



Online-Glücksspiel in Deutschland

Dr. Tobias Hayer
Universität Bremen
Institut für Public Health & Pflegeforschung
Abteilung für Gesundheit und Gesellschaft
Leitung der Arbeitseinheit Glückspielforschung



Kontext

Deklaration konkurrierender Interessen

TH hat in den letzten drei Jahren in hauptverantwortlicher Position finanzielle Zuwendungen in Form von Drittmitteln von dem Bundesministerium für Gesundheit, dem Niedersächsischen Ministerium für Inneres und Sport, dem Senat für Gesundheit, Frauen und Verbraucherschutz der Freien Hansestadt Bremen sowie der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder erhalten.

Förderung der vorgestellten Studie

Das diesem Vortrag zugrunde liegende Forschungsprojekt wurde gefördert von der Behörde für Arbeit, Gesundheit, Soziales, Familie und Integration (**Hamburg**) zusammen mit dem Ministerium für Justiz und Gesundheit (**Schleswig-Holstein**) und der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit und Pflege (**Berlin**). Dabei fand der gesamte Forschungsprozess von der Entwicklung der Fragestellungen bis zur Verschriftlichung der Ergebnisse ohne die Einflussnahme der Mittelgeber statt.

Zur Vertiefung

Hayer, T., Buth, S. & Brosowski, T. (2025, in Druck).

Online-Glücksspielverhalten vor Einführung des Glücksspielstaatsvertrages 2021: Analysen von Paneldaten im Querschnitt. Sucht.



Online-Glücksspiel: Basics aus der Forschung (I)

Insgesamt gilt das Online-Glücksspiel als der am schnellsten wachsende Sektor des globalen Glücksspielmarktes (Wardle et al., 2024)

Epidemiologischen Befunden zufolge haben 10,7% der Bevölkerung in **Deutschland** ausschließlich online und weitere 7,8% sowohl online als auch terrestrisch gespielt (12-Monats-Teilnahmeprävalenz; Buth et al., 2024)

Soziodemografisches Profil von Online-Glücksspielenden:
männlich, Migrationshintergrund, jüngeres bis mittleres Lebensalter, vollzeitbeschäftigt, eher höherer Bildungsgrad, eher überdurchschnittliches Einkommen und alleinstehend bzw. -lebend (Russell et al., 2023)



Online-Glücksspiel: Basics aus der Forschung (II)

Es besteht ein assoziativer Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Online-Glücksspielen und dem Vorliegen glücksspielbezogener Probleme (Allami et al., 2021)

Allerdings zeigt gerade nicht die Subgruppe der nur online Spielenden, sondern vielmehr der Personenkreis mit Nutzung beider Zugangswege (online und terrestrisch; sog. „**Dual Users**“) die höchste Anfälligkeit für ein problematisches Glücksspielverhalten (Leslie & McGrath, 2023)

Zudem benennen inzwischen mehr als 40% aller ambulant hilfesuchenden Glücksspielenden Online-Glücksspiele als problemverursachende Spielform (Klientendokumentation NDS; Brosowski & Hayer, 2024)

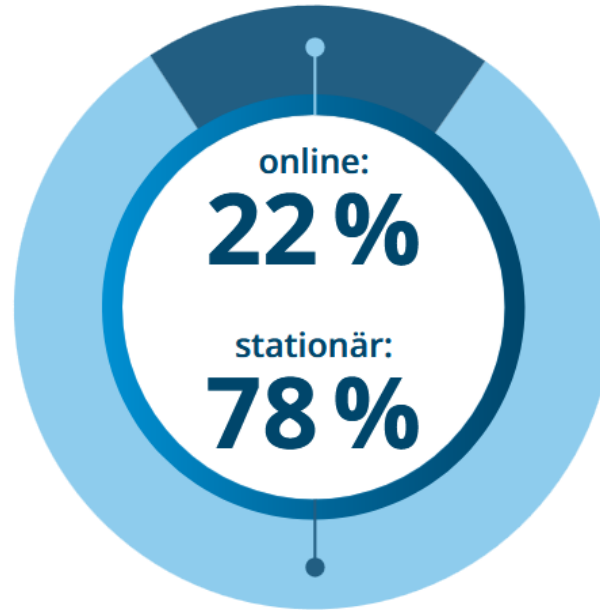


Legaler Glücksspielmarkt 2023 – Vertriebswege (D)

Tätigkeitsbericht der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder (2023; S. 64; BSE)

https://www.gluecksspiel-behoerde.de/images/pdf/jahresberichte/20240828_Finale_Webversion_GGL-Taetigkeitsbericht-2023-WEB.pdf

Abbildung 6: Der erlaubte deutsche Glücksspielmarkt 2023, unterteilt nach Vertriebsweg





Forschungsprojekt – Rahmen

Forschungsdefizit: Nahezu keine differenzierten Befunde zum Online-Glücksspielverhalten in der bundesdeutschen Bevölkerung

Bestandteil eines größer angelegten Forschungsprojektes, das typische Muster von (Online-)Glücksspielaktivitäten vor und nach Einführung des GlüStV 2021 im Längsschnitt betrachtet (Maßnahmenevaluierung steht nicht im Fokus)

Nachfolgend: Bezugnahme ausschließlich auf Angaben zum ersten Messzeitpunkt (→ **Baseline-Erhebung im Querschnitt**)



Forschungsprojekt – Leitfragen

Bezogen auf das Glücksspielverhalten im Allgemeinen: Welche Merkmale sind typisch für die Gruppe der Online-Glücksspielenden?

Bezogen auf das Online-Glücksspielverhalten im Speziellen: Welche Muster des Spielverhaltens kennzeichnen die Gruppe der Online-Glücksspielenden am besten?

Wie hoch fällt das Ausmaß glücksspielbezogener Probleme aus?

Welche Variablen sagen das Vorliegen einer Glücksspielproblematik in dieser Stichprobe voraus?



Forschungsprojekt – Methodische Eckpfeiler

**Selbstberichtsdaten von Mitgliedern eines Online-Access-Panels
(Payback-Panel)**

**Kein Repräsentativitätsanspruch; Auswahl der Teilnehmenden nach einem
vorab definierten Quotenplan (hier nach Bundesländern)**

**Zur Studie eingeladen wurden daher zunächst ohne weitere
soziodemografische Einschränkungen alle Payback-Panel-Mitglieder aus
Berlin, Hamburg und Schleswig-Holstein sowie nachfolgend Personen aus
Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz;
abschließend zur Auffüllung der Stichprobe Personen aus anderen
Bundesländern**



Exkurs – Payback Panel

- über 160.000 aktive Panelist*innen in Deutschland
- über 500 Targeting-Variablen (z. B. Soziodemografie, Nutzung von Medien usw.)
 - dadurch Befragung spezieller Zielgruppen möglich
 - Option zur Steuerung des Rücklaufs im Verlauf, etwa Over-Sampling von Personen aus bestimmten Bundesländern
- werden zur Teilnahme incentiviert
 - Payback-Punkte bzw. Einkaufsgutscheine

Stand: Herbst 2023



Exkurs: Zu Chancen und Grenzen von Paneldaten



INTERNATIONAL GAMBLING STUDIES
2021, VOL. 21, NO. 3, 516–536
<https://doi.org/10.1080/14459795.2021.1884735>



INTERNATIONAL GAMBLING STUDIES
2022, VOL. 22, NO. 1, 102–113
<https://doi.org/10.1080/14459795.2021.1973535>



Paid online convenience samples in gambling studies: questionable data quality

Dylan Pickering and Alex Blaszczynski

School of Psychology, Faculty of Science, The University of Sydney, Camperdown, Australia

ABSTRACT

The use of non-probability Internet panels and crowdsource websites is increasing in gambling research. These paid online sampling methods offer a convenient and inexpensive recruitment strategy. The quality of data may be questionable due to careless responding and identity misrepresentation which can bias study results. It is necessary to investigate data quality given the important implications of gambling research in guiding policy decisions, public health initiatives, and treatments. In this review article, we 1) critically analyze the advantages and limitations of paid online recruitment methods, including associated threats to data quality in the gambling literature; 2) present findings from a rapid review of gambling studies using online panel and crowdsource data; and 3) outline recommendations for maximizing data quality and trustworthiness of findings. Substantially over-inflated problem gambling rates were found in the 63 gambling studies we reviewed; less than one-quarter had incorporated data quality checks and reported participation rates. Future studies should incorporate pre-registration of methodology and analysis plans, robust participant screening procedures, mid-survey attention and response consistency items, and an analysis of response quality post data collection. Applying these recommendations to nonrepresentative online panel and crowdsource-based studies may enhance the replicability of findings in additional studies using representative samples

ARTICLE HISTORY

Received 23 July 2020
Accepted 27 January 2021

KEYWORDS

Problem gambling;
crowdsourcing; online panel;
data integrity; Amazon
MTurk; qualtrics

Are any samples representative or unbiased? reply to Pickering and Blaszczynski

Alex M. T. Russell ^a, Matthew Browne ^b, Nerilee Hing ^b, Matthew Rockloff ^b and Philip Newall ^a

^aExperimental Gambling Research Laboratory, CQUniversity, School of Health, Medical and Applied Sciences, Sydney, Australia; ^bExperimental Gambling Research Laboratory, CQUniversity, School of Health, Medical and Applied Sciences, Bundaberg, Australia

ABSTRACT

Pickering and Blaszczynski's paper (2021) claims that the problem gambling rate is inflated in paid online convenience and crowd-sourced samples. However, there is a methodological flaw in their findings: they combined problem gambling rates from samples that are specific by design (e.g. at-least monthly sports bettors), and compared them to a problem gambling prevalence estimate from the general population. Pickering and Blaszczynski conflate three constructs: representativeness, bias and data quality. Data quality can be optimized through protections and checks, but these do not necessarily make samples more representative, or less biased. Many of the biases present in paid online convenience samples (e.g. self-selection biases) also apply to the gold standard of random digit dial telephone surveys, which is manifestly evident in very low response rates. These biases are also present in industry-recruited and venue-recruited samples, as well as samples of university students and treatment-seeking clients. Paid online convenience samples also have clear benefits. For example, it is possible to obtain large samples of very specific subgroups. Online surveys may reduce bias associated with self-reporting potentially stigmatizing conditions, like problem gambling. It is important not to discount research simply because it uses a paid online convenience or crowdsourced sample.

ARTICLE HISTORY

Received 1 April 2021
Accepted 22 August 2021

KEYWORDS

Gambling research; online samples; paid samples; convenience samples; recruitment



Forschungsprojekt – Stichprobe

Umsetzung der Online-Befragung mittels LimeSurvey

Datenerhebung zu T1: **22.06.2021 bis 21.07.2021**

Einschlusskriterium: Teilnahme an irgendeinem Glücksspiel um Geld in den zurückliegenden 12 Monaten

N = 5.038 Personen („Haben Sie in den letzten 12 Monaten an irgendeinem Glücksspiel teilgenommen?“)

Mittlere Dauer für das Ausfüllen des Fragebogens (unbereinigte Daten): 36 Minuten

Nach mehrstufigen Konsistenzprüfungen:
Finale Stichprobe → N = 4.795 Personen

Analyseeinheit: N = 2.704 Personen mit Online-Glücksspielerfahrung (ausschließlich im Internet: n = 2.157; sowohl online als auch terrestrisch: n = 547)



Exkurs: Datenmanagement

Beschreibung des Ausschlusskriteriums bzw. der Datenveränderung	N
Rohdatensatz (Einschlusskriterium: Bejahung von Filteritem zur letztjährigen Teilnahme an irgendeinem Glücksspiel [global abgefragt])	5.038
Kein Enddatum der Online-Befragung	5.038 – 27
Auffallend kurze Bearbeitungsdauer (< 2 Sekunden/bearbeitetes Item)	5.011 – 33
Auffallend viele fehlende Antworten (>= 50% der numerischen Items)	4.978 – 25
Auffallend widersprüchliche oder monotone Antworten bei psychometrischen Skalen	4.953 – 18
Widersprüche zwischen Selbstangabe und Panelsteuerung bei Geschlecht und Alter (> 2 Jahre Differenz)	4.935 – 65
Fehlende Angaben aus Panelsteuerung zu Alter und Geschlecht	4.870 – 1
Vorläufig bereinigter Rohdatensatz	4.869
Konsistenzprüfung der regelmäßigen Teilnahme an 22 Glücksspielformen: Angaben zu Lebenszeitleistungen wurden korrigiert mit Hilfe der Angaben zu den letzten 12 Monaten an jeder der 22 Glücksspielformen	4.869
Überprüfung bzw. Korrektur der realistischen Wertebereiche (z.B. negative Spieldauer oder offene Prozentangaben von über 100%)	4.869
Ausschluss von Fällen ohne Letztjahresteilnahme an irgendeiner der 22 Glücksspielformen (offline oder online)	4.869 – 34
Ausschluss von Fällen mit widersprüchlichen Angaben zwischen globalem Filteritem zur Glücksspielteilnahme (nur offline; nur online; beide Formen) und späteren Angaben zum Glücksspielverhalten im Detail	4.835 – 40
Endgültig bereinigter Datensatz für weitere Datenanalysen Alle Fälle mit letztjähriger Teilnahme an irgendeinem Glücksspiel (spielformspezifisch abgefragt)	4.795



Forschungsprojekt – Messinstrument (I)

Folgende *terrestrische Glücksspielformen* wurden im Detail abgefragt: Folgende *Formen des Internetglücksspiels* wurden im Detail abgefragt:

1. Zahlenlotto (z.B. Lotto 6aus49, Eurojackpot, Keno)
2. Rubbellose / Sofortlotterien
3. Automatenspiel in Spielhallen
4. Automatenspiel in Gaststätten
5. Automatenspiel in Spielbanken
6. Roulette in Spielbanken
7. Kartenspiele wie Poker oder Black Jack in Spielbanken
8. Sportwetten von Lotto (d.h. Oddset, Toto)
9. Sportwetten in Wettbüros
10. Pferdewetten auf Rennbahnen
11. Privates Glücksspiel im Bekannten- oder Freundeskreis
12. Andere terrestrische Glücksspiele.

1. Zahlenlotto (z.B. Lotto 6aus49, Eurojackpot, Keno)
2. Rubbellose / Sofortlotterien
3. Automatenspiel
4. Roulette
5. Kartenspiele wie Poker oder Black Jack
6. Sportwetten mit festen Quotenvorgaben (außer Live-Wetten)
7. Live-Wetten
8. Wetten auf E-Sports-Ereignisse
9. Pferdewetten
10. Andere Online-Glücksspiele.

Weitere Items zu Geldeinsätzen, Geldgewinnen bzw. -verlusten und zur Spieldauer

z. B. „Bezogen auf die letzten 12 Monate: Wie viel Zeit [in Stunden] haben Sie in einem typischen Monat (abseits der Lockdown-Phasen) mit Glücksspielen in [X] verbracht?“



Forschungsprojekt – Messinstrument (II)

**Personenbezogene Merkmale:
Alter, Geschlecht,
eingeschränkte Mobilität etc.**

**Internet-Glücksspielverhalten
(u.a. Bezahlmittel, Motive,
Zeitpunkt, Werbung)**

**Störung durch Glücksspielen:
DSM-5-Kriterien**

**Negative Konsequenzen durch
Glücksspielverhalten: Short
Gambling Harm Screen (SHGS)**

**Kognitive Verzerrungen:
Gamblers' Beliefs
Questionnaire**

**Psychisches Wohlbefinden:
Mental Health Inventory**

**Allgemeine Glücksspielmotive:
Gambling Motives
Questionnaire (Kurzform)**

...

**Insgesamt 398 Merkmale,
davon dienten 13 nur der
Panelsteuerung**



Ergebnisse – Stichprobe

Geschlecht: männlich	62,7%
Alter	M = 45,5 Jahre
Migrationshintergrund	14,0%
Schulabschluss	Realschulabschluss: 33,3% Abitur / Fachhochschulreife: 23,6% Universitätsabschluss: 19,5%
Nettohaushaltseinkommen	M = 3.305,40 EUR
Teilnahme am terrestrischen Glücksspiel (letzten 12 Monate)	(1) Zahlenlotto: 18,7% (2) Rubbellose/Sofortlotterien: 13,9% (3) Sportwetten von Lotto: 7,6%
Teilnahme am Online-Glücksspiel (letzten 12 Monate)	(1) Zahlenlotto: 82,8% (2) Rubbellose/Sofortlotterien: 38,2% (3) Sportwetten (Festquote): 25,7%



Ergebnisse – Glücksspielverhalten (1)

Merkmalsname		% (n/N gültig)
Anzahl der terrestrisch genutzten Glücksspielformen im letzten Jahr	keine	79,8% (2.157/2.704)
	1 Glücksspielform	3,2% (87/2.704)
	2 Glücksspielformen	5,5% (148/2.704)
	≥ 3 Glücksspielformen	11,5% (312/2.704)
Anzahl der online genutzten Glücksspielformen im letzten Jahr	1 Glücksspielform	43,6% (1.179/2.704)
	2 Glücksspielformen	28,8% (779/2.704)
	≥ 3 Glücksspielformen	27,6% (746/2.704)
Anzahl der terrestrisch und online genutzten Glücksspielformen im letzten Jahr	1 Glücksspielform	36,8% (995/2.704)
	2 Glücksspielformen	25,7% (696/2.704)
	≥ 3 Glücksspielformen	37,5% (1.013/2.704)
Bei wie vielen verschiedenen Glücksspiel-Anbietern haben Sie in den letzten 12 Monaten im Internet gespielt?	1	58,3% (1.558/2.672)
	2	28,6% (764/2.672)
	3	9,0% (241/2.672)
	4	2,1% (56/2.672)
	5	0,5% (13/2.672)
	≥ 6	1,5% (40/2.672)



Ergebnisse – Glücksspielverhalten (2)

Merkmale*	M (SD) [N]	Median
Spielformübergreifend (online und terrestrisch)		
Summe der Geldeinsätze in Euro/typischer Monat	130,8 (298,0) [2.606]	45,0
Summe der Gewinne in Euro/typischer Monat	224,4 (952,2), [1.408]	20,0
Summe der Verluste in Euro/typischer Monat	112,5 (280,5) [2.406]	30,0
Summe der aktiven Spieltage/Jahr	86,8 (123,6) [2.704]	48,0
Summe der Spieldauer in Stunden/typischer Monat	8,5 (21,8) [2.417]	2,0
Nur Online-Glücksspiel		
Höchster Einsatz an einem Tag in Euro	59,4 (140,2) [2.551]	20,0
Höchster Gewinn an einem Tag in Euro	200,6 (674,0) [2.656]	23,0
Höchster Verlust an einem Tag in Euro	69,4 (194,2) [2.632]	20,0
Längste Online-Glücksspielteilnahme am Stück (Stunden)	2,41 (5,8) [2.321]	1,0

*Um den Einfluss von Ausreißern zu reduzieren, wurden Werte jenseits des 1. und 99. Perzentils auf diesen Bereich begrenzt



Ergebnisse – Online-Glücksspielverhalten (1)

Merkmale		% (n/N gültig)
Bezahlmittel für Online-Glücksspiele (MF)	Debit- bzw. Bankkarte	35,5% (961/2.704)
	Kreditkarte	32,6% (882/2.704)
	E-Wallet (z. B. PayPal, Skrill, Neteller)	22,6% (612/2.704)
	Prepaid-Karte (z. B. Paysafecard)	4,6% (125/2.704)
	Kryptowährung	0,6% (15/2.704)
	Sonstiges	17,6% (477/2.704)
Endgeräte (MF)	Smartphone	58,0% (1.567/2.704)
	Laptop	36,8% (995/2.704)
	PC	25,4% (686/2.704)
	Tablet	17,7% (479/2.704)
Gewöhnliche Uhrzeit (MF)	zwischen 18:00 Uhr und Mitternacht	65,2% (1.762/2.704)
	zwischen 12:00 Uhr und 18:00 Uhr	35,3% (955/2.704)
	zwischen 06:00 Uhr und 12:00 Uhr	8,1% (220/2.704)
	zwischen Mitternacht und 06:00 Uhr	4,4% (120/2.704)
Alkoholkonsum während des Online-Glücksspiels	nie	69,0% (1.844/2.689)
	selten	18,0% (491/2.689)
	manchmal	9,5% (254/2.689)
	oft	2,7% (72/2.689)
	immer	1,0% (28/2.689)
Rauchen während des Online-Glücksspiels	nie	77,1% (2.071/2.688)
	manchmal	6,1% (165/2.688)
	immer	5,8% (156/2.688)
	oft	5,6% (151/2.688)
	selten	5,4% (145/2.688)

MF = Mehrfachnennungen möglich



Ergebnisse – Online-Glücksspielverhalten (2)

Merkmale		% (n/N gültig)
Haben Sie jemals in ihrem Leben ein Glücksspiel im Internet nur um Punkte gespielt, also nicht um echtes Geld?	nein	60,5% (1.623/2.681)
	ja	39,5% (1.058/2.681)
Haben Sie in Ihrem Leben zuerst um Punkte oder erst um echtes Geld gespielt? (Basis: Personen, die jemals um Punkte spielten)	zuerst um Punkte	79,3% (838/1.057)
	zuerst um echtes Geld	20,7% (219/1.057)
Gründe für Online-Glücksspiel um Punkte	Weil es Spaß macht	61,0% (645/1.058)
	Aus Neugierde	41,0% (433/1.058)
	Als Vorsichtsmaßnahme, um kein Geld zu verlieren	32,0% (336/1.058)
	Zur Übung, für spätere Teilnahmen am echten Glücksspiel	19,0% (204/1.058)
	Weil kein Geld mehr für echtes Glücksspiel zur Verfügung stand	6,8% (72/1.058)
Was hat am meisten dazu beigetragen, dass Sie erstmals auf Glücksspiele im Internet aufmerksam geworden sind?	eigene Recherchen (gezielt oder zufällig)	40,9% (1.103/2.694)
	Werbung im TV	16,4% (442/2.694)
	Freundinnen, Freunde bzw. Bekannte	15,8% (426/2.694)
	Werbung über Social-Media-Kanäle	12,7% (342/2.694)
	Familienmitglieder	8,0% (216/2.694)
	Sonstiges	6,1% (165/2.694)



Ergebnisse – Gründe für Online-Glücksspiel

Merkmal	M (SD)
Leichte Zugänglichkeit	3,71 (1,21)
Möglichkeit, von überall spielen zu können	3,62 (1,27)
Hohe Benutzerfreundlichkeit	3,42 (1,15)
Ständige Verfügbarkeit	3,33 (1,37)
Variable Spielorte (Mobilität)	3,32 (1,31)
Vielfältige Spielangebote	3,07 (1,36)
Sofortige Gewinnauszahlung	3,05 (1,33)
Möglichkeit, alleine zu spielen	3,02 (1,38)
Interessantere Spielangebote	3,00 (1,31)
Schnelle Spielgeschwindigkeit	2,94 (1,31)
Möglichkeit, privat bzw. anonym zu spielen	2,88 (1,37)
Geringen Kosten	2,87 (1,23)
Bonuse und andere „Prämien“	2,71 (1,32)
Hohe Ausschüttungsquoten	2,54 (1,19)
Gute Gewinnchancen	2,47 (1,14)
1 = stimme überhaupt nicht zu; 5 = stimme völlig zu; N ≥ 2.679	



Ergebnisse – Probleme / Negativkonsequenzen

Merkmalsname	Kategorie	% (n/N gültig)
Anzahl DSM-5-Kriterien	0	78,0% (2.108/2.704)
	1-3	15,8% (426/2.704)
	4-5	2,7% (74/2.704)
	6-7	2,5% (68/2.704)
	8-9	1,0% (28/2.704)
Anzahl negativer Konsequenzen (SHGS)	0	72,2% (1.951/2.704)
	1-2	18,1% (490/2.704)
	3-5	6,6% (177/2.704)
	6-10	3,2% (86/2.704)



Ergebnisse – Vorhersagemodell

(1) Der Gesamtdatensatz wurde per Zufallsprinzip in zwei gleich große Teildatensätze ($n = 1.352$) aufgeteilt, von denen einer als Trainingsdatensatz und der andere als Testdatensatz diente. (2) Im Trainingsdatensatz wurden explorative Tests mit der **Anzahl negativer Konsequenzen als abhängige Variable** durchgeführt. (3) Merkmale mit einem statistisch signifikanten Zusammenhang und mit mindestens kleiner Effektstärke wurden in ein generalisiertes lineares Modell aufgenommen, um die Anzahl der negativen Folgen in einem multivariaten Modell vorherzusagen (** $p \leq 0,01$; * $p \leq 0,05$).

Merkmalsname	Regressionsparameter (95%-KI)
Psychische Gesundheit (MHI-5-Summenscore)	-0,001 (-0,001; 0,000)**
Alter	0,000 (-0,001; 0,000) ns
Allgemeine Glücksspielmotive, Copingmotive (Vermeidung negative Gefühle)	0,039 (0,026; 0,052)**
Anzahl an genutzten Anbietern von Online-Glücksspielen	0,008 (0,003; 0,014)**
Gründe für Online-Glücksspiel: Möglichkeit, von überall spielen zu können	0,006 (0,002; 0,009)**
Summe der aktiven Spieltage (online und terrestrisch)	0,001 (0,001; 0,001)*
Rauchen während der Teilnahme an Online-Glücksspielen	0,001 (-0,004; 0,005) ns
Alkoholkonsum während der Teilnahme an Online-Glücksspielen	-0,001 (-0,008; 0,006) ns
Anzahl der genutzten Glücksspielformen (online und terrestrisch)	0,001 (-0,002; 0,003) ns
Bezahlmittel bei Online-Glücksspielen: Kreditkarte	0,007 (-0,003; 0,017) ns
Bezahlmittel bei Online-Glücksspielen: Prepaid-Karte (z. B. Paysafecard)	0,019 (-0,001; 0,039) ns
Teilnahme an Online-Glücksspielen während der Arbeitszeit	0,000 (0,000; 0,000) ns
Allgemeine Glücksspielmotive, Subskala Verbesserungsmotive	0,003 (-0,007; 0,014) ns
Gründe für Online-Glücksspiel um Punkte: Zur Übung, für spätere Teilnahmen am echten Glücksspiel	-0,002 (-0,016; 0,012) ns



Zusammenfassung (1)

Auf globaler Ebene bleibt festzuhalten, dass das Glücksspielverhalten der befragten Personen moderat ausfällt. Ein wesentlicher Grund hierfür dürfte die **Dominanz des Zahlenlottos unter allen Online-Glücksspielformen** mit einer 12-Monats-Teilnahmeprävalenz von über 80% und damit eines Glücksspielangebotes mit geringem Suchtpotenzial sein.

Offensichtlich gibt es in Deutschland inzwischen eine **größere Anzahl an Glücksspielenden mit ausschließlicher Online-Glücksspielerfahrung**. Dies trifft trotz ihres vergleichsweise hohen Durchschnittsalters von 45,5 Jahren auch auf die vorliegende Stichprobe zu.

Ferner verweist das Verhältnis von Mittelwert zu Median bei den Variablen zur Intensität des Glücksspielverhaltens ohne Ausnahme auf rechtsschiefe Verteilungen. **Offenbar existiert ein kleiner Anteil an Personen, deren Glücksspielverhalten sich deutlich oberhalb des Durchschnitts bewegt.**



Zusammenfassung (2)

Aus der Perspektive der Suchtprävention ist der **Einfluss von Werbung** von Interesse. Neben eigenen Recherchen ebnet sowohl Werbung im TV als auch Werbung über Social-Media-Kanäle bei einem bedeutsamen Personenanteil den Erstkontakt zu Glücksspielen im Internet.

Knapp 40% der Befragten haben bereits um Punkte gespielt und damit an einer Form **simulierten Internet-Glücksspiels** teilgenommen haben. Ihren retrospektiven Angaben zufolge wurde mehrheitlich zunächst um Punkte und anschließend um echtes Geld gespielt, was sich als Hinweis für die Gültigkeit der **Türöffner-Hypothese** werten lässt.

Schließlich konnten im Rahmen einer multivariaten Modellbildung 5 Prädiktoren ermittelt werden, die das Vorliegen negativer Glücksspielkonsequenzen vorhersagen. Hierzu zählen sowohl **personen-**
als auch glücksspielbezogene Variablen.



Limitationen

Selbstberichte

→ anfällig für Erinnerungseffekte und andere subjektive Verzerrungseinflüsse

Selbstselektive, nicht-repräsentative Stichprobe

→ ausschließlich Mitglieder eines einzigen Access-Panel-Anbieters

Unkontrollierbare Makrofaktoren

→ v.a. die Corona-Pandemie mit den entsprechenden Restriktionen

Implementation des Staatsvertrages als Prozess

→ Erlaubnisse für Online-Glücksspiele wurden ab Oktober 2020 (beginnend mit Sportwetten) schrittweise erteilt, was eine trennscharfe Einordnung des jeweiligen Legalstatus der nachgefragten Online-Glücksspielangebote nahezu unmöglich macht



Implikationen

Die Nachfrage multipler Glücksspiel-Websites oder das Spielen sowohl online als auch terrestrisch bilden Indikatoren eines problematischen Glücksspielverhaltens. Folglich ist bei der Ausgestaltung von Einzelmaßnahmen des Spielerschutzes immer die Gesamtheit individueller Glücksspielaktivitäten zu beachten. Ansatzpunkte wären unter anderem die Einführung einer **personengebundenen Spielkarte oder der Einsatz plattformübergreifender Früherkennungssysteme im Internet**.

Weiterhin besteht verstärkter Handlungsbedarf bei sogenannten **Punktespielen**, die strukturelle Ähnlichkeiten mit monetären Online-Glücksspielangeboten aufweisen und den Weg in die echte Welt des Glücksspiels ebnen. **Denkbar sind die Offenlegung der Spielmechaniken, die Unterbindung unrealistisch hoher Auszahlungsquoten sowie ein Verbot der direkten Verlinkung von Punktespielseiten auf Seiten, die echtes Glücksspiel anbieten**.

Schließlich wäre es wünschenswert, die dargestellten Erkenntnisse anhand weiterer Stichproben, etwa mit anderen Panelbetreibern oder unter Hinzuziehung von Spielverhaltensdaten, **zu replizieren, zu ergänzen und hypothesengeleitet zu überprüfen** (Fokus: spezifische Risikogruppen wie junge Erwachsene).



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Tobias Hayer
Universität Bremen
Institut für Public Health and Pflegeforschung
Abteilung für Gesundheit und Gesellschaft
Leitung der Arbeitseinheit Glückspielforschung
Grazerstr. 2
28359 Bremen
Tel. +49 (0) 421 218-68708
E-Mail: tobha@uni-bremen.de
Web: <http://www.tobha.de>
