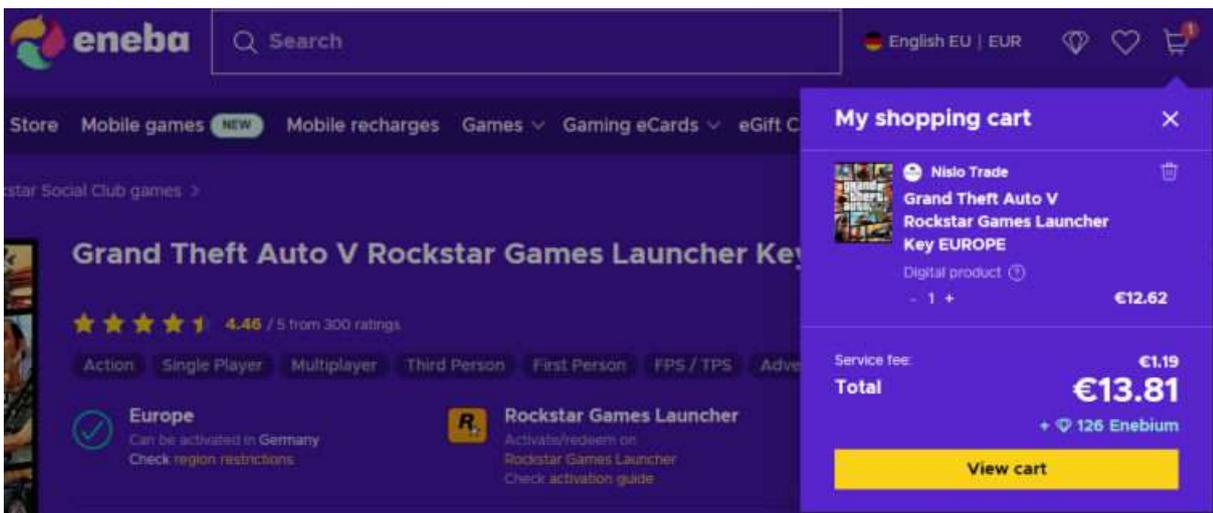
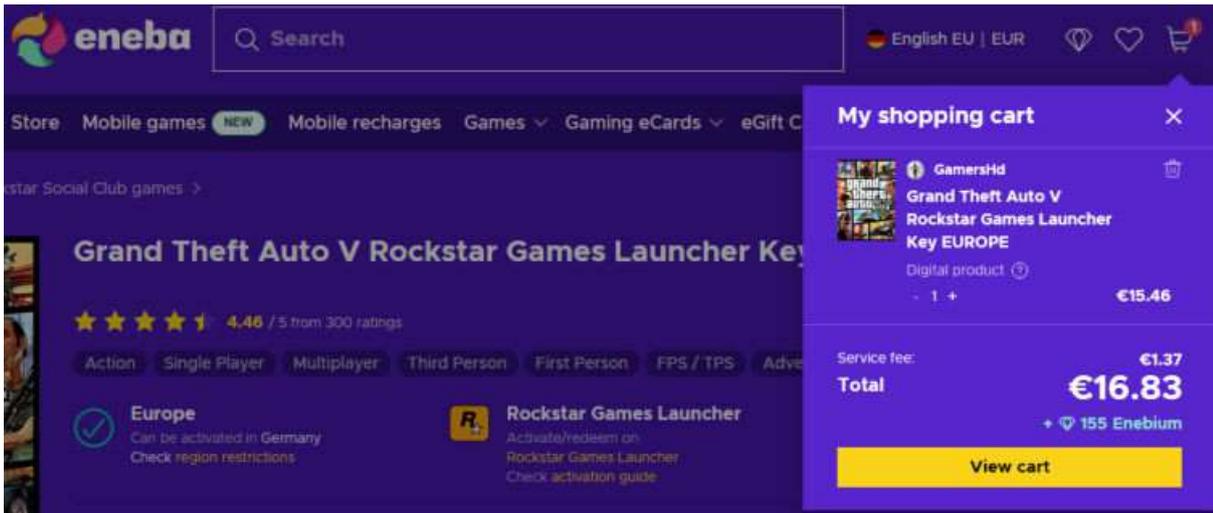


Abb. 472: eneba 19 - GTA 5



Quelle Abb. 466-472: https://www.eneba.com/rockstar-social-club-grand-theft-auto-v-rockstar-games-launcher-key-europe?itm_campaign=Recombe%20Product%20Page&itm_content=gamers%20also%20viewed%20section&itm_medium=product%20card&itm_term=3, 12.09.2023

Abb. 473: gamivo 1-13 - GTA 5

| PROMOTED OFFERS (1) | | | | |
|--|---------------------------------|-------------|---------------------------------|----------------|
| World_Of_Games 98.41% positive feedback 15597 completed orders | REGULAR PRICE: €13.84 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €11.07 | BUY WITH SMART |
| ALL OFFERS (12) | | | | |
| Eugen_games 96.74% positive feedback 1848 completed orders | REGULAR PRICE: €10.26 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.21 | BUY WITH SMART |
| Kinguin 99.31% positive feedback 53289 completed orders | REGULAR PRICE: €10.28 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.22 | BUY WITH SMART |
| eGames Empire 99.79% positive feedback 39122 completed orders | REGULAR PRICE: €10.69 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.55 | BUY WITH SMART |
| GameSaloon 99.40% positive feedback 972172 completed orders | REGULAR PRICE: €10.78 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.62 | BUY WITH SMART |
| Playtime 99.58% positive feedback 583279 completed orders | REGULAR PRICE: €10.97 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.78 | BUY WITH SMART |
| Ascending Gamers 99.45% positive feedback 1832 completed orders | REGULAR PRICE: €11.01 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €8.81 | BUY WITH SMART |
| Gaming Nation 96.14% positive feedback 4080 completed orders | REGULAR PRICE: €11.45 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €9.16 | BUY WITH SMART |
| Zero_Games 99.77% positive feedback 36647 completed orders | REGULAR PRICE: €11.99 | ADD TO CART | SMART PRICE: ⓘ €9.59 | BUY WITH SMART |

| | | | | |
|---|---------------------------------|--------------------|---|-----------------------|
|  MGG Studio 99.68% positive feedback 53277 completed orders | REGULAR PRICE: €12.10 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €9.68 | BUY WITH SMART |
|  World_Of_Games 98.41% positive feedback 15597 completed orders | REGULAR PRICE: €14.98 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €11.98 | BUY WITH SMART |
|  PCGamesMarket 99.57% positive feedback 57439 completed orders | REGULAR PRICE: €14.99 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €11.99 | BUY WITH SMART |
|  GamesDoi 99.79% positive feedback 5633 completed orders | REGULAR PRICE: €14.99 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €11.99 | BUY WITH SMART |

Quelle: https://www.gamivo.com/product/grand-theft-auto-v-gta-5?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 474: gamivo 14-20 - GTA 5

|  PROMOTED OFFERS (1) | | | | |
|--|---------------------------------|--------------------|--|-----------------------|
|  Bitcodes 96.69% positive feedback 265 completed orders | REGULAR PRICE: €14.16 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €11.33 | BUY WITH SMART |
|  ALL OFFERS (6) Sort by: Default ▾ | | | | |
|  eGames Empire 99.79% positive feedback 39122 completed orders | REGULAR PRICE: €10.89 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €8.71 | BUY WITH SMART |
|  Kinguin 99.31% positive feedback 53289 completed orders | REGULAR PRICE: €10.90 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €8.72 | BUY WITH SMART |
|  Bitcodes 96.69% positive feedback 265 completed orders | REGULAR PRICE: €11.18 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €8.94 | BUY WITH SMART |
|  Gaming Nation 96.14% positive feedback 4080 completed orders | REGULAR PRICE: €11.45 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €9.16 | BUY WITH SMART |
|  GameSaloon 99.40% positive feedback 972172 completed orders | REGULAR PRICE: €11.78 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €9.42 | BUY WITH SMART |
|  MGG Studio 99.68% positive feedback 53277 completed orders | REGULAR PRICE: €12.10 | ADD TO CART | SMART PRICE:  €9.68 | BUY WITH SMART |

Quelle: <https://www.gamivo.com/product/grand-theft-auto-v-gta-5-rockstar-eu>, 12.09.2023

Abb. 475: kinguin 1-5 - GTA 5

ANGEBOTE ANDERER VERKÄUFER GERINGSTER PREIS €9.07

| | | | |
|--|---|-------|---------|
| Verkauft von GamingWorld  | 98.89% von 2122318 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €9.07 |
| Verkauft von MiBroGames | 97.73% von 1613 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €9.08 |
| Verkauft von eGames Empire | 85.17% von 186248 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €9.09 |
| Verkauft von PC Game Store  | 99.37% von 228851 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €9.27 |
| Verkauft von Super Games  | 99.25% von 973505 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €9.38 |

Abb. 476: gamivo 6-10 - GTA 5

| | | | |
|---|---|-------|----------|
| Verkauft von Lord of Keys  | 98.53% von 79425 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €10.85 |
| Verkauft von USA Software & Games  | 92.17% von 138214 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★☆ | 🛒 €11.15 |
| Verkauft von Global Games  | 98.52% von 2591492 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €11.23 |
| Verkauft von KeyStream | 98.45% von 83963 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €11.25 |
| Verkauft von world4games  | 96.49% von 199252 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €12.80 |

Abb. 477: gamivo 11-12

| | | | |
|--|--|-------|----------|
| Verkauft von AllofGame | 97.66% von 43379 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €15.23 |
| Verkauft von A-Z Game Shop  | 99.89% von 436853 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €15.24 |

Quelle Abb. 475-477: https://www.kinguin.net/category/15836/grand-theft-auto-v-rockstar-digital-download-cd-key?currency=EUR&discount=SP00KY13&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 12.09.2023

Abb. 478: K4G 1 - GTA 5

**Buy Grand Theft Auto V Standard Edition
Germany Rockstar CD Key**

LANGUAGES: +5

WILL WORK IN: Germany

DELIVERY:

This product is region locked and can only be activated in Germany.

Grand Theft Auto V is an open-world action-adventure game, offering a sprawling cityscape, complex characters, and a dynamic criminal narrative that captivates players' imaginations

Offer for you

PLATFORM (X): Rockstar

KEY TYPE (X): CD Key

EDITION (X): Standard Edition

REGION (X): Germany

REGULAR PRICE: ~~33.00 EUR~~ **11.04 EUR**

VIP Price: ~~33.00 EUR~~ **9.49 EUR**

Buy with VIP

Gaming Network: 100% 28103

View all 1 offers from 11.04 EUR

Earn 0.55 EUR from referral

Quelle: https://k4g.com/product/grand-theft-auto-v-rockstar-germany-cd-key-standard-edition-cd-key-89DE8C74?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam#offers, 12.09.2023

Abb. 479: K4G 2-3 - GTA 5

Offers Best Price

WestCodes 100% 19864

11.75 EUR **Buy now** 10.11 EUR **Buy with VIP -66%**

Gaming Network 100% 28104

11.76 EUR **Buy now** 10.11 EUR **Buy with VIP -65%**

Quelle: <https://k4g.com/product/grand-theft-auto-v-rockstar-europe-cd-key-standard-edition-cd-key-7113207E#offers>, 12.09.2023

Abb. 480: K4G 4-6 - GTA 5

Offers Best Price

FastCodes 100% 129870

10.86 EUR **Buy now** 9.34 EUR **Buy with VIP -68%**

Gaming Network 100% 28104

10.87 EUR **Buy now** 9.35 EUR **Buy with VIP -68%**



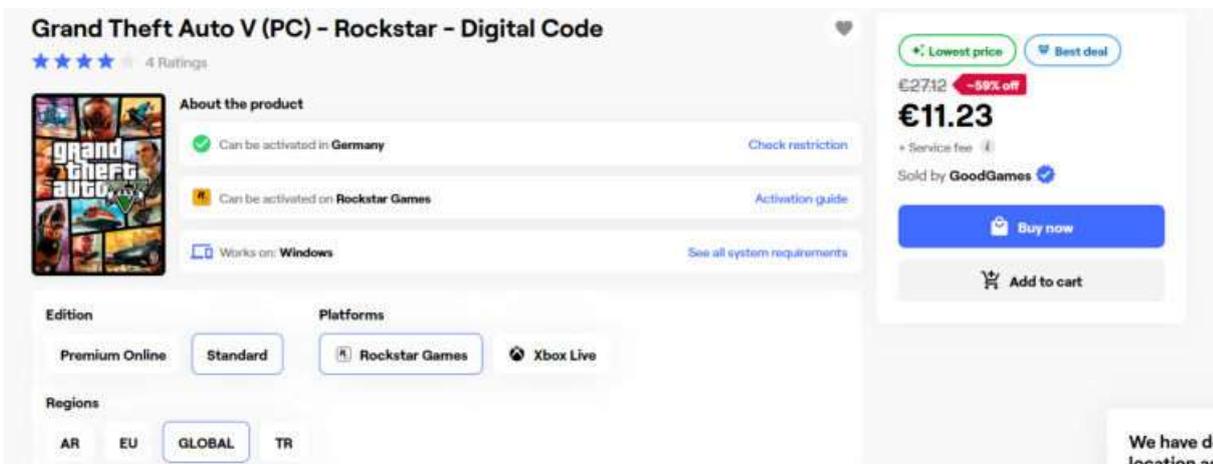
Quelle: <https://k4g.com/product/grand-theft-auto-v-rockstar-global-cd-key-standard-edition-cd-key-898542F3>, 12.09.2023

Abb. 481: royalcdkeys - GTA 5



Quelle: https://royalcdkeys.com/products/grand-theft-auto-v-gta-5-rockstar-cd-key?variant=40344478810249&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 482: driffle - GTA 5



Quelle: https://driffle.com/en/grand-theft-auto-v-rockstar-digital-download-cd-key-p510811?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 483: gamers-outlet - GTA 5



Quelle: https://www.gamers-outlet.net/en/buy-grand-theft-auto-v-tier-2-steam-cd-key.html?currency=EUR&tracking=allkeyshop&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 484: punkt1d - GTA 5



Quelle: https://punkt1d.com/grand-theft-auto-v-gta-5?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 485: G2A 1-21 - GTA 5

| | | | |
|---|---|---------|---|
|  Dviana_aloo 100% Positive Feedback 15 2196 | € 13.60 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 15.11 |  |
|  Gaming4you 100% Positive Feedback 11 4238 | € 11.75 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.06 |  |
|  Bestgames1 100% Positive Feedback 11 64 | € 11.76 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.07 |  |
|  Gernachweise 100% Positive Feedback 11 6817 | € 11.83 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.14 |  |
|  Superblaze 100% Positive Feedback 11 6819 | € 11.88 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.20 |  |
|  Lanza 99% Positive Feedback 11 68 | € 11.94 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.26 |  |
|  Gamesstation 100% Positive Feedback 11 68 | € 12.00 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.33 |  |
|  Vikingbrothers 99% Positive Feedback 11 6848 | € 12.01 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.35 |  |
|  World_of_games 99% Positive Feedback 11 2838 | € 12.02 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.36 |  |
|  Kinguin 99% Positive Feedback 11 1691 | € 12.32 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 13.69 |  |
|  Codefile 100% Positive Feedback 11 6948 | € 13.20 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 14.67 |  |
|  Instant_games 99% Positive Feedback 11 2879 | € 13.21 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 14.68 |  |
|  Time4gl.com 99% Positive Feedback 11 1581 | € 13.37 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 14.86 |  |
|  Specialized 99% Positive Feedback 11 2658 | € 14.39 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 15.99 |  |
|  Royale 99% Positive Feedback 11 128 | € 14.52 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 16.13 |  |
|  Gameshd 100% Positive Feedback 11 81 | € 14.63 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 16.26 |  |
|  Gamesplace 100% Positive Feedback 11 107 | € 14.84 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 16.49 |  |
|  Games_players 99% Positive Feedback 11 1731 | € 15.61 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 17.35 |  |
|  ZenJoys_network 100% Positive Feedback 11 610 | € 16.21 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 18.01 |  |
|  Elitto_gaming 77% Positive Feedback 11 81 | € 16.47 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 18.30 |  |
|  Flacoigames 99% Positive Feedback 11 1481 | € 17.99 <small>20% WITH G2G PLUS</small> | € 19.99 |  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/grand-theft-auto-v-rockstar-key-global-i1000000788017>, 12.09.2023

Abb. 486: G2A 22-25 - GTA 5

| | | |
|---|--|---|
|  Egames_empire AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positives Feedback 5423 | € 13.47 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 14.96  |
|  Absolute_games 90% Positives Feedback 77 | € 13.56 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 15.07  |
|  Tradegameskey 100% Positives Feedback 858 | € 13.68 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 15.20  |
|  Gamers_players AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER 98% Positives Feedback 1722 | € 17.22 <small>SAVE WITH G2A PLUS</small> | € 19.13  |

Quelle: <https://www.g2a.com/de/grand-theft-auto-v-pc-rockstar-key-europe-i10000000788079>, 12.09.2023

Abb. 487: cjs-cdkeys - GTA 5

Startseite / Retail Keys / Grand Theft Auto V Key (Digitales Herunterladen)



Grand Theft Auto V Key (Digitales Herunterladen)
★★★★☆ (113 product reviews)

Dein Preis: **€12.95**
(You save €21.04)
✔ NO Hidden Fees!
✔ Paypal Accepted!

SKU: Grand_Theft_Auto_V_standard_13apr
Plattform: Retail CD Keys
Lieferzeit:

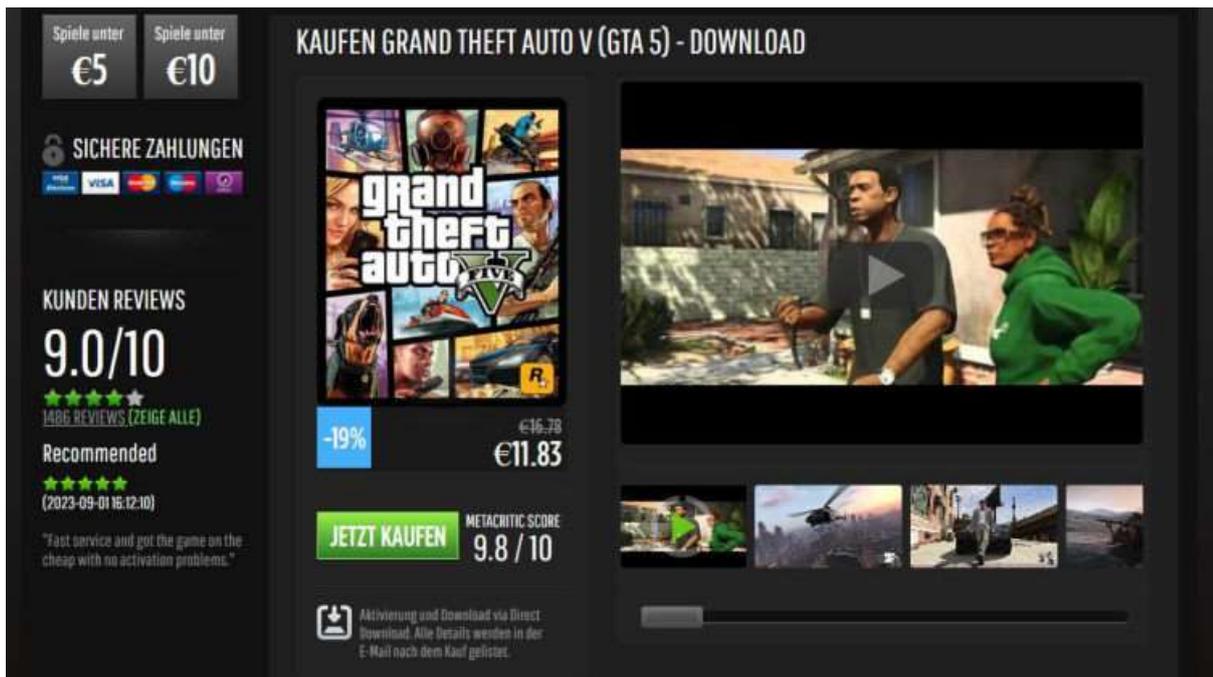
Edition: Standard Edition

Menge: **Kaufen** 

See our 105,012 reviews on  Trustpilot

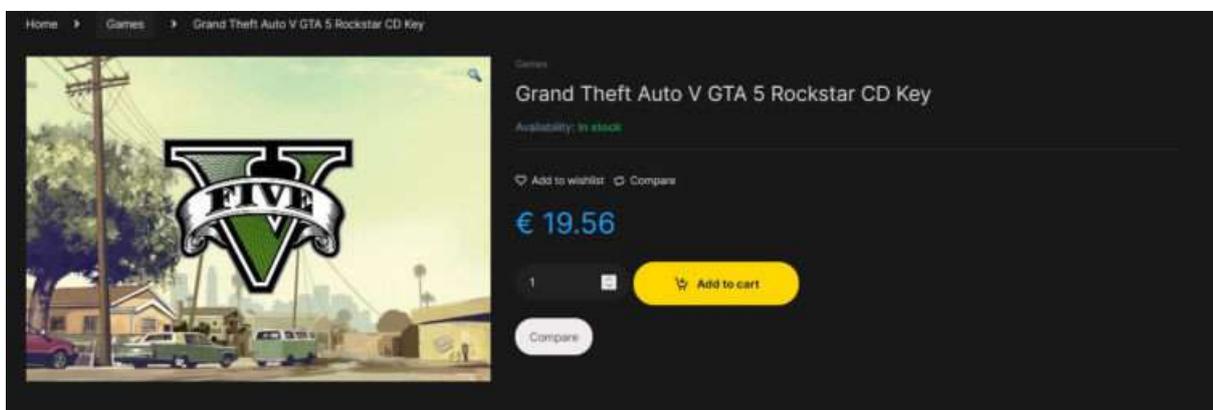
Quelle: [https://www.cjs-cdkeys.com/products/Grand-Theft-Auto-V-CD-Key-\(Digital-Download\).html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyfors team](https://www.cjs-cdkeys.com/products/Grand-Theft-Auto-V-CD-Key-(Digital-Download).html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyfors team), 12.09.2023

Abb. 488: gamingdragons - GTA 5



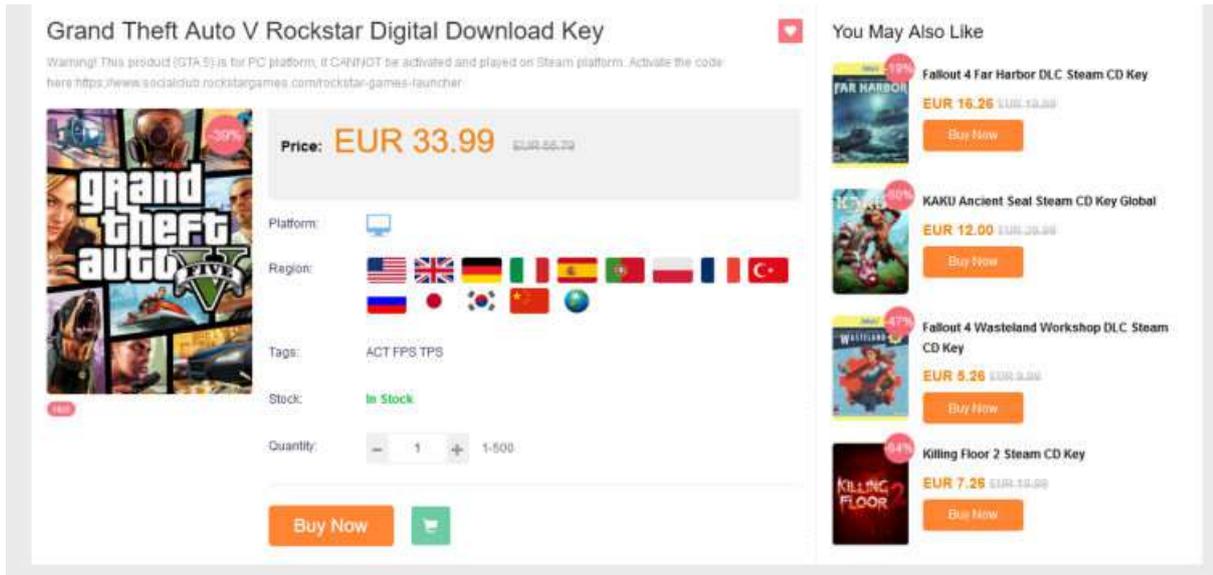
Quelle: https://www.gamingdragons.com/en/game/buy-gta-5-grand-theft-auto-v-standard.html?gmdr=0973674c&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 489: bitcodes - GTA 5



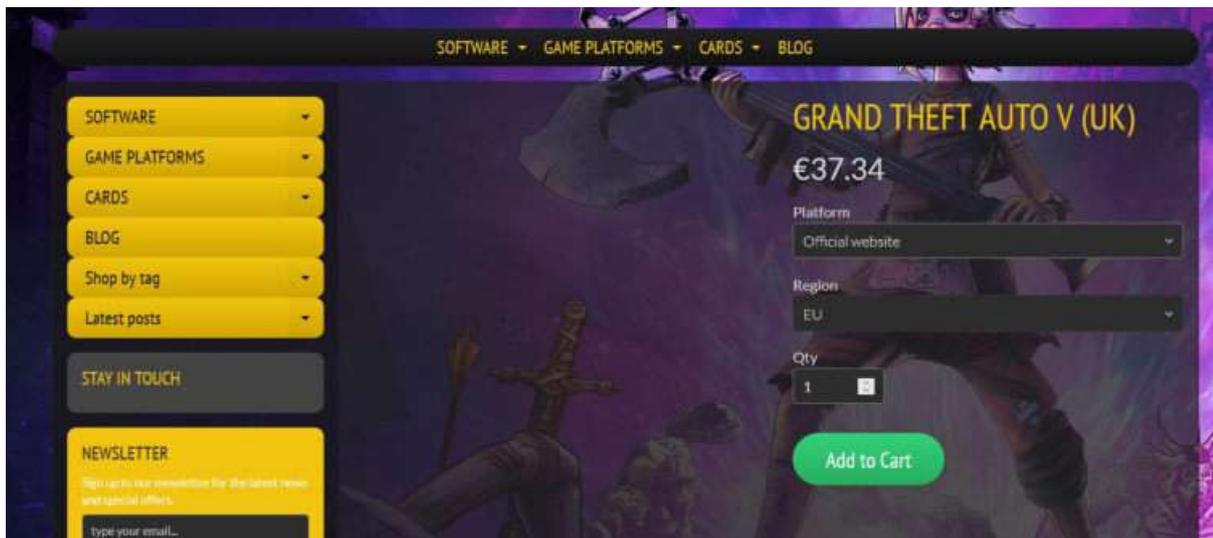
Quelle: https://bitcodes.co/product/grand-theft-auto-v-gta-5-rockstar-cd-key/?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 490: scdkeys - GTA 5



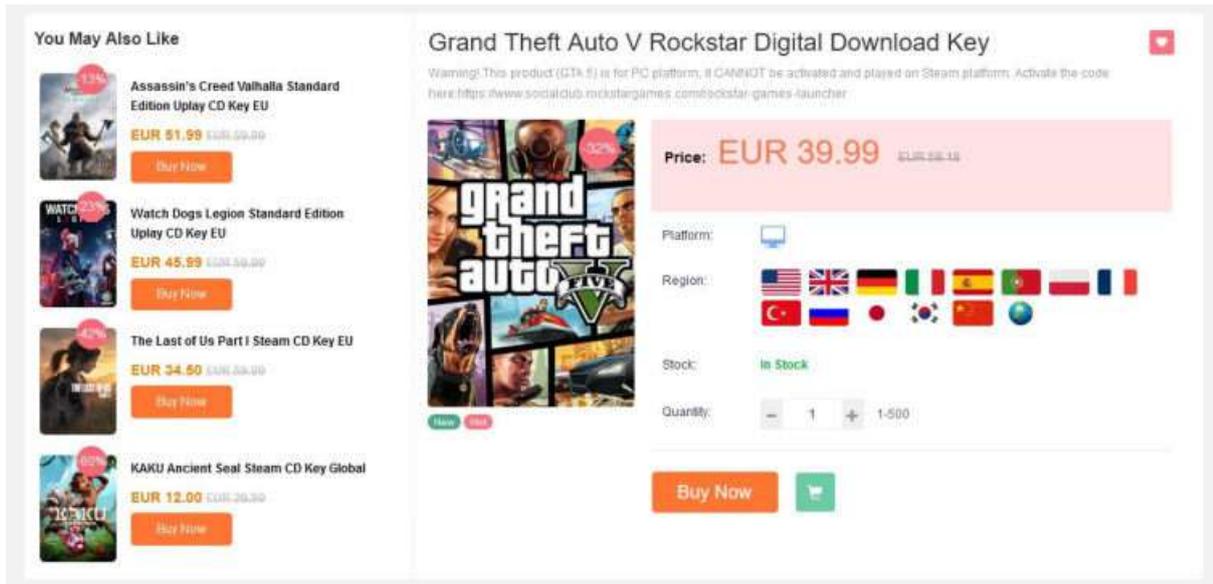
Quelle: https://www.scdkey.com/grand-theft-auto-v-rockstar-digital-download-key_729-20.html?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam¤cy=EUR, 12.09.2023

Abb. 491: keyesd - GTA 5



Quelle: https://keyesd.com/products/grand-theft-auto-v-uk?utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 492: cdkeysales - GTA 5



Quelle: https://www.cdkeysales.com/grand-theft-auto-v-rockstar-digital-download-key.html?currency=EUR&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 493: gamersplanet - GTA 5



Quelle: <https://de.gamesplanet.com/game/gta-v-criminal-enterprise-starter-pack-rockstar-key--2625-9?ref=keysforgames>, 12.09.2023

Abb. 494: wyrel 1-3 - GTA 5

The image displays three screenshots of product listings for Grand Theft Auto V (PC) - Rockstar Key - Global on the Wyrel marketplace. Each listing includes the seller's name, a success rate, a product image, and detailed specifications.

- Listing 1 (Givekeys):** Seller: Givekeys (Rank: Novice), Success Rate: 100%. Product: GRAND THEFT AUTO V (PC) - ROCKSTAR KEY - GLOBAL. Offer ID: 12588548. Edition: Standard Edition. Region: Global. Platform: Rockstar. Price: 1 = €12.79. Total: € 12.79. Stock: 1.
- Listing 2 (365keys):** Seller: 365keys (Rank: Legendary), Success Rate: 80.51%. Product: GRAND THEFT AUTO V GTA 5. Offer ID: 2427183. Edition: Standard Edition. Region: Global. Platform: Rockstar. Price: 1 = €12.80. Total: € 12.80. Stock: 41.
- Listing 3 (Global-Codes):** Seller: Global-Codes (Rank: Guru), Success Rate: 95.43%. Product: GRAND THEFT AUTO V (PC) - ROCKSTAR KEY - GLOBAL. Offer ID: 2458894. Edition: Standard Edition. Region: Global. Platform: Rockstar. Price: 1 = €16.72. Total: € 16.72. Stock: 1778.

Each listing also features a 'TRUSTED' badge, an 'OPEN CHAT' button, a quantity selector (set to 1), and 'ADD TO CART' and 'BUY NOW' buttons. A note at the bottom of each listing states: 'Your goods will be available for download at the end of the purchase. Stay on the Order page, the icon for downloading your product will become available within 3-5 minutes.'

Quelle: https://wyrel.com/en/buy-cheap-grand-theft-auto-v-pc-615?referral=simplekey&marketplace_id=11&edition_id=780®ion_product_id=1, 12.09.2023

12. Black Desert Online Traveler Edition

Abb. 495: kinguin 1-5 - Black Desert Online Traveler Edition

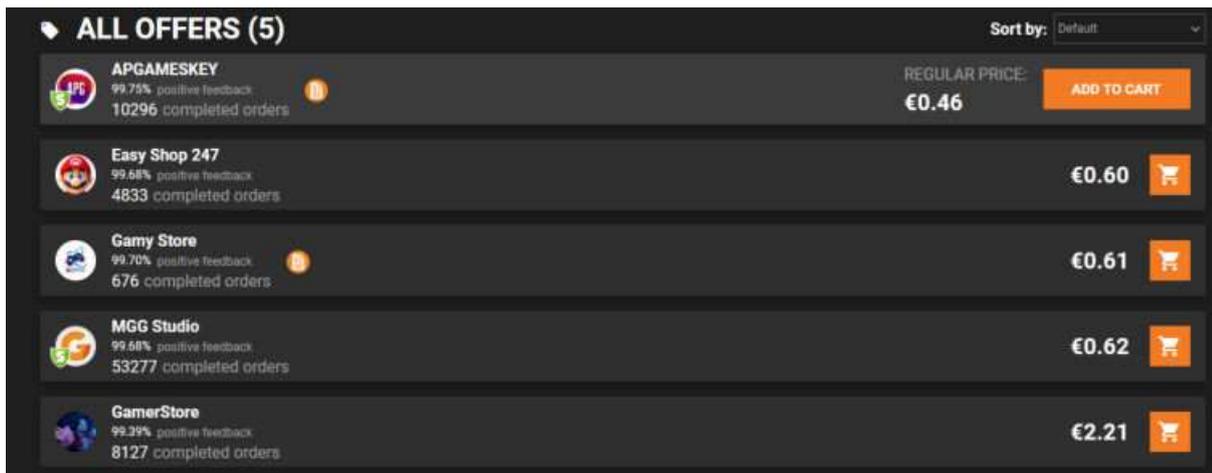
| | | |
|---|-------|---------|
| Verkauft von Peenwing 99.85% von 578 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €0.33 |
| Verkauft von StarStore 99.70% von 111592 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €0.35 |
| Verkauft von Mr Cliff 97.38% von 37563 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €0.65 |
| Verkauft von FrostLords 95.74% von 695 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €1.10 |
| Verkauft von BlazeHaze 99.36% von 8704 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.10 |

Abb. 496: kinguin 6-9 - Black Desert Online Traveler Edition

| | | |
|---|-------|---------|
| Verkauft von Games & Chill 99.82% von 155273 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.43 |
| Verkauft von Easy Shop 24/7 100% von 5191 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €2.99 |
| Verkauft von rtnshp 91.69% von 2443 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €3.46 |
| Verkauft von Rinu13 95.16% von 101221 Bewertungen sind ausgezeichnet | ★★★★★ | 🛒 €4.74 |

Quelle Abb. 495-496: https://www.kinguin.net/category/116159/black-desert-online-traveler-edition-eu-na-digital-dowload-cd-key?currency=EUR&discount=SP00KY13&nosalesbooster=1&r=3445&utm_campaign=keyforsteam&utm_medium=referral&utm_source=www.keyforsteam.de, 12.09.2023

Abb. 497: gamivo 1-5 - Black Desert Online Traveler Edition



Quelle: https://www.gamivo.com/product/black-desert-online-traveler-edition?glv=kiwhuamu&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 498: K4G - Black Desert Online Traveler Edition



Quelle: https://k4g.com/product/black-desert-online-black-desert-online-global-cd-key-traveler-edition-cd-key-C079290E?r=aks&utm_source=www.keyforsteam.de&utm_medium=referral&utm_campaign=keyforsteam, 12.09.2023

Abb. 499: G2A 1-2 - Black Desert Online Traveler Edition

The screenshot shows a list of offers for 'Black Desert Online Traveler Edition' on the G2A platform. The title is 'Angebote von 2 gewerbliche Verkäufer' (Offers from 2 commercial sellers). Below the title, it says 'Sofortige Lieferangebote' (Instant delivery offers). There are two sorting options: 'Sortieren nach: Bestpreis' (Sort by: Best price) and 'Beste Bewertung' (Best rating). The first offer is from 'Strawberrygames', which has a 100% positive feedback rating and 14 reviews. The price is €4.06, with a 'SAVE WITH G2A PLUS' label, and the original price is €4.51. The second offer is from 'Licensegg', an 'AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER' (Outstanding seller) with a 99% positive feedback rating and 1994 reviews. The price is €4.62, with a 'SAVE WITH G2A PLUS' label, and the original price is €5.14. Both offers include a blue shopping cart icon.

Quelle: <https://www.g2a.com/de/black-desert-online-traveler-edition-pc-official-website-key-europe-north-america-i10000068272037?suid=e76ead43-b06b-4303-948e-4de89477233c>, 12.09.2023

Abb. 500: G2A 3-4 - Black Desert Online Traveler Edition

The screenshot shows a list of offers for 'Black Desert Online Traveler Edition' on the G2A platform. The title is 'Angebote von 2 gewerbliche Verkäufer' (Offers from 2 commercial sellers). Below the title, it says 'Sofortige Lieferangebote' (Instant delivery offers). There are two sorting options: 'Sortieren nach: Bestpreis' (Sort by: Best price) and 'Beste Bewertung' (Best rating). The first offer is from 'Angrygamer_', which has a 100% positive feedback rating and 3 reviews. The price is €4.03, with a 'SAVE WITH G2A PLUS' label, and the original price is €4.47. The second offer is from 'Licensegg', an 'AUSGEZEICHNETER VERKÄUFER' (Outstanding seller) with a 99% positive feedback rating and 1994 reviews. The price is €4.58, with a 'SAVE WITH G2A PLUS' label, and the original price is €5.09. Both offers include a blue shopping cart icon.

Quelle: <https://www.g2a.com/de/black-desert-online-traveler-edition-pc-official-website-key-europe-i10000068272029?suid=fa081484-d35e-43a5-9b5a-2b9537d44ea6>, 12.09.2023