

Social Gambling im Jugendalter: Nutzungsmuster und Risikofaktoren

**Ergebnisse einer Literaturanalyse, zweier Fokusgruppenmodule
sowie einer Schülerbefragung im Quer- und Längsschnitt
in Bremen, Hamburg und Lübeck**

Abschlussbericht

an die Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz, Hamburg

Universität Bremen

Institut für Psychologie und Kognitionsforschung

Dipl.-Psych. Marc von Meduna, Dipl.-Psych. Tim Brosowski,

Dr. Tobias Hayer & Prof. Dr. Gerhard Meyer

in Kooperation mit dem

Institut für Interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung Hamburg

Dr. Jens Kalke, Dr. Philipp Hiller & Dipl. Soz. Moritz Rosenkranz

Juni 2017

Danksagung

Um ein solches mehrjähriges Forschungsprojekt mit Erfolg umsetzen zu können, bedarf es der Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit durch eine Vielzahl beteiligter Personen und Institutionen.

Ohne das große Engagement der Schülerinnen und Schüler, die sich zum großen Teil zu zwei Messzeitpunkten für jeweils eine Schulstunde der gewissenhaften Beantwortung der Fragebögen gewidmet haben, wäre die gesamte Studie gar nicht erst möglich gewesen. Trotz ihrer sonstigen schulischen Verpflichtungen haben sich die Jugendlichen mit Genauigkeit den umfangreichen Fragebögen zugewandt und damit die Basis für neue Erkenntnisse über das Nutzungs- und Gefahrenpotenzial von Glücksspielähnlichen Produkten im Internet generiert. Aus diesem Grund gilt ihnen großer Dank. Dieser gilt ebenso uneingeschränkt der Lehrerschaft und den Schulleitern und Schulleiterinnen an den mitwirkenden Schulen, die den Unterrichtsausfall für die wissenschaftliche Forschung in Kauf genommen und auf andere Weise kompensiert haben.

In Bremen wurde der Zugang zu diversen Schulen durch das Landesinstitut für Schule (LIS) möglich. Hier geht unser Dank insbesondere an Herrn Dr. Oliver Peters sowie an Frau Susanne Poppe-Oehlmann, die sowohl bei der Rekrutierung der Schulen als auch im gesamten weiteren Studienverlauf dem Forschungsteam in Fragen schulischer Kooperationen vertrauenswürdig und eng zur Seite gestanden haben. Für die vorzügliche organisatorische Unterstützung der Erhebungen in Hamburg und Lübeck danken wir Heike Kühl-Frese (Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen – IQSH -Zentrum für Prävention) und Hermann Schlömer (Institut für Interdisziplinäre Suchtforschung – ISD).

Die große Aufgabe der Datenerhebung konnte nur mit Hilfe von Studentinnen und Studenten erfolgen, die sich mit großem Ehrgeiz dieser Tätigkeit verschrieben hatten. Unter nicht immer ganz einfachen Umständen haben sie in den Schulen dafür gesorgt, dass ein fachgerechter und standardisierter Ablauf der Datenerhebung für eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse kontinuierlich gewährleistet wurde. Hierfür gebührt ihnen unser herzlicher Dank. Dieser gilt in gleicher Weise für Victoria Kayrite, die für die Durchführung der Fokusgruppen mit Schülerinnen und Schülern in Bremen hauptverantwortlich war.

Für den wertvollen wissenschaftlichen Austausch danken wir Herrn Prof. Dr. Thorsten Teichert und Herrn Dr. Ingo Fiedler von der Universität Hamburg sowie Frau Dipl.-Kffr. Cordelia Mühlbach, die vornehmlich aus wirtschaftlicher Sicht neue und aufschlussreiche Einblicke in die Thematik verschafft und die Perspektive auf den Forschungsgegenstand erweitert haben. Die kollegialen und freundschaftlichen Treffen haben damit wesentlich zum Gelingen dieses Projektes beigetragen. Für die Unterstützung bei der Planung, Durchführung und Transkription der entsprechenden

Fokusgruppen in Hamburg und Lübeck und der Koordinierung der Datensatzerstellung sind wir Henriette Reichwald zu großem Dank verpflichtet.

Nicht zuletzt bedanken wir uns bei der Behörde für Gesundheit und Verbraucherschutz in Hamburg, die die Forschungsarbeit in Auftrag gegeben und die Projektmittel zur Verfügung gestellt hat. Insbesondere danken wir Herrn Dietrich Hellge-Antoni, der als vertrauensvoller Ansprechpartner in allen Fragen inhaltlicher wie formaler Natur während des gesamten Studienprozesses stets eine große Hilfe war.

Zusammenfassung

Die Zusammenfassung gibt einen Überblick über den Ablauf und die Ergebnisse des Forschungsprojektes „Social Gambling im Jugendalter: Nutzungsmuster und Risikofaktoren“, das im Zeitraum vom 01.07.2014 bis zum 15.04.2017 vom Institut für Psychologie und Kognitionsforschung der Universität Bremen in Kooperation mit dem Institut für Interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung, Hamburg, durchgeführt wurde.

Übergeordnete **Zielsetzung** des Forschungsprojektes war die Erfassung differenzierter empirischer Befunde zu Nutzungsmustern und Risiken bei Minderjährigen bezüglich simulierten Glücksspielen, die auf Internetseiten von sozialen Netzwerken, über Apps, in Form von DemoverSIONen sowie in Computer- und Videospiele angeboten werden. Unter simuliertem Glücksspiel ist eine digitale interaktive Glücksspielaktivität zu verstehen, die keinen direkten Einsatz von Geld erfordert, aber ansonsten aufgrund des Einsatzes virtueller Währung und des als zufallsbedingt wahrgenommenen Spieldausgangs strukturell identisch ist mit klassischen Glücksspielformaten. Zudem sollte die Vorhersagbarkeit eines Einstiegs in die Welt echter Glücksspiele überprüft werden. Darüber hinaus galt es, die Spielmotive Heranwachsender zum simulierten Glücksspiel sowie die Wahrnehmung von glücksspielbezogener Werbung zu untersuchen. Die Überprüfung eines auffälligen Glücksspiel-, Internet- und Computerspielverhaltens war dabei ebenso wie die Untersuchung des Mobile Gambling durch die differenzierte Erfassung der Nutzungsmuster von zuhause und von unterwegs eine begleitende Forschungsaufgabe.

Das **Untersuchungsdesign** sah zunächst eine umfassende Literaturanalyse vor, die als eigenständiges Modul vor der Datenerhebung umgesetzt und publiziert wurde (Meyer, Brosowski, von Meduna & Hayer, 2015). Im Anschluss daran erfolgte eine repräsentative schriftliche Schülerbefragung im Klassenverband der 6. bis 10. Jahrgangsstufen in Gemeinschafts-, Stadtteil- und Oberschulen sowie Gymnasien über drei Bundesländer hinweg. So wurden insgesamt $n=1.905$ Schuler¹ aus 25 Schulen in Bremen, Hamburg und Lübeck befragt. Diese waren aufgefordert, an einer Langsschnitterhebung mit zwei Messzeitpunkten in den Jahren 2015 und 2016 teilzunehmen. Flankierend gab es mündliche Befragungen von Fokusgruppen mit jeweils bis zu acht Schülern. Diese zusätzlichen Forschungsmodule dienten im Vorfeld der Hauptbefragungen der Entwicklung der schriftlichen Erhebungsinstrumente und im Anschluss an die Hauptuntersuchungen der Erfassung konkreter Einzelfallbeispiele und Einstellungen zur Thematik, um ausgewählte quantitative Daten lebensweltnah zu verankern.

¹ Zur Erleichterung des Leseflusses wird im gesamten Text auf die getrennte Nennung von Personengruppen in beiden Geschlechterformen verzichtet. Falls nicht explizit anders angegeben, sind beide Geschlechter gemeint.

Sämtliche ursprünglich in der Projektskizze festgehaltenen Forschungseinheiten konnten plangemäß durchgeführt werden, und es sind keine gravierenden Probleme bei deren Umsetzung aufgetreten. Sie dienen damit als belastbare Grundlage für alle nachfolgend dargestellten Resultate der Studie.

Die **Auswertung** der Querschnittdaten (n=1.905) mit einer Geschlechterverteilung von 50,9% Mädchen und 49,1% Jungen und einem durchschnittlichen Alter von 13,8 Jahren ergab, dass die 12-Monats-Prävalenz der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel (von zuhause oder unterwegs) unter allen Schülern 50,3% beträgt. Die häufigsten Spielformen von zuhause sind hierbei simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (27,9%), über Apps (18,2%), innerhalb sozialer Netzwerke (13,6%) und Demospiele von echten Glücksspielen (9,0%). Die häufigsten simulierten Glücksspiele von unterwegs werden innerhalb von Videospiele (29,2%), über Apps (11,1%), in sozialen Netzwerken (5,6%) und als Demospiele von echten Glücksspielen (4,1%) gespielt.

Es erfolgte ebenso eine Datenerhebung hinsichtlich echter Glücksspiele, die einen Geldeinsatz erfordern. Hier liegt die 12-Monats-Prävalenz unter Berücksichtigung von Offline- und Onlinespielen bei 38,5%. Bei diesen Spielen sind Rubbellose (18,7%) bezogen auf die Nutzungshäufigkeit an der Spitze, gefolgt von Sportwetten (14,8%), anderen Karten- oder Würfelspielen außer Poker (11,6%), Poker (8,6%), Automaten Spiele (8,2%) und Lotto (5,3%).

Das Erstkontaktalter mit den jeweils genutzten Spielformen weist kaum nennenswerte Unterschiede zwischen Offline-Glücksspielen (10,4-12,5 Jahre), Internet-Glücksspielen (11,4-13,1 Jahre) und simulierten Glücksspielen (12,4-12,8 Jahre) auf. Die häufigsten Motive für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen sind Spaß, permanente Erreichbarkeit, Ablenkung, mit anderen Personen zusammen zu spielen und Spannung. Für Jungen stehen dabei Wettbewerb und Spannung sowie die Möglichkeit, mit anderen zusammen zu spielen, stärker als Teilnahmemotivatoren im Vordergrund als für Mädchen. Die intensive Nutzung simulierter Glücksspiele in den letzten 12 Monaten vor der Befragung wurde signifikant begünstigt durch das männliche Geschlecht, die letztjährige Teilnahme an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen sowie Rubbellosen oder Automaten Spielen, stärkere glücksspielbezogene kognitive Verzerrungen, die häufigere Nutzung des Internets für Downloads, eine häufigere Nutzung von bestimmten Videospiele sowie eine häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung innerhalb von Spielen.

Für die **Längsschnittanalyse** (zeitlicher Abstand zur Ersterhebung: 1 Jahr) standen aus der Gesamtstichprobe n=1.178 jeweils einer Person zuzuordnende Fragebögen von T0 und T1 zur Verfügung (61,8%). Darunter finden sich 11,9% Neueinsteiger in echte Glücksspiele (n=140 Personen). Bei einer bivariaten Vorhersage des Einstiegs in irgendein Glücksspiel zu T1 reduziert die Teilnahme an einer höheren Anzahl an Video- oder Computerspielen zu T0 und der Besuch eines Gymnasiums die Einstiegs Wahrscheinlichkeit signifikant. Alle anderen Merkmale, inklusive der Teilnahme an unterschiedlichen Formen simulierten Glücksspiels, waren als einfache Prädiktoren

nicht signifikant mit dem Einstieg assoziiert. Wenn Schüler zu T0 an simulierten Glücksspielen von unterwegs in Videospiele teilgenommen hatten, erhöhte bereits eine seltene Teilnahme an dieser Spielform das Risiko auf einen Glücksspieleinstieg um etwa das Dreifache, bei einer sehr häufigen Teilnahme um etwa das Sechsfache. Bei Detailanalysen der Merkmalszusammenhänge mit dem Einstieg in irgendein Glücksspiel zu T1 unter Teilnehmern an irgendeinem simulierten Glücksspiel aus T0 ergeben sich hingegen keine signifikanten Zusammenhänge mit besonderen Eigenschaften des Nutzungsverhaltens simulierter Glücksspiele (z.B. Anzahl der genutzten simulierten Glücksspiele, Teilnahmemotive oder Mikrotransaktionen).

Die **Diskussion** der Ergebnisse geht auf die Prävalenzen der Teilnahmen an Glücksspielen und simulierten Glücksspielen ein. Während die Lebenszeit- und 12-Monats-Prävalenzen des Glücksspielverhaltens der befragten Jugendlichen nur marginale Differenzen zwischen den drei norddeutschen Städten zeigen und sich weitgehend mit vergleichbaren deutschen Jugendstudien decken, liegt die 12-Monats-Prävalenz der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel deutlich über bisherigen Prävalenzangaben internationaler Befunde. Dies ist auch durch die sehr unterschiedlichen Operationalisierungen des Untersuchungsgegenstandes und die verschiedenen Zeitfenster sowie die breite Definition simulierter Glücksspiele innerhalb dieser Studie zu erklären.

Eine Nutzung „nebenbei“ scheint ein entscheidender Faktor bei der Nachfrage simulierter Glücksspiele zu sein, während kompliziertere Zugangswege bzw. Spielangebote, die einen aktiven Einsatz der Jugendlichen erfordern, in weitaus geringerem Maße im Nachfrageverhalten zu finden sind. Die herausstechende Bedeutung von Spaß, Ablenkung und Erreichbarkeit bei den Spielmotiven erklärt die Bevorzugung von Spielmöglichkeiten, die in andere Angebote eingebettet und folglich ohne Barrieren nutzbar sind. Es ist einschränkend festzustellen, dass ein eindeutiger Indikator für einen Einstieg in echte Glücksspiele nach Analyse der Längsschnittdaten nicht gegeben ist. Es ergibt sich jedoch ein Gesamtkontext, der leichte Zugangswege und die Bereitstellung von zielgruppenorientierten Spielmöglichkeiten, oftmals unterstützt durch passgenaue Werbung, als förderlich für die Nutzung simulierter Glücksspiele auszuweisen scheint. Das Tätigen von Mikrotransaktionen stellt sich zwar als nicht signifikant für einen Einstieg in echte Glücksspiele heraus, wird aber als beiläufiges Verhalten von rund 10 % der Jugendlichen vorgenommen.

Abschließend lassen sich aus der Gesamtschau der gewonnenen Erkenntnisse Handlungsempfehlungen für staatliche Entscheidungsgremien ableiten. Diese umfassen ein Werbeverbot, das Einschränken oder Untersagen von Mikrotransaktionen, das Unterbinden von Verlinkungen innerhalb simulierter Glücksspiel zu Glücksspielseiten mit Geldeinsatz sowie Vorschriften zur Einbettung von Warnhinweisen im Spielverlauf. Zusätzlich ist die Umsetzung bestimmter verhaltenspräventiver Maßnahmen, z.B. im Rahmen schulischer Programme zur Förderung der Medienkompetenz, anzustreben.

1 Einleitung

Unter Kindern und Jugendlichen haben sich digitale Medien zu selbstverständlichen und mobilen Begleitern im Alltag entwickelt. Dies belegen vor allem die hohen Nutzungszahlen in Bezug auf moderne Kommunikationsmittel. Während bereits über drei Viertel (78,0%) der 12- bis 17-Jährigen in Deutschland per Smartphone den Zugang zum Internet aufbauen, sind die Nutzungszahlen des Internets via Laptop oder stationären PC mit 46,1% bzw. 32,7% inzwischen deutlich geringer (BZgA, 2017). Dabei liegt die Nutzungszeit, die für Computerspiele und Internet pro Woche aufgewendet wird, bei besagter Gruppe mit knapp über 22 Stunden in einem nicht unerheblichen Bereich; 62,5% der Befragten beteiligen sich mindestens einmal pro Woche an Computerspielen (BZgA, 2017).

Infolge der mittlerweile natürlichen und zeitintensiven Nutzung dieser Medien kommen die Minderjährigen naturgemäß auch mit im Internet angebotenen Glücksspielen und glücksspielähnlichen Produkten in Berührung. Zu diesen Angeboten zählen zum einen klassische Glücksspielformen wie Poker oder Sportwetten, die sich mit ihren digitalen Derivaten seit geraumer Zeit am Markt etabliert haben. Zum anderen fallen zunehmend Glücksspielsurrogate auf, die wesentliche Merkmale der echten Glücksspiele aufgreifen und in ihr Angebot integrieren, aber mangels des Einsatzes von Geld auf legalem Weg auch für eine minderjährige Zielgruppe zugänglich gemacht werden dürfen. Um den Einsatz um Geld zu vermeiden, finden sich bspw. des Öfteren Spielformen, bei denen ein Punkteinsatz obligatorisch ist. Angesichts der augenscheinlichen inhaltlichen Nähe zu den Echtgeldprodukten, die teilweise mit Hilfe direkter Verlinkungen durch die Anbieter hergestellt wird, liegt die Gefahr eines Übergangs zu den für Jugendliche nicht legal nutzbaren Angeboten allerdings auf der Hand.

Vor diesem Hintergrund muss aus der Perspektive der Suchtprävention und Suchtforschung der Gruppe der Heranwachsenden spezifische Aufmerksamkeit geschenkt werden. Zum einen gilt diese als besonders gefährdet für die Entwicklung glücksspielbezogener Probleme (Hayer, 2012). Zum anderen liegt die Vermutung nahe, dass gerade die technikaffine junge Generation vielfältige Ersterfahrungen mit glücksspielbezogenen Produkten über das Medium Internet sammelt und eine Normalisierung durch den täglichen Umgang mit diesen eine negative Folge sein kann. Die Kombination aus Angebotsomnipräsenz und leichten Zugangswegen in Verbindung mit einer hohen Ereignisdichte sowie fehlender sozialer Kontrolle kann dabei als förderlich für eine verstärkte und unkritische Nutzung wirken.

Um die mit den benannten Produkten verbundenen Nutzungsmuster und die damit einhergehenden Risiken beziffern und mit Leben füllen zu können, hat sich die vorliegende Studie dieser Thematik angenommen. Zielsetzung war, erstmalig für den deutschsprachigen Raum belastbares repräsentatives Zahlenmaterial zur Bedeutung des Social Gambling zu generieren. Übergeordnete

Leitlinie war dabei die Ermittlung differenzierter empirischer Befunde bezüglich simulierter Glücksspiele, welche auf Internetseiten von sozialen Netzwerken, über Apps, in Form von Demoveritionen sowie in Computer- und Videospiele angeboten werden und somit ohne größere Hindernisse durch Jugendliche zu konsumieren sind. Zudem sollte die Vorhersagbarkeit eines Einstiegs in die Welt echter Glücksspiele überprüft werden. Darüber hinaus galt es, die Spielmotive Heranwachsender zum simulierten Glücksspiel sowie die Wahrnehmung von glücksspielbezogener Werbung zu untersuchen. Die Überprüfung eines auffälligen Glücksspiel-, Internet- und Computerspielverhaltens war dabei ebenso wie die Untersuchung des Mobile Gambling durch die differenzierte Erfassung der Nutzungsmuster von zuhause und von unterwegs eine begleitende Forschungsaufgabe.

Das Forschungsprojekt in seiner Gesamtheit weist einen modularen Aufbau mit verschiedenen wissenschaftlichen Methoden auf. Aufgrund des explorativen Charakters der Untersuchung und der offenen Herangehensweise war es in diesem Zusammenhang verzichtbar, im Vorfeld explizite Hypothesen zu generieren. Insgesamt wird mit diesem Forschungsansatz auf zwei Ebenen wissenschaftliches Neuland betreten. Zum einen lassen sich erstmals auch für Deutschland verlässliche Aussagen zur Nachfrage simulierter Glücksspiele im Internet in der Adoleszenz treffen. Zum anderen ist die Befragung von Jugendlichen im Längsschnitt zu diesem Themenkomplex auch für den internationalen Kontext bislang einmalig.

2 Theoretischer Hintergrund

Die nachfolgende Darstellung des theoretischen Hintergrundes klärt grundlegende Begrifflichkeiten zum simulierten Glücksspiel und geht generellen Gefährdungspotenzialen nach. Des Weiteren werden die Auswirkungen der fortschreitenden Technologisierung und die wirtschaftliche Situation dieses Themenfeldes beleuchtet.

Die in Kapitel 3.1 folgende Literaturrecherche geht weiterführend mittels einer systematischen Vorgehensweise speziellen Veranstaltungsmerkmalen und weiteren Aspekten des simulierten Glücksspiels auf den Grund und vermittelt tiefer gehende Einblicke. Dort finden sich u.a. detaillierte Beschreibungen zu Teilnahmemotiven, Konsummustern, den Auswirkungen von Werbung und zu Migrationen zwischen simuliertem Glücksspiel und Glücksspielen mit Geldeinsatz.

2.1 Begriffsannäherung

Den Begriff „Social Gambling“ inhaltlich zu fassen stellt eine Herausforderung dar, da eine einheitliche Nomenklatur bislang nicht existiert. Mit den in der angelsächsischen Literatur als „Social (Casino) Gambling“, „Simulated Gambling“ oder oftmals auch als „Social Gaming“ bezeichneten Spielen hat sich im Zuge zunehmender Digitalisierung ein Themenfeld etabliert, das aufgrund seines breiten Spektrums vielfältige Angebotsformen betrifft (vgl. mit den Überblicksarbeiten von Derevensky & Gainsbury, 2016; King & Delfabbro, 2016; King, Delfabbro, Derevensky & Griffiths, 2012; Wohl, Salmon, Hollingshead & Kim, 2017). Im Allgemeinen sind damit glücksspielähnliche Produkte gemeint, die in sozialen Netzwerken im Internet, wie z.B. „Facebook“, zu finden sind. Da sich das Forschungsprojekt jedoch nicht ausschließlich auf Spielformen in sozialen Netzwerken, sondern auch auf Demoversionen kommerzieller Internet-Glücksspielangebote sowie simulierte Glücksspiele in Videospiele bezieht, erscheint die Bezeichnung „simuliertes Glücksspiel“ am ehesten als adäquate übergeordnete Kennzeichnung des Forschungsgegenstandes. In Anlehnung an King, Delfabbro, Kaptis und Zwaans (2014) definiert sich simuliertes Glücksspiel als digitale interaktive Glücksspielaktivität, die keinen direkten Einsatz von Geld erfordert, aber ansonsten aufgrund des Einsatzes virtueller Währung und des als zufallsbedingt wahrgenommenen Spielausgangs strukturell identisch ist mit klassischen Glücksspielformaten.

Besagte Spielangebote, die im Kern an Glücksspiele erinnern, jedoch per Definition nicht die juristischen Kriterien eines Glücksspiels erfüllen (d.h. es werden keine Geldeinsätze verlangt und/oder es fehlen in Aussicht gestellte Geldgewinne mit Vermögenswert) und damit größtenteils

auch legal für Minderjährige zugänglich sind, stellen ein immer mehr in den öffentlichen Fokus rückendes Problemfeld dar. Hayer (2013) präzisiert, dass zu derartigen „Glücksspiel-Surrogaten“, die in der Regel an der Schnittstelle von Computer- und Glücksspiel anzusiedeln sind, unter anderem Demospiele um Spielgeld, kostenlose Pokerschulen und Glücksspiel-Simulationen als feste Bestandteile von Videospiele gehören (weitere Beispiele inklusive eines umfassenden Klassifikationsschemas finden sich bei Parke, Wardle, Rigbye & Parke, 2012). Aufgrund ihres hohen Erreichungsgrades sind in diesem Kontext Glücksspiel-Applikationen im Rahmen sozialer Netzwerke wie etwa „Zynga Poker“ auf „Facebook“ von besonderer Relevanz, weil sie in ihrer Spielstruktur zwar mit echten Glücksspielangeboten vergleichbar sind, ein echter Geldeinsatz aber ausbleibt (Parke et al., 2012).

Glücksspielnahe Angebote wie Zynga Poker oder Slotomania zählen zu den beliebtesten Spielen bei Facebook (Super Data Research, 2012). Diese Spielformen basieren einerseits auf Glücksspielinhalten bzw. glücksspielähnlichen Prinzipien. Andererseits ist die Teilnahme ohne Kosten möglich, Geldgewinne werden ebenfalls nicht ausgezahlt (Gainsbury, Russel & Hing, 2014a). Gerade die wachsende Popularität dieser Spielangebote hat in jüngster Zeit auch politische Entscheidungsträger und Wissenschaftler in Ländern wie Belgien, Spanien, Großbritannien und Australien veranlasst, sich verstärkt mit ihrem individuellen und sozialen Gefährdungspotenzial und daran anknüpfend mit Fragen der Regulation auseinanderzusetzen (Gainsbury, Hing, Delfabbro & King, 2014b; Parke et al., 2012). Allerdings mangelt es wie erwähnt bisher an einer klaren Taxonomie der zahlreichen Spielformate. Sowohl in der wissenschaftlichen Literatur als auch von Politik und Gesetzgebung, den Anbietern und Konsumenten werden daher unterschiedliche Begriffe zur Beschreibung dieses Gegenstandsbereichs verwendet (u. a. „social gaming/gambling“, „virtual world gambling“, „non-monetary gambling-style games“ oder „simulated gambling“). Allein die differenzierte Verwendung der Ausdrücke „gaming“ und „gambling“ ist mit weitreichenden Implikationen verbunden: Während „gaming“ (Spielen) generell die Teilnahme an Video- und Computerspielen ohne Geldeinsatz on- oder offline meint, bezeichnet „gambling“ (Glücksspiel) die Nachfrage nach Spielen um Geld, deren Ausgang maßgeblich vom Zufall bestimmt wird. Da Glücksspiele in der öffentlichen Wahrnehmung aufgrund ihres Gefährdungspotenzials generell eher negativ konnotiert sind, präferieren die Anbieter, wie bspw. die American Gaming Association als Interessenverband der Casinos in den USA, den Begriff „gaming“, der eher implizite Assoziationen wie Unterhaltung und Spaß hervorruft (Humphreys & Latour, 2013).

Rechtlich gesehen liegt in Deutschland nach dem Glücksspieländerungsstaatsvertrag (GlüAndStV) immer dann ein Glücksspiel vor, wenn im Rahmen eines Spiels für den Erwerb einer Gewinnchance ein Entgelt verlangt wird, und die Entscheidung über den Gewinn ganz oder überwiegend vom Zufall

abhängt. Die im Zuge der Medienkonvergenz im Sinne des Verschmelzens verschiedener Einzelmedien zu einer singulären Ausgabepattform (vgl. King, Delfabbro & Griffiths, 2010) entstandenen neuartigen Angebote mit glücksspielähnlichen Strukturmerkmalen bzw. Glücksspielinhalten (vgl. Abarbanel & Rahman, 2015) erfüllen derweil in der Regel nicht alle formal-juristischen Kriterien von Glücksspielen und unterlaufen so als „Trojanisches Pferd“ (Derevensky, Gainsbury, Gupta & Ellery, 2013) bestehende gesetzliche Bestimmungen. Umso wichtiger erscheint eine eindeutige Systematisierung der neuen Angebotspalette, einige Vorschläge hierzu liegen bereits vor (vgl. u. a. mit King et al., 2014; Parke et al., 2012). Eine bis dato recht erschöpfende Taxonomie stammt von Gainsbury et al. (2014b): Ausgehend von der rechtlichen Definition eines Glücksspiels durch die Kriterien (1) verpflichtender Geldeinsatz, (2) möglicher Geldgewinn und (3) überwiegende Zufälligkeit des Spielausgangs erweitern sie ihr Klassifikationsschema um die Aspekte (4) Spielplattform (soziales Netzwerk, auf den Internetseiten eines Glücksspielanbieters oder als unabhängiges Konsolen- oder Internet-Spiel) und (5) Zentralität des Glücksspielthemas für das Spielerleben (ja oder nein). Dieser Ansatz erlaubt es, jedes Internet-Spiel zu kategorisieren, das über Glücksspielinhalte verfügt: Als soziales Spiel mit Glücksspielinhalten benennen die Autoren z.B. Spielformen in sozialen Netzwerken, bei denen kein Geldeinsatz notwendig ist und die Glücksspielinhalte unwesentlich für den Spielablauf sind (wie etwa Wetten auf Rennen in Fürsorgespielen; vgl. Downs, 2010). Steht das Glücksspiel dagegen im Vordergrund des Spielablaufs, wird von einem sozialen Glücksspiel gesprochen. Aufgrund seiner Mehrdeutigkeit erweist sich der Begriff „soziales Glücksspiel“ in diesem Kontext jedoch als unglücklich: So dient dieser Terminus originär der Kennzeichnung gelegentlicher Spielteilnahme an echten Glücksspielen mit geringen Einsätzen, ohne dass es zu glücksspielbedingten Auffälligkeiten kommt (vgl. Meyer & Bachmann, 2011).

Querschnittbefragungen mit Kindern und Jugendlichen aus verschiedenen Ländern (z.B. King et al., 2014, aus Australien oder Ipsos MORI, 2009; 2012 aus Großbritannien) belegen zudem in einheitlicher Weise die Attraktivität dieser Spielangebote in den jeweiligen Entwicklungsphasen. Eine weitere Eigenheit von den meisten simulierten Glücksspielen folgt aus dem Spielablauf: Während beim echten Glücksspiel wie dem Automaten-Spiel (Pseudo-)Zufallsprozesse über den Spielausgang entscheiden, kommen beim simulierten Glücksspiel – aus Anbietersicht im Übrigen ohne finanziellen Mehraufwand behaftete – komplexe Algorithmen zur Förderung der Spiellust zum Tragen (z.B. folgen auf Verlustphasen automatisch Gewinnphasen, damit Spielteilnehmer nicht dauerhaft frustriert werden und im Sinne einer langfristigen Kundenbindung weiterspielen; vgl. Derevensky, Gainsbury, Gupta & Ellery, 2013). Exemplarisch hierfür stehen die unrealistisch hohen Auszahlungsquoten im kostenlosen Demospielbetrieb (zum Teil über 100%; Sévigny, Cloutier, Pelletier & Ladouceur, 2005),

die womöglich überzogene Gewinnerwartungen schüren und einem Wechsel zum echten Glücksspiel Vorschub leisten. Auch wenn diese These bislang lediglich von einzelnen experimentellen Studien in Ansätzen empirisch gestützt wird (z.B. Bednarz, Delfabbro & King, 2013), dürften gerade Jugendliche besonders anfällig für die Entwicklung und Manifestation derartiger kognitiver Verzerrungsmuster sein (vgl. BZgA, 2012; Hayer, 2012). Ein damit zusammenhängendes typisches Veranstaltungsmerkmal von simulierten Glücksspielen basiert auf der Einbindung diverser interaktiver und kommunikativer Komponenten. Inwieweit von diesen sozialen Elementen risikoe erhöhende Effekte ausgehen, die eine Verlängerung der Spieldauer bedingen, oder ob im Gegensatz dazu sogar Positiveffekte durch kompensatorische Funktionen ähnlich wie bei einer exzessiven Computernutzung möglich sind (z.B. bei Selbstwertdefiziten oder bei der Erfahrung sozialer Abweisung; vgl. Müller & Wölfling, 2011), muss jedoch zum jetzigen Zeitpunkt offen bleiben. Schließlich ist auf die Gefahr des „Freemium Models“ als gängiges Geschäftsmodell hinzuweisen: Zunächst kostenlose Spielangebote locken mit der Option des Zukaufs von virtuellen Gütern, um damit von Privilegien zu profitieren, die den Spielspaß steigern, ein sofortiges Weiterspielen garantieren oder das schnellere Erreichen eines höheren Spiellevels ermöglichen. Entsprechend erscheint es plausibel, dass gerade Vielspieler derartige Mikrotransaktionen tätigen. Da eine erste Längsschnittstudie ebenfalls den prädiktiven Wert dieser Mikrotransaktionen für das Umsteigen vom simulierten zum echten Glücksspiel belegt (Kim, Wohl, Salmon, Gupta & Derevensky, 2015), sollten weitere Forschungsstudien diesem Aspekt unter Hinzuziehung von Drittvariablen besondere Beachtung schenken.

Hinsichtlich des sozialen Charakters von simulierten Glücksspielen geht eine experimentelle Studie (Hardoon & Derevensky, 2001) unter 130 kanadischen Kindern den Einsatzhöhen nach: Im Vergleich zu Glücksspielsituationen ohne andere Personen (Eingangsmessung) stiegen Einsatzhöhen in Gruppensituationen mit mehreren Kindern deutlich an. Männliche Probanden zeigten insgesamt höhere Einsätze, weibliche Probanden waren hingegen anfälliger für externe Einflüsse der Gruppensituationen. Ferner bestätigen Interviews unter erwachsenen, teilweise problematischen Nutzern von Internet-Glücksspielen und Glücksspielen in sozialen Netzwerken (Gainsbury, Hing, Delfabbro, Dewar & King, 2014c), dass die Einbindung in ein soziales Netzwerk nach Selbstauskunft der Probanden die Spielteilnahme substantiell beeinflusst hat. Von Interesse ist weiterhin ein Befund von Downs (2010), der bei den befragten Mädchen auftrat und die Netiquette betrifft (als angemessen wahrgenommenes Verhalten in virtuellen Räumen): Mädchen waren von Pokerspielen weniger begeistert als Jungen, luden das Spiel dennoch herunter, weil sie es als unhöflich ansahen, ein von Freunden vorgeschlagenes Spiel abzulehnen. Zusammenfassend ist folglich festzuhalten, dass die Befunde aus der Computerspielforschung über einen positiven Zusammenhang von sozialen und

kommunikativen Veranstaltungsmerkmalen mit erhöhter Spielintensität eventuell auch auf simuliertes Glücksspiel zu übertragen sind, auch wenn diese empirischen Hinweise nur mit gebotener Vorsicht zu interpretieren sind.

2.2 Gefährdungspotenziale

Studienergebnisse verweisen darauf, dass eine Teilnahme am simulierten Glücksspiel offenbar mit unterschiedlichen Problemlagen assoziiert ist und womöglich einen Marker für Fehlanpassungen repräsentiert (vgl. mit Hayer & Brosowski, 2016). Interessanterweise existieren demzufolge Zusammenhänge zwischen der Nutzung simulierter Glücksspiele und der Nachfrage nach echten Glücksspielen bzw. einem problematischen Glücksspielverhalten (z.B. Ipsos MORI, 2009; King et al., 2014). Aufgrund des Fehlens von belastbaren Längsschnittdaten konnte bislang über charakteristische Entwicklungsverläufe im Jugendalter jedoch nur spekuliert werden. Auf der einen Seite stand im Sinne der Gateway-Hypothese die Vermutung im Raum, dass gerade bei Heranwachsenden die regelmäßige Teilnahme am simulierten Glücksspiel den Einstieg in die „echte“ Welt des Glücksspiels (kausal) bedingt bzw. den Status eines adoleszenten Problemspielers vorhersagt. Auf der anderen Seite lässt der anscheinend genuin erhöhte Belastungsgrad von Nutzern simulierter Glücksspiele (z.B. Gainsbury et al., 2014a) auf latente (Persönlichkeits-)Merkmale rückschließen (z.B. Impulsivität), die unterschiedliche Manifestationen von Risiko- und Problemverhalten maßgeblich erklären. Gemäß der „Problem Behavior Theory“ von Jessor (1998) wäre die Beteiligung an simulierten Glücksspielen Ausdruck eines einzigen zugrunde liegenden Syndroms und folglich eine weitere von vielen Problemverhaltensweisen, die miteinander in Beziehung stehen und eben nicht isoliert auftreten (vgl. weiterführend zu den theoretischen Grundannahmen dieses Erklärungsansatzes mit Scheithauer, Hayer & Niebank, 2008).

Mit fortschreitender Technologisierung gewinnt das internetbasierte Glücksspiel insgesamt zunehmend an Bedeutung, weil immer größere Teile der Bevölkerung davon angesprochen werden (Derevensky & Gainsbury, 2016). Die Kombination aus leichten Zugangswegen, der Angebotsomnipräsenz und besonderen Spielanreizen (wie z.B. hohen Ereignisdichten, dem bargeldlosen Zahlungsverkehr und der fehlenden sozialen Kontrolle) erlaubt Rückschlüsse auf das Suchtpotenzial. Entsprechend verweist eine systematische Analyse der Veranstaltungsmerkmale bestimmter Online-Spielangebote (Live-Wetten, Online-Poker) auf vergleichsweise hohe Suchtgefahren, die mit diesen Spielformen assoziiert sind (Meyer, Häfeli, Mörsen & Fiebig, 2010). In Einklang damit zeigen empirische Befunde mit Erwachsenen- sowie Jugendlichen-Stichproben in konsistenter Weise, dass ein nicht unerheblicher Anteil an adoleszenten und adulten

Problemspielern (auch) online „zockt“ (vgl. im Überblick mit Gainsbury & Derevensky, 2013), ohne jedoch nähere Aussagen zu Entwicklungsverläufen zu treffen. Aus der Perspektive der Suchtprävention und Suchtforschung muss in diesem Zusammenhang der Gruppe der Jugendlichen spezifische Aufmerksamkeit geschenkt werden. Zum einen gelten Heranwachsende als besonders gefährdet für die Entwicklung glücksspielbezogener Probleme (vgl. ausführlich hierzu mit Hayer, 2012). Zum anderen liegt die Vermutung nahe, dass gerade die technikaffine Generation der „Digital Natives“ vielfältige erste Erfahrungen mit Glücksspielen über das Medium Internet sammelt. Aus suchtpsychologischer Sicht liegt es nahe, dass derartige Surrogatprodukte den Reiz des Glücksspiels auf eine vermeintlich harmlose Art und Weise vermitteln, Neugierde auf echtes Glücksspiel mit Geldeinsatz entfachen und eine zielgruppenorientierte Vermarktung in sozialen Netzwerken eine schleichende Normalisierung des Glücksspiels bedingt. Der Abbau von Berührungsängsten und damit verbunden ein schnellerer bzw. früherer Einstieg in die „echte“ Welt des Glücksspiels scheinen Risiken zu verkörpern, die nicht zu unterschätzen sind.

Über das jugendliche Nutzungsverhalten derartiger Surrogatprodukte sowie den Zusammenhang mit weiteren Risikoverhaltensweisen wie Suchtmittelgebrauch (z.B. echte Glücksspiele, Alkohol, Rauchen, illegale Drogen, exzessive Mediennutzung) liegen national und international kaum belastbare Daten vor. Ausnahmen finden sich bei King et al. (2014) sowie bei King, Russell, Gainsbury, Delfabbro und Hing (2016) und King und Delfabbro (2016), die eine detaillierte Übersicht der Beteiligung Jugendlicher an simulierten Glücksspielen vorgelegt haben. Generell lenkt jedoch die Popularität von Spielen und Glücksspielen in sozialen Netzwerken ein zunehmendes Interesse auf sich, was sich nach und nach auch im wissenschaftlichen Kontext widerspiegelt. Im Fokus steht unter anderem die Suche nach angemessenen und gegenstandsbezogenen Beschreibungssystemen für diese neuartigen Formen des Zeitvertreibs (Choi, Choi & Song, 2014). Neben rein beschreibenden Forschungsansätzen beschäftigen sich einige Autoren mit möglichen Gefahrenpotenzialen. So schlussfolgern Groves, Skues und Wise (2014) aus einer explorativen Studie, in der der Erstautor zehn der populärsten Spiele bei Facebook (bezogen auf die Spielgenres Puzzle/Geschicklichkeit und Simulation/Rollenspiele) für jeweils zwei bis drei Stunden spielte und die Auswirkungen auf sein Verhalten untersuchte, dass beide Spielgenres Veranstaltungsmerkmale aufweisen, die das Risiko für exzessives Spielverhalten erhöhen können.

Aus wissenschaftlicher Perspektive stellt sich in diesem Zusammenhang primär die Frage, welche psychosozialen Konsequenzen (positiver wie negativer Art) mit diesen Spielangeboten assoziiert sind, und ob die Teilnahme am simulierten Glücksspiel sogar als potenzielles Risiko- oder Problemverhalten zu verorten ist. Grundlage hierfür ist eine der größten Veränderungen der Internetanwendungen – nämlich das Wachstum und der Ausbau sozialer Netzwerke und

nutzergenerierter Internetseiten (Kuss & Griffiths, 2011). Soziale Netzwerke bauen virtuelle Umgebungen auf, in denen Nutzer individuelle Profile erstellen und Kontakte zu Freunden oder anderen Nutzern auf Basis ähnlicher Interessen pflegen können (Boyd & Ellison, 2008). Als internetbasierte Dienstleistungen erlauben sie es unter anderem: (1) in einem verbundenen System öffentliche oder eingeschränkt öffentliche Profile zu erstellen, (2) eine Liste von Nutzern zu generieren, mit denen sie in Verbindung stehen, sowie (3) die Kontaktlisten anderer bekannter Nutzer zu durchsuchen. Diese virtuellen Plattformen ermöglichen es, durch direkte (Nachrichten oder Chat-Funktionen) und indirekte (Platzierung von öffentlichen Nachrichten oder weiteren Medieninhalten) Kommunikation, bereits bestehende Kontakte zu vertiefen („bonding“) oder neue Kontakte aufzubauen („bridging“) (Kuss & Griffiths, 2011). Neben der eher kollektiven Natur der sozialen Netzwerke durch Gruppenbildung auf Basis gemeinsamer Interessen spielen auch egozentrische Motive des Wettbewerbs oder der Selbstdarstellung eine große Rolle. Einige Autoren betonen vor dem Hintergrund der heutigen individualistischen Kultur sogar eine Zunahme dieser individuumszentrierten Motive (u. a. Kuss & Griffiths, 2011).

2.3 Technologisierung

Das erste soziale Netzwerk startete 1997 („Six Degrees“) basierend auf der Idee, dass jeder Mensch auf der Welt mit jedem anderen Menschen über sechs Ankerpunkte verbunden ist (Boyd & Ellison, 2008). 2004 wurde die bis heute erfolgreichste Plattform „Facebook“ in Betrieb genommen, zunächst als geschlossene virtuelle Umgebung für Harvard-Studenten, später dann als öffentliche Plattform. Obwohl Facebook bei weitem nicht das einzige soziale Netzwerk ist, zählt es mittlerweile fast zwei Milliarden Mitglieder. Nach Unternehmensangaben lag die Zahl der monatlichen Nutzer im vierten Quartal 2016 bei 1,9 Milliarden, davon 349 Millionen in Europa. 1,2 Milliarden Menschen nutzen Facebook mittlerweile ausschließlich mobil; das bedeutet, dass sie die Computerversion in den letzten 30 Tagen nicht genutzt haben. Der rasante Anstieg der Anzahl und Größe derartiger Plattformen geht außerdem mit einer erhöhten Nutzungsdauer einher: So konnte schon zwischen 2009 und 2010 ein Wachstum von 30% der aktiven Nutzungsdauer festgestellt werden (Nielsen Company, 2010). Für Unternehmen von besonderem Interesse ist die Tatsache, dass eine große Anzahl von potenziellen Kunden sehr effektiv und kostengünstig kontaktiert werden kann, z.B. durch virales Marketing (Griffiths, 2012). Daneben sind sehr präzise, zielgruppenspezifische Ansprachen möglich (sog. „Targeting“; vgl. Grier & Kumanyika, 2010), da die Nutzer der sozialen Netzwerke eine Vielzahl an persönlichen Daten entweder selber in ihren Profilen hinterlegen oder dem Betreiber der

Plattform durch ihr Nutzungs- und Kommunikationsverhalten preisgeben (s. auch Gainsbury, Delfabbro, King & Hing, 2016a).

Innerhalb sozialer Netzwerke spiegeln Computerspiele einen vergleichsweise jungen Trend wider. Im Gegensatz zu klassischen, eher strategie- oder fähigkeitsbasierten Spielformen gewinnen diese „sozialen Spiele“ ihre Faszination eher durch die Gemeinschaft mit anderen Nutzern als durch reines Messen der Spielkompetenz. Belohnung entsteht häufig durch Anerkennung anderer als Folge der Investition von Zeit und Anstrengung (Derevensky, Gainsbury, Gupta & Ellery, 2013). Die Spielgenres sind sehr zahl- wie facettenreich und umfassen unter anderem casinoähnliche Spiele, Rollenspiele, Sport- oder Turnierspiele, Puzzles sowie Simulations- oder Fürsorgespiele. Über die Hälfte der Facebook-Nutzer nimmt an derartigen sozialen Spielen teil. Dabei basieren diese Spiele, wie etwa FarmVille, zum Teil auf ähnlichen psychologischen Prinzipien wie Glücksspiele: operante Konditionierung, zufällige Belohnung und intermittierende Verstärkung (Griffiths, 2012; 2013).

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil einer Vielzahl sozialer Spiele ist das sogenannte „Freemium Model“ (Derevensky et al., 2013; Parke et al., 2012). Die Spielteilnahme ist hierbei grundsätzlich kostenlos, wobei der Zukauf virtueller Währung oder Gegenstände Spielerfolge erleichtern oder komfortablere Spielabläufe ermöglichen kann (z.B. durch das Umgehen von Wartezeiten oder das Erreichen höherer Levels). Neben derartigen Mikrozahlungen und dem Kauf virtueller Güter finanzieren sich soziale Spiele zudem über Werbung (Derevensky et al., 2013). Die Möglichkeit zum Kauf virtueller Güter oder zu Mikrotransaktionen in ansonsten kostenlosen Spielen verkörpert an Stelle des kompletten Kaufs der Software somit ein immer attraktiveres Ertragsmodell (Hamari & Lehdonvirta, 2010). Griffiths (2013) bezeichnet die Veräußerung virtueller Güter zugespitzt als „psychologischen Geniestreich“, da durch den Kauf kein Produkt sondern reine Unterhaltung ohne finanziellen Gegenwert erstanden wird. Der Spaß beim Spiel bleibt in diesem Fall die einzige Belohnungskomponente. Im Allgemeinen sind Spiele in sozialen Netzwerken für die Computerspielindustrie von wachsender Bedeutung, da die Marktdurchdringung zunehmend zum Erfolgsfaktor für Unternehmen wird (Miller & Howell, 2014).

2.4 Wirtschaftliche Dimensionen

Beim simulierten Glücksspiel generieren - wie bei vielen anderen Spielen in sozialen Netzwerken auch - die am stärksten involvierten 15% der Teilnehmer (sog. „Wale“) 50% der Einnahmen (Derevensky et al., 2013). Vor dem Hintergrund, dass deutlich mehr Personen Glücksspiele in sozialen Netzwerken spielen als im Internet allgemein und Glücksspiele in sozialen Netzwerken seit 2010 ein Wachstum von 160% verzeichnen (während einfache soziale Spiele lediglich um 40% anwuchsen),

wird ersichtlich, warum die Unternehmensberatung Morgan Stanley (2012) schon vor einigen Jahren auf bedeutsame unerschlossene wirtschaftliche Potenziale hinwies. Aufgrund dieser Chancen suchten immer mehr Entwickler von Glücksspielen im Internet den Einstieg in das simulierte Glücksspiel und umgekehrt (Griffiths, 2012; 2013). Bereits 2011 hat der Glücksspielanbieter Caesar's Entertainment die Entwicklerfirma von Slotomania, einer Glücksspiel-Applikation mit vielen Millionen Nutzern, aufgekauft (Derevensky et al., 2013). Ein Jahr später erwarb der Automatenhersteller International Game Technology die Softwarefirma Double Down Interactive, die bei Facebook eine erfolgreiche Pokieranwendung mit mehreren Millionen Nutzern betreibt (Derevensky et al., 2013). Mittlerweile betragen die Einnahmen aus simulierten Glücksspielen geschätzte 3,7 bis 3,8 Milliarden US-Dollar für das Jahr 2016, wobei von einer weiteren Steigerung von 7% bis 10% für das Jahr 2017 auszugehen ist (GGGrasia, 2017).

Neben der Möglichkeit, in sozialen Netzwerken Spieler für Demospiele zu gewinnen, erweist sich vor allen Dingen die sehr passgenaue zielgruppenorientierte Werbung als attraktiv für Glücksspielanbieter (Derevensky et al., 2013). Ferner bietet die Hypertextualität (= Querverweise durch Hyperlinks) von sozialen Netzwerken willkommene Kanäle zur Kundenakquise (vgl. Downs, 2010; Korn, Norman & Reynolds, 2010). Soziale Netzwerkseiten von Glücksspielanbietern kopieren aber nicht lediglich die entsprechenden Internetauftritte oder Demospiele außerhalb der sozialen Netzwerke. Vielmehr werden die Plattformen dazu genutzt, die eigene Marke etwa durch geschickte Gutscheinkampagnen oder interaktive Gewinnspiele bestmöglich zu inszenieren (Derevensky et al., 2013). So können Spieler unter anderem Treuepunkte und andere Gratifikationen gewinnen, die sich gegen reale Gewinne wie kostenlose Hotelübernachtungen, Speisen und Show-Tickets eintauschen lassen.

In der Gesamtbetrachtung handelt es sich bei Social Gambling bzw. simulierten Glücksspielen um ein Themenfeld, das (1) aufgrund seiner dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung und (2) vor dem Hintergrund der aufgezeigten Gefährdungspotenziale einer umfassenden (sucht-)psychologischen Analyse bedarf. Es stellen sich insbesondere die Fragen, inwiefern das Nutzungsverhalten in Deutschland ausgeprägt ist, welche Gefahren mit der Ausübung simulierter Glücksspiele einhergehen und welche Zusammenhänge mit echten Glücksspielen existieren. Um diesem Klärungsbedarf Rechnung zu tragen, kommt dieses umfangreiche Forschungsprojekt zum Einsatz, das mit Hilfe eines modularen Aufbaus besagten grundlegenden Fragestellungen nachgeht. Die einzelnen Module werden im Folgenden vorgestellt.

3 Einzelmodule des Forschungsprojekts

Die Studie in ihrer Gesamtheit umfasst diverse Einzelmodule, die zu den in dieser Übersicht angegebenen Zeiträumen ausgeführt worden sind:

• Literaturrecherche	Zeitraum Juli 2014 bis Dezember 2014
• Fokusgruppen (Teil 1)	Zeitraum März 2015 bis Mai 2015
• 1. Messzeitpunkt, T0 (zur Analyse von Querschnittdaten)	Zeitraum Mai 2015 bis Juli 2015
• 2. Messzeitpunkt, T1 (zur Analyse von Längsschnittdaten)	Zeitraum April 2016 bis Juni 2016
• Fokusgruppen (Teil 2)	Zeitraum Juni 2016 bis Juli 2016

Die einzelnen Module mitsamt ihren Untersuchungsbedingungen, Zielen und Ergebnissen werden nachfolgend im Einzelnen vorgestellt. Vor- und Nachbereitungszeiträume sowie Zeiträume für die Verschriftlichung weiterer Ergebnisse zu Publikationszwecken sind der Übersichtlichkeit halber in dieser Aufstellung nicht angegeben.

Ausgehend von einer umfassenden **Literaturanalyse** erfolgte die Bestimmung des zum damaligen Zeitpunkt aktuellen Forschungsstandes, um die Entwicklung passgenauer Messinstrumente für die Hauptbefragung vorantreiben zu können. Sie diente somit der Festlegung des Status quo sowie der Herleitung relevanter Fragebogeninhalte. Die Aufbereitung der Analyse im folgenden Abschnitt geht den wesentlichen inhaltlichen Fragestellungen und Resultaten nach.

Weiterführende Aussagen brachten die beiden **Fokusgruppenmodule** hervor, die sowohl vor der Schülerbefragung als auch im Anschluss an die Analyse der Längsschnittdaten eingebunden waren. Darunter sind Gruppeninterviews mit jeweils bis zu acht Teilnehmern zu verstehen.

Die Ergebnisse der ersten Fokusgruppen aus Bremen dienten im Wesentlichen der Entwicklung der **Hauptmessinstrumente**, die an den Schulen als **schriftliche Fragebögen** zum Einsatz kamen. Sie wurden für beide Messzeiträume getrennt entwickelt, weisen aber auch große deckungsgleiche Teile auf, um Entwicklungsverläufe von T0 bis T1 abbilden und nachvollziehen zu können. Der Fragebogen des 1. Messzeitpunktes findet sich im Anhang dieses Berichts. Die Aussagen der Fokusgruppenteilnehmer nach der Hauptuntersuchung wurden dazu genutzt, das Zahlenmaterial exemplarisch mit Leben zu füllen und anhand von Einzelbeispielen ein umfassendes Bild zur Thematik „Social Gambling“ zu generieren.

Um die Zuordnung der Fragebögen beider Erhebungszeiträume bezogen auf einzelne Schüler möglich zu machen, kam vorrangig ein Codierungssystem zum Einsatz, das unter Gewährleistung der Anonymität die Zuordnung ermöglichte. Der Code bestand aus der Kombination der jeweils ersten

beiden Buchstaben der Vornamen von leiblicher Mutter und leiblichem Vater. Allerdings war der Code nicht in allen Fällen eindeutig. In diesen Fällen wurde auf weitere Eintragungen der Jugendlichen im Fragebogen zurückgegriffen. So sollten die Schüler zusätzlich bspw. ihr Sternzeichen, Lieblingsvereine oder weitere Vorlieben angeben, um weitere Hinweise für eine Wiedererkennung zur Verfügung zu haben.

3.1 Literaturrecherche

Die Literaturrecherche diente einer einführenden, systematischen Sichtung und Analyse der für den Untersuchungsgegenstand relevanten Literatur und diente auf Basis einer kritischen Zusammenfassung des aktuellen Kenntnisstandes als Ausgangsbasis für die nachfolgenden Untersuchungsschritte. Sie erfolgte in der zweiten Jahreshälfte 2014 und gibt den Forschungsstand bis einschließlich Dezember 2014 wieder. Insbesondere für die erstellten Messinstrumente war dieses Forschungsmodul von tragender Bedeutung. Der vollständige Review mit sämtlichen Detailergebnissen ist Meyer et al. (2015) zu entnehmen.

3.1.1 Methodische Vorgehensweise bei der Literaturrecherche

Mittels einer systematischen Vorgehensweise in fünf Schritten erfolgte die Sichtung der zum simulierten Glücksspiel existierenden Literatur, die vornehmlich Abhandlungen in peer-reviewten Fachzeitschriften umfasste. Darüber hinaus wurde jedoch auch sog. „Graue Literatur“ (z.B. Marktanalysen), die über diverse Informationsquellen im Internet zu beziehen war, in die Recherche einbezogen. Dieser Punkt war zweistufig angelegt und kam ab Schritt 4 in Abbildung 1 zum Einsatz. Diese einzelnen Schritte sind im Folgenden abgebildet und weiter unten zusammenfassend erläutert:

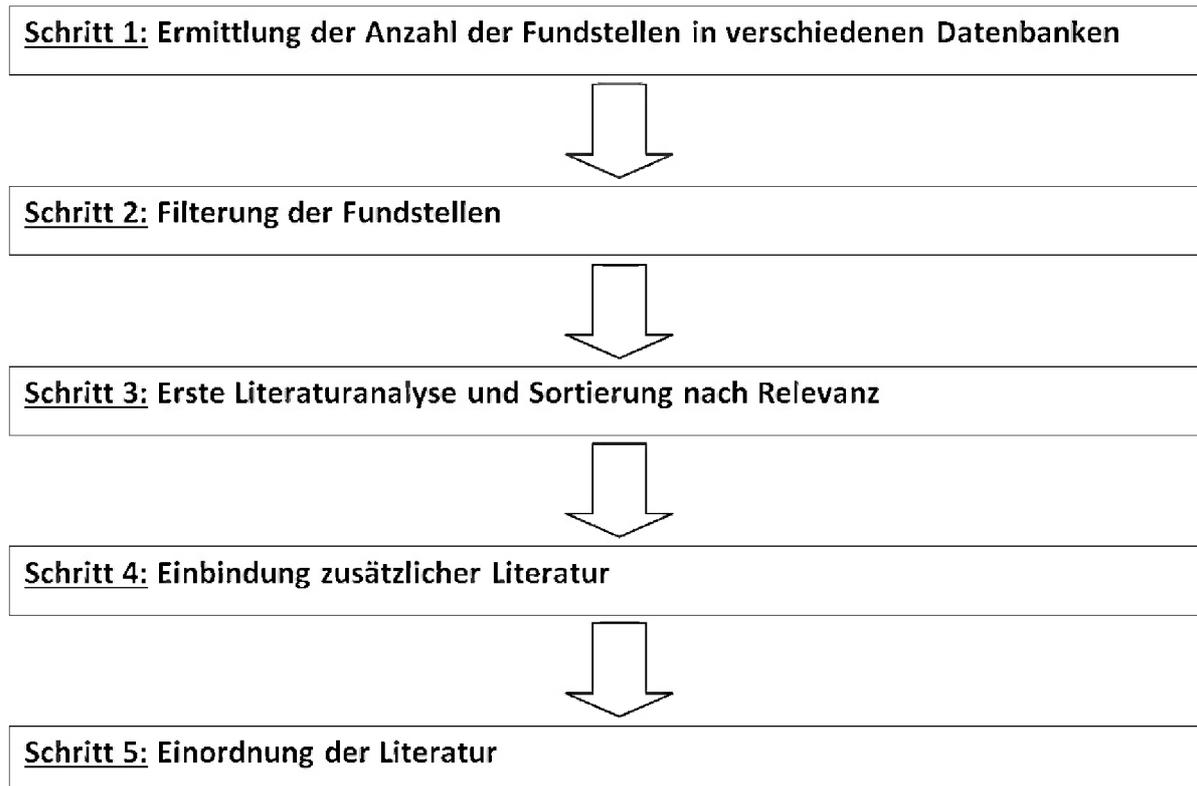


Abbildung 1: Vorgehensweise bei der Literatursichtung

In der Literaturrecherche fanden ausschließlich empirisch ausgerichtete Befunde Berücksichtigung, um eine belastbare Datenbasis für die weiteren Untersuchungsschritte zu gewinnen. Zunächst wurden einschlägige wissenschaftliche Datenbanken nach relevanten Beiträgen durchsucht. Diese Datenbanken waren PubMed/MEDLINE, PsycInfo sowie Web of Science. Dabei erfolgte zu Beginn eine Suche nach der Anzahl der Fundstellen für bestimmte Schlagwörter. Auf diese Weise konnte eine Festlegung der sich anschließenden detaillierten Suchstrategie getroffen werden, um die relevantesten Artikel zum Thema simuliertes Glücksspiel herauszufiltern. Zur Suche und Verwaltung der Literatur wurde das Programm „EndNote“ eingesetzt.

In den benannten Datenbanken fand die Recherche mit ausgewählten themenbezogenen Schlagwörtern statt. Dabei wurde ausnahmslos nach den Begriffen „gambling“ oder „gaming“ (verknüpft mit „or“) in Kombination mit je einem anderen relevanten Wort (verknüpft mit „and“) gesucht. Zu den Suchwörtern zählten „social“, „network“, „interactive“, „communication“, „interaction“, „browser“, „internet“, „digital“, „online“, „media“, „facebook“, „youth“, „simul*“, „demo*“, „virtual“, „money“ und „practice“. Außerdem erfolgte die Suche nach dem Begriff „free“ in Verbindung mit „play“, um thematisch passende Informationen zu den sogenannten „Free-to-play-Games“ zu erhalten. Bei der Recherche stellte sich heraus, dass alleine die Kombination von „gambling oder „gaming“ mit dem Begriff „social“ sowohl bei der Suche über sämtliche angebotenen

Felder als auch über die Suche über Schlüsselwörter sowie über die Abstracts bereits weit über 2.000 Treffer erzielte. Die weitere Vorgehensweise wurde daher auf die Suche nach den genannten Begriffen im Titel der Veröffentlichungen beschränkt, was eine Eingrenzung auf rund 350 Fundstellen im Zusammenhang mit dem geschilderten Beispiel der Suche nach dem Begriff „social“ in Kombination mit „gambling“ oder „gaming“ ermöglichte.

Im Anschluss an die Ermittlung der Fundstellen und die Löschung von Duplikaten wurden sämtliche Titel der herausgefilterten Artikel gesichtet, um offensichtlich thematisch unpassende Literatur ausschließen zu können. In einem nachfolgenden Arbeitsschritt kam es zur Auswertung der Abstracts der möglicherweise relevanten Forschungsbeiträge, um eine weitere Selektion der Resultate vornehmen zu können. Mittels dieser Vorgehensweise, die in Abbildung 1 veranschaulicht ist, konnte ein Großteil offensichtlich irrelevanter Fundstellen sukzessive eliminiert werden.

Der Reduktion der ursprünglich hohen Anzahl an Fundstellen durch die dargelegten Arbeitsschritte schloss sich eine eingehende Sichtung der gefilterten Literatur an. Diese diente einerseits zur weiteren Eliminierung nicht zielführender Quellen, andererseits aber auch zu einer ersten Einschätzung und Einordnung der ermittelten Literatur. So konnte auf dieser Ebene bereits bestimmt werden, ob die jeweilige Quelle empirischer Natur war oder einer theoretischen Forschungsarbeit zuzurechnen war. Gleichzeitig ließen sich durch die Literaturverzeichnisse der gelesenen Quellen Querverweise zu anderen, von zu diesem Zeitpunkt nicht entdeckten Literaturbeiträgen herstellen.

Ein weiterer Rechenschritt bestand in der Internetsuche nach möglicherweise relevanten Quellen („Graue Literatur“), die im Zusammenhang mit simuliertem Glücksspiel standen und etwaige weitere bedeutsame Hinweise zur Erschließung dieses Forschungsfeldes lieferten. Hierzu ließ sich auf Begrifflichkeiten zurückgreifen, die sich an die geschilderte Datenbanksuche anlehnten. Einbezogen wurden Zeitschriftenartikel, Marktanalysen, Beiträge in Foren und Blogs, Abhandlungen in Online-Lexika sowie Dissertationen. Diese gingen jedoch nur in geringer Zahl in die endgültige Analyse ein, da sie weitgehend keine neuen empirischen Befunde beinhalteten.

Im Hinblick auf die endgültige Relevanz wurde die Literatur im Anschluss detailliert gelesen und mittels verschiedener Aspekte thematisiert und kategorisiert. Mit Hilfe dieser im Anschluss erläuterten Kategorisierung ließ sich die vorhandene Literatur zum Thema sinnvoll gliedern.

Die breit angelegte Suchstrategie sicherte die Abdeckung mutmaßlich aller relevanter Quellen. Anzumerken ist allerdings, dass einige Studien sich nicht ausschließlich auf simulierte Glücksspiele beziehen, sondern bspw. Videospiele ohne Geldeinsatz zum Untersuchungsgegenstand haben.

3.1.2 Ergebnisse der Literaturrecherche

Im Zuge des Literaturstudiums und in Anlehnung an vorliegende Systematisierungsversuche zum simulierten Glücksspiel (vgl. Derevensky et al., 2013; Gainsbury et al., 2014b; King & Delfabbro, 2014; King, Delfabbro & Griffiths, 2010) wurden die folgenden Themenbereiche gewählt, nach denen die erlangten Befunde im Weiteren angeordnet werden:

- | | |
|------------|--|
| (1) | Veranstaltungsmerkmale |
| (2) | Teilnahmemotive |
| (3) | Konsummuster |
| (4) | Werbung |
| (5) | Migration |
| (6) | Komorbiditäten und Risikofaktoren |
| (7) | Mögliche Positiveffekte |

An dieser Stelle erfolgt eine an diesen Kategorien orientierte Aufbereitung und Zusammenfassung der wesentlichen Resultate der Literaturrecherche.

(1) Veranstaltungsmerkmale

Ein charakteristisches Element simulierter Glücksspiele ist die Möglichkeit zur sozialen Interaktion und Kommunikation. So können Freundschaftseinladungen zum Spielen oder Ranglisten über das Spielverhalten einer Vielzahl von Personen eingesetzt werden, um die gefühlte Spieldauer zu verkürzen und den Wettbewerbscharakter zu steigern. McMullan und Kervin (2012) konnten anhand einer Untersuchung des Designs, der Vermarktung und der pädagogischen Elemente von 71 Poker-Internetseiten zeigen, inwiefern Bonusprogramme dazu dienen, die Aufmerksamkeit der Spieler zu erhalten und ein kontinuierliches Spiel zu fördern. In diesem Zusammenhang werden Glücksspiele als ein Weg zu finanziellem Erfolg dargestellt und Demospiele in diesem Kontext häufig als anregende Herausforderung beworben. Derartige Angebote von simulierten Glücksspielen zu Übungszwecken machen die Teilnehmer mit den Spielabläufen vertraut und können den Eindruck vermitteln, als würden besondere Fertigkeiten geübt oder aufgebaut. Dabei geht die Illusion von Kontrolle auf den Spielausgang und eine Überschätzung des Fähigkeitsanteils gegenüber dem Zufallsanteil häufig mit glücksspielbezogenen Problemen (vgl. Fu & Yu, 2015) und einer häufigeren Spielteilnahme sowie mit reduzierter Gefahreinschätzung von Glücksspielen einher (vgl. Kristiansen, Jensen & Trabjerg, 2014). Mikrotransaktionen, d.h. freiwillige Zukaufsmöglichkeiten innerhalb eines Spiels, dienen zur

Verkürzung von Wartezeiten und dazu, den Spielablauf in verschiedenen Formen angenehmer zu gestalten oder sich weitere funktionale oder ideelle Vorteile gegenüber anderen Teilnehmern zu sichern. Ebenso kann der Kauf und der Einsatz virtueller Währung für die Möglichkeit einer kontinuierlichen Spielteilnahme genutzt werden. Korn, Norman und Reynolds (2010) wiesen in einem Beitrag zu dem Thema nach, dass in einigen beliebten sozialen Netzwerken insgesamt über 300 Glücksspielähnliche Spielanwendungen auffindbar waren, die den Einsatz von virtueller Währung erlaubten. Neben der reinen Teilnahme zum Zwecke der Unterhaltung können Glücksspiele auch innerhalb anderer sozialer Spiele genutzt werden, um schnell und bequem an spielinterne Währung zu gelangen und das eigentliche Spielziel leichter erreichen zu können (vgl. Downs, 2010). Lehdonvirta (2009) stellte in einer explorativ angelegten Untersuchung von 14 Plattformen (z.B. Facebook), auf denen virtuelle Güter gekauft werden können, fest, dass Merkmale wie Seltenheit, Hintergrunderzählungen oder das äußere Erscheinungsbild den Kauf von virtuellen Gütern wesentlich beeinflussen.

Simulierte Glücksspielangebote erleichtern Anbietern die Erzeugung von Kontrollillusionen auf Seiten des Spielers, da durch übermäßige Spielgewinne kein Verlust für den Anbieter entsteht. Sévigny et al. (2005) belegten in einer explorativen Studie, dass in 45 von 117 untersuchten Fällen (38%) die Auszahlungsquoten der untersuchten Demospiele deutlich höher ausfielen als die anschließenden kostenpflichtigen Angebote. Dass kostenlose Demospiele mit unrealistisch hohen Auszahlungsquoten zumindest kurzfristig einen Einfluss auf das anschließende kostenpflichtige Glücksspielverhalten ausüben, konnte bereits experimentell gezeigt werden (Bednarz, Delfabbro & King, 2013; Frahn, Delfabbro & King, 2015).

(2) Teilnahmemotive

McBride und Derevensky (2009) fanden in einer Querschnittbefragung heraus, dass die häufigsten Motive für die Nutzung simulierter Glücksspiele der Spaß am Spiel (92%), Unterhaltung (90%), Entspannung (78%), Langeweile (66%), Spannung während des Spiels (64%), Angst oder Depression (30%), Flucht vor Problemen (26%), Pflege alter oder Aufbau neuer Freundschaft (13%) sowie das Üben von Fähigkeiten (7%) waren. Im Gegensatz dazu steht bei Glücksspielen allgemein nach Müller, Dreier, Duven, Giralt, Beutel und Wölfling (2014) die Hoffnung auf Geldgewinne im Vordergrund (48%), gefolgt von Neugier (38%) und dem Spielen mit Freunden (37%). Mit Bezug auf Spiele in sozialen Netzwerken ermittelten Lee, Lee und Choi (2012) sechs Hauptmotive, die zum Spielen in diesem Umfeld führten. Neben sozialer Interaktion und Selbstdarstellung spielten auch Zeitvertreib, Unterhaltung und Herausforderung/Wettbewerb wesentliche Rollen. Darüber hinaus nennen Gainsbury et al. (2014c) Lernen und den Ausbau von Fähigkeiten als weitere motivationale Elemente. Die unterschiedlichen Motivarten beeinflussen wiederum die Einstellungen gegenüber dem Spielen

von sozialen Spielen allgemein sowie gegenüber der Absicht, sich in sozialen Netzwerken zu engagieren. Die Bequemlichkeit und flexible Art der Nutzung - sowohl zeitlich als auch örtlich - ist schließlich ein bedeutender Faktor, der das mobile Glücksspiel (z.B. per Smartphone) attraktiv macht (Okazaki, Skapa & Grande, 2008).

In einer Explorativstudie ermittelte Downs (2010) außerdem, dass simulierte Glücksspiele für Jungen positiv besetzt sind und als Garant betrachtet werden, um Anspannung und Langeweile entfliehen zu können. Mädchen dagegen dient das simulierte Glücksspiel eher dazu, virtuelles Geld zu verdienen und damit in ihrem sozialen Spiel voranzukommen.

(3) Konsummuster

In einer Befragung von 1.287 australischen 12- bis 17-Jährigen (King et al., 2014) stellte sich heraus, dass 31,5% der Untersuchungsteilnehmer im letzten Jahr eines der abgefragten simulierten Glücksspiele (in Videospiele, via Smartphones, Facebook oder auf Demoseiten von Glücksspielanbietern) gespielt hatten. Dabei berichteten 26% der Befragten von der Teilnahme an simuliertem Glücksspiel in Videospiele (Bonusfeatures oder virtuelle Glücksspiele), 10% bei Facebook, 6% via Smartphone-Apps und 5% in Bezug auf kostenlose Demospiele. Weitere Untersuchungen kommen zu ähnlichen Größenordnungen. So wiesen Poulin und Elliot (2007) nach, dass 22% bis 26% der Schüler aus 7. bis 12. Klassen simulierte Glücksspiele wahrnahmen. Ferner spielten 28% einer britischen Stichprobe (Ipsos MORI, 2009) in der Woche vor der Befragung mindestens eine Form simulierter Glücksspiele, etwa in sozialen Netzwerken (Bebo bzw. Facebook) oder im Rahmen von Übungsspielen. Eine jüngere Studie mit 2.757 11- bis 16-jährigen britischen Kindern und Jugendlichen (Ipsos MORI, 2012) gelangte zu der Erkenntnis, dass jedes siebte Kind (13%) in der letzten Woche vor der Befragung an kostenlosen Demospiele teilnahm, wobei die populärste Form die Teilnahme via Facebook war (11%). Bei einer Befragung von 465 kanadischen Studenten ermittelten McBride und Derevensky (2012) zudem, dass signifikant mehr männliche Personen solche Übungsseiten nutzten.

In einem Online-Fragebogen, der von italienischen Studenten ausgefüllt wurde, gaben 28% der Spieler an, ausschließlich Geschicklichkeitsspiele zu nutzen; 37% dagegen nutzten nur Glücksspiele (Gandolfo & Debonis, 2014). Allerdings spielt auch der Übergang zwischen verschiedenen Spielformen sowie deren parallele Nutzung eine Rolle. McBride und Derevensky (2009) fanden heraus, dass 77% einer Stichprobe von erwachsenen Internet-Glücksspielern auch simulierte Glücksspiele nachgefragt hatten. Bestätigt wird ein Zusammenhang durch eine Querschnittbefragung mit 8.017 britischen Schülern im Alter von 12 bis 15 Jahren. Bereits in diesem Alter gab unter denjenigen, die von der Beteiligung an Internet-Glücksspielen der nationalen Lotterie (z.B. Lotto,

Rubbellose) berichteten, etwa ein Drittel an, zugleich Erfahrungen mit simulierten Glücksspielen aufzuweisen (Griffiths & Wood, 2007).

(4) Werbung

Des Weiteren stellt der Kontakt mit glücksspielbezogener Werbung im Internet insbesondere bei jungen Menschen ein nicht zu unterschätzendes Problemfeld dar. Zunächst verwundert es kaum, dass im Zusammenhang mit simulierten Glücksspielen auch Werbung für echte Glücksspielangebote geschaltet wird (vgl. Downs, 2010). Mittels Recherche, Beobachtung und qualitativen Interviews untersuchte Downs (2010) Spiele in sozialen Netzwerken. Diese Spiele machten ohne Ausnahme Werbung für Glücksspiele auf kommerziellen Internetseiten. Hierdurch wird bereits die dahinterliegende ökonomische Wichtigkeit für die Anbieter ersichtlich. Folglich erscheint logisch, dass Probanden von häufiger Werbung für simuliertes Glücksspiel und einer damit einhergehenden empfundenen Beeinflussung ihres Verhaltens berichten (Gainsbury et al., 2014c). In einer quasi-experimentellen Erhebung zur Erfassung der Effekte von Werbung und anderen spielbezogenen Aspekten unter 100 amerikanischen Studenten wurde zusätzlich die inhaltliche Ausrichtung der Werbung und ihre Auswirkung untersucht (Lewis & Porter, 2010). Während nur moderat inkongruente Werbung hohe Aufmerksamkeitsraten auf sich ziehen kann, führt extrem inkongruente und nicht auf die Spielumgebung abgestimmte Werbung dazu, dass das Spielerlebnis in seiner Realitätsnähe eingeschränkt wird und die Spieler Langeweile empfinden.

Allerdings lassen sich bisher nur wenige Studien identifizieren, die in differenzierter Weise die Auswirkungen von Werbeexposition auf die Einstellungsebene (z.B. in Form einer Gefahrenunterschätzung des Glücksspiels) oder die Verhaltensebene (z.B. in Form einer erhöhten Konsumintensität) von verschiedenen Zielgruppen untersucht haben. Ungeachtet dessen stimmen die bereits vorliegenden Erkenntnisse aus dem Glücksspielbereich mit Jugendlichen bedenklich (vgl. zusammenfassend mit Hayer, 2012): Zum einen geht Glücksspiel-Werbung in dieser Entwicklungsphase prinzipiell mit einem eher hohen Aufforderungscharakter einher, zum anderen korreliert die Häufigkeit des Kontaktes zu massenmedialer Glücksspielvermarktung mit einer positiven Einstellung zur Glücksspiel-Werbung sowie entsprechenden Verhaltensintentionen. Zudem erfolgt die Begegnung mit Glücksspiel-Werbung – abgesehen von TV-Spots – vor allem über moderne Kommunikationskanäle wie Pop-up-Fenster im Internet oder via E-Mails. Es ist daher keineswegs unwahrscheinlich, dass diese Erkenntnisse auf simulierte Glücksspiele zu übertragen und hier ähnliche oder sogar noch deutlichere Effekte zu erwarten sind. Im Rahmen einer Studie von Rozendaal, Slot, van Reijmersdal und Buijzen (2013) wurde außerdem deutlich, dass 9- bis 12-jährige niederländische Grundschüler zwar angemessene Kenntnis von Werbung in sozialen Netzwerken hatten, gleichzeitig aber eher unkritisch dazu eingestellt waren und sich selber auch für weniger

anfällig gegenüber dem Einfluss durch Gleichaltrige hielten. Gerade vor dem Hintergrund eines erhöhten Gruppendrucks durch die Interaktionselemente sozialer Netzwerke lässt sich vermuten, dass Erscheinungen wie virales Marketing sehr effektiv sind und weitgehend unbemerkt Einzug in den Alltag Minderjähriger nehmen, Einstellungen verändern und zu einer schleichenden Normalisierung von Glücksspielen sowie simulierten Glücksspielen beitragen.

Die Ableitung empirisch gestützter Kausalbeziehungen und Wirkmechanismen bildet demzufolge eine wichtige Aufgabe zukünftiger Forschung, nicht zuletzt auch, um wissenschaftlich abgesicherte Forderungen zur Regulierung von Werbung für simulierte Glücksspiele aufstellen zu können.

(5) Migration

Gupta, Derevensky und Wohl (2013) ermittelten in sechs Fokusgruppen mit insgesamt 51 18- bis 24-jährigen Studenten, dass bei den Teilnehmern ein eindeutiger Migrationsverlauf, d.h. ein Übergang zu anderen Spielformen existiert, beginnend mit einfachen Spielen in sozialen Netzwerken, fortschreitend über simulierte Glücksspiele und endend bei Internet-Glücksspielen mit Geldeinsatz. In einer qualitativen Befragung von zehn erwachsenen, teilweise problematischen Nutzern von Internet-Glücksspielen und Glücksspielen in sozialen Netzwerken (Gainsbury et al., 2014c) zeigte sich jedoch ein eher heterogenes Meinungsbild zu möglichen Migrationsbewegungen: Einige Probanden sprachen von Trigger-Effekten, andere von reduzierten Ausgaben für echtes Glücksspiel durch das simulierte Glücksspiel, wieder andere leugneten einen Einfluss zwischen den Formen gänzlich. Eine erste Studie mit Messwiederholung liefert darüber hinaus wichtige empirische Hinweise auf eine mögliche kausale Verknüpfung von simuliertem und echtem Glücksspiel (Kim et al., 2015): Hier wurde die initiale Befragung zum Glücksspielverhalten unter 409 Teilnehmern, die nach eigener Auskunft noch nie an Internet-Glücksspielen teilgenommen hatten, nach sechs Monaten wiederholt (n=99). Unter denjenigen Personen, die ursprünglich an simulierten Glücksspielen teilgenommen hatten, berichteten 26% davon, inzwischen mit dem Internet-Glücksspiel begonnen zu haben. Einziger Prädiktor für das Migrationsverhalten war das Tätigen vorheriger Mikrotransaktionen. Zwar müssen weitere Längsschnittstudien diese Befunde erhärten, für einen Teil der Probanden scheint sich die Migrationshypothese möglicherweise zu bestätigen.

(6) Komorbiditäten und Risikofaktoren

Schülerbefragungen in Australien (King et al., 2014) und England (Ipsos MORI, 2009) machen deutlich, dass die Nutzung simulierter Glücksspiele positiv assoziiert ist mit echtem Glücksspielverhalten. Außerdem kamen in anderen Befragungen statistische Zusammenhänge mit problematischem Glücksspielverhalten zum Vorschein (Gainsbury et al., 2014a; King et al., 2014;

McBride & Derevensky, 2009; 2012). Auch unter Berücksichtigung weiterer Störvariablen bei der Vorhersage von problematischem Glücksspielverhalten in komplexeren statistischen Modellen lieferte die Nutzung simulierter Glücksspiele signifikante Erklärungsbeiträge (Ipsos MORI, 2009; King et al., 2014).

In einer Querschnittbefragung unter 2.010 australischen Glücksspielern (Gainsbury et al., 2014a) konnte außerdem nachgewiesen werden, dass die Nutzung von simulierten Glücksspielen mit Rauchen, dem Konsum illegaler Drogen und erhöhtem Stress einhergeht. Allerdings glaubten die Nutzer simulierter Glücksspiele im Gegensatz zu Nichtnutzern, dass die Vorteile des Glücksspiels die Schäden überwiegen. In der Befragung unter britischen Jugendlichen (Ipsos MORI, 2012) stellte sich außerdem heraus, dass simulierte Glücksspiele häufiger von Kindern Alleinerziehender oder in Haushalten mit zwei arbeitslosen Elternteilen genutzt werden, aber auch von Kindern, die ihre Schulleistungen eher schlecht und Glück als wichtiger einschätzten, um im Leben erfolgreich zu sein.

(7) Mögliche Positiveffekte

Eine Untersuchung von 2.500 Personen aus Deutschland ab 14 Jahren (Domahidi, Festl & Quandt, 2014) verdeutlicht, dass Spieler in sozialen Netzwerken gut integriert sind, die Zeit zum Spielen mit alten Freunden nutzen und neue Freundschaften knüpfen können. Spielbezogene Freundschaften stellten sich in diesem Zusammenhang als sehr nützlich für soziale Bindungen heraus. Untermauert werden diese Forschungsergebnisse durch Kim, Kim und Oh (2013), die mit einer Fragebogenerhebung eruieren konnten, dass soziale Interaktion in Online-Spielen beim Ausbau neuer Beziehungen helfen und auch bestehende Offline-Beziehungen stärken kann. Online-Spiele haben ebenso positives Potenzial für sozial unsichere Personen, weil sie die Möglichkeit eröffnen, soziale Schwierigkeiten zu überwinden und sowohl alte Freundschaften zu stärken als auch neue Freundschaften einzugehen (Kowert, Domahidi & Quandt, 2014).

Darüber hinaus kann simuliertes Glücksspiel möglicherweise als Glücksspielsubstitut für Problemspieler dienen, um Schadenspotenziale zu begrenzen und Zeit statt Geld einzusetzen. Probanden einer explorativen Studie zur Ergründung der Beziehungen von Videospiele, Glücksspielen und problembehaftetem Spielen (Gainsbury et al., 2014c) berichteten davon, durch simuliertes Glücksspiel ihr Glücksspielverhalten sowie den Drang danach reduziert zu haben. Ein weiterer Positiveffekt bestand in der Verringerung bzw. besseren Kontrolle von Langeweile. Diese Befunde zu simulierten Glücksspielen decken sich mit Einschätzungen einiger befragter Mitarbeiter aus britischen Hilfeinrichtungen (Parke et al., 2012).

Nach Analyse der zur Thematik vorliegenden Literatur lässt sich festhalten, dass simulierte Glücksspiele neuartige Veranstaltungsmerkmale mit sich bringen, die mit Blick auf ihre Nutzung und

Wahrnehmung bislang durch die Wissenschaft noch unzureichend erforscht sind. Hierzu zählen bspw. der Einsatz von Mikrotransaktionen, mittels derer Minderjährige auf legale Weise geringe Geldbeträge in glücksspielähnlichen Produkten einsetzen dürfen, oder die Möglichkeit einer passgenauen Werbung, die via E-Mail oder Messenger-Dienste leicht gestreut werden kann. In Kombination mit einem häufig erkennbaren sozialen Charakter der Spiele, die oftmals Kommunikation und einen Vergleich mit Freunden erlauben, lassen sich Produkte generieren, die für eine jugendliche Zielgruppe sehr ansprechend wirken können. Hinzu kommt die leichte Nutzbarkeit jener Spielformen, die Hemmnisse möglicherweise abzubauen vermag und auf diese Weise eventuell einen Einstieg in echte Glücksspiele erleichtert.

Diese etwaigen Zusammenhänge gilt es, in quantitativ angelegten Forschungseinheiten zu überprüfen. Die nachfolgenden Kapitel beschreiben einen solchen Untersuchungskomplex im Längsschnitt, bei dem in zwei aufeinander folgenden Jahren (2015 und 2016) dieselben Schüler zu ihrem Nutzungsverhalten sowie der Wahrnehmung simulierter Glücksspiele befragt wurden. Diese Vorgehensweise eröffnet die Möglichkeit, die Nutzungsmuster unter den Jugendlichen zu beschreiben und Entwicklungen im Zeitverlauf bei den Schülern nachverfolgen zu können.

3.2 Querschnittanalysen

Die Querschnittuntersuchung bezieht sich auf den ersten Messzeitraum der Schülerbefragungen im Jahr 2015. Sie spiegelt die Nutzungsmuster und Einstellungen der Schüler zum damaligen Zeitpunkt wider und bildet somit die Ausgangsbasis der darauffolgenden Längsschnittanalyse.

3.2.1 Methodische Vorgehensweise bei den Querschnittanalysen

Stichprobe im Stadtgebiet Bremen

Die Befragung von Schülern der 6. bis 10. Klasse in der Stadtgemeinde Bremen zum Thema „simuliertes Glücksspiel“ begann am 18.05.2015 und endete am 20.07.2015.

Die Auswahl der teilnehmenden Schulen erfolgte durch eine Zufallsauswahl unter Berücksichtigung (1) der *Schulform* (vor dem Hintergrund aktueller Schulreformen in Bremen wurden folgende Designkategorien ausgewählt: Gymnasium [n=2], Gesamtschule oder Oberschule mit gymnasialer Oberstufe [n=6], Gesamtschule oder Oberschule ohne gymnasiale Oberstufe[n=5]) und (2) der *sozialen Lage* (Mittelwert über schulspezifische Sozialindizes 2013/14 und 2014/15; je höher der Wert, desto ungünstiger die soziale Lage). Die erstmalige Kontaktaufnahme zu den Schulen erfolgte via E-Mail und Telefon durch das Landesinstitut für Schule (LIS). Als Anreiz für eine

Befragungsteilnahme wurde den Schulen eine schulspezifische Datenauswertung angeboten, um die interne Präventionsarbeit durch evidenzbasierte Bezugswerte zu unterstützen. Da die Zahl der Schulen, die sich zur Befragung bereit erklärten, dennoch gering war, wurden ab Mitte der Erhebungsphase alle 42 für die Untersuchung in Frage kommenden Bremer Schulen kontaktiert. Daraufhin beteiligten sich insgesamt 13 Schulen an dem Forschungsprojekt.

Der mittlere Sozialindex der 42 in Frage gekommenen Bremer Schulen betrug 53,00 (95%-Konfidenzintervall = 46,79 – 59,21). Im Hinblick auf die soziale Lage der tatsächlich teilnehmenden Schulen zeigte sich hingegen ein mittlerer Sozialindex von 43,59 (95%-Konfidenzintervall = 32,23 – 54,94). Damit unterschieden sich die 29 nicht teilnehmenden Schulen (mittlerer Sozialindex = 57,08; 95%-Konfidenzintervall = 49,73 – 64,42) durch eine ungünstigere sozioökonomische Lage (höherer Sozialindex) von den 13 teilnehmenden Schulen. Da das 95%-Konfidenzintervall des mittleren Sozialindex der teilnehmenden Schulen aber breit um den Gesamtmittelwert streute und die Schulen darüber hinaus sehr weit über das Bremer Stadtgebiet verteilt lagen, kann die vorliegende Stichprobe trotz des beschriebenen Ausfallmechanismus als angemessene Annäherung an die Bremische Schülerpopulation angesehen werden.

Stichprobe in Hamburg und Lübeck

Die Auswahl der jeweils sechs teilnehmenden Schulen (6. bis 10. Klassenstufe) in Hamburg (HH) und Lübeck (HL) erfolgte durch eine Zufallsauswahl aus drei (Hamburg) bzw. zwei (Lübeck) verschiedenen Stichprobenschichten unter Berücksichtigung (1) der *Schulform* (Gymnasium, Gemeinschafts- bzw. Stadtteilschule) und (2) der *sozioökonomischen Lage* (in Hamburg angenähert über einen dreistufigen Sozialindex [KESS-Faktor], in Lübeck über die mittels Mediansplit zweifach gestufte Arbeitslosenquote der Stadtbezirke). Die erstmalige Kontaktaufnahme zu den Schulen erfolgte postalisch durch das Institut für Interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung (ISD). Da die Zahl der zufällig gezogenen Schulen, die sich dann auch zu einer Befragung bereit erklärten, zu gering war, wurden in der Mitte der Erhebungsphase weitere zufällig ausgewählte Ersatzschulen für die jeweiligen Stichprobenschichten kontaktiert.

Durchführung im Klassenzimmer

Die Befragungen fanden im Klassenverband schriftlich mittels selbst entwickelter Fragebögen statt, die unter anderem standardisierte Messinstrumente enthalten. Geschulte Mitarbeiter der beteiligten Forschungsinstitute (Institut für Psychologie und Kognitionsforschung [IPK] der Universität Bremen und des Instituts für Interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung [ISD]) gaben den Klassen eine kurze Einführung in die Thematik, führten anschließend die Befragung nach standardisierten

Instruktionen durch und standen während der ca. halbstündigen Bearbeitung jederzeit für Fragen zur Verfügung. In den Pre-Tests und den ersten Erhebungen stellte sich heraus, dass die Schüler bestimmte Verständnisfragen des Öfteren stellten. Die Antworten der Interviewer auf diese Fragen wurden in der Folge abgestimmt und standardisiert. Nach Abschluss einer Befragung wurden die ausgefüllten Fragebögen in einem Umschlag gesammelt, der vor den Augen der Klasse verschlossen wurde.

Erreichungsgrad

In Tabelle 1 sind auf Schulebene die Verhältnisse zwischen der Anzahl der tatsächlich besuchten und den kontaktierten Schulen und auf Personenebene die Verhältnisse zwischen den tatsächlich befragten Schülern (Anzahl unbereinigter ausgefüllter Fragebögen) und der Gesamtanzahl in den teilnehmenden Klassen dargestellt.

Die beste Ausschöpfung auf Schulebene zeigen die Hamburger Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschulen (100%), die schlechteste ist bei den Bremer Gymnasien erkennbar (25%).

Die beste Ausschöpfung auf Personenebene ist bei den Lübecker Gymnasien (94%) gegeben, die schlechteste die Bremer Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschulen (45%).

Tabelle 1: Verhältnisse zwischen Teilnahmen und Anfragen bzw. zwischen vorliegenden Fragebögen und Klassengrößen

Statistik	Stadt	Gymnasium	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule	Gesamt
Schule (Tatsächlich befragt/Kontaktversuche oder Anfragen)	Hamburg	3/7 (43%)	3/3 (100%)	6
Personen (Tatsächlich befragt/echte Klassengrößen)		253/398 (64%)	229/299 (77%)	482
Schule (Tatsächlich befragt/Kontaktversuche oder Anfragen)	Lübeck	2/7 (29%)	4/8 (50%)	6
Personen (Tatsächlich befragt/echte Klassengrößen)		222/237 (94%)	300/489 (61%)	522
Schule (Tatsächlich befragt/Kontaktversuche oder Anfragen)	Bremen	2/8 (25%)	11/34 (32%)	13
Personen (Tatsächlich befragt/echte Klassengrößen)		180/274 (66%)	883/1.967 (45%)	1.063
Anzahl besuchter Schulen		7	18	25
Gesamtsumme unbereinigter Fragebögen		655	1.412	2.067

In Tabelle 2 sind die Häufigkeiten der vorliegenden Fälle nach Datenbereinigung ersichtlich (geschichtet nach Stadt, Schulform und Sozialindexstufe). Wie bereits für Bremen dargestellt, konnten auch in Hamburg und Lübeck angemessene Stichproben unter Berücksichtigung der Schulform und der sozioökonomischen Lage gezogen werden.

Tabelle 2: Geschichtete Häufigkeiten teilnehmender Schulen und Personen

Stadt (Anzahl der Schulen)	Sozialindexstufe	Schulform (Anzahl der Schulen)	Personen
Bremen (13)	MW Sozialindex 2013/14/15 < 33. Perzentil ^a	Gymnasium (1)	96
	MW Sozialindex 2013/14/15 < 33. Perzentil	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (6)	532
	MW Sozialindex 2013/14/15 = 33.-66. Perzentil	Gymnasium (1)	80
	MW Sozialindex 2013/14/15 = 33.-66. Perzentil	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (3)	128
	MW Sozialindex 2013/14/15 > 66. Perzentil	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (2)	129
Lübeck (6)	Arbeitslosenquote < 8,3% ^b	Gymnasium (1)	108
	Arbeitslosenquote < 8,3%	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (2)	177
	Arbeitslosenquote ≥ 8,3%	Gymnasium (1)	109
	Arbeitslosenquote ≥ 8,3%	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (2)	112
Hamburg (6)	KESS-Faktor = 1 oder 2 ^c	Gymnasium (1)	69
	KESS-Faktor = 1 oder 2	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (1)	64
	KESS-Faktor = 3 oder 4	Gymnasium (1)	79
	KESS-Faktor = 3 oder 4	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (1)	66
	KESS-Faktor = 5 oder 6	Gymnasium (1)	93
	KESS-Faktor = 5 oder 6	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule (1)	65
Gesamt			1.907

Anmerkungen:

^a Stufenwerte für Bremen entsprechen dem 33. und 66. Perzentil der gemittelten schulspezifischen Sozialindizes 2013/14 und 2014/15 möglicher Schulen;

^b Stufenwerte für Hamburg entsprechen gruppierten KESS-Faktoren (je höher der Faktor, desto günstiger sind die sozialen Rahmenbedingungen);

^c Stufenwerte für Lübeck entsprechen den Arbeitslosenquoten der schulspezifischen Stadtbezirke.

Datenvorbereitung

Um die Aussagekraft der vorliegenden Analysen zu erhöhen (Repräsentativschluss), wurden die Prävalenzdaten über die Teilnahme an Glücksspielen und simulierten Glücksspielen anhand amtlicher Schulstatistiken so gewichtet, dass die Teilstichproben als repräsentativ für die beteiligten Städte im Hinblick auf Schulform, Schulklasse und Geschlecht angesehen werden konnten. Da ein Repräsentativschluss im Gesamtdatensatz anders verteilte Stichprobenziehungen erforderlich gemacht hätte (u.a., um die stark divergierenden Bevölkerungsgrößen der beteiligten Städte abzubilden), wurde aus Ressourcengründen darauf verzichtet.

Um Ergebnisverzerrungen durch nicht ernsthafte Bearbeitung der Fragen zu reduzieren, wurden im Gesamtdatensatz alle Fälle ausgeschlossen, die unlogisches oder auffällig inkonsistentes Antwortverhalten zeigen, unangemessene oder beleidigende Kommentare enthalten oder eine auffällig hohe Anzahl an fehlenden Werten aufweisen (Anzahl fehlender Angaben bei mindestens 26 Antworten, was 10% aller verpflichtenden Angaben entspricht). Aus Gründen der Datengewichtung sind außerdem vollständige Angaben für die Gewichtungsmerkmale (Stadt, Schulform, Geschlecht, Schulklasse) notwendig. Deshalb wurden zwei Fälle mit fehlenden Angaben zum Geschlecht ausgeschlossen. Der derart bereinigte Datensatz umfasst endgültig **1.905** (1.907 - 2) Fälle. Häufigkeitsangaben zum Konsum wurden mehrheitlich dichotomisiert, um einfache Prävalenzschätzungen tätigen zu können. Unrealistische Angaben zum Erstkontakalter zwischen „0“ und „3“ Jahren wurden durch fehlende Werte ersetzt und dadurch aus den betreffenden Analysen ausgeschlossen.

Der ungewichtete Gesamtdatensatz (n=1.905) setzte sich zusammen aus 970 Mädchen (50,9%) und 935 Jungen (49,1%). Ein Anteil von 206 Personen (10,8%) war selber nicht-deutscher Herkunft, 671 Personen (35,2%) waren selbst oder deren Vater oder Mutter nicht von deutscher Herkunft.

Es wurden folgende Schulklassen besucht: 6. Klasse (n=400; 21,0%), 7. Klasse (n=442; 23,2%), 8. Klasse (n=393; 20,6%), 9. Klasse (n=411; 21,6%), 10. Klasse (n=259; 13,6%). Das mittlere Alter betrug 13,83 Jahre (SD=1,48).

Verwendete Messinstrumente

Um bestimmte psychologische Merkmale oder Verhaltensweisen systematisch erfassen zu können, wurden verschiedene Messinstrumente zur Auswertung herangezogen. Tabelle 3 vermittelt einen Überblick in der Reihenfolge des Vorkommens im Fragebogen und führt Beispielitems an.

Tabelle 3: Zur Auswertung herangezogene Messinstrumente

Themenbereich / Skalenbezeichnung	Quelle	Beispielitem
Soziodemographische Merkmale	Selbst entwickelt	Standardfragen zu Alter, Geschlecht etc.
Wirksamkeit der eigenen Kompetenzen	Beierlein, Kovaleva, Kemper und Rammstedt (2014)	„Die meisten Probleme kann ich aus eigener Kraft gut meistern.“
Belohnungsaufschub	Reimers, Maylor, Stewart und Chater (2009)	„Wenn man dir Geld schenken würde, was wäre dir lieber?“ ... (a) „Ich will lieber 25 Euro nach drei Tagen bekommen.“ ... (b) „Ich warte lieber und erhalte 50 Euro nach drei Monaten.“
Teilnahme an echten Glücksspielen	Selbst entwickelt	„Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten folgende Glücksspiele um Geld gespielt?“
Auffälliges Glücksspielverhalten <i>Fragebogen zu glücksspielbezogenen Problemen im Jugendalter (FGP-J)</i>	In Anlehnung an: Hayer, Meyer und Petermann (2016)	„Wie oft hast du dir Geld geliehen, um an Glücksspielen teilzunehmen?“
Fehlerhafte Überzeugungen und Aberglaube <i>Gambling Related Cognitions Scale (GRCS)</i>	Raylu und Oei (2004)	„Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu?“: ...„Ein Glücksbringer/Talisman erhöht die Chancen, im Spiel zu gewinnen.“
Teilnahme an simulierten Glücksspielen	In Anlehnung an: King et al. (2014)	„Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten von zuhause aus an folgenden Spielen teilgenommen?“
Geldeinsatz für virtuelle Währung, zur Erhöhung der Gewinnchancen und Verkürzung der Wartezeiten (Mikrotransaktionen)	Selbst entwickelt	„Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten Geld für Folgendes eingesetzt?“: ...„Eigenes Geld eingesetzt für den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel.“
Motive für eine Teilnahme an simulierten Glücksspielen	In Anlehnung an: Scharkow, Festl, Vogelgesang und Quandt (2012)	„Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil...“ „ich mich dadurch ablenken kann.“
Wahrnehmung von Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele	Selbst entwickelt	„Welche Art von Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele hast du bereits wahrgenommen?“
Erfassung bestimmter Internetaktivitäten	Baumgärtner und Kestler (2014)	„Gib an, wie häufig du das Internet für folgende Aktivitäten nutzt!“ „Online-Computerspiele“
Auffällige Internetnutzung <i>Compulsive Internet Use Scale (CIUS)</i>	Petersen, Weymann, Schelb, Thiel und Thomasius (2009)	„Wie häufig findest du es schwierig, mit dem Internetgebrauch aufzuhören, wenn du online bist?“
Auffällige Nutzung von Computer- und Videospiele <i>Internet Gaming Disorder (IGD)</i>	Petry et al. (2014)	„Hast du das Gefühl, dass du weniger spielen solltest, schaffst es aber nicht deine Spielzeiten zu verringern?“
Interessen und persönliche Einstellungen	Selbst entwickelt	„Mein Lieblingsfilm / meine Lieblingsserie:“

Im Folgenden wird mit Fokus auf die wesentlichen Untersuchungsziele detailliert beschrieben, wie die Datenerhebung unter Einsatz der angeführten Messinstrumente im Fragebogen erfolgte:

Soziodemographische Merkmale

Der Fragebogen enthält Items zu folgenden soziodemographischen Merkmalen: Geschlecht, Schulklasse (6.-10.) (Schulform; Gymnasium vs. andere Formen wie Stadtteil- oder Oberschulen), Bundesland und Nationalität bzw. Migrationshintergrund (Definition 1: Selbst migriert aus anderem Herkunftsland vs. Deutsch; Definition 2: Selbst oder Vater oder Mutter migriert aus anderem Herkunftsland vs. Deutsch; in den Querschnittuntersuchungen wurden noch beide Definitionen einbezogen, wegen geringer Differenzierungskraft beinhaltet die Längsschnittbefragung nur noch die erste Definition).

Teilnahme an echten Glücksspielen

Eine Erfassung der Teilnahme an echten Glücksspielen erfolgte sowohl für die Lebenszeit („Ja“, „Nein“) als auch den 12-Monats-Zeitraum („Gar nicht“, „Weniger als 1 mal im Monat“, „1-4 mal im Monat“, „5-8 mal im Monat“, „Mehr als 8 mal im Monat“). Wegen der niedrigen Prävalenzen wurden die Kategorien der 12-Monats-Teilnahme für die vorliegenden Analysen jedoch dichotomisiert („Ja“, „Nein“). Die abgefragten Spielformen waren: „Lotto“, „Rubbellose“, „Sportwetten (auch Spiel unter Freunden um Geld)“, „Automatenspiele“, „Poker (auch Spiel unter Freunden um Geld)“, „Andere Karten- oder Würfelspiele (auch Spiel unter Freunden um Geld)“. Außerdem mussten die Teilnehmer angeben, ob der Zugriff über das Internet oder terrestrisch erfolgte.

Teilnahme an simulierten Glücksspielen

Um die Teilnahme an simulierten Glücksspielen in den letzten zwölf Monaten möglichst präzise zu erfassen, wurde in der standardisierten Instruktion (s. Anhang) ausführlich auf die Unterschiede zu echten Glücksspielen hingewiesen. Ferner erfolgte im Fragebogen noch folgende explizite Definition: „Simulierte Glücksspiele unterscheiden sich von normalen Glücksspielen darin, dass du kein Geld gewinnen kannst. Es wird mit virtueller Währung bzw. Punkten gespielt“. Um Missverständnisse noch weiter zu reduzieren, wurde darüber hinaus bei der Mehrheit der Spielformen ein Beispielprodukt genannt.

Der Fragebogen erfasst die Teilnahme an simulierten Glücksspielen nur für den 12-Monats-Zeitraum („Gar nicht“, „Weniger als 1 mal im Monat“, „1-4 mal im Monat“, „5-8 mal im Monat“, „Mehr als 8 mal im Monat“). Die differenzierten Konsumkategorien wurden für die vorliegenden Analysen

dichotomisiert („Ja“, „Nein“). Es wurden folgende unterschiedlichen Spielformen einbezogen: (1) Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken von zuhause (z.B. Zynga Poker bei Facebook), (2) Simulierte Glücksspiele von zuhause über Apps, (3) Simulierte Glücksspiele von zuhause innerhalb von Videospiele (z.B. „Far Cry 3“), (4) Demospiele von echten Glücksspielen von zuhause (z.B. Poker bei Pokerstars.de oder Roulette ohne Echtgeldeinsatz), (5) Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken von unterwegs (z.B. Zynga Poker bei Facebook), (6) Simulierte Glücksspiele von unterwegs über Apps, (7) Simulierte Glücksspiele von unterwegs innerhalb von Videospiele (z.B. „Far Cry 3“), (8) Demospiele von echten Glücksspielen von unterwegs (z.B. Poker bei Pokerstars.de oder Roulette ohne Echtgeldeinsatz).

In den Querschnittuntersuchungen erfolgte die Erhebung aller acht Formen differenziert und die Vereinigungsmenge aller Formen als Gesamtkategorie. In den Längsschnittuntersuchungen wurden darüber hinaus wegen hoher Interkorrelationen auch identische Spielformen in der Auswertung zusammengefasst, die sich nur im Zugangsweg (von zuhause; von unterwegs) unterschieden.

Sowohl für echte als auch simulierte Glücksspiele wurde außerdem das Erstkontaktalter erfragt, sofern Berichte über Kontakte damit vorlagen.

Mikrotransaktionen in simulierten Glücksspielen

Um das Tätigen von Mikrotransaktionen (ausschließlich in simulierten Glücksspielen) darzustellen, mussten die Teilnehmer an simulierten Glücksspielen Angaben zu der Frage „Wie oft hast Du in den letzten 12 Monaten Geld für Folgendes eingesetzt?“ (Merkmalskategorien: „Nie“, „Manchmal“, „Oft“, „Sehr oft“) in Bezug auf folgende drei Bereiche machen: (1) Für den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel, (2) Für die Erhöhung der Gewinnchancen in einem simulierten Glücksspiel, (3) Für die Verkürzung von Wartezeiten, um weiterspielen zu können.

Wahrnehmung von Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele

Außerdem war die Häufigkeit der Wahrnehmung von Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele über folgende Teilbereiche Gegenstand der Untersuchung: (Merkmalskategorien: "Überhaupt nicht", "Sehr selten", "Einige Male", "Häufig", "Sehr häufig"): (1) per E-Mail oder per WhatsApp, (2) auf Internetseiten ohne Spielinhalte, (3) bei Facebook, (4) durch Einblendung innerhalb von Spielen, (5) im Fernsehen/Radio, (6) in Zeitschriften/Zeitungen, (7) auf Plakaten/Bandenwerbung. Die Bewertung der Werbung erfolgte durch folgende Frage: „Wie aufdringlich schätzt du Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele im Internet ein?“ (Merkmalskategorien: "Sehr unaufdringlich", "Eher unaufdringlich", "Eher aufdringlich", "Sehr aufdringlich").

Weiterer Medienkonsum

Um die Nutzung simulierter Glücksspiele in einem breiten Verhaltenskontext erfassen zu können, wurde außerdem die Häufigkeit der *Nutzung folgender Video- oder Computerspiele* erfragt (Merkmalskategorien: „Noch nie“, „Fast nie“, „1 mal pro Monat oder seltener“, „Mehr als pro Monat“, „Mehr als pro Woche“, „Fast täglich“): (1) Ego-/Third-Person-Shooter, (2) Open-World-Spiele, (3) Sport-/Rennspiele, (4) Adventures/Rollenspiele, (5) Strategie-/Simulationsspiele, (6) Beatem up-Spiele, (7) Jump- & Runspiele, (8) Denk-/Geschicklichkeitsspiele, (9) Musik-/Tanzspiele, (10) Browserspiele.

Darüber hinaus erhält das Erhebungsinstrument Fragen zur Häufigkeit der *Nutzung des Internets* für folgende Aktivitäten: (1) Soziale Netzwerke, (2) Videos ansehen / Musik hören, (3) Informationsrecherche, (4) Downloads, (5) Online-Computerspiele, (6) Stöbern / Einkaufen in Online-Shops, (7) In Blogs/Foren Beiträge lesen oder aktiv verfassen.

Vor der Bildung des jeweiligen Skalensummenwertes erfolgte zudem eine Überprüfung aller verwendeten standardisierten Messinstrumente auf interne Konsistenz. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 ersichtlich. Alle Skalen zeigen gute interne Konsistenzen (Cronbachs Alpha = 0,76 – 0,91).

Tabelle 4: Übersicht der verwendeten Skalen

Bereich	Skala/Summenwert	Cronbachs Alpha	Anzahl der Items	Anmerkung zur Berechnung
Auffälliges Glücksspielverhalten	„Fragebogen zu glücksspielbezogenen Problemen im Jugendalter“ (FGP-J)	0,86	19	nur bei Glücksspielteilnahme in den letzten 6 Monaten
Kognitive Verzerrungen	„Gambling Related Cognitions Scale“ (GRCS)	0,78	8	Gesamte Stichprobe
Auffällige Internetnutzung	„Compulsive Internet Use Scale“ (CIUS)	0,91	14	Gesamte Stichprobe
Auffällige Computer- und Videospieldnutzung	„Störung durch Spielen von Internetspielen“ bzw. „Internet Gaming Disorder“ (IGD)	0,85	9	Gesamte Stichprobe
Selbstwirksamkeit	Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzskala (ASKU)	0,76	3	Gesamte Stichprobe

Datenanalyse

Die statistische Datenanalyse erfolgte mit SPSS 18. Für bivariate Zusammenhangsanalysen wurden nonparametrische Chi-Quadrat-, Mann-Whitney-, Kruskal-Wallis- und Spearman's Rho-Tests verwendet, für multivariate Analysen logistische Regressionen. A priori Berechnungen der Teststärke für die verwendeten bivariaten Teststatistiken (Faul, Erdfelder, Lang & Bucher, 2007) zeigen, dass bei einem Testniveau von 0,05 im Gesamtdatensatz selbst kleine Effekte mit einer Teststärke von über 90% aufgedeckt werden konnten. Aufgrund des eher explorativen Charakters der Untersuchung wurde die Kumulierung des Alphafehlers durch multiple Testanwendungen an dieser Stelle nicht korrigiert.

Im Folgenden sind die Ergebnisse der Datenanalyse dargestellt. Nach einer Beschreibung der Teilnahmeprävalenzen an Glücksspielen und simulierten Glücksspielen erfolgt die Vorstellung der detaillierten Nutzungsmuster der verschiedenen Formen simulierten Glücksspiels und ob sich ein auffälliges Konsumverhalten in Bezug auf Glücksspiele, Internetnutzung und Computerspiele zeigt. Im Anschluss daran wird den Motiven für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen nachgegangen sowie die Wahrnehmung der Werbung und das Tätigen von Mikrotransaktionen durch die Jugendlichen näher beleuchtet. Abschließend erfolgt die Ermittlung von Risikofaktoren im statistischen Sinne, die ausschlaggebend für eine Teilnahme an simulierten Glücksspielen sind.

3.2.2 Ergebnisse der Querschnittsanalysen

Teilnahmeprävalenzen an Glücksspielen und simulierten Glücksspielen

Im Gesamtdatensatz zeigt sich, dass 56,8% der Schüler in ihrem Leben mindestens einmal an einem terrestrischen Glücksspiel (nicht Online-, also Offlineglücksspiel) teilgenommen haben (s. Tabelle 5). Die häufigsten Spielformen sind Rubbellose (35,8%), Sportwetten (17,3%), Karten- oder Würfelspiele außer Poker (16,0%), Automatenspiele (14,3%), Poker (10,6%) und Lotto (10,3%). Zwischen den Städten zeigen sich insgesamt nur vernachlässigbare Unterschiede.

Außerdem haben sich 15,8% der Schüler in ihrem Leben mindestens einmal an einem Internetglücksspiel beteiligt (s. Tabelle 6). Die häufigsten Spielformen hierbei sind Rubbellose (5,6%), Sportwetten (5,5%), Automatenspiele (4,0%), Poker (3,8%), andere Karten- oder Würfelspiele außer Poker (3,3%) und Lotto (1,4%). Auch hier gibt es zwischen den Städten nur marginale Unterschiede.

Die 12-Monats-Prävalenz für irgendein Glücksspiel (online oder offline) im Gesamtdatensatz beträgt 38,5% (s. Tabelle 7). Die häufigsten Spielformen sind Rubbellose (18,7%), Sportwetten (14,8%), Karten- oder Würfelspiele außer Poker (11,6%), Poker (8,6%), Automatenspiele (8,2%) und Lotto (5,3%). Auch hier zeigen sich nur geringe Differenzen zwischen den Städten.

Zudem ist ersichtlich, dass die 12-Monats-Prävalenz für irgendein Internetglücksspiel 7,4% beträgt (s. Tabelle 8). Die häufigsten Spielformen sind Sportwetten (1,9%), Poker- oder andere Kartenspiele (1,8%), Rubbellose (1,4%), Automatenspiele (1,2%), Lotto (0,4%) und Casinospiele (0,1%).

Des Weiteren beträgt im Gesamtdatensatz die 12-Monats-Prävalenz der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel 50,3% (s. Tabelle 9). Um der zunehmenden Verbreitung von Smartphones unter Jugendlichen Rechnung zu tragen und zu erfassen, in welchem Umfeld das Spiel erfolgt, gibt es die Unterscheidung zuhause oder unterwegs. Die häufigsten Spielformen von zuhause sind simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (27,9%), über Apps (18,2%), innerhalb sozialer Netzwerke (13,6%) und Demospiele von echten Glücksspielen (9,0%). Die Teilnahme von unterwegs erfolgt am häufigsten innerhalb von Videospiele (29,2%), über Apps (11,1%), in sozialen Netzwerken (5,6%) und als Demospiele von echten Glücksspielen (4,1%). Bei der 12-Monats-Prävalenz der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel fällt der Prozentsatz von Lübeck (57,3%) höher aus als der von Bremen (49,3%) und Hamburg (52,0%).

Tabelle 10 gibt die Zahl der maximalen Beteiligungen über alle Formen simulierten Glücksspiels hinweg und für unterschiedliche Personengruppen an. Erkennbar ist, dass 17,9% der Jugendlichen simulierte Glücksspiele in den 12 Monaten vor der Befragung maximal weniger als einmal im Monat genutzt hatten, während bei 12,3% die maximale Beteiligung bei mehr als 8 mal pro Monat lag. Auffällig ist vor allem, dass 18,9% der männlichen Jugendlichen sich mehr als 8 mal im Monat maximal beteiligt hatten, während der Vergleichswert bei den Mädchen lediglich 6,0% beträgt.

Tabelle 5: Lebenszeitprävalenzen: Terrestrisches Glücksspiel

Merkmal	Gesamtdatensatz (ungewichtet)	Bremen (repräsentativ)	Hamburg (repräsentativ)	Lübeck (repräsentativ)
Irgendein Glücksspiel (offline)	56,84%	57,59%	59,32%	53,30%
Rubbellose	35,82%	37,83%	35,81%	35,41%
Sportwetten	17,31%	17,38%	20,01%	14,64%
Andere Karten- oder Würfelspiele außer Poker	16,00%	15,06%	16,76%	16,55%
Automatenspiele	14,26%	12,43%	14,79%	18,56%
Poker	10,64%	10,01%	11,53%	10,48%
Lotto	10,28%	12,75%	12,07%	6,61%

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 6: Lebenszeitprävalenzen: Internetglücksspiel

Merkmal	Gesamtdatensatz (ungewichtet)	Bremen (repräsentativ)	Hamburg (repräsentativ)	Lübeck (repräsentativ)
Irgendein Glücksspiel (online)	15,75%	17,21%	13,76%	14,87%
Rubbellose	5,59%	7,09%	3,64%	4,05%
Sportwetten	5,52%	6,06%	4,31%	5,67%
Automatenspiele	4,02%	4,19%	3,54%	4,54%
Poker	3,76%	4,65%	3,13%	2,81%
Andere Karten- oder Würfelspiele außer Poker	3,30%	3,94%	2,19%	1,92%
Lotto	1,42%	1,30%	1,60%	1,18%

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 7: 12-Monats-Prävalenzen: Irgendein Glücksspiel (online oder offline)

Merkmal	Gesamtdatensatz (ungewichtet)	Bremen (repräsentativ)	Hamburg (repräsentativ)	Lübeck (repräsentativ)
Irgendein Glücksspiel im letzten Jahr (Online oder Offline)	38,49%	38,35%	40,02%	38,72%
Rubbellose	18,72%	19,89%	13,90%	20,08%
Sportwetten	14,78%	15,36%	14,96%	14,46%
Andere Karten- oder Würfelspiele außer Poker	11,59%	11,05%	13,55%	12,04%
Poker	8,62%	7,13%	8,84%	9,75%
Automatenspiele	8,20%	6,49%	8,34%	11,60%
Lotto	5,31%	6,24%	6,08%	4,55%

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 8: 12-Monats-Prävalenzen: Internetglücksspiel (nur online)

Merkmal	Gesamtdatensatz (ungewichtet)	Bremen (repräsentativ)	Hamburg (repräsentativ)	Lübeck (repräsentativ)
Irgendein Internetglücksspiel im letzten Jahr	7,44%	8,03%	5,39%	9,29%
Sportwetten	1,89%	2,52%	1,37%	2,08%
Poker oder andere Kartenspiele	1,78%	1,49%	2,14%	2,59%
Rubbellose	1,42%	1,55%	0,86%	1,54%
Automatenspiele	1,15%	1,44%	0,18%	1,88%
Lotto	0,37%	0,26%	0,46%	0,09%
Casinospiele	0,10%	0,10%	0,00%	0,09%

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 9: 12-Monats-Prävalenzen: Simuliertes Glücksspiel (von zuhause oder unterwegs)

Merkmal	Gesamtdatensatz (ungewichtet)	Bremen (repräsentativ)	Hamburg (repräsentativ)	Lübeck (repräsentativ)
Irgendein simuliertes Glücksspiel im letzten Jahr (von zuhause oder unterwegs)	50,29%	49,29%	52,00%	57,28%
Von zuhause gespielt:				
Innerhalb von Videospielen	27,90%	29,74%	29,00%	33,40%
Über Apps	18,20%	16,36%	17,42%	20,32%
In sozialen Netzwerken	13,64%	13,86%	12,39%	12,45%
Demospiele von echten Glücksspielen	8,96%	9,21%	8,70%	10,27%
Von unterwegs gespielt:				
Innerhalb von Videospielen	29,16%	27,86%	32,99%	31,57%
Über Apps	11,13%	10,60%	8,88%	13,85%
In sozialen Netzwerken	5,59%	5,74%	4,67%	5,89%
Demospiele von echten Glücksspielen	4,12%	4,84%	2,91%	5,27%

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 10: 12-Monats-Prävalenzen: Maximale Beteiligungen über alle Formen simulierten Glücksspiels hinweg (%)

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	49,66	17,87	15,24	4,90	12,34
Männlich	36,56	19,89	18,39	6,24	18,93
Weiblich	62,25	15,93	12,20	3,62	6,00
Gymnasium	48,10	16,98	17,46	6,67	10,79
Andere Schule	50,43	18,31	14,13	4,03	13,10
Migrationshintergrund	52,45	16,18	13,73	4,41	13,24
Kein Migrationshintergrund	49,32	18,07	15,42	4,96	12,23
Klasse 6	59,65	16,29	11,28	3,26	9,52
Klasse 7	51,60	17,81	14,84	3,43	12,33
Klasse 8	48,08	16,11	15,86	6,14	13,81
Klasse 9	47,56	18,29	15,61	5,85	12,68
Klasse 10	36,68	22,39	20,46	6,56	13,90

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

12-Monats-Teilnahme-Prävalenzen: Detailunterschiede von simulierten Glücksspielen

In Tabelle 11 bis Tabelle 18 sind die Detailunterschiede zwischen den einzelnen Formen simulierten Glücksspiels aufgeführt. Bei diesen Tabellen erfolgt eine Differenzierung nach Nutzung der simulierten Glücksspiele von zuhause und unterwegs, um dem durch die fortschreitende Technologisierung begünstigten mobilen Nutzungsverhalten nachgehen und Unterschiede im Konsumverhalten feststellen zu können. Bis auf simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele fallen die Prävalenzen bei der Nutzung von zuhause höher aus als bei der Nutzung von unterwegs. Allerdings liegt die Nutzung von unterwegs generell in einem nicht unerheblichen Bereich (vgl. auch mit Tabelle 9).

Die Begutachtung der detaillierten Werte für die einzelnen Spielformen ergibt, dass die größte Teilnahmeprävalenz bei simulierten Glücksspielen innerhalb von Videospiele von unterwegs vorzufinden ist, wobei die meisten Jugendlichen dieser Subgruppe jene Spielform allerdings weniger als einmal im Monat genutzt hatten (s. Tabelle 17). Die weiteren abgefragten Spielhäufigkeiten (1-4 mal im Monat; 5-8 mal im Monat; mehr als 8 mal im Monat) kommen indessen in geringerem Ausmaß vor. Die insgesamt zweithöchste Teilnahmeprävalenz weisen simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele von zuhause auf (s. Tabelle 11). Auch bei dieser Spielform liegt die Nutzungshäufigkeit bei den meisten Teilnehmern bei weniger als einmal pro Monat.

Generell zeigt sich, dass die Teilnahmeprävalenzen von Jungen bei allen Formen simulierten Glücksspiels sowohl von zuhause als auch von unterwegs höher liegen als bei Mädchen. Bei simulierten Glücksspielen innerhalb von Videospiele sind diese Unterschiede besonders auffällig. Keine erheblichen Differenzen bezüglich der deskriptiven Kennwerte lassen sich indessen bei den Personengruppen mit und ohne Migrationshintergrund sowie Schülern unterschiedlicher Schulformen ausmachen. Lediglich bei der Nutzung simulierter Glücksspiele in sozialen Netzwerken von zuhause zeigen Personen mit Migrationshintergrund deutlich höhere Werte als Personen ohne Migrationshintergrund (vgl. Tabelle 11).

Mit Blick auf Unterschiede in den verschiedenen Klassenstufen ist zwar eine Tendenz erkennbar, nach der die Nutzungshäufigkeit im Allgemeinen in höheren Klassenstufen ansteigt. Allerdings sind diese Differenzen nicht immer eindeutig und in deskriptiver Hinsicht eher als marginal zu beurteilen (s. Tabelle 11 bis Tabelle 18).

Tabelle 11: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von zuhause aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	85,41	7,14	3,99	0,84	1,52
Männlich	80,64	9,31	5,24	1,18	2,25
Weiblich	90,00	5,05	2,78	0,52	0,83
Gymnasium	84,83	7,90	3,79	1,11	1,42
Andere Schule	85,69	6,76	4,09	0,71	1,57
Migrationshintergrund	77,18	12,14	4,85	1,46	2,43
Kein Migrationshintergrund	86,40	6,53	3,89	0,77	1,41
Klasse 6	89,50	4,00	3,50	0,75	1,25
Klasse 7	83,94	8,37	2,94	0,91	1,81
Klasse 8	82,19	7,63	5,60	1,02	2,55
Klasse 9	85,89	7,79	4,14	0,49	0,97
Klasse 10	85,71	8,11	3,86	1,16	0,77

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 12: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von zuhause aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele über Apps

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	80,95	8,19	5,35	1,63	2,84
Männlich	75,83	9,84	7,06	1,93	4,06
Weiblich	85,88	6,60	3,71	1,34	1,65
Gymnasium	80,41	7,58	6,48	2,21	2,53
Andere Schule	81,21	8,49	4,80	1,34	2,99
Migrationshintergrund	83,01	6,80	5,34	1,46	1,46
Kein Migrationshintergrund	80,70	8,36	5,36	1,65	3,00
Klasse 6	85,50	6,25	4,00	0,75	2,75
Klasse 7	82,58	6,79	4,07	1,36	2,94
Klasse 8	79,39	7,89	6,62	2,29	2,80
Klasse 9	80,29	10,22	5,84	1,22	1,95
Klasse 10	74,52	10,81	6,95	3,09	4,25

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 13: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von zuhause aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	71,34	10,24	7,87	3,31	6,19
Männlich	54,55	14,33	12,41	5,78	11,55
Weiblich	87,53	6,29	3,51	0,93	1,03
Gymnasium	68,88	10,59	9,16	4,74	5,85
Andere Schule	72,56	10,06	7,23	2,59	6,37
Migrationshintergrund	72,33	9,22	5,34	3,88	6,80
Kein Migrationshintergrund	71,22	10,36	8,18	3,24	6,12
Klasse 6	80,75	7,50	4,25	3,50	3,50
Klasse 7	76,24	7,92	6,56	2,04	5,66
Klasse 8	69,72	9,67	7,38	4,07	7,63
Klasse 9	64,48	14,11	9,49	2,92	8,03
Klasse 10	61,78	13,13	13,90	4,63	6,18

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 14: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von zuhause aus teilgenommen: Demospiele von echten Glücksspielen

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	90,18	5,51	2,52	0,42	0,42
Männlich	87,17	6,52	3,96	0,64	0,64
Weiblich	93,09	4,54	1,13	0,21	0,21
Gymnasium	88,63	6,48	2,84	0,47	0,95
Andere Schule	90,96	5,03	2,36	0,39	0,16
Migrationshintergrund	91,75	2,91	0,97	1,46	0,49
Kein Migrationshintergrund	89,99	5,83	2,71	0,29	0,41
Klasse 6	92,75	2,75	3,00	0,25	0,25
Klasse 7	89,14	6,34	1,81	0,91	0,23
Klasse 8	88,30	7,13	2,29	0,25	0,76
Klasse 9	91,24	5,35	2,43	0,24	0,24
Klasse 10	89,19	6,18	3,48	0,39	0,77

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 15: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von unterwegs aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	93,18	2,94	1,73	0,53	0,32
Männlich	90,80	3,53	2,35	0,75	0,43
Weiblich	95,46	2,37	1,13	0,31	0,21
Gymnasium	95,26	2,05	1,26	0,32	0,32
Andere Schule	92,14	3,38	1,97	0,63	0,31
Migrationshintergrund	91,75	2,91	2,43	0,49	0,97
Kein Migrationshintergrund	93,35	2,94	1,65	0,53	0,24
Klasse 6	95,00	1,50	1,25	0,25	0,25
Klasse 7	91,86	3,17	1,13	0,68	0,91
Klasse 8	91,35	3,82	2,29	1,02	0,25
Klasse 9	94,16	3,65	1,70	0,00	0,00
Klasse 10	93,82	2,32	2,70	0,77	0,00

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 16: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von unterwegs aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele über Apps

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	87,61	5,25	3,26	1,31	1,16
Männlich	83,21	7,06	4,28	1,71	1,50
Weiblich	91,86	3,51	2,27	0,93	0,83
Gymnasium	88,15	5,06	3,32	1,58	0,95
Andere Schule	87,34	5,35	3,22	1,18	1,26
Migrationshintergrund	88,35	4,85	3,40	0,49	1,46
Kein Migrationshintergrund	87,52	5,30	3,24	1,41	1,12
Klasse 6	89,75	4,50	2,75	0,75	0,75
Klasse 7	89,59	3,39	3,39	0,45	0,91
Klasse 8	85,75	5,60	3,56	2,29	1,27
Klasse 9	88,81	5,84	2,68	1,22	0,97
Klasse 10	81,85	8,11	4,25	2,32	2,32

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 17: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von unterwegs aus teilgenommen: Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	69,76	10,76	9,40	3,31	5,25
Männlich	61,93	13,16	11,02	4,60	7,17
Weiblich	77,32	8,45	7,84	2,06	3,40
Gymnasium	68,40	11,22	10,90	3,32	5,06
Andere Schule	70,44	10,54	8,65	3,30	5,35
Migrationshintergrund	69,90	10,19	8,74	2,43	6,31
Kein Migrationshintergrund	69,75	10,83	9,48	3,41	5,12
Klasse 6	73,50	9,00	8,25	2,50	4,50
Klasse 7	70,14	9,05	9,50	2,72	6,34
Klasse 8	70,48	10,18	9,67	3,56	4,84
Klasse 9	70,07	10,46	8,52	4,62	5,60
Klasse 10	61,78	17,76	11,97	3,09	4,63

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Tabelle 18: 12-Monats-Prävalenzen (%) Von unterwegs aus teilgenommen: Demospiele von echten Glücksspielen

Teilgruppe	Gar nicht	Weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	Mehr als 8 mal im Monat
Alle	94,12	2,89	0,89	0,11	0,16
Männlich	91,98	3,53	1,60	0,11	0,32
Weiblich	96,19	2,27	0,21	0,10	0,00
Gymnasium	94,47	3,16	0,63	0,16	0,32
Andere Schule	93,95	2,75	1,02	0,08	0,08
Migrationshintergrund	95,15	1,46	0,00	0,49	0,49
Kein Migrationshintergrund	94,00	3,06	1,00	0,06	0,12
Klasse 6	94,25	2,25	1,50	0,00	0,00
Klasse 7	92,76	2,49	0,91	0,00	0,45
Klasse 8	94,40	3,05	0,51	0,25	0,00
Klasse 9	95,86	2,68	0,49	0,00	0,00
Klasse 10	93,05	4,63	1,16	0,39	0,39

n=1.905 (Gesamtdatensatz)

Auffälliges Konsumverhalten

Die nachfolgenden Werte geben die Häufigkeiten auffälligen Glücksspielverhaltens (nach FGP-J), auffälligen Internetkonsums (nach CIUS) und auffälligen Computer- und Videospiegelverhaltens (nach IGD) an.

In Tabelle 19 ist ersichtlich, dass 4,5% aller Befragten ein auffälliges Glücksspielverhalten im Sinne des FGP-J aufweisen. Die weit überwiegende Mehrheit von 95,5% zeigt dagegen kein auffälliges Glücksspielverhalten. In dieser Tabelle sind auch die zugehörigen absoluten Häufigkeiten abzulesen.

Tabelle 20 weist auffälligen Internetkonsum unter den Teilnehmern aus. Die Anzahl der Personen mit einem auffälligen Internetkonsum im Sinne der CIUS liegt bei 11,3%. Hingegen legen 88,7% der Beteiligten keinen auffälligen Internetkonsum an den Tag.

Der Wert für auffälliges Computer- und Videospiegelverhalten nach IGD liegt bei 3,5% der Jugendlichen. 96,5% treten indessen nicht durch auffälliges Computer- und Videospiegelverhalten in Erscheinung. Diese Daten mitsamt den entsprechenden Häufigkeiten sind in Tabelle 21 zu finden.

Tabelle 19: Auffälliges Glücksspielverhalten (FGP-J \geq 6)

Glücksspielverhalten		Häufigkeit	%
Gültig	Nicht auffällig	1.820	95,5
	Auffällig	85	4,5
	Gesamt	1.905	100,0

Tabelle 20: Auffälliger Internetkonsum (CIUS \geq 30)

Internetkonsum		Häufigkeit	%
Gültig	Nicht auffällig	1.689	88,7
	Auffällig	215	11,3
	Gesamt	1.904	100,0
Fehlend		1	
Gesamt		1.905	

Tabelle 21: Auffälliges Computer- und Videospiegelverhalten (Anzahl IGD-Kriterien \geq 5)

Computer- und Videospiegelverhalten		Häufigkeit	%
Gültig	Nicht auffällig	1.826	96,5
	Auffällig	67	3,5
	Gesamt	1.893	100,0
Fehlend		12	
Gesamt		1.905	

Erstkontaktalter

Für die zahlreichen Formen der Glücksspiele und simulierten Glücksspiele wurde für die jeweiligen Lebenszeitnutzer das Alter des Erstkontakts mit der Spielform erhoben. In Tabelle 22 sind die Mittelwerte und 95%-Konfidenzintervalle im Gesamtdatensatz dargestellt. Der Mittelwert des Erstkontaktalters für Offline-Glücksspiele liegt zwischen 10,4 und 12,5 Jahren, bei den Internet-Glücksspielen zwischen 11,4 und 13,1 Jahren und bei den simulierten Glücksspielen zwischen 12,4 und 12,8 Jahren.

Tabelle 22: Erstkontaktalter mit verschiedenen Spielformen (Gesamtdatensatz)

In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	Mittelwert (95%-Konfidenzintervall)
Offline Rubbellose gespielt?	10,44 (10,24; 10,64)
Offline Lotto gespielt?	10,93 (10,60; 11,27)
Offline Automaten Spiele gespielt?	11,23 (10,90; 11,56)
Offline andere Karten-oder Würfelspiele gespielt?	11,64 (11,37; 11,92)
Offline Sportwetten gespielt?	12,05 (11,81; 12,29)
Offline Poker gespielt?	12,45 (12,17; 12,74)
Im Internet Rubbellose gespielt?	11,40 (10,91; 11,90)
Im Internet andere Karten-oder Würfelspiele gespielt?	11,74 (11,22; 12,26)
Im Internet Lotto gespielt?	12,18 (11,42; 12,93)
Im Internet Automaten Spiele gespielt?	12,55 (11,99; 13,10)
Im Internet Poker gespielt?	12,63 (12,12; 13,14)
Im Internet Sportwetten gespielt?	13,05 (12,69; 13,41)
Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (unterwegs)	12,35 (12,20; 12,51)
Demospiele von echten Glücksspielen (zu Hause)	12,37 (12,10; 12,65)
Demospiele von echten Glücksspielen (unterwegs)	12,46 (11,98; 12,93)
Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken (zu Hause)	12,47 (12,27; 12,67)
Simulierte Glücksspiele über Apps (zu Hause)	12,67 (12,48; 12,86)
Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken (unterwegs)	12,71 (12,39; 13,04)
Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (zu Hause)	12,76 (12,60; 12,93)
Simulierte Glücksspiele über Apps (unterwegs)	12,84 (12,61; 13,08)

Untersuchung der Motive für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen

Die Teilnehmer an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels wurden zu den Gründen ihrer Teilnahme an dem Angebot befragt und die Motive in absteigender Reihenfolge sortiert (s. Tabelle 23). Angegeben ist der Anteil der Schüler, die im Fragebogen die stärksten Zustimmungswerte „Trifft ziemlich zu“ oder „Trifft voll und ganz zu“ auf einer 5-stufigen Likert-Skala angekreuzt haben.

Die wichtigsten Motive für die Ausübung simulierter Glücksspiele sind Spaß (37,5%), die jederzeitige Verfügbarkeit (18,8%), Ablenkung (18,3%), die Möglichkeit mit anderen zusammen spielen zu können (17,7%), und die Spannung im Spiel (16,0%). Ebenso sind die Steigerung der eigenen Fähigkeiten (15,2%) sowie die einfache und bequeme Erreichbarkeit (14,9%) bedeutende Motivationsfaktoren. Das Schließen neuer Freundschaften (1,7%) sowie die Gelegenheit zum Chatten mit anderen (3,8%) haben in diesem Kontext indessen die geringste Bedeutung für die Jugendlichen.

Tabelle 23: Motive der Teilnahme an simulierten Glücksspielen

Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil	%
... sie mir Spaß machen	37,49
... ich sie zu jeder Zeit spielen kann	18,76
... ich mich dadurch ablenken kann	18,28
... ich mit anderen zusammen spielen kann	17,69
... ich sie spannend finde	16,01
... ich meine Fähigkeiten im Spiel steigern will	15,16
... sie einfach und bequem erreichbar sind	14,85
... ich mich sonst langweile	11,92
... ich in ihnen erfolgreich sein will	11,60
... ich bessere Ergebnisse als andere im Spiel erzielen will	10,82
... ich von Freunden dazu eingeladen wurde	10,18
... ich mich mit anderen über das Spiel unterhalten kann	9,59
... ich dadurch Probleme vergessen kann	6,21
... mich das Spiel beruhigt	4,66
... ich durch ein Forum/ein soziales Netzwerk darauf aufmerksam gemacht wurde	4,50
... ich dabei mit anderen chatten kann	3,84
... ich über sie neue Freundschaften schließen kann	1,71

Anmerkung:

Es ist der Anteil der Schüler angegeben, die "Trifft ziemlich zu" oder "Trifft voll und ganz zu" im Fragebogen angekreuzt haben.

An den Motivitems (s. Tabelle 23) wurde eine explorative Hauptkomponentenanalyse mit Faktorenextraktion nach dem Kaiserkriterium (Eigenwerte der Faktoren > 1) und anschließender orthogonaler Rotation (Varimax) durchgeführt. Die extrahierte Drei-Faktorenlösung erklärt insgesamt 56,7% der Merkmalsvarianz (Faktor 1 = 20,4%, Faktor 2 = 18,6%, Faktor 3 = 17,7%). Die Komponentenmatrix der drei extrahierten Faktoren ist in Tabelle 24 ersichtlich. Die Items jeweils eines Faktors wurden anschließend via Summenbildung zu je einer der drei folgenden Motivskalen verdichtet und weiter untersucht: „Wettbewerb und Spannung“, „Kommunikation und Freundschaft“ und „Ablenkung und negative Verstärkung“. Drei Items wurden wegen hoher Querladungen nicht in die Skalensummenwerte eingeschlossen und nur als Einzelitems untersucht.

Anschließend erfolgt eine Untersuchung der drei Faktoren sowie der nicht verdichteten Einzelitems zur Teilnahmemotivation auf Geschlechter- und Altersunterschiede.

Tabelle 24: Komponentenmatrix der Motive für simulierte Glücksspiele

Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil ...	F1	F2	F3
	Wettbewerb und Spannung	Kommunikation und Freundschaft	Ablenkung und negative Verstärkung
ich bessere Ergebnisse als andere im Spiel erzielen will	0.73	0.29	0.07
ich in ihnen erfolgreich sein will	0.70	0.27	0.18
ich meine Fähigkeiten im Spiel steigern will	0.70	0.26	0.20
ich sie spannend finde	0.67	0.14	0.30
sie mir Spaß machen ^a	0.64	0.06	0.42
sie einfach und bequem erreichbar sind ^a	0.45	0.09	0.43
ich dabei mit anderen chatten kann	0.07	0.78	0.30
ich mich mit anderen über das Spiel unterhalten kann	0.33	0.68	0.18
ich über sie neue Freundschaften schließen kann	0.10	0.66	0.28
ich von Freunden dazu eingeladen wurde	0.34	0.65	0.05
ich durch ein Forum/ein soziales Netzwerk darauf aufmerksam gemacht wurde	0.13	0.61	0.15
ich mit anderen zusammen spielen kann ^a	0.49	0.56	0.17
ich mich sonst langweile	0.09	0.17	0.71
ich mich dadurch ablenken kann	0.33	0.18	0.71
mich das Spiel beruhigt	0.21	0.25	0.66
ich dadurch Probleme vergessen kann	0.15	0.37	0.65
ich sie zu jeder Zeit spielen kann	0.45	0.17	0.60

^a Item wird aus Motivskalen wegen zu hoher Querladungen ausgeschlossen.

Um etwaige Geschlechterunterschiede aufzudecken, kam in Tabelle 25 eine Untersuchung im Hinblick auf die Differenzen von Jungen und Mädchen zum Einsatz. Es ist ersichtlich, dass bei Jungen (1) der verdichtete Motivfaktor „Wettbewerb und Spannung“ und (2) das Item „weil ich mit anderen zusammen spielen kann“ deutlich größere Rollen bei der Teilnahme an simulierten Glücksspielen einnehmen als bei Mädchen. Ansonsten ergeben sich keine auffälligen Differenzen.

Tabelle 25: Motivunterschiede zwischen Mädchen und Jungen

Motiv	Cohens D (p-Werte)
Faktor 1: Wettbewerb und Spannung	0,20 (p = 0,00)**
Item "Ich nehme an SG teil, weil ich mit anderen zusammen spielen kann"	0,15 (p = 0,03)*
Faktor 2: Kommunikation und Freundschaft	0,12 (p = 0,21) ns
Faktor 3: Ablenkung und negative Verstärkung	-0,09 (p = 0,06) ns
Item: "Ich nehme an SG teil, weil sie mir Spaß machen"	-0,02 (p = 0,82) ns
Item: "Ich nehme an SG teil, weil sie einfach und bequem erreichbar sind"	-0,00 (p = 0,76) ns

SG = Simulierte Glücksspiele.

** p ≤ 0,01; * p ≤ 0,05; ns p > 0,05. Fett gedruckt sind nur signifikante Unterschiede.

Um einen etwaigen Effekt des Alters ermitteln zu können, erfolgte die Untersuchung eines Zusammenhangs zwischen Schulklasse und Motivmerkmalen. In Tabelle 26 ist ersichtlich, dass zwischen den Motivitems bzw. -faktoren und der Schulklasse keinerlei bedeutsamer Zusammenhang herrschte (trotz Signifikanz ist der Effekt beim Item zu der Erreichbarkeit verschwindend gering).

Tabelle 26: Zusammenhang zwischen Schulklasse und Motivmerkmalen

Motiv	Zusammenhang mit Schulklasse (Spearman's Rho)
Item: <i>"Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil sie einfach und bequem erreichbar sind"</i>	,08*
Item: <i>"Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil sie mir Spaß machen"</i>	,06 ns
Faktor 1: Wettbewerb und Spannung	,01 ns
Faktor 3: Ablenkung und negative Verstärkung	,01 ns
Faktor 2: Kommunikation und Freundschaft	-,04 ns
Item: <i>"Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil ich mit anderen zusammen spielen kann"</i>	-,05 ns

* $p \leq 0,05$; ns $p > 0,05$. Fett gedruckt sind nur signifikante Zusammenhänge.

Wahrnehmung von Werbung

Die Schüler waren aufgefordert, diverse Angaben zur Wahrnehmung von Werbung für Glücksspiele und simulierte Glücksspiele zu machen. Durch Einblendungen innerhalb von Spielen haben bereits 56,3% der Teilnehmer Werbung wahrgenommen, im Fernsehen/Radio 55,1%, auf Internetseiten ohne Spielinhalte 53,5%, auf Plakaten/durch Bandenwerbung 43,8%, in Zeitschriften/Zeitung 41,3%, bei Facebook 36,8%, per E-Mail oder WhatsApp 29,4%. Während 69,7% der Jugendlichen die Werbung als eher aufdringlich oder sehr aufdringlich erleben, schätzen sie 30,3% als eher unaufdringlich oder sehr unaufdringlich ein. Alle Werte im Detail mit sämtlichen Abstufungen der Häufigkeiten der Wahrnehmungen können Tabelle 27 bis Tabelle 34 entnommen werden.

Tabelle 27: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: per E-Mail oder per WhatsApp“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	1.338	70,6
	Sehr selten	299	15,8
	Einige Male	172	9,1
	Häufig	59	3,1
	Sehr häufig	26	1,4
	Gesamt	1.894	100,0
Fehlend		11	
Gesamt		1.905	

Tabelle 28: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: auf Internetseiten ohne Spielinhalte“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	877	46,5
	Sehr selten	309	16,4
	Einige Male	365	19,3
	Häufig	238	12,6
	Sehr häufig	99	5,2
	Gesamt	1.888	100,0
Fehlend		17	
Gesamt		1.905	

Tabelle 29: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: bei Facebook“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	1.188	63,2
	Sehr selten	224	11,9
	Einige Male	208	11,1
	Häufig	151	8,0
	Sehr häufig	109	5,8
	Gesamt	1.880	100,0
Fehlend		25	
Gesamt		1.905	

Tabelle 30: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: durch Einblendung innerhalb von Spielen“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	824	43,7
	Sehr selten	299	15,9
	Einige Male	336	17,8
	Häufig	267	14,2
	Sehr häufig	160	8,5
	Gesamt	1.886	100,0
Fehlend		19	
Gesamt		1.905	

Tabelle 31: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: im Fernsehen/Radio“

		Häufigkeit	Prozente
Gültig	Überhaupt nicht	850	44,9
	Sehr selten	434	23,0
	Einige Male	364	19,2
	Häufig	172	9,1
	Sehr häufig	71	3,8
	Gesamt	1.891	100,0
Fehlend		14	
Gesamt		1.905	

Tabelle 32: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: in Zeitschriften/Zeitungen“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	1.109	58,7
	Sehr selten	472	25,0
	Einige Male	214	11,3
	Häufig	71	3,8
	Sehr häufig	24	1,3
	Gesamt	1.890	100,0
Fehlend		15	
Gesamt		1.905	

Tabelle 33: Item „Folgende Werbung für (simulierte) Glücksspiele habe ich wahrgenommen: auf Plakaten/Bandenwerbung“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Überhaupt nicht	1.064	56,2
	Sehr selten	546	28,8
	Einige Male	200	10,6
	Häufig	57	3,0
	Sehr häufig	26	1,4
	Gesamt	1.893	100,0
Fehlend		12	
Gesamt		1.905	

Tabelle 34: Item „Wie schätzt du allgemein Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele im Internet ein?“

		Häufigkeit	Prozente
Gültig	Sehr unaufdringlich	212	11,5
	Eher aufdringlich	347	18,8
	Eher aufdringlich	771	41,7
	Sehr aufdringlich	517	28,0
	Gesamt	1.847	100,0
Fehlend		58	
Gesamt		1.905	

Tätigen von Mikrotransaktionen

9,6% der Untersuchungsteilnehmer haben in den letzten 12 Monaten vor der Befragung eigenes Geld für den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel eingesetzt, 8,5% zur Verkürzung von Wartezeiten für ein schnelleres Weiterspielen und 2,8% zur Erhöhung der Gewinnchancen. Sämtliche detaillierten Daten zu Mikrotransaktionen sind in Tabelle 35 bis Tabelle 37 nachzulesen.

Tabelle 35: Item „In den letzten 12 Monaten eigenes Geld eingesetzt für: den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel“

		Häufigkeit	Prozente
Gültig	Nie	1.683	90,4
	Manchmal	144	7,7
	Oft	26	1,4
	Sehr oft	9	0,5
	Gesamt	1.862	100,0
Fehlend		43	
Gesamt		1.905	

Tabelle 36: Item „In den letzten 12 Monaten eigenes Geld eingesetzt für: die Erhöhung deiner Gewinnchancen in einem simulierten Glücksspiel“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Nie	1.808	97,2
	Manchmal	35	1,9
	Oft	12	0,6
	Sehr oft	6	0,3
	Gesamt	1.861	100,0
Fehlend		44	
Gesamt		1.905	

Tabelle 37: Item „In den letzten 12 Monaten eigenes Geld eingesetzt für: die Verkürzung von Wartezeiten, um Weiterspielen zu können“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Nie	1.697	91,5
	Manchmal	125	6,7
	Oft	23	1,2
	Sehr oft	9	0,5
	Gesamt	1.854	100,0
Fehlend		51	
Gesamt		1.905	

Bivariate Risikofaktorenanalysen der Teilnahme an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten

Im Folgenden sind die Risikofaktoren (im statistischen Sinne) für die Nutzung irgendeines simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten angegeben. Es werden die signifikanten und bedeutsamen Effekte beschrieben (bei den metrischen Risikofaktoren nur Cohens D-Werte von mindestens 0,2 = kleiner Effekt). Die detaillierten Werte sind im Anhang zu finden.

Für die Nutzung ***irgendeines simulierten Glücksspiels*** ergeben sich folgende bedeutsame Risikofaktoren:

- (1) Männliches Geschlecht,
- (2) Schulbesuch in Lübeck,
- (3) Lebenszeiteilnahme an irgendeinem Offline-Glücksspiel (insbesondere: Lotto, Rubbellose, Sportwetten, Automaten Spiele, Poker, andere Karten- oder Würfelspiele),
- (4) Lebenszeiteilnahme an irgendeinem Online-Glücksspiel (insbesondere: Lotto, Rubbellose, Sportwetten, Automaten Spiele, Poker, andere Karten- oder Würfelspiele),
- (5) Letztjahresteilnahme an irgendeinem Online-Glücksspiel (insbesondere: Automaten Spiele, Rubbellose, Poker oder andere Kartenspiele, Lotto, Sportwetten),
- (6) Letztjahresteilnahme an irgendeinem Glücksspiel (online oder offline, insbesondere: Lotto, Rubbellose, Sportwetten, Automaten Spiele, Poker, andere Karten- oder Würfelspiele),
- (7) Höherer Summenwert für auffällige Internetnutzung,
- (8) Höherer Summenwert für auffällige Computerspielnutzung,
- (9) Häufigere Nutzung von Video- oder Computerspielen (insbesondere: Ego-/Third-Person-Shooter, Open-World-Spiele, Sport-/Rennspiele, Adventures/Rollenspiele, Strategie-/Simulationsspiele, Beatem up-Spiele und Browserspiele),
- (10) Häufigere Nutzung des Internets für Downloads und Online-Computerspiele,
- (11) Häufigere Wahrnehmung von Werbung für echte oder simulierte Glücksspiele per E-Mail oder WhatsApp, bei Facebook oder durch Einblendung innerhalb von Spielen.

Multivariate Risikofaktorenanalysen der Teilnahme an simuliertem Glücksspiel

In Anlehnung an die bereits extrahierten Risikofaktoren wurde ein logistisches Regressionsmodell erstellt, das die bedeutsamsten obigen bivariaten Risikofaktoren zusammenfasst. Tabelle 38 zeigt die Ergebnisse der simultanen logistischen Regression zur Vorhersage der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel innerhalb der letzten zwölf Monate sowie die Ergebnisse einer separaten

Analyse mit denselben Risikofaktoren zur Vorhersage der Personen mit der stärksten Beteiligung an simulierten Glücksspielen (n=272; 14,3% der Gesamtstichprobe; die Teilnahmehäufigkeit über alle acht Formen simulierter Glücksspiele wurde erfasst über 5-stufige Items von 0 „gar nicht“ bis 4 „mehr als 8 mal im Monat“. Zur Ermittlung der Intensivspieler wurden diese Items addiert und alle Personen mit einem Zahlenwert über 4 eingeschlossen).

Die **Teilnahmewahrscheinlichkeit an irgendeinem simulierten Glücksspiel im letzten Jahr** wurde signifikant begünstigt durch:

1. Das männliche Geschlecht,
2. den Schulbesuch in Lübeck,
3. die letztjährige Teilnahme an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen oder Rubbellosen,
4. ein auffälliges Computerspielverhalten,
5. eine häufigere Nutzung von bestimmten Videospiele
(Ego-/Third-Person-Shooter, Sport-/Rennspiele, Strategie-/Simulationsspiele; Die häufigere Nutzung von Open-World-Spielen wirkte interessanterweise als wahrnehmungsreduzierende Bedingung),
6. eine häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung innerhalb von Spielen.

Die **intensive Nutzung simulierter Glücksspiele im letzten Jahr** hingegen wurde signifikant begünstigt durch:

1. Das männliche Geschlecht,
2. die letztjährige Teilnahme an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen, Rubbellosen oder Automaten spielen,
3. stärkere glücksspielbezogene kognitive Verzerrungen,
4. die häufigere Nutzung des Internets für Downloads,
5. eine häufigere Nutzung von bestimmten Videospiele
(Ego-/Third-Person-Shooter, Browserspiele, Sport-/Rennspiele),
6. eine häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung innerhalb von Spielen.

Tabelle 38: Risikofaktoren für irgendeine Form simulierten Glücksspiels im multivariaten logistischen Modell

Merkmal	Irgendein SG mindestens 1 Mal im letzten Jahr genutzt	Nur Intensivnutzer (n=272)
Männliches Geschlecht	1,55** (1,12; 2,14)	1,76* (1,09; 2,86)
Schulbesuch in Lübeck (vs. Hamburg oder Bremen)	1,49** (1,16; 1,93)	1,12 ns (0,79; 1,60)
Mindestens 1 Mal im letzten Jahr gespielt (online oder offline): andere Karten- oder Würfelspiele	1,74* (1,09; 2,77)	1,99** (1,26; 3,13)
Mindestens 1 Mal im letzten Jahr gespielt: Poker	2,64** (1,44; 4,83)	1,76* (1,06; 2,91)
... Rubbellose	1,56** (1,13; 2,15)	1,51* (1,03; 2,22)
... Automaten Spiele	1,46 ns (0,89; 2,39)	1,77* (1,06; 2,95)
... Sportwetten	1,48 ns (1,00; 2,18)	1,47 ns (0,96; 2,25)
... Lotto	1,47 ns (0,85; 2,57)	1,10 ns (0,58; 2,06)
Kognitive Verzerrungen (Summenwert)	1,00 ns (0,98; 1,03)	1,06** (1,02; 1,09)
Auffälliges Computerspielverhalten (Summenwert)	1,07** (1,03; 1,12)	1,03 ns (0,98; 1,08)
Auffälliges Internetverhalten (Summenwert)	1,01 ns (1,00; 1,02)	1,01 ns (0,99; 1,03)
Auffälliges Glücksspielverhalten (Summenwert)	1,00 ns (0,99; 1,02)	1,00 ns (0,98; 1,02)
Häufigkeit Nutzung folgender Aktivitäten im Internet: Stöbern / Einkaufen in Online-Shops	1,06 ns (0,97; 1,15)	1,03 ns (0,91; 1,16)
... Downloads	0,99 ns (0,91; 1,08)	1,17* (1,03; 1,33)
... Online-Computerspiele	1,01 ns (0,93; 1,10)	0,99 ns (0,88; 1,11)
Häufigkeit Video- oder Computerspiele: Ego-/Third-Person-Shooter	1,19** (1,09; 1,31)	1,25** (1,12; 1,40)
... Browser Spiele	1,09 ns (0,99; 1,20)	1,21** (1,07; 1,37)
... Sport-/Rennspiele	1,12** (1,03; 1,22)	1,12* (1,01; 1,26)
... Open-World-Spiele	0,91* (0,84; 0,99)	1,01 ns (0,91; 1,13)
... Strategie-/Simulationsspiele	1,15** (1,06; 1,25)	1,02 ns (0,91; 1,13)
... Beaten up-Spiele	1,10 ns (0,97; 1,25)	1,04 ns (0,91; 1,18)
... Adventures/Rollenspiele	1,09 ns (0,99; 1,20)	0,97 ns (0,87; 1,09)
Folgende Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele habe ich wahrgenommen: durch Einblendung innerhalb von Spielen	1,19** (1,08; 1,31)	1,17* (1,03; 1,34)
... bei Facebook	1,06 ns (0,95; 1,18)	1,08 ns (0,94; 1,24)
... per E-Mail oder per WhatsApp	1,10 ns (0,95; 1,27)	1,06 ns (0,89; 1,27)
Nagelkerkes R-Quadrat	33,40%	33,65%

** p ≤ 0,01; * p ≤ 0,05; ns p > 0,05. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

Zusammenfassung der Querschnittbefunde:

- Die **12-Monats-Prävalenz** der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel (von zuhause oder unterwegs) beträgt 50,3%.
- Die **häufigsten Spielformen von zuhause** sind hierbei simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (27,9%), über Apps (18,2%), innerhalb sozialer Netzwerke (13,6%) und Demospiele von echten Glücksspielen (9,0%). Die **häufigsten simulierten Glücksspiele von unterwegs** werden innerhalb von Videospiele (29,2%) gespielt, über Apps (11,1%), in sozialen Netzwerken (5,6%) und als Demospiele von echten Glücksspielen (4,1%).
- **Bei echten Glücksspielen liegt die 12-Monats-Prävalenz** unter Berücksichtigung von Offline- und Onlinespielen bei 38,5%. Bei diesen Spielen sind Rubbellose (18,7%) bezogen auf die Nutzungshäufigkeit an der Spitze, gefolgt von Sportwetten (14,8%), anderen Karten- oder Würfelspielen außer Poker (11,6%), Poker (8,6%), Automaten Spiele (8,2%) und Lotto (5,3%).
- Eine explizite Befragung nach dem **Erstkontakalter** mit den jeweils genutzten Spielformen weist kaum nennenswerte Unterschiede zwischen Offline-Glücksspielen (10,4-12,5 Jahre), Internet-Glücksspielen (11,4-13,1 Jahre) und simulierten Glücksspielen (12,4-12,8 Jahre) aus.
- Die **häufigsten Teilnahmemotive** sind Spaß, Ablenkung, Spannung und Erreichbarkeit (bequem und jederzeit).
- Für **Jungen** sind Wettbewerb und Spannung sowie die Möglichkeit, mit anderen zusammen zu spielen, stärkere Teilnahmemotivatoren als für **Mädchen**.
- Die **Nutzung irgendeines simulierten Glücksspiels im letzten Jahr** vor der Befragung erfuhr eine **signifikante Begünstigung** durch das männliche Geschlecht, den Schulbesuch in Lübeck, die letztjährige Teilnahme (online oder offline) an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen oder Rubbellosen, ein auffälliges Computerspielverhalten, eine häufigere Nutzung von bestimmten Video- oder Computerspielen sowie eine häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung innerhalb von Spielen.
- Die **intensive Nutzung simulierter Glücksspiele im letzten Jahr** vor der Befragung wurde **signifikant begünstigt** durch das männliche Geschlecht, die letztjährige Teilnahme an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen sowie Rubbellosen oder Automaten Spielen, stärkere glücksspielbezogene kognitive Verzerrungen, die häufigere Nutzung des Internets für Downloads, eine häufigere Nutzung von bestimmten Video- oder Computerspielen sowie eine häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung innerhalb von Spielen.

3.3 Längsschnittanalysen

Die Längsschnittuntersuchung bezieht sich auf beide Messzeiträume der Schülerbefragungen in den Jahren 2015 und 2016. Sie spiegelt die Veränderungen der Nutzungsmuster der Schüler im Zeitverlauf wider und verschafft somit einen Überblick über die Entwicklungen bezüglich eines Neueinstiegs in bestimmte Glücksspielformen.

3.3.1 Methodische Vorgehensweise bei den Längsschnittanalysen

Durchführung

Die vorliegenden Daten des zweiten Messzeitpunktes T1 wurden wie bei T0 mittels Papierfragebögen im Klassenverband erhoben. Geschulte Untersuchungsleiter verlasen standardisierte Instruktionen und verblieben auch nach Ausgabe der Fragebögen zur Bearbeitung im Klassenzimmer, um im Falle von Verständnisfragen Bearbeitungshinweise geben zu können. Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer betrug auch beim zweiten Messzeitpunkt 30 Minuten. Um Verwechslungen zwischen simulierten und echten Glücksspielen vorzubeugen, wurden erneut sowohl in der standardisierten Instruktion als auch in den Fragebogen selbst explizite Definitionen beider Spielformen sowie deren wesentliche Unterschiede beispielhaft ausgeführt. Wie bei der Erstbefragung durften nur Schüler teilnehmen, deren Eltern der Befragung schriftlich zugestimmt hatten.

Stichprobe

Die zweite Befragungswelle fand vom 04.04.2016 bis zum 19.05.2016 in allen Schulen des ersten Messzeitpunktes statt mit Ausnahme einer Schule, die sich aus organisatorischen Gründen nicht mehr zur Mitwirkung in der Lage sah. Die Zuordnung der anonymisierten Fragebögen zwischen den Erhebungen zu T0 und T1 erfolgte mittels bestimmter Schlüsselvariablen (u.a. den ersten beiden Buchstaben des Vornamens von Vater und Mutter, des Geschlechtes, der Schulklasse und Handschriftenvergleichen in mehreren eigens hierfür aufgenommenen Freitextantworten). Durch diese Prozedur konnten von den **n=1.905** zu T0 vorliegenden validen Fragebögen zu T1 **n=1.178** Bögen (61,8%) ad personam zuverlässig zugeordnet werden (Hamburg 220/435 = 50,6%; Bremen 589/964 = 61,0%; Lübeck 369/506 = 72,9%). Detailliertere Informationen zur Stichprobe können Tabelle 39 entnommen werden.

Tabelle 39: Stichprobe zu T1 (n=1.178)

Merkmal	Merkmalsausprägung	%
Geschlecht	Weiblich	52,55
	Männlich	47,45
Schulklasse	6	22,75
	7	27,42
	8	25,13
	9	17,83
	10	6,88
Schulform	Gemeinschafts-, Stadtteil- oder Oberschule	63,58
	Gymnasium	36,42
Herkunft	Deutsch	90,24
	Nicht-deutsch	9,76

Stichprobenausfallanalyse

Der Ausfall einer Person aus der ursprünglichen Stichprobe war auf einem Testniveau von $p = 0,1$ signifikant assoziiert mit den fünf nominalen Merkmalen (Ergebnisse von Chi-Quadrat-Tests): Erhebung in Hamburg ($p \leq 0,001$), Erhebung an einem Gymnasium ($p \leq 0,001$), Teilnahme an einem simulierten Glücksspiel in Videospiele von zuhause ($p \leq 0,001$), nicht-deutsche Nationalität ($p = 0,07$), männliches Geschlecht ($p = 0,07$) sowie mit den vier ordinalen Merkmalen (Ergebnisse von Mann-Whitney-Tests): Schulklasse ($p \leq 0,001$), Summenwert zu auffälligem Glücksspielverhalten ($p = 0,01$), Videospieldbreite ($p = 0,06$) und Internetnutzungsbreite ($p = 0,098$).

Bei einer simultanen Schätzung der Ausfallwahrscheinlichkeit verblieben in einem finalen Modell jedoch nur die drei signifikanten Prädiktoren: aufsteigende Schulklasse (OR = 1,49; 95%-KI = 1,38-1,61; $p \leq 0,001$), Erhebung in Hamburg (OR = 2,39; 95%-KI = 1,89-3,04) und Erhebung an einem Gymnasium (OR = 0,52; 95%-KI = 0,42-0,65). Mit diesem Vorhersagemodell konnte die Ausfallwahrscheinlichkeit zu 66% korrekt vorhergesagt werden. Einer Empfehlung von Ahern und Le Brocque (2005) folgend wurde die via Modell vorhergesagte Ausfallwahrscheinlichkeit jedes Falls als Variable im Datensatz aufgenommen und in allen folgenden prognostischen Modellen als Kovariate mit analysiert, um den verzerrenden Einfluss eines systematischen Ausfalls zum zweiten Messzeitpunkt statistisch zu kontrollieren. Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse basieren in einem ersten Schritt auf den **n=1.178** zuordenbaren Fällen, in einem zweiten Schritt wurden nur Personen untersucht, die zu T0 an simulierten Glücksspielen teilnahmen (**n=580**).

Abhängige Merkmale: Neueinstieg in ein Glücksspiel

Als abhängige Merkmale diente ein dichotomes Merkmal, das beschreibt, ob eine Person, die zu T0 noch nicht an echten Glücksspielen teilgenommen hatte (weder in der Lebenszeit, noch innerhalb der letzten 12 Monate), zu T1 jedoch daran teilnahm. Diese Variable wird im Folgenden auch als Neueinstieg bezeichnet.

Unabhängige Merkmale: Teilnahme an simulierten Glücksspielen zu T0

Um zu untersuchen, ob die Teilnahme an simulierten Glücksspielen zu T0 als Prädiktor für den Neueinstieg in ein echtes Glücksspiel zu T1 diene, wurde die Teilnahme an folgenden simulierten Glücksspielen zu T0 erhoben (jeweils differenziert nach Zugriffsform: „von zuhause“ oder „von unterwegs“; siehe auch Tabelle 40): In sozialen Netzwerken, Apps, Videospielen, Demospiele. In den univariaten logistischen Regressionen wurden die Zusammenhangsmaße sowohl für jedes einzelne der acht Merkmale als auch für zusammengefasste Merkmale dargestellt, z.B. irgendein simuliertes Glücksspiel. In die multivariaten Analysen wurden lediglich die acht spezifischen simulierten Glücksspiele aufgenommen, um Redundanzen unter den Prädiktoren zu vermeiden.

Kovariaten in der Gesamtstichprobe zu T0

Als Kovariaten im Gesamtdatensatz wurden folgende Merkmale mit untersucht: männliches Geschlecht, Schulklasse, Besuch eines Gymnasiums, Migrationshintergrund, geringer Belohnungsaufschub und Selbstwirksamkeit (Summenwert über fünf Items), positive Einstellung zum Glücksspiel (Summenwert über mehrere Items der GRCS), erhöhte Wahrnehmung von Glücksspielwerbung (Summenwert über mehrere Situationen hinweg), negative Bewertung von Glücksspielwerbung, Internetnutzungsbreite (Anzahl der im letzten Jahr genutzten Internetaktivitäten), Internetnutzungstiefe (Maximum der Nutzungshäufigkeit über alle Internetaktivitäten hinweg), auffällige Internetnutzung (Summenwert der Compulsive Internet Use Scale; CIUS), Video- und Computerspielnutzungsbreite (Anzahl der im letzten Jahr genutzten Videospielaktivitäten), Video- und Computerspielnutzungstiefe (Maximum der Nutzungshäufigkeit über alle Videospielaktivitäten hinweg) sowie auffällige Video- und Computerspielnutzung (Summenwert über aktuelle Kriterien der IGD).

Kovariaten mit Bezug auf die Teilnahme an simulierten Glücksspielen zu T0

Einige Untersuchungsmerkmale wurden nur für Personen erfasst bzw. operationalisiert, die zu T0 an simulierten Glücksspielen teilnahmen (n=580; 49,2%): Spielbreite (Anzahl der simulierten Glücksspielformen, an denen im letzten Jahr teilgenommen wurde), Spieltiefe (Maximum der Nutzungshäufigkeit über alle simulierten Glücksspiele im letzten hinweg, Teilnahme an irgendeiner Mikrotransaktion in simulierten Glücksspielen, Intensität der Teilnahme an Mikrotransaktionen (Maximum über mehrere Items hinweg), Teilnahmedauer (in Stunden) an simulierten Glücksspielen an einem typischen Schultag, Teilnahmedauer (in Stunden) im Internet an einem typischen Schultag, Teilnahmedauer (in Stunden) in sozialen Netzwerken an einem typischen Schultag. Darüber hinaus wurden die zu T0 an simulierten Glücksspielen teilnehmenden Personen zu 17 verschiedenen Teilnahmemotiven (s. Tabelle 23) befragt.

Da einige Merkmale sehr linkssteil verteilt waren, wurden sie mit ihrem Logarithmus zur Basis 10 einer Normalverteilung angenähert. In den univariaten logistischen Regressionen wurden dann jeweils beide Merkmalsversionen überprüft und der bessere Prädiktor in die folgenden multivariaten Analysen aufgenommen.

Datenanalyse

Die gesamte Datenanalyse erfolgte mit SPSS 18. Die Wahrscheinlichkeit, zum zweiten Messzeitpunkt T1 an einem Glücksspiel teilgenommen zu haben, während man zu T0 noch nicht daran teilgenommen hatte (Einstieg in echtes Glücksspiel), wurde mittels logistischer Regressionen vorhergesagt, die in jedem Modell auch die multivariat angenäherte Ausfallwahrscheinlichkeit eines Falls, zu T1 nicht an der Befragung teilgenommen zu haben, statistisch kontrollierten (s.o.). Fehlende Werte in einzelnen Modellvariablen wurden mittels multipler Imputationen kompensiert (40 imputierte Datensätze [vgl. Graham, 2009]) mit anschließender Mittelwertbildung der geschätzten Parameter. Die höchsten Anteile von fehlenden Werten lagen vor für die Einschätzung von Glücksspielwerbung (2,8%), Belohnungsaufschub (2,5%) und kognitive Verzerrungen (2,0%), die übrigen Anteile lagen zwischen 1,0 und 0%.

In den folgenden logistischen Regressionen wurden jeweils in einem ersten Schritt alle Prädiktoren auf einen Zusammenhang mit dem Outcome untersucht (bivariat) und im Anschluss die signifikanten Prädiktoren ($p \leq 0,05$) in ein multivariates Modell aufgenommen.

3.3.2 Ergebnisse der Längsschnittanalysen

Vorhersage des Einstiegs in irgendein Glücksspiel zu T1 (n=1.178)

Die Gesamtzahl der Fragebögen T1, die jeweils einem Fragebogen aus T0 und somit jeweils einer Person zuzuordnen waren, beträgt **n=1.178**. Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die nachfolgenden Analysen auf diese Stichprobe. Tabelle 40 gibt die relativen Häufigkeiten der Stichprobe in zentralen nominalskalierten Analysemerkmalen, insbesondere einen Glücksspieleinstieg zu T1, im Überblick wieder.

Weiterführend kam in einzelnen Analyseschritten eine Teilstichprobe von **n=580** zum Einsatz. Diese bezieht sich auf Personen, die bereits zu T0 an simulierten Glücksspielen teilgenommen hatten und dient der Untersuchung, durch welche spezifischen Eigenschaften in Bezug auf Spielmotive und das Tätigen von Mikrotransaktionen sich diese Gruppe auszeichnet.

Tabelle 40: Relative Häufigkeiten der Stichprobe in zentralen nominalskalierten Analysemerkmalen (n=1.178)

Merkmal	Merkmalsausprägung	%
Belohnungsaufschub	Hoch	65,01
	Gering	34,99
Einstieg in Glücksspiel zu T1:	Irgendein Glücksspiel	11,89
	Lotto	2,63
	Rubbellose	7,56
	Poker	3,06
	Andere Karten- oder Würfelspiele	6,11
	Automatenspiele	2,46
	Sportwetten	7,05
Teilnahme zu T0 an simulierten Glücksspielen:	Irgendein simuliertes Glücksspiel	49,24
	In sozialen Netzwerken	13,84
	In Apps	18,42
	In Videospiele	38,71
	In Demospiele	9,59
Teilnahme zu T0 an simulierten Glücksspielen <u>von zuhause</u> :	In sozialen Netzwerken	13,07
	In Apps	17,32
	In Videospiele	25,30
	In Demospiele	8,83
Teilnahme zu T0 an simulierten Glücksspielen <u>von unterwegs</u> :	In sozialen Netzwerken	5,52
	In Apps	10,95
	In Videospiele	28,10
	In Demospiele	3,65

In Tabelle 41 sind die Ergebnisse der bivariaten Vorhersage des Einstiegs in irgendein Glücksspiel zu T1 in der Gesamtstichprobe abgebildet.

Da bei dieser Form des statistischen Vergleichs die Neueinsteiger mit einer sehr heterogenen Vergleichsgruppe aus drei Teilgruppen (konstant Abstinente, konstanten Nutzern und Abbrechern) verglichen wird, handelt es sich um einen sehr konservativen Analyseansatz. Die Ergebnisse zeigen, dass die Teilnahme an einer höheren Anzahl an Video- oder Computerspielen zu T0 und der Besuch eines Gymnasiums die Einstiegswahrscheinlichkeit signifikant reduzierten. Alle anderen Merkmale, inklusive der Teilnahme an unterschiedlichen Formen simulierten Glücksspiels auf verschiedenen Abstraktionsgraden, waren als einfache Prädiktoren nicht signifikant mit dem Einstieg assoziiert.

Tabelle 41: Ergebnisse logistischer Regressionen zur bivariaten Vorhersage des Einstiegs in irgendein echtes Glücksspiel (Odds-Ratios; 95%-Konfidenzintervalle)

Prädiktoren zu T0	Einstieg in: Irgendein Glücksspiel
Irgendein simuliertes Glücksspiel	1,04 (0,73; 1,48) ns
Simuliertes Glücksspiel in:	
Sozialen Netzwerken	1,27 (0,78; 2,06) ns
Apps	0,91 (0,57; 1,45) ns
Videospielen	0,84 (0,58; 1,21) ns
Demospielen	0,54 (0,26; 1,13) ns
Simuliertes Glücksspiel von zu Hause in:	
Sozialen Netzwerken	1,37 (0,84; 2,22) ns
Apps	0,99 (0,62; 1,58) ns
Videospielen	0,79 (0,51; 1,21) ns
Demospielen	0,51 (0,23; 1,13) ns
Simuliertes Glücksspiel von unterwegs in:	
Sozialen Netzwerken	0,61 (0,24; 1,54) ns
Apps	0,67 (0,35; 1,27) ns
Videospielen	0,77 (0,51; 1,16) ns
Soziodemographie:	
Männlich	1,05 (0,74; 1,50) ns
Schulklasse	0,87 (0,69; 1,09) ns
Gymnasium vs. Andere	0,66 (0,44; 0,98)*
Nicht-deutsche Nationalität	1,43 (0,84; 2,45) ns
Selbstwirksamkeit	1,01 (0,92; 1,12) ns
Belohnungsaufschub gering	0,86 (0,59; 1,25) ns

* $p \leq 0,05$; ns $p > 0,05$. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

Fortsetzung: Ergebnisse logistischer Regressionen zur bivariaten Vorhersage des Einstiegs in echtes Glücksspiel (Odds-Ratios; 95%-Konfidenzintervalle)

Prädiktoren zu T0	Einstieg in: Irgendein Glücksspiel
Glücksspiel:	
Einstellung zum Glücksspiel (GABS) ^a	0,47 (0,12; 1,86) ns
Wahrnehmung von Glücksspielwerbung ^a	1,40 (0,48; 4,10) ns
Bewertung von Glücksspielwerbung	1,00 (0,83; 1,20) ns
Internetnutzung:	
Breite	0,94 (0,82; 1,08) ns
Tiefe	0,84 (0,61; 1,17) ns
Auffällige Nutzung (CIUS) ^a	0,33 (0,10; 1,07) ns
Video- und Computerspielnutzung:	
Breite	0,92 (0,85; 0,98)*
Tiefe	0,94 (0,83; 1,07) ns
Auffällige Nutzung (IGD) ^a	0,22 (0,04; 1,13) ns

* $p \leq 0,05$; ns $p > 0,05$. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

^a Die Merkmale wurden wegen starker Rechtsschiefe durch Logarithmierung zur Basis 10 in Normalverteilungen umgewandelt.

Im Vergleich zu den Ursprungsmerkmalen zeigten sich deutlich prägnantere Effekte, weshalb nur die transformierten Merkmale weiter eingesetzt wurden.

Um den Informationsgehalt der Prädiktoren in den Modellen zu erhöhen, wurde in einem nächsten Schritt die Teilnahme an den einzelnen Formen simulierter Glücksspiele differenzierter analysiert, wobei eine aufsteigende Beteiligung in den letzten zwölf Monaten (weniger als 1 Mal pro Monat; 1-4 Mal pro Monat; mindestens 5-8 Mal pro Monat) jeweils verglichen wurde mit einer Referenzkategorie (gar nicht teilgenommen). Der Besuch eines Gymnasiums und die Anzahl der genutzten Video- oder Computerspiele zu T0 wurden jeweils als Kovariaten in den acht folgenden Modellen statistisch kontrolliert, da sie mit dem Einstieg in ein echtes Glücksspiel signifikant assoziiert waren. Die Ergebnisse sind in Tabelle 42 dargestellt.

Es ist ersichtlich, dass im Vergleich zu Personen, die zu T0 nicht an *simulierten Glücksspielen von unterwegs in Videospiele* teilgenommen hatten, bereits eine seltene Teilnahme an dieser Spielform (weniger als 1 Mal pro Monat) das Risiko auf einen Glücksspieleinstieg um etwa das Dreifache erhöhte (OR = 3,14), eine sehr häufige Teilnahme (mindestens 5-8 Mal pro Monat) das Risiko auf einen Glücksspieleinstieg um etwa das Sechsfache erhöhte (OR = 5,96). Eine aufsteigende Teilnahmeintensität an anderen Formen simulierter Glücksspiele war im Vergleich zu nicht teilnehmenden Personen nicht statistisch mit dem Einstieg in irgendein Glücksspiel assoziiert. Die Modellgüten (Nagelkerkes R-Quadrat) aller acht Modelle lagen nur zwischen 1,8% und 4,3%.

Tabelle 42: Ergebnisse logistischer Regressionen zur multivariaten Vorhersage des Einstiegs in irgendein echtes Glücksspiel (Odds-Ratios; 95%-Konfidenzintervalle) - Kontrolliert um aufsteigende Teilnahme in simulierten Glücksspielen

Prädiktoren zu T0				
	Simulierte Glücksspiele von zuhause			
	In sozialen Netzwerken	In Apps	In Videospiele	In Demospiele
Gymnasium vs. Andere	0,67 (0,45; 1,00) ns	0,67 (0,45; 1,00) ns	0,68 (0,46; 1,01) ns	0,69 (0,46; 1,03) ns
Video- und Computerspielbreite	0,91 (0,85; 0,98)**	0,92 (0,85; 0,99)*	0,92 (0,86; 1,00)*	0,93 (0,87; 1,00)*
Referenzgruppe (Nie teilgenommen)	-	-	-	-
Weniger als 1 Mal pro Monat	0,52 (0,19; 1,41) ns	1,87 (0,57; 6,17) ns	1,43 (0,66; 3,10) ns	> 100 (0,00;) ns
1-4 Mal pro Monat	0,92 (0,29; 2,91) ns	2,96 (0,81; 10,85) ns	1,48 (0,58; 3,79) ns	>100 (0,00; ...) ns
Mindestens 5-8 Mal pro Monat	0,67 (0,18; 2,47) ns	2,41 (0,59; 9,89) ns	1,73 (0,65; 4,62) ns	>100 (0,00; ...) ns
Nagelkerkes R-Quadrat	2,30%	2,20%	1,80%	2,30%
	Simulierte Glücksspiele von unterwegs			
	In sozialen Netzwerken	In Apps	In Videospiele	In Demospiele
Gymnasium vs. Andere	0,68 (0,45; 1,01) ns	0,68 (0,46; 1,02) ns	0,66 (0,44; 0,98)*	0,68 (0,46; 1,02) ns
Video- und Computerspielbreite	0,93 (0,86; 0,99)*	0,93 (0,86; 1,00)*	0,93 (0,87; 1,00) ns	0,93 (0,87; 1,00)*
Referenzgruppe (Nie teilgenommen)	-	-	-	-
Weniger als 1 Mal pro Monat	0,70 (0,15; 3,24) ns	3,68 (0,49; 27,34) ns	3,14 (1,12; 8,78)*	>100 (0,00; ...) ns
1-4 Mal pro Monat	0,38 (0,05; 3,05) ns	3,66 (0,42; 31,93) ns	1,69 (0,49; 5,82) ns	>100 (0,00; ...) ns
Mindestens 5-8 Mal pro Monat	0,31 (0,03; 3,90) ns	3,49 (0,37; 33,06) ns	5,96 (1,96; 18,12)**	1,24 (0,00; ...) ns
Nagelkerkes R-Quadrat	1,90%	2,00%	4,30%	2,40%

** p ≤ 0,01; * p ≤ 0,05; ns p > 0,05. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

Detailanalysen: Merkmalszusammenhänge mit dem Einstieg in irgendein Glücksspiel zu T1 unter Teilnehmern an irgendeinem simulierten Glücksspiel zu T0 (n=580)

Abschließend wurde untersucht, ob unter allen Teilnehmern an simulierten Glücksspielen zu T0 (n=580) der Einstieg in echte Glücksspiele zu T1 statistisch assoziiert war mit besonderen Eigenschaften des Nutzungsverhaltens simulierter Glücksspiele ([1] Mikrotransaktionen in SG zum Kauf virtueller Währung, zur Erhöhung von Gewinnchancen, zur Verkürzung von Wartezeiten; [2] SG Breite und Tiefe, [3] Faktorwerte in Motivskalen). Da alle Merkmale mindestens ordinalskaliert aber nicht normalverteilt waren, wurden die Signifikanztests auf Unterschiede zwischen einsteigenden und nicht einsteigenden Personen mit nonparametrischen Mann-Whitney-Tests vorgenommen (s. Tabelle 43). Es zeigte sich, dass sich beide Personengruppen in keinem der genannten Merkmale signifikant unterschieden.

Tabelle 43: Merkmalsunterschiede zwischen einsteigenden und nicht einsteigenden Personen unter SG Nutzern zu T0 (n=580)

Abhängiges Merkmal	Glücksspieleinstieg	N	MW (SD)	Chiquadratwert	Etaquadrat
SG Breite	Nein	510,00	2,34 (1,62)	2,90 ns	0,01
	Ja	70,00	1,91 (1,16)	2,90 ns	0,01
	Insgesamt	580,00	2,29 (1,58)	2,90 ns	0,01
SG Tiefe	Nein	510,00	3,24 (1,18)	3,62 ns	0,01
	Ja	70,00	2,91 (0,99)	3,62 ns	0,01
	Insgesamt	580,00	3,20 (1,17)	3,62 ns	0,01
Mikrotransaktion: Kauf virtueller Währung	Nein	499,00	1,20 (0,50)	0,19 ns	0,00
	Ja	68,00	1,18 (0,49)	0,19 ns	0,00
	Insgesamt	567,00	1,20 (0,50)	0,19 ns	0,00
Mikrotransaktion: Erhöhung von Gewinnchancen	Nein	499,00	1,07 (0,34)	3,56 ns	0,01
	Ja	68,00	1,00 (0,00)	3,56 ns	0,01
	Insgesamt	567,00	1,06 (0,32)	3,56 ns	0,01
Mikrotransaktion: Verkürzung von Wartezeiten	Nein	495,00	1,17 (0,43)	3,59 ns	0,00
	Ja	68,00	1,09 (0,41)	3,59 ns	0,00
	Insgesamt	563,00	1,16 (0,43)	3,59 ns	0,00
SG Motiv: Ablenkung & negative Verstärkung	Nein	380,00	9,84 (4,36)	2,71 ns	0,00
	Ja	46,00	9,20 (5,06)	2,71 ns	0,00
	Insgesamt	426,00	9,77 (4,44)	2,71 ns	0,00
SG Motiv: Kommunikation & Freundschaft	Nein	380,00	7,71 (3,57)	1,05 ns	0,00
	Ja	46,00	7,78 (4,57)	1,05 ns	0,00
	Insgesamt	426,00	7,72 (3,69)	1,05 ns	0,00
SG Motiv: Wettbewerb & Spannung	Nein	380,00	8,26 (3,94)	3,16 ns	0,00
	Ja	46,00	7,57 (4,35)	3,16 ns	0,00
	Insgesamt	426,00	8,19 (3,98)	3,16 ns	0,00

ns p > 0,05.

Zusammenfassung der Längsschnittbefunde:

- **Die Gesamtzahl der Fragebögen zu T1**, die jeweils einem Fragebogen aus T0 und somit jeweils einer Person zuzuordnen waren, beträgt **n=1.178 (61,8%)**.
- **11,9% der Teilnehmer sind zu T1 neu in ein echtes Glücksspiel eingestiegen.**
- Mit 7,6% beteiligten sich die meisten der befragten Schüler erstmalig an **Sofortlotterien (Rubbellose)**, gefolgt von **Sportwetten (7,1%)**, anderen **Karten- oder Würfelspielen (6,1%)**, **Poker (3,1%)**, **Lotto (2,6%)** und **Automatenspielen (2,5%)**.
- Bei einer bivariaten Vorhersage des Einstiegs in irgendein Glücksspiel zu T1 **reduziert die Teilnahme an einer höheren Anzahl an Video- oder Computerspielen zu T0 und der Besuch eines Gymnasiums die Einstiegswahrscheinlichkeit** signifikant.
- **Alle anderen Merkmale**, inklusive der bloßen Teilnahme (mindestens einmal im vorangegangenen Jahr) an unterschiedlichen Formen simulierten Glücksspiels, waren **als einfache Prädiktoren nicht signifikant mit dem Einstieg assoziiert**.
- Bei Personen, die zu T0 an **simulierten Glücksspielen von unterwegs** in Videospielen teilgenommen hatten, **erhöhte jedoch bereits eine seltene Teilnahme an dieser Spielform das Risiko auf einen Glücksspieleinstieg um etwa das Dreifache, eine sehr häufige Teilnahme um etwa das Sechsfache im Vergleich zu Personen, die zu T0 daran nicht teilgenommen hatten**.
- **Bei Detailanalysen der Merkmalszusammenhänge** mit dem Einstieg in irgendein Glücksspiel zu T1 unter Teilnehmern an irgendeinem simulierten Glücksspiel aus T0 **ergeben sich keine signifikanten Zusammenhänge** mit besonderen Eigenschaften des Nutzungsverhaltens simulierter Glücksspiele (z.B. Anzahl der genutzten simulierten Glücksspiele, Teilnahmemotive oder Mikrotransaktionen).

3.4 Fokusgruppen vor der Schülerbefragung

Die erste Fokusgruppenrunde (6 Einzelgruppen mit insgesamt 36 Teilnehmern) fand vor der ersten Erhebungswelle in Bremen statt.

3.4.1 Methodische Vorgehensweise Fokusgruppen vor der Schülerbefragung

Im Rahmen der Fokusgruppen stellte sich primär die Frage, wie das Nutzungsverhalten von Jugendlichen hinsichtlich Online-Spielen und Internet-Glücksspielen aussieht. Um eine authentische Erfassung von Informationen und individuellen Sichtweisen der Befragten gewährleisten zu können, fiel die Wahl auf einen qualitativen Zugang mit seinem explorativen, kommunikativen und offenen Charakter. Die Befragung wurde im Rahmen von Gruppendiskussionen umgesetzt.

Im Vergleich zu quantitativen Forschungsansätzen sieht die qualitative Forschung die Interpretation verbaler Daten vor. Dabei lassen sich individuelle Erfahrungshintergründe dezidiert herausarbeiten, subjektive Äußerungen besser nachvollziehen und infolgedessen tiefere Einblicke in die Erlebniswelten der Jugendlichen gewinnen.

Stichprobe

Der vorliegenden Untersuchung lag eine Stichprobe von 36 Jugendlichen zugrunde. Die Rekrutierung der Interviewten erfolgte über eine persönliche Kontaktaufnahme mit Schulen. Bei der Auswahl der Stichprobe wurden die Prinzipien einer Diskussionsgruppe berücksichtigt, die in der Regel aus einer begrenzten Anzahl von Befragten besteht. Daher bestand die Stichprobe aus sechs Gruppen mit jeweils sechs Teilnehmern.

Um eine gezielte Manipulation zu vermeiden, wurde auf Zufälligkeit bei der Auswahl der Probanden geachtet, wobei ein gewisser Grad an Vorerfahrung mit Online-Spielen und Internet-Glücksspielen als Teilnahmevoraussetzung galt.

Als weiterer Faktor für die Teilnahme an der Gruppendiskussion wurde das Alter der Probanden berücksichtigt, das zwischen 12 und 18 Jahren lag. Eine Person konnte aus gesundheitlichen Gründen nicht an dem Interview teilnehmen.

Neben ersten Erfahrungen mit Online-Spielen und/oder Internet-Glücksspielen wurde versucht, den Anteil von männlichen und weiblichen Teilnehmenden konstant zu halten. Allerdings konnte aufgrund fehlender Erfahrung und Interesse in Bezug auf die Nutzung von diesen Spielen kein

Gleichgewicht des Merkmals „Geschlecht“ hergestellt werden. Insgesamt ließen sich sieben weibliche und 29 männliche Probanden für die Gruppendiskussion gewinnen.

Erhebungsmethode

Zentrales Merkmal der Fokusgruppen ist die Interaktion zwischen mehreren Mitgliedern unter Vorliegen einer spezifischen Erfahrung. Die Vergleichbarkeit wurde mittels einer strukturierten Vorgehensweise unterstützt. Maßgeblich war hierbei die Nutzung eines Interviewleitfadens. Dadurch konnte der Verlust wichtiger Informationen vermieden werden, auch wenn eine gewisse Flexibilität im Gegensatz zu einem standardisierten Interview erhalten blieb.

Die thematischen Schwerpunkte des Leitfadens beziehen sich auf das Nutzungsverhalten von Jugendlichen und auf die möglichen zugrunde liegenden Faktoren.

Folgende Themenbereiche wurden im Rahmen der vorliegenden Gruppendiskussion erfasst: allgemeine Information zum Nutzungsverhalten von Jugendlichen (bevorzugte Spielarten, im welchem zeitlichen Ausmaß werden die Spiele genutzt, Geldeinsatz, Nutzungsverhalten im sozialen und familiären Umfeld), Spielmotive und Spielanreize, Zugangswege zu den Spielen.

Untersuchungsdurchführung

Insgesamt erstreckte sich die Erhebung von Anfang März 2015 bis Ende Mai 2015. Die Gespräche fanden sowohl in Bremen als auch in Niedersachsen statt. Alle Gruppendiskussionen wurden in Schulen durchgeführt, die von den Teilnehmenden besucht wurden. Der Gesprächsablauf verlief zumeist ungestört, jedoch mussten zwei Gruppendiskussionen aufgrund externer Störungen kurzzeitig unterbrochen werden.

Die durchschnittliche Dauer der Gruppendiskussion betrug 70 Minuten. Besonderer Wert wurde auf die Gestaltung einer positiven Atmosphäre sowie der freien Interaktion zwischen den Beteiligten gelegt, um möglichst umfangreiche Informationen zu gewinnen.

Im Laufe der gesamten Befragung war eine Moderatorin anwesend, von der die Diskussion mithilfe des Leitfadens sachgemäß geleitet wurde. Um einen gewissen Spielraum während der Diskussion zu gewährleisten, bestand der Interviewleitfaden lediglich aus einer groben Struktur.

Die Durchführung erfolgte in mehreren Sequenzen. Während der ersten Phase stellte sich die Moderatorin selbst und den weiteren Diskussionsablauf vor. Gleichzeitig wurde der Gegenstand der Diskussion dargestellt. Darauf folgend wurden die Mitwirkenden auf die Freiwilligkeit der Teilnahme an der Befragung und die Anonymität ihrer Daten bei der Auswertung hingewiesen. Zudem wurden die Befragten um Zustimmung für die Aufzeichnung des Gesprächs gebeten. Danach stellten sich die Teilnehmer vor.

Zu Beginn der Diskussion wurde eine Frage gestellt beziehungsweise ein Grundreiz mit provokativem Charakter gegeben. Die Befragten äußerten hierzu ihre Meinung, was den Übergang zum Hauptteil der Diskussion gewährleistete. Darin wurden die wesentlichen Aspekte des Nutzungsverhaltens erfasst. Die Abfolge der Fragen wurde durch die Moderatorin stets einheitlich eingehalten.

Die geäußerten Gesprächsbeiträge wurden durch die Moderatorin paraphrasiert und zusammengefasst. Zum Schluss folgte eine Erläuterung der wichtigsten Aspekte der Gruppendiskussion. Den Befragten wurde schließlich für die Teilnahme an der Diskussion gedankt.

3.4.2 Ergebnisse der Fokusgruppen vor der Schülerbefragung

Die Auswertung der Interviews belegte im Allgemeinen, dass Jugendliche Online-Spiele nutzen, während Internet-Glücksspiele kaum von Interesse sind. Die meisten Befragten zeigten wenig oder gar kein Interesse an ebendiesen Spielen. Lediglich eine Person hatte Erfahrungen mit Glücksspielen gemacht.

Hinsichtlich des zeitlichen Aufwands hat sich gezeigt, dass die durchschnittliche Spielzeit am Tag 1,9 Stunden betrug. Hervorzuheben ist, dass einige der Befragten eine Spielzeit von bis zu 10 Stunden angaben. Dabei schätzten die Befragten ihr Spielverhalten als unproblematisch ein, auch wenn sich dadurch schulische Leistungen verschlechterten oder einige Freizeitaktivitäten und Kontakte zu Gleichaltrigen vernachlässigt wurden. Teilweise wurden die Hausaufgaben nicht erledigt oder während des Spielens bearbeitet.

Auch wenn die Jugendliche weiterhin Kontakt zu ihrer Peergroup haben, verbringen sie insgesamt mehr Zeit mit Spielen. Dazu wird sowohl die Zeit in der Schule, während der Pause als auch während der Freizeit mit Freunden genutzt. Deutlich wird eine sehr zeitintensive Auseinandersetzung der Jugendlichen mit den Online-Spielen.

Neben der Zeitintensität wurden die Jugendlichen auch bezüglich des Geldeinsatzes, den sie für Spiele aufwenden, befragt. So hat sich gezeigt, dass Jugendliche zwischen 10 und 50 Euro für Spiele investieren. Dabei wird das Taschengeld ebenso wie Geldschenke für Spiele verwendet. Allerdings wird das Geld nicht nur für Spiele, sondern auch während des Spielens selbst investiert. Jugendliche berichten von Ausgaben für virtuelle Gegenstände, um innerhalb des Spiels voranzukommen und die Chancen auf Erfolg zu erhöhen.

Hinsichtlich der motivationalen Aspekte, die das Spielverhalten der Jugendlichen beeinflussen, hat sich ergeben, dass Online-Spiele aufgrund zahlreicher Funktionen als attraktiv empfunden werden. Im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse wurden Kategorien entwickelt, die die Motivation junger

Menschen insbesondere in Bezug auf die Spielteilnahme beeinflussen: Unterhaltung, Interaktion, Herausforderung, Gewinn, Umfeld, Wettbewerb, Werbung und Entspannung.

Aus den entstandenen Kategorien lässt sich der Schluss ziehen, dass „Unterhaltung“ beim Spielen ein wesentlicher Aspekt ist. Hier handelt es sich um ein komplexes Geschehen, bei dem mehrere Faktoren miteinander kombiniert werden und die Motivation beeinflussen. Das Spielverhalten wird zumeist durch spannende Handlungen und fesselnde Momente während des Spiels beflügelt. Sobald ein Spieler im Spiel involviert ist, steigt die Motivation zur Fortsetzung dieser Aktivität. So ermöglicht ein Spiel den Ausdruck eigener Kreativität, unterschiedliche Rollen können ausprobiert und die Persönlichkeit kann eingebracht werden. Zusätzlich wird das motivationale Handeln durch eine hochwertige graphische Darstellung der Spiele verstärkt, da umfangreiche, vielfältige, abwechslungsreiche oder amüsante Inhalte die Begeisterung fördern und als reizvoll empfunden werden. Vor diesem Hintergrund erfüllen Online-Spiele viele Voraussetzungen für Jugendliche und werden im Vergleich zu Internet-Glücksspielen als deutlich attraktiver empfunden. Ein Internet-Glücksspiel ist im Gegensatz dazu charakterisiert durch monotone und gleichmäßige Spielverläufe und stellt somit keine so gute Unterhaltungsmöglichkeit für die jungen Menschen dar.

Neben dem Unterhaltungsaspekt spielt Interaktion eine bedeutende Rolle. Durch Interaktion mit anderen Spielern wird ein Gemeinschaftsgefühl vermittelt. Die Spieler können sich untereinander austauschen und ihre Erlebnisse miteinander teilen. Neben dem Gemeinschaftsgefühl erlernen Jugendliche ein Verantwortungsgefühl, da sie zumeist in „Teams“ spielen und bestimmte Aufgaben übernehmen, deren Erledigung das Spielergebnis beeinflusst.

Ein weiterer Aspekt, durch den die Motivation bei Spielen gesteuert wird, stellt die Kategorie „Herausforderung“ dar. Im Unterschied zu Internet-Glücksspielen werden in Online-Spielen bestimmte Barrieren bewältigt. Die Spieler versuchen, diese zu überwinden und möglichst weit zu kommen. Das höchste Ziel ist es, eigene Fortschritte zu machen und neue Rekorde zu erreichen. In diesem Zusammenhang handelt es sich um eine bestimmte Leistung, die die Spieler vollbringen möchten. Die eigene Leistung beim Spielen steht für die Jugendlichen im Vordergrund. Durch diese erleben sie ein Erfolgsgefühl und werden in ihrer Motivation gestärkt. Allerdings ist nicht nur die Leistung im Spielprozess wesentlich, sondern auch die Aussicht auf einen erfolgreichen Spielverlauf.

Auch der Gewinn beim Spielen ist ein wesentlicher Aspekt des Spielens, der sowohl beim Internet-Glücksspiel als auch beim Online-Spiel erreicht werden kann. Hier können Jugendliche virtuelle Währung, Waffen, Erfahrungspunkte oder sogenannte „Packs“ gewinnen. Allerdings scheint ein Geldgewinn für Jugendliche weniger Bedeutung zu haben als die zuvor genannten Aspekte. Zwar geben sie Geld für Spiele aus, jedoch nicht unbedingt um Geld zu gewinnen, sondern um verschiedene Spieloptionen auszuprobieren und gemeinsam mit Freunden und Bekannten etwas zu

erleben. Allerdings können diese Aussagen nur für die 12- bis 16-Jährigen getroffen werden, da einige 17-Jährige sich wünschen, an Glücksspielen teilnehmen zu können und dabei Geld zu gewinnen.

In Bezug auf den Aspekt „Wettbewerb“ zeigt sich, dass „der/die Beste zu sein“ das höchste Ziel der Befragten ist. Dabei streben die Jugendlichen die Verbesserung eigener Fähigkeiten an, um sich mit anderen Spielern zu vergleichen und potenziellen Gegnern die eigenen Fähigkeiten zu demonstrieren. Die Möglichkeit zu haben, bessere Leistungen zu erbringen und sich mit den anderen Spielern messen zu können, erhöht die Motivation für die Spielteilnahme.

Außer den bereits genannten Punkten, die auf die Motivation der Spieler einwirken, ist auch Werbung ein Aspekt, der die Motivation für eine Spielteilnahme beeinflusst. So werden zahlreiche Werbespots auf „YouTube“ oder im Fernseher ausgestrahlt. Neben zahlreichen Online-Spielen zeigen auch Internet-Glücksspiele eine starke Präsenz in den Medien. Allerdings scheinen die dargestellten Inhalte von Internet-Glücksspielen die Interessen junger Menschen nicht anzusprechen. Auch wenn einige der Befragten den Versuch unternommen haben, eine Webseite mit Glücksspielen zu besuchen, haben sie den Vorgang eigenständig abgebrochen – eine verbindliche Anmeldung hat sie an der Teilnahme gehindert.

Auch Erfahrungen aus dem Umfeld scheinen wesentlich für das Spielverhalten Jugendlicher zu sein. Denn der erste Kontakt mit Online-Spielen erfolgt zumeist im Familien- oder Freundeskreis. Dabei werden zahlreiche Spielerfahrungen geteilt und verschiedene Spiele empfohlen. Außerdem gaben einige der Befragten an, bei dem Erwerb von Spielen sowohl durch Eltern als auch durch Freunde unterstützt worden zu sein.

Abgesehen von allen bereits genannten Aspekten werden Online-Spiele als eine Aktivität beschrieben, die von den Jugendlichen als Ausgleich und Entspannung empfunden wird. Anhand der Aussagen lässt sich annehmen, dass durch die Kombination der genannten Punkte die Motivation zur Spielteilnahme bei Jugendlichen positiv beeinflusst wird. Dazu zählen abwechslungsreiche Handlungsverläufe, Kommunikation, herausfordernde Leistungen und das Erreichen von Fortschritten. Allerdings handelt es sich hier um ein komplexes Phänomen, und die Wirkungen einzelner Umstände sind schwer voneinander zu trennen. Bspw. steht die Kategorie „Unterhaltung“ in engem Zusammenhang mit der Kategorie „Interaktion“. Allerdings werden Spiele von den Befragten zumeist als unterhaltsam empfunden, wenn sie auf Kommunikation und Interaktion basieren.

3.5 Fokusgruppen nach der Schülerbefragung

Die zweite Fokusgruppenrunde (5 Einzelgruppen mit insgesamt 34 Teilnehmern) wurde durch das Forschungsteam aus Hamburg geleitet und erfolgte im Anschluss an die schriftlichen Befragungen.

3.5.1 Methodische Vorgehensweise Fokusgruppen nach der Schülerbefragung

Zielsetzung

In Ergänzung zu den quantitativen Erhebungen im Rahmen des „Social Gambling“-Projektes wurden in Hamburg und Lübeck Fokusgruppen durchgeführt. Hierbei sollten Informationen und „O-Töne“ gewonnen werden, mit Hilfe derer die quantitativen Ergebnisse ergänzt und illustriert werden sollten. Zudem war von Interesse, ob sich die im Zuge der Entwicklung der Projektidee getroffenen Annahmen sowie die Schlussfolgerungen aus den quantitativen Analysen auch in den Aussagen der Jugendlichen im Rahmen von Gruppeninterviews wiederfinden. Im Gegensatz zu den meist geschlossenen Fragen der quantitativen Erhebung bot sich hier den Jugendlichen die Möglichkeit, eigene thematische Schwerpunkte zu setzen und „freier“ von ihren Erfahrungen mit „Social Gambling“ zu berichten.

Fragestellungen

Um die Gruppendiskussion in Gang zu bringen wurden vorab einige Leitfragen formuliert, die in einen locker strukturierten Interviewleitfaden eingebettet waren. Die Fragen drehten sich um Computerspielen sowie Glücksspielteilnahme allgemein (online und offline). Im Weiteren wurde nach dem Verständnis von bzw. Wissen um Social Gambling, der Wahrnehmung derartiger Angebote oder der Werbung dafür und der tatsächlichen Nutzung gefragt. Es sollten „positive“ und „negative“ Motive für die Teilnahme erörtert werden, also Spaß, Wettbewerb und Ablenkung aber auch mögliche dysfunktionale, negative und copingbezogene Aspekte thematisiert werden. Außerdem wurde nach Folgen und Problemen (Schlafdefizit, finanzielle Probleme, Vernachlässigung von Freunden und Schule) gefragt. Des Weiteren wurden die Teilnehmer animiert, das Konzept und Geschäftsmodell des „Social Gambling“ kritisch zu hinterfragen (z.B. „Warum sind diese Angebote wohl kostenlos?“) und sich Gedanken über die rechtmäßige Durchführung zu machen.

Rekrutierung

Zur Information über die Fokusgruppen wurden zunächst Flyer gestaltet und gedruckt, auf denen kurz über Hintergrund, die Teilnahmebedingungen, die Aufwandsentschädigung und Kontaktmöglichkeiten informiert wurde.

Mögliche Interessenten sollten sich bei einer Institutsmitarbeiterin per E-Mail oder Telefon melden, diese überprüfte in einem kurzen Telefongespräch die grundsätzliche Eignung der Interessenten (sprachlich, kognitiv) und teilte den konkreten Termin des Fokusgruppeninterviews mit.

Die Rekrutierung der Teilnehmer erwies sich anfangs als äußerst mühsam und zäh. Es wurde zunächst versucht, die Teilnahme im Internet (z.B. in Facebook-Gruppen) zu bewerben. Außerdem wurden diverse Sportvereine und Jugendeinrichtungen bzw. -clubs angefragt, ob es dort möglich sei, Flyer auszulegen, die über die Fokusgruppen informieren. Dies wurde nur selten gestattet. Auf diesen Rekrutierungswegen konnten nur wenige Teilnehmer gewonnen werden. Da parallel auch noch die quantitativen (Nach-)Erhebungen stattfanden, wurde versucht, in den Schulen Teilnehmer für die qualitativen Interviews zu mobilisieren. Hierfür wurden die Schulen vorab gefragt, ob in den befragten Klassen Flyer verteilt werden dürfen. Viele Schulleitungen erklärten sich hiermit einverstanden. Diese Strategie erwies sich als weitaus erfolgreicher, so dass nach einigen Wochen genügend Teilnehmer für die Fokusgruppen rekrutiert waren.

Ort, Teilnehmende, Durchführungsbedingungen und Ablauf

Im Juni und Juli 2016 wurden fünf Fokusgruppeninterviews (zwei in Lübeck und drei in Hamburg) mit insgesamt 34 Teilnehmern durchgeführt. Die Interviews wurden mit Audiogeräten aufgezeichnet. In Lübeck fanden die Interviews in einem Raum eines Veranstaltungszentrums statt, während in Hamburg Räume auf dem Gelände des Universitätsklinikums genutzt werden konnten.

Die Teilnehmer erhielten vorab eine detaillierte Wegbeschreibung sowie nochmals einige Grundinformationen zu den geplanten Gruppendiskussionen. Für die Teilnehmenden wurden Snacks und Getränke bereitgestellt.

Fast alle Jugendlichen, die sich angekündigt hatten, erschienen auch wie verabredet zur Diskussion. Zunächst wurden die Einverständniserklärungen der Eltern eingesammelt, da die Teilnehmer minderjährig waren. Außerdem wurde ein schriftliches Einverständnis zur Tonaufnahme eingeholt und eine Teilnehmerliste geführt. Um die Gruppe ins Thema einzuführen, gab es zunächst ein kleines Impulsreferat mit einigen PowerPoint-Folien. Hierbei wurden nochmals Begrifflichkeiten geklärt und Logos diverser „Social-Gambling“-Anbieter gezeigt. Daran anschließend wurde der erste Teil der Diskussion initiiert. Nach ca. der Hälfte der Zeit gab es eine kurze Pause. Im Rahmen der Pause sollten die Teilnehmer diverse eigene Überlegungen zum Thema („pro und contra Social Gambling“)

stichwortartig notieren, um den Einstieg in den zweiten Teil der Diskussion zu erleichtern. Nach Abschluss der Gruppendiskussion wurde die Aufwandsentschädigung von 20€ pro Person ausgezahlt.

Insgesamt waren alle Teilnehmer bereit, sich aktiv an dem Gespräch zu beteiligen. Erwartungsgemäß gab es in allen Gruppen einen oder mehrere „Wortführer“, die viele Beiträge einbrachten; es wurde von der Diskussionsleitung allerdings darauf geachtet, dass auch zurückhaltendere Teilnehmer die Möglichkeit hatten zu Wort zu kommen.

3.5.2 Ergebnisse der Fokusgruppen nach der Schülerbefragung

Inhaltlich zeigte sich, dass die Teilnehmer vergleichsweise wenig Erfahrung mit „Social Gambling“ hatten, obwohl dies bei der Rekrutierung als vorrangiges Thema betont worden war. Zwar waren den meisten derartige Angebote bzw. die Werbung dafür aufgefallen, tatsächlich genutzt wurden diese aber vergleichsweise selten. Es wurde eher Geld in echtes Glücksspiel investiert (z.B. Online-Sportwetten) oder aber Geld für „In-App-Käufe“ bzw. Upgrades für Computerspiele (Status, Ausrüstung, Waffen, verkürzte Wartezeiten oder neue Levels in free-to-play-Games) ausgegeben. Die Personen, die „Social-Gambling“-Angebote genutzt hatten, bewerteten diese vorrangig als langweilig und unattraktiv. Viele sahen keinen Sinn darin, solche Spielangebote zu nutzen. Ein Umstieg zu klassischen Glücksspielen wurde nicht berichtet. Wenn Interesse an Online-Glücksspielen um echtes Geld vorhanden war, wurden direkt entsprechende Seiten aufgerufen und genutzt.

Im Folgenden werden einige interessante Ergebnisse aus den fünf Fokusgruppengesprächen dargestellt und anhand wörtlicher Zitate illustriert. Hierbei handelt es sich um keine systematische Analyse oder vollständige Inhaltsangabe, sondern um die Betrachtung von fünf zentralen Aspekten: Teilnahmemotive, Gefährdung und Interventionsnotwendigkeiten, Werbung, In-App-Käufe und Zeitaufwand.

Teilnahmemotive

Die Interaktion mit anderen Spielern wurde als häufigste Motivation für eine Teilnahme an simulierten Glücksspielen im Internet genannt. Dabei spielte es weniger eine Rolle, ob es sich um fremde oder bekannte Personen handelte. Des Weiteren wurde positiv bewertet, dass es möglich ist, auf diese Weise neue Menschen kennen zu lernen. Auch der Faktor Spaß und Zeitvertreib bei Langeweile wurden oft als Gründe angegeben („Wenn man in der Bahn sitzt, kann man das mal machen“ W2 8.7.). Des Weiteren war von Bedeutung, dass kein reales Geld ausgegeben wird. In

Bezug auf Pokern wurde von der Annahme berichtet, dass durch wiederholtes Spielen die Fähigkeiten verbessert werden könnten, um bei einem realen Spiel besser abzuschneiden.

Vereinzelt wurde dargestellt, dass der erste Kontakt zu den Spielen durch ältere Freunde und Familienangehörige zu Stande gekommen sei („Durch mein Stiefvater. Der hat das eine ganze Zeit lang gespielt und erst habe ich zugeguckt und dann habe ich halt mit ihm zusammen gespielt und dann ein paar Mal alleine“; W1 3.6.).

Gefährdung und Interventionsnotwendigkeiten

Den Teilnehmenden war bewusst, dass simulierte, kostenlose Glücksspiele dazu verleiten können, auch um echtes Geld zu spielen („Die meisten Leute werden halt über das Spiel mit dem virtuellen Geld zu dem Spiel mit dem richtigen Geld hingeleitet.“ T5 3.6.; „Wenn man irgendwie einmal gewonnen hat, dann denkt man, man könnte öfters gewinnen und es ist natürlich ein schönes Gefühl zu gewinnen“ T4 3.6.).

Einzelne Teilnehmende berichteten, dass ihre individuelle Suchtgefährdung durch Aufklärung in der Schule minimiert worden sei. Zudem beschrieben sie sich als „vernünftige“ Menschen. Den meisten Jugendlichen war bekannt, dass die Gewinnchancen beim simulierten Glücksspiel nicht dem Zufall unterliegen, sondern durch eine bestimmte Programmierung für mehr Gewinne am Anfang gesorgt wird („Also ich bin da ziemlich sicher, dass alles nicht nach Zufall abläuft. Die und die Zahl kommt immer im Sinne von dem Programmierer“ T2 3.6.; „Bei der Website, wo ich zum Beispiel war, das ist ja programmiert, das ist halt nicht vom Schicksal oder Zufall abhängig, das ist halt per Programm, das haben die halt so eingestellt“ M4 8.7.). Allerdings wurde nicht näher ausgeführt, woher genau diese Informationen stammen („hab ich mal gehört“).

Bezüglich bestehender Handlungsnotwendigkeiten wurde der Punkt aufgeworfen, dass bei extrem langen Spielzeiten der Betreiber der Seite das Spiel abbrechen sollte („sozusagen, dass Facebook, wenn man jetzt so im Extremfall 15 Stunden hintereinander spielt, dass die das dann abbrechen“ T8 14.7.). Somit sollten die Spieleraccounts mit einer Art Timer versehen werden. Trotz eines Bewusstseins für die Gefahren des simulierten Glücksspiels, standen die Teilnehmer auf die Frage nach der Notwendigkeit einer staatlichen Regulierung dieser eher verhalten gegenüber („Ja, man sollte vielleicht ein bisschen das einschränken, aber halt nicht komplett. Also, dass nicht z.B. sowas entsteht wie in den USA mit dem Alkohol.“ T8 14.7.).

Werbung

Die Werbung für klassische Glücksspielangebote wurde von der Mehrzahl der Teilnehmenden als störend und aufdringlich beschrieben („Die Werbung ist immer richtig nervig, weil man die zehn Mal wegklicken muss“ T2 3.6.). Insbesondere bezog sich diese Kritik auf die Werbung auf Streamingseiten, im Fernsehen und in den Apps. Da man sich auf vielen Internetseiten mit seinem Facebook-Account anmelden muss, wurde die Werbung als individuell angepasst wahrgenommen. Prominente Anbieter von (simulierten) Pokerspielen waren der Mehrheit der Teilnehmenden bei der Präsentation der Logos bekannt.

In-App-Käufe

Während der Gespräche wurde in allen Fokusgruppen deutlich, dass In-App-Käufe bzw. der Einsatz von Geldbeträgen innerhalb von Spielen ebenfalls einen relevanten Aspekt darstellten.

Beispiele für die Käufe waren Ausrüstung und Waffen, Autos und spezielle Fähigkeiten oder eine Verkürzung der Wartezeit („Da muss man immer warten bis irgendwelche Gebäude ein Level höher gebaut sind und dann kann man das halt beschleunigen mit Diamanten. Diese kann man kaufen. Das habe ich ziemlich oft gemacht.“ W3 3.6.). Es wurde dabei deutlich, dass fast alle Jugendliche in den Gruppen regelmäßig Geld für diese Käufe ausgeben. Auch wenn es sich dabei überwiegend um eher geringe Beträge unter zehn Euro handelt, wurden vereinzelt auch dreistellige Beträge genannt, die innerhalb eines Jahres aufgewendet wurden.

Als eine Kombination aus In-App-Käufen und simulierten Glücksspielen wurde von den Teilnehmenden über das Spiel „Counterstrike“ berichtet. In diesem können für bestimmte Beträge Kisten erworben werden, die beim Öffnen eine Art Glücksrad oder ein Roulettespiel enthalten. („Zum Beispiel gibt es da eine Kiste, die kostet 25 Euro, aber sobald man die aufmacht, könnte man etwas bekommen im Wert von 5.000 Euro und das wiederum kann man sich auszahlen lassen in echtem Geld.“ M4 8.7.). Neben den erwerblichen Kisten berichteten die Mitwirkenden über eine dem Spiel zugeordnete Internetseite, auf der eine Art Roulettespiel angeboten wird sowie über die Möglichkeit, Sportwetten im Spiel zu tätigen.

Zeitaufwand und Schlafdefizit

Ein weiterer häufig thematisierter Aspekt war das mit dem Spiel- bzw. Konsumverhalten verbundene Schlafdefizit in einer regulären Schulwoche („Das Zeitgefühl wird komplett zerstört,“ M3 8.7.; „Hab ich auch meistens so, dass ich halt so um null Uhr schlafen wollte und ging halt nicht und dann zwei Uhr, dann drei Uhr.“ M6 8.7.). Dabei wurde berichtet, dass Hausaufgaben und Lernen für Klassenarbeiten verschoben wurden („Dann bist du gerade im Spiel und denkst an die Zeit auf einmal

so 22 Uhr, ich sollte vielleicht mal lernen.“ T8 3.6.). Teilweise habe man sogar gar nicht geschlafen („Das war jetzt diese Woche Montag, da habe ich gar nicht geschlafen, weil ich einfach total die Zeit vergessen habe...“ M1 3.6.). Des Weiteren führten die Jugendlichen aus, dass die Eltern sich zwar um eine Kontrolle bemühten, diese jedoch häufig umgangen wurde – bspw. durch das Spielen unter der Decke.

4 Diskussion

Mit zunehmender Verbreitung von Social Gambling bzw. simulierten Glücksspielen, der fortschreitenden Verschmelzung von Computer- und Glücksspielen generell und der damit einhergehenden stetigen Etablierung neuer Produkte mehrten sich die kritischen Stimmen, die vor den Gefahren dieses Entwicklungstrends warnen. Da sich der aktuelle Kenntnisstand zu diesen Themenkomplexen auf nationaler wie internationaler Ebene als ausbaufähig und zum Teil sogar als widersprüchlich erweist, lassen sich valide Schlussfolgerungen nur sehr bedingt ziehen. Dieses Forschungsprojekt hat sich demgemäß der vordringlichen Fragestellung angenommen, welche Nutzungsmuster simulierten Glücksspielen zugrunde liegen, inwiefern diese tatsächlich mit echten Glücksspielen in Verbindung stehen und welche weiteren Risikofaktoren mit ihrer Ausübung verbunden sind. In diesem Zusammenhang kamen neben einer Literaturanalyse auch schriftliche Befragungen von Jugendlichen zur Erzielung eines umfassenden Gesamtbildes zum Einsatz. Zusätzlich sollte die Durchführung von qualitativen Interviews mit ausgewählten Gesprächspartnern zum einen ein tiefergehendes Verständnis zu ausgewählten Aspekten dieses Forschungsfeldes mit sich bringen und zum anderen die erhobenen quantitativen Messwerte mit Leben füllen. Das Vorliegen aller Erkenntnisse verbunden mit der integrativen Bewertung der empirischen Befunde eröffnet die Möglichkeit, evidenzbasierte Vorschläge sowohl zur Marktregulation als auch zu sinnvollen Präventionsaktivitäten zu unterbreiten.

Die **12-Monats-Prävalenz** der Teilnahme an irgendeinem simulierten Glücksspiel (von zuhause oder unterwegs) beträgt 50,3%. Sie liegt damit allerdings deutlich über bisherigen Prävalenzschätzungen (vgl. King et al., 2014: irgendeine Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten: 31,5%; Ipsos MORI, 2009: irgendeine Form simulierten Glücksspiels in der letzten Woche: 28%). Dies erklärt sich durch die sehr unterschiedlichen Operationalisierungen des Untersuchungsgegenstandes und die verschiedenen Zeitfenster. Außerdem ist die breite Begriffsdefinition dieser Studie, die bspw. auch beiläufig gespielte simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele umfasst, wahrscheinlich für die relativ hohen Prävalenzdaten mitverantwortlich. Da jede Forschungstätigkeit durch ihre eigene Herangehensweise an den Untersuchungsgegenstand gekennzeichnet ist, können derartige Abweichungen die Folge sein, ohne dass diese sich jedoch zwangsläufig in Gänze widersprechen. Insgesamt zeigen die Zahlen im Allgemeinen jedoch, dass sowohl Glücksspiele als auch simulierte Glücksspiele unter den befragten Jugendlichen eine nicht unerhebliche Rolle spielen und sich die sehr leichte und ständige Verfügbarkeit solcher Angebote in relativ hohen Teilnahmezahlen niederschlägt.

Daneben zeigen die **Lebenszeit-** (irgendein Glücksspiel im Leben: Offline: 56,8%; Online: 15,8%) und **12-Monats-Prävalenzen** (irgendein Glücksspiel im letzten Jahr, online oder offline: 38,5%) des Glücksspielverhaltens der befragten Jugendlichen nur marginale Differenzen zwischen den drei norddeutschen Städten auf. Somit decken sich diese Befunde weitgehend mit vergleichbaren deutschen Jugendstudien (vgl. zusammenfassend Hayer, 2012; Hayer, Meyer & Petermann, 2014), was wiederum für eine angemessene Basisstichprobe der Untersuchung spricht.

Eine explizite Befragung nach dem **Erstkontakalter** mit den jeweils genutzten Spielformen weist kaum nennenswerte Unterschiede zwischen Offline-Glücksspielen (10,4-12,5 Jahre), Internet-Glücksspielen (11,4-13,1 Jahre) und simulierten Glücksspielen (12,4-12,8 Jahre) aus. Dies spricht für eine einheitliche Altersphase, in der verschiedenartige Formen von simulierten Glücksspielen und Glücksspielen erstmalig ausprobiert werden. In der Ausgangsbetrachtung liegt nach Begutachtung der Prävalenzdaten daher nahe, dass die Verfügbarkeit simulierter Glücksspiele und darin enthaltene mögliche Zugangswege oder Aufforderungen zur Teilnahme an Glücksspielen mit Geldeinsatz unter Umständen auf fruchtbaren Boden fallen. Hinsichtlich der Nutzerstruktur von simulierten Glücksspielen sind auch in der existierenden Literatur ein früher Erstkontakt sowie ein insgesamt niedriges Altersniveau als herausstechende Merkmale anzuführen. Externe Forschungsergebnisse belegen, dass etwa ein Fünftel bis ein Drittel (18%-32%) der Nutzer von simulierten Glücksspielen unter 30 Jahre alt und männlich ist (vgl. zusammenfassend mit Gainsbury et al., 2014a).

Zudem gehören die typischen Teilnehmer keiner ethnischen Minderheit an, und Bildungsunterschiede lassen sich ebenfalls nicht ausmachen (Gainsbury et al., 2014a). Ähnliche Hinweise zur Nutzerstruktur liefern auch die hier vorgelegten Daten aus den Schülerbefragungen, bei denen ein Migrationshintergrund nicht als Risikofaktor oder im Sinne eines gänzlich anderen Nutzungsverhaltens auffiel.

Die häufigsten **Spielformen** simulierter Glücksspiele sowohl von zuhause als auch von unterwegs sind vorliegender Untersuchung zufolge simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele und simulierte Glücksspiele über Apps in der 12-Monats-Prävalenz. Demospiele spielen in diesem Zusammenhang hingegen eine eher untergeordnete Rolle, wenngleich diese wiederum trotz geringerer Nutzungszahlen aufgrund ihrer engen Verbindung mit Echtgeldspielen vermutlich mit einem höheren Gefahrenpotenzial einhergehen (Sévigny et al., 2005). Die häufigere Teilnahme an simulierten Glücksspielen innerhalb von Videospiele und via Apps spricht aber dafür, dass leichte Zugangswege über ohnehin genutzte Spielformen einen Türöffner darstellen. Dieses Phänomen lässt sich auch im internationalen Kontext beobachten. King et al. (2014) bestätigen relativ hohe Nutzungsraten simulierter Glücksspiele innerhalb von Videospiele und eine vernachlässigbare

Größenordnung durch Demospiele von Glücksspielen, die im Rahmen der hier vorgestellten Forschungsarbeit bei der Nutzung von unterwegs noch geringer ausfällt.

Eine Nutzung „nebenbei“ kann demnach ein entscheidender Faktor für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen sein, während kompliziertere Zugangswege bzw. einen aktiven Einsatz der Jugendlichen erfordernde Spielangebote in weitaus geringerem Maße im Nachfrageverhalten zu finden sind. Dafür spricht nicht nur die relativ häufige Nutzung innerhalb von Videospiele, sondern auch die vorrangig genannten Teilnahmemotive der jederzeitigen Spielmöglichkeit sowie der einfachen und bequemen Erreichbarkeit. Obwohl einige Autoren anführen, dass es Spielern leicht fällt, zwischen sozialen Spielen und simulierten Glücksspielen zu unterscheiden (z.B. Miller & Howell, 2014), scheint es in der Tat naheliegend und plausibel, dass zumindest bei einem Teil der Spieler die zunehmende Ähnlichkeit von sozialen Spielen, simulierten Glücksspielen und Internet-Glücksspielen zu einer einheitlichen Wahrnehmung dieser Spielformen führen kann.

Die leichte Erreichbarkeit der Angebote und die Nutzung von sich bietenden Gelegenheiten spielen zudem eine Rolle bei der Erueierung der **Motivlage**. Zu den häufigsten Teilnahmemotiven zählen Spaß, die jederzeitige Spielbarkeit, Ablenkung und Spannung. Dies deckt sich im Wesentlichen mit den Erkenntnissen von McBride und Derevensky (2009), die in ihrer Querschnittbefragung herausfanden, dass die häufigsten Motive für die Nutzung simulierter Glücksspiele der Spaß am Spiel, Unterhaltung, Entspannung, Langeweile und Spannung während des Spiels sind. Weiterhin benennen sie Angst oder Depression sowie Flucht vor Problemen und die Pflege alter oder den Aufbau neuer Freundschaften als nachrangige Faktoren. Mit einem speziellen Fokus auf Spiele in sozialen Netzwerken ermittelten Lee et al. (2012) sechs Hauptmotive, die zum Spielen in diesem Umfeld führten. Neben sozialer Interaktion und Selbstdarstellung spielten auch Zeitvertreib, Unterhaltung und Herausforderung/Wettbewerb wesentliche Rollen. Die herausstechende Bedeutung von Spaß, Ablenkung und Erreichbarkeit erklärt die Bevorzugung von Spielmöglichkeiten, die in andere Angebote eingebettet und folglich ohne Barrieren nutzbar sind.

Bei der Analyse der Motive zur Teilnahme an simulierten Glücksspielen im letzten Jahr ließen sich innerhalb dieses Forschungsprojektes 17 spezifische Motivfragen faktorenanalytisch zu drei zentralen Komponenten verdichten: (1) Wettbewerb und Spannung, (2) Kommunikation und Freundschaft sowie (3) Ablenkung und negative Verstärkung. Diese Faktoren sowie die übrigen, nicht weiter zu verdichtenden Items zeigen indessen keinerlei bedeutsame altersspezifische Assoziationen. Es offenbart sich jedoch die Tatsache, dass für Jungen Wettbewerb und Spannung sowie die Möglichkeit, mit anderen zusammen zu spielen, stärkere Teilnahmemotivatoren sind als für Mädchen. Bezüglich dieses Punktes finden sich in der Literatur weiterführende Erkenntnisse. In einer Explorativstudie ermittelte Downs (2010), dass simulierte Glücksspiele für Jungen positiv besetzt sind

und als Garant betrachtet werden, um Anspannung und Langeweile entfliehen zu können. Mädchen dagegen dient das simulierte Glücksspiel eher dazu, virtuelles Geld zu verdienen und damit in ihrem sozialen Spiel voranzukommen. Darüber hinaus benennen Gainsbury et al. (2014c) das Lernen und den Ausbau von Fähigkeiten als weitere motivationale Elemente. Die Bequemlichkeit und die flexible Art der Nutzung - sowohl zeitlich als auch örtlich - sind schließlich ein bedeutender Faktor, der das mobile Glücksspiel (z.B. per Smartphone) attraktiv macht, wie Okazaki, Skapa und Grande (2008) bestätigen. Dieser Eindruck kann durch das relativ häufige Spielen von unterwegs bei den Teilnehmern der vorliegenden Studie sowie durch Aussagen aus den Fokusgruppen gestützt werden, in denen eine Teilnehmerin bspw. anmerkt: „Wenn man in der Bahn sitzt, kann man das mal machen.“

Bei der **Bestimmung des Gefahrenpotenzials** bildet insbesondere die erhöhte Bedeutung der Teilnahmemotive Wettbewerb und Spannung unter männlichen Jugendlichen eine Erklärungsbasis für die Nutzung simulierter Glücksspiele, welche sich vielfach durch einen wettbewerbsorientierten Charakter auszeichnen. Auch aus einer Online-Befragung unter 855 italienischen Studenten (Gandolfo & Debonis, 2014) lässt sich aus dem Videospielebereich ablesen, dass die Bevorzugung von fähigkeitsbasierten Spielen mit dem männlichen Geschlecht zusammenhängt. Es liegt daher nahe, dass männliche Jugendliche sich auch bei simulierten Glücksspielen beweisen wollen und sich entsprechender Spielformen bedienen, was mutmaßlich die innerhalb der vorliegenden Forschungsarbeit festgestellten höheren Teilnahmeprävalenzen von Jungen im Vergleich zu Mädchen zur Folge hat.

Als wesentliche Risikofaktoren für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen im letzten Jahr erweisen sich bei multivariaten logistischen Regressionen im Querschnitt die Merkmale männliches Geschlecht, Schulbesuch in Lübeck, letztjährige Glücksspielteilnahme an Poker, anderen Karten- oder Würfelspielen und Rubbellosen –, eine häufigere Teilnahme an bestimmten Videospiele (Ego-/Third-Person-Shooter-Spiele, Sport-/Renn-Spiele, Strategie-/Simulationsspiele) sowie die häufigere Wahrnehmung von Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele durch Einblendung dieser innerhalb von Spielen.

Die ermittelten Risikofaktoren im Querschnitt passen generell in das Gesamtbild, das sich aufgrund der bislang diskutierten Ergebnisse aufbaut: Neben dem männlichen Geschlecht fügt sich darin ein, dass vorherige – insbesondere intensive – Teilnahmen an Videospiele einen Risikofaktor für die Teilnahme an simulierten Glücksspielen darstellen: Die Nutzung „nebenbei“, die sich bei verschiedenen Arten von Spielen durch passende Gelegenheiten (z.B. innerhalb von Videospiele) ergibt, ist eine inhaltlich schlüssige Triebfeder. Allerdings ist zu beachten, dass die Jugendlichen auf diese Weise quasi zwangsläufig zu diesem Angebot kommen, weil dessen Nutzung innerhalb von

gewissen Videospiele obligatorisch ist (teilweise kann ein Videospiele sonst nicht fortgesetzt werden). Eine Differenzierung der Nutzung aus eigenem Antrieb und der Nutzung als Bestandteil eines anderen Angebotes wäre demzufolge von Interesse bei künftigen weiterführenden Forschungsaktivitäten. Gainsbury et al. (2014c) geben auch zu bedenken, dass simulierte Glücksspiele nicht ausschließlich einen Risikofaktor repräsentieren müssen, sondern ebenso eine gegenteilige Sichtweise zulässig sein kann. Nach dieser können simulierte Glücksspiele einen positiven Effekt aufweisen und im Sinne eines Schutzfaktors wirken, wenn sie als Substitut für Glücksspiele um Geld zum Einsatz kommen (Gainsbury et al., 2014c). Eine uneingeschränkte Sichtweise auf simulierte Glücksspiele als ausschließlich risikoe erhöhendes Angebot wäre demzufolge nicht zielführend, auch wenn es zur Bestätigung dieser Hypothese noch weiterer Empirie bedarf.

Der Schulbesuch in Lübeck erweist sich im technisch-statistischen Sinne als Risikofaktor für eine mindestens einmalige Teilnahme an simulierten Glücksspielen im vorangegangenen Jahr. Bei Betrachtung der begünstigenden Einflussfaktoren für eine intensive Nutzung simulierter Glücksspiele im Vorjahr ist der Risikofaktor eines Schulbesuchs in Lübeck allerdings wiederum nicht gegeben. Zudem existieren für Lübeck keine auffällig erhöhten Werte gegenüber den anderen Städten in Bezug auf die Teilnahme an echten Online- und Offline-Glücksspielen. Es liegt daher die Vermutung nahe, dass es sich um ein statistisches Artefakt handelt, das durch zufälliges Datenrauschen zustande gekommen ist.

Eine häufigere Wahrnehmung von **Werbung** begünstigt allerdings die Nutzung simulierter Glücksspiele sowohl für geringe Teilnahmen als auch für eine intensive Nutzung, was in den Gesamtzusammenhang passt. Wie bereits ausgeführt sind die Jugendlichen offen für sich bietende Gelegenheiten zur unkomplizierten Nutzung ihnen neuartiger Spielformen; eine häufigere Wahrnehmung von Werbung, die sich wiederum ebenso in diversen anderen Spielformen finden kann oder auf Internetseiten auftaucht, kann damit einen nicht zu unterschätzenden Risikofaktor darstellen. Durch Werbung können passgenaue Spielmöglichkeiten aufgezeigt werden, die die Heranwachsenden zum Ausprobieren auffordern. Rozendaal et al. (2013) verweisen in diesem Zusammenhang auf eine eher unkritische Einstellung Heranwachsender gegenüber Werbung in sozialen Netzwerken, was die besondere Gefahr deutlich werden lässt. Dabei ist nach den zahlenmäßig erfassten Werten für die Wahrnehmung von Werbung und den Angaben der Jugendlichen aus den Fokusgruppen Werbung für Glücksspiele und simulierte Glücksspiele oft allgegenwärtig. Zudem wird sie oftmals als individualisiert und aufdringlich wahrgenommen, wie Fokusgruppenmitglieder bestätigen. Ein Teilnehmer beschreibt seine subjektive Wahrnehmung mit den Worten: „Die Werbung ist immer richtig nervig, weil man die zehnmal wegeklicken muss.“

Nichtsdestotrotz fügen sich die ermittelten Risikofaktoren in einen Gesamtkontext, der leichte Zugangswege und die Bereitstellung von zielgruppenorientierten Spielmöglichkeiten, oftmals unterstützt durch passgenaue Werbung, als förderlich für die Nutzung simulierter Glücksspiele ausweist. Als anfällig hierfür erweist sich bspw. die Gruppe der Videospiele, die sich solchen Angeboten aufgrund ihres Nutzungsverhaltens naturgemäß häufiger ausgesetzt sieht.

Die Analyseergebnisse der Längsschnittdaten dieser Forschungsstudie verweisen auf eine geringe Vorhersagbarkeit eines **Einstiegs in die Welt echter Glücksspiele** durch die Teilnahme an simulierten Glücksspielen (sehr geringe Modellgütekoeffizienten). Dieser Umstand belegt die Komplexität des Glücksspielverhaltens im Jugendalter, nicht zuletzt bedingt durch das ausgeprägte Probierverhalten in dieser Altersphase. Zum zweiten Messzeitpunkt (T1) finden sich 11,9% (n=140) neue Teilnehmer an Glücksspielen. Diese Zahl ist vor dem Hintergrund der jungen Schülerpopulation zu betrachten, die an der Befragung teilgenommen hat. Da das Durchschnittsalter bei der Erstbefragung bei 13,8 Jahren lag, ist der Neueinstieg in echte Glücksspiele durchaus beachtlich. Daneben gilt es zu bedenken, dass 38,5% der Jugendlichen zu T0 bereits an Glücksspielen teilgenommen hatten, so dass der Anteil der Neueinsteiger entsprechend geringer ausfällt. Eine Relativierung ist dahingehend vorzunehmen, dass mit dem Begriff des Neueinstiegs eine Bandbreite vom einfachen Ausprobieren bis zur regelmäßigen intensiven Teilnahme abgedeckt ist.

Bemerkenswert ist, dass der Besuch eines Gymnasiums das Risiko für einen Neueinstieg in irgendein Glücksspiel im statistischen Sinne reduziert. Als Erklärung hierfür kann der sozioökonomische Status der Eltern herangezogen werden, da dieser mit der Schulform assoziiert ist (Nold, 2010). Der sozioökonomische Hintergrund vermag demzufolge mutmaßlich eher einen Einfluss auf das Glücksspielverhalten der Jugendlichen auszuüben und im Sinne eines Schutzfaktors zu wirken als die Schulform an sich. Die Entwicklung einer allgemeinen Glücksspielkultur erscheint in Gymnasien dadurch jedoch wiederum weniger wahrscheinlich als in den anderen Schulformen.

Ebenso senkt die Teilnahme an einer höheren Anzahl an Video- oder Computerspielen die Einstiegswahrscheinlichkeit in echtes Glücksspiel signifikant. Diese Tatsache mutet erstaunlich an, es lässt sich jedoch vermuten, dass es sich in diesem Fall bei den Befragten um eine spezielle Gruppe von Vielspielern handelt, die diverse Produkte von Videospiele ausprobiert, demzufolge auf ihr spezifisches Spielgenre festgelegt ist und überhaupt kein Interesse am Ausprobieren und der beiläufigen Nutzung anderer Spielformate und an echten Glücksspielen hat. Detailanalysen müssen klären, durch welche spezifischen Eigenheiten sich eine solche Spielersubgruppe auszeichnet.

Gerade unter Jugendlichen ist das Tätigen von **Mikrotransaktionen** als kritisch zu würdigen, da ein früher Erstkontakt die Gewöhnung an einen Geldeinsatz wie bei echten Glücksspielen und einen als normal empfundenen Umgang mit diesen in der Lebensspanne nach vorne verlagert. Beispiele für Mikrotransaktionen sind Käufe von Ausrüstung innerhalb von Spielen, die Anschaffung spezieller Fähigkeiten oder eine Verkürzung der Wartezeit. Bei diesem sogenannten „Freemium Model“ (Derevensky, Gainsbury, Gupta & Ellery, 2013; Parke et al., 2012) ist die Teilnahme zwar grundsätzlich kostenlos, der Zukauf zur raschen Erlangung besagter Vorteile unterliegt jedoch der Voraussetzung einer Bezahlpflicht. In der vorliegenden Untersuchung hatten 9,6% aller Teilnehmer in den letzten 12 Monaten vor der Befragung eigenes Geld für den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel eingesetzt und 8,5% zur Verkürzung von Wartezeiten, um Weiterspielen zu können. Das Tätigen von Mikrotransaktionen wirkte sich indessen nicht signifikant auf einen Neueinstieg in echte Glücksspiele aus. Dieser Befund ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass die vorliegende Studie ausschließlich auf Jugendliche fokussiert ist, während sich bestätigende Befunde (Gainsbury, Russell, King, Delfabbro & Hing, 2016c; Kim et al., 2015) auf Erwachsene beziehen. Weitere Erklärungen für die divergierenden Befunde ergeben sich aus den unterschiedlichen Längen der Untersuchungszeiträume und Operationalisierungen von Mikrotransaktionen. Auch wenn sich innerhalb der vorliegenden Studie Mikrotransaktionen nach den Analysen über eine Zeitspanne von einem Jahr hinweg nicht als Risikofaktor für den Einstieg in echte Glücksspiele bestätigen lassen, liegt aufgrund der ermittelten Vielzahl von Erfahrungen der Untersuchungsteilnehmer und des als normal empfundenen Umgangs damit ein gewisses Gefährdungspotenzial auf lange Sicht dennoch auf der Hand. Griffiths (2013) bezeichnet die Veräußerung virtueller Güter zugespitzt in diesem Kontext als „psychologischen Geniestreich“, da durch den Kauf kein Produkt sondern reine Unterhaltung ohne finanziellen Gegenwert erstanden wird. Ein Teilnehmer der Fokusgruppen merkt hierzu an: „Da muss man immer warten, bis irgendwelche Gebäude ein Level höher gebaut sind, und dann kann man das halt beschleunigen mit Diamanten. Diese kann man kaufen. Das habe ich ziemlich oft gemacht.“ In diesem Kontext ist auffällig, dass fast alle Jugendlichen aus den Fokusgruppen regelmäßig Geld für ähnlich gelagerte Käufe ausgeben. Auch wenn es sich dabei überwiegend um geringere Beträge unter zehn Euro handelt, wurden vereinzelt auch dreistellige Beträge genannt, die innerhalb eines Jahres aufgewendet wurden. Die Möglichkeit zum Kauf virtueller Güter oder zu Mikrotransaktionen in ansonsten kostenlosen Spielen verkörpert folglich ein attraktives Ertragsmodell für die Anbieter (Hamari & Lehdonvirta, 2010). Bei diesem kann sich auch die eigene Wahrnehmung der Spieler verändern, die sich mitunter mehr als Konsumenten denn als Mitglieder einer sozialen Gemeinschaft sehen (Lin & Sun, 2011). Gainsbury, King, Russell und Delfabbro (2016b) ermittelten in diesem Kontext, dass sich Spieler, die zur Zahlung von Mikrotransaktionen bereit waren, von den übrigen

unterscheiden. Die Gruppe der zahlenden Personen ist in der Regel stärker in das Spiel hinsichtlich Häufigkeit und Engagement eingebunden und betont auch mehr die soziale Interaktion als Motivationsfaktor für das Spielen. Ergänzend erwähnen Kim, Hollingshead und Wohl (2017), dass sich zahlende Spieler durch höhere Impulsivität, eine größere Sensibilität in Bezug auf Belohnungen und durch spielbezogene Probleme charakterisieren lassen.

Weiterführend ist eine erhöhte Wahrscheinlichkeit für einen Einstieg in irgendein echtes Glücksspiel für Personen festzustellen, die zu T0 an simulierten Glücksspielen in Videospiele von unterwegs teilgenommen hatten. Im Vergleich zu Jugendlichen, die zu T0 nicht daran teilgenommen hatten, stieg das Risiko auf einen Glücksspieleinstieg um etwa das Dreifache bei einer seltenen Teilnahme und um etwa das sechsfache bei einer häufigen Teilnahme. Zu vermuten ist, dass die Gruppe der Videospieleler eher (zwangsläufig) durch die Produktgestaltung mit bspw. glücksspielähnlichen Angeboten innerhalb der von ihnen genutzten Videospiele in Berührung kommt, was die Wahrscheinlichkeit auf ein Ausprobieren der Echtgeldspiele und damit auf einen formalen Einstieg in echte Glücksspiele im Sinne dieser Untersuchung erhöhen kann. Der soziale Aspekt, der Videospiele zu attestieren ist, kommt hier ebenso deutlich zum Vorschein, weil über die in Videospiele enthaltenen simulierten Glücksspiele oftmals eine Messung der eigenen Stärke und ein sozialer Austausch mit anderen Spielteilnehmern möglich ist. Eine Befragung von Hsiao und Chiou (2012) deckte in diesem Zusammenhang auf, dass soziale Interaktion indirekt auf eine fortgesetzte Spielteilnahme wirken kann, indem sie eine positive Einstellung gegenüber dem Spiel erhöht. Warum die Strukturmerkmale Interaktion und Wettbewerb nicht in gleicher Weise im Rahmen von simulierten Glücksspielen in sozialen Netzwerken die Einstiegswahrscheinlichkeit in echtes Glücksspiel erhöhen, muss weitere Forschung zeigen.

In einem Forschungsbericht zum wirtschaftlichen Potenzial von simulierten Glücksspielen (Morgan Stanley, 2012) werden übergeordnete Mechanismen zur Erhöhung der Konvergenz zwischen simuliertem und echtem Glücksspiel näher beleuchtet, die z.B. durch (1) die zunehmende Einbindung monetärer Elemente in simulierte Glücksspiele, (2) Versuche, Spieler in sozialen Netzwerken zur Migration auf echte Glücksspielseiten zu bewegen und (3) die Einbindung zusätzlicher non-monetärer Glücksspielelemente in soziale Spiele mit grundsätzlich anderen Spielprinzipien (z.B. Würfeln um virtuelle Güter) gegeben sind. Viele dieser Bezüge, wie bspw. das Tätigen von Mikrotransaktionen und die Werbung für Glücksspielprodukte, lassen sich im Rahmen der vorliegenden Studie als beeinflussend für die Nutzungsmuster der Jugendlichen erkennen.

Auch die Betrachtung der Einstellungen zu simulierten Glücksspielen und Echtgeldspielen ist von Bedeutung. Eine Studie mit 1.103 Nutzern simulierter Glücksspiele wies nach, dass über zwei Drittel

dieser Personengruppe an echten Glücksspielen durchaus interessiert sind und nahezu ebenso viele denken, dass Internet-Glücksspiele legalisiert werden sollten. In einer ähnlichen Größenordnung liegt auch die Zahl derer, die Online-Glücksspiele im Falle einer Legalisierung ausprobieren wollen (Super Data Research, 2013). Der im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit naheliegende mögliche Transfer vom simulierten Glücksspiel zu Glücksspielformen mit Geldeinsatz ist auf längere Sicht und mit zunehmendem Alter der Jugendlichen demzufolge durchaus als realistisch zu beurteilen, da ein Grundinteresse an echten Glücksspielen vorhanden ist (56,8% der befragten Schüler gaben an, schon einmal im Laufe ihres Lebens mindestens ein terrestrisches Glücksspiel ausprobiert zu haben) und die Nutzung simulierter und echter Glücksspiele eindeutig statistisch assoziiert ist.

Allerdings ist einschränkend festzustellen, dass unter den simulierten Glücksspielen lediglich ein eindeutiger Prädiktor (simulierte Glücksspiele von unterwegs innerhalb von Videospiele) für einen Einstieg in echte Glücksspiele nach Analyse der Längsschnittdaten gegeben ist. Darüber hinaus muss Beachtung finden, dass die Teilnahme an simulierten Glücksspielen nicht zwangsläufig und zeitnah in Richtung eines Einstiegs in die Welt echter Glücksspiele wirken muss, sondern simulierte Glücksspiele als Wegbereiter für einen Umstieg oder eine intensivere Nutzung auf längere Sicht dienen können. Im Rahmen des hier vorliegenden einjährigen Untersuchungszeitraumes sind längerfristige risikohörende Bedingungen wie etwa Normalisierungseffekte oder subjektive Normaufweichungen nicht zwingend abbildbar.

5 Limitationen

Die Quer- und Längsschnittanalysen liefern aufschlussreiche neue Erkenntnisse über das Nutzungsverhalten und die Risikofaktoren simulierter Glücksspiele im Internet. Wie jede andere wissenschaftliche Untersuchung ist jedoch die Aussagekraft dieser Studie gewissen methodisch bedingten Einschränkungen unterworfen.

Eine Limitation ist bezüglich der Auswahl der Schulen zu treffen. Während sich Schulen in sozial besser situierten Stadtteilen eher für eine Teilnahme an dem Forschungsvorhaben ausgesprochen haben, erhielten die Verantwortlichen von Schulen in sozioökonomisch schwach anzusehenden Stadtgebieten bzw. sozialen Brennpunkten des Öfteren Absagen, die regelmäßig mit einem Verweis auf zu hohe Belastungen mit anderen Aufgaben einhergingen. Durch die stratifizierten Zufallsstichproben konnte ein stark verzerrender Effekt jedoch reduziert werden.

Zusätzlich sind die verwendeten Messinstrumente in Form von selbst angefertigten Fragebögen kritisch zu reflektieren. Da es sich zum Teil um neu zusammengestellte und somit nur teilweise validierte Instrumente handelte, ist die Aussagekraft der erzielten Resultate ggf. mit bestimmten Einschränkungen und möglichen methodischen Artefakten verbunden, auch wenn das Instrument durch Pretests optimiert wurde.

Aufgrund der begrenzten Fragebogenlänge (ca. 30-minütige Bearbeitungsdauer) konnten zudem nicht alle möglicherweise verhaltensrelevanten Konstrukte abgefragt werden (z.B. Beziehungsstatus der Eltern oder elterliches Glücksspielverhalten), deren Aufnahme sich unter Umständen günstig auf die Modellgüten hätten auswirken können.

Es ist ferner nicht auszuschließen, dass einige Schüler die unterschiedlichen Begrifflichkeiten simulierter und echter Glücksspiele trotz mündlicher und schriftlicher Erläuterung nicht verstanden und hierdurch bedingt ein fehlerhaftes Antwortverhalten an den Tag gelegt haben. Dies könnte Einfluss auf die ermittelten Prävalenzdaten gehabt haben. Ebenso wurden komplizierte Wortkonstrukte wie „simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele“ womöglich falsch aufgefasst.

Hinzu kommt der Umstand, dass die Erhebungen selbst von mehreren unterschiedlichen Personen durchgeführt wurden, die zwar allesamt geschult waren, jedoch durch ihr ureigenes spezifisches Verhalten und Auftreten die Schüler in unterschiedlichem Maß zur konstruktiven Mitarbeit motiviert haben könnten. In diesem Zusammenhang sind ebenso die differenziert zu betrachtenden Situationen in den jeweiligen Klassenräumen zu nennen: Während in der Mehrzahl der Klassen eine ruhige und konzentrierte Arbeitsatmosphäre herrschte, bestand in anderen Befragungsrunden eine

gewisse Unruhe, die bspw. durch anstehende Klassenarbeiten oder den bevorstehenden Schulschluss bedingt war. Auch die Auslagerung der Untersuchung in andere Räume hat teilweise zu solch einer Situation beigetragen. Aus diesen Gründen zeigten die Schüler in der Gesamtheit der jeweiligen Klassen ein unterschiedlich hohes Konzentrationsniveau, was die Antwortqualitäten beeinflusst haben könnte.

Der Zeitraum zwischen den beiden Messzeitpunkten der Hauptuntersuchung betrug lediglich ein Jahr. Die Aussagekraft bezüglich eines Übergangs zur Teilnahme an Glücksspielen ist somit auf einen relativ kurzen zeitlichen Abstand beschränkt. Ein Studiendesign mit zusätzlichen Messzeitpunkten über mehrere Jahre hinweg hätte womöglich zu noch belastbareren Resultaten und weiterführenden Erkenntnissen hinsichtlich des Nachfrageverhaltens der Schüler geführt. Darüber hinaus stellt der hier gewählte Gruppenvergleich zwischen Neueinsteigern in echte Glücksspiele und der heterogenen Vergleichsgruppe aus Abbrechern, konstant Abstinenten und konstanten Nutzern einen extrem konservativen Prognoseansatz dar. Differenziertere Gruppenvergleiche könnten durchaus einen Zusammenhang zwischen bestimmten Formen simulierten Glücksspiels und dem Einstieg in echte Glücksspiele aufzeigen.

Ungeklärt bleibt mit der aktuellen Untersuchung zudem, ob die Ergebnisse auf die Spätadoleszenz und das Erwachsenenalter generalisierbar sind, um allgemeingültigere Aussagen treffen zu können. Prognostisch wäre eine Ausweitung der Befragungen auf andere Altersstufen wünschenswert, um eine Einschätzung der Unterschiede von Jugendlichen und (jungen) Erwachsenen in Bezug auf diese Fragestellung vornehmen zu können.

Schließlich ist nicht auszuschließen, dass die aufgezeigten Problemverhaltensweisen, zumindest in manchen Personengruppen, im Sinne eines allgemeinen Problemverhaltens stark korrelieren und so die Stabilität der multivariaten Parameterschätzungen gefährden (Multikollinearität).

Da die Datenerhebung in verschiedenen Bundesländern, Schulen und Schulklassen erfolgte, ist es ebenso möglich, dass Parameterschätzungen durch die verschiedenen Aggregatsebenen verzerrt sind, da sich Personen innerhalb einer Schule oder Klasse naturgemäß ähnlicher sein können als Personen aus verschiedenen Aggregatseinheiten.

Des Weiteren bleiben nicht-lineare Zusammenhänge in dem Modell unberücksichtigt.

6 Ausblick

Mit den Daten zum Nutzungsverhalten und den Risikofaktoren simulierter Glücksspiele unter Jugendlichen bereichert diese Untersuchung die Forschungslandschaft. Die Komplexität des hier fokussierten Forschungsgegenstandes und seiner passgenauen Bezeichnung wird bereits nach Analyse der Literatur deutlich. So variieren die Angaben der Probanden – bedingt durch die jeweils zugrunde liegende konkrete Operationalisierung („simulierte Glücksspiele“, „Spiele in sozialen Netzwerken“, „Glücksspiele im Allgemeinen“ etc.) – zum Teil erheblich.

In Einklang damit erschwert das Fehlen einer einheitlichen Terminologie zum jetzigen Zeitpunkt, verbindliche Aussagen darüber zu treffen, welche Nutzergruppen besonders häufig Erfahrungen mit simulierten Glücksspielen aufweisen, auch wenn sich in der vorliegenden Studie das männliche Geschlecht als stabile teilnahmeerhöhende Bedingung herausgestellt hat. Abgesehen von einem relativ jungen Erstkontaktalter (im Mittel zwischen 12 und 13 Jahren) und dem männlichen Geschlecht finden sich über alle Spielformate hinweg keine detaillierten soziodemographischen Merkmale, die die Wahrscheinlichkeit einer Beteiligung an simulierten Glücksspielen erhöhen.

Die hier gewählte Operationalisierung der Teilnahme an simulierten Glücksspielen (Gesamtkategorie über vier verschiedene Spielformen und zwei Zugangswege hinweg) liefert eine relativ präzise Konstellation an teilnahmeerhöhenden Bedingungen (u.a. Teilnahme an verschiedenen Glücksspielen und Videospiele sowie männliches Geschlecht). Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass eine differenziertere Betrachtung der verschiedenen Subformen simulierter Glücksspiele zu gänzlich anderen Risikofaktorkonstellationen führt. Die Präzisierung diverser Personenkreise in Kombination mit einer noch exakteren Bestimmung personenbezogener Eigenschaften ist eine an zukünftige Forschungsaktivitäten gerichtete Aufgabe.

Des Weiteren muss bis dato die Frage weitgehend offen bleiben, ob die Partizipation am simulierten Glücksspiel unter Umständen mit Positiveffekten verbunden sein kann. Denkbar wäre in diesem Zusammenhang unter anderem, dass Problemspieler diese Form des Glücksspiels als vermeintlich risikoarmes Substitut auswählen, um finanzielle Folgeschäden zu minimieren (vgl. Parke et al., 2012). Inwiefern sich für welche Subgruppen eine solche Bewältigungsstrategie auf lange Sicht einsetzen lässt und bewähren kann, bedarf ebenso der Klärung durch zukünftige Arbeiten.

Außerdem wäre eine Ausweitung der hier vorgelegten Studie auf andere Bundesländer wünschenswert, um ein umfassendes bundesweites Gesamtbild mit noch aussagekräftigeren Resultaten gewinnen und etwaige regionale Besonderheiten durch die bisherige Beschränkung auf Norddeutschland relativieren zu können.

Umso wichtiger erweist es sich für die Zukunft, stets sauber zwischen verschiedenen Spielformaten zu differenzieren und darüber hinaus Spielermotive in Abhängigkeit von ausgewählten soziodemographischen Merkmalen sowie vom Spielerstatus (z.B. Gelegenheitsspieler vs. Vielspieler vs. Problemspieler) zu bestimmen. In Anlehnung an den Glücksspielbereich (vgl. Hayer, 2012) ist davon auszugehen, dass sich die Motivlage im Zuge fortschreitender Spielerkarrieren verschiebt und bei exzessiven Spielern zunehmend dysfunktionale Motive (z.B. Spielteilnahme zur Verdrängung von Belastungen und Stressoren unterschiedlicher Art) in den Vordergrund rücken.

Für staatliche Entscheidungsträger lassen sich aus der Gesamtschau der gewonnenen Erkenntnisse unter Einbeziehung der schriftlichen Schülerbefragungen, der Literaturanalyse sowie der Fokusgruppen folgende Implikationen für die Regulierungspraxis ableiten:

1. Werbung:

Durch Einblendungen innerhalb von Spielen haben 56,3% der Untersuchungsteilnehmer der schriftlichen Befragung Werbung für (simulierte) Glücksspiele bereits wahrgenommen; selbst auf Internetseiten ohne Spielinhalte berichten noch 53,5% der Jugendlichen von solchen Erfahrungen. Die Präsenz der Werbung geht mit einem hohen Aufforderungscharakter zur Teilnahme an bestimmten Glücksspielprodukten einher und wird als individualisiert wahrgenommen, was innerhalb der Fokusgruppen zum Ausdruck kam.

Da Jugendliche für derartige Werbebotschaften empfänglich und dadurch beeinflussbar sind (Rozendaal et al., 2013), empfiehlt es sich, die **für Glücksspiele maßgeblichen Werberichtlinien auf simulierte Glücksspiele zu übertragen bzw. entsprechend anzupassen**. Darüber hinaus sollte ein **Verbot von Werbung für simulierte und echte Glücksspiele** innerhalb von Produkten zum Einsatz kommen, die hauptsächlich für den Jugendbereich konzipiert sind. Letztendlich lässt sich simuliertes Glücksspiel bereits als indirekte Werbung für echtes Glücksspiel interpretieren.

2. Mikrotransaktionen:

Das Tätigen von Mikrotransaktionen ist unter Jugendlichen kein ungewöhnlicher Vorgang. Gerade durch Aussagen innerhalb der Fokusgruppen wurde deutlich, dass auch der Einsatz höherer Geldbeträge über gewisse Zeiträume hinweg offensichtlich keine Seltenheit ist. Zusätzlich stellten sich durch die schriftlichen Hauptbefragungen Mikrotransaktionen in dieser Entwicklungsphase für eine signifikante Minderheit als etabliert heraus. So hatten 9,6% aller Teilnehmer der hier vorliegenden Forschungsstudie in den letzten 12 Monaten vor der Befragung eigenes Geld für den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel

eingesetzt. Bei 8,5% geschah dies, um Wartezeiten zu verkürzen und sich so einen rascheren Spielablauf zu sichern.

Um die Schüler vor unkontrollierten Geldausgaben in unterschiedlichen Höhen zu schützen, bedarf es einer staatlichen Regulation. Zielführend wäre **eine deutliche Begrenzung oder ein Komplettverbot von Mikrotransaktionen** bei Produkten mit Glücksspielcharakter, die sich an eine minderjährige Zielgruppe richten.

3. Vernetzung:

Die Analysen haben die Verquickung von simulierten Glücksspielen und Glücksspielen deutlich gemacht. Die Weiterleitung auf andere Spielformen lässt auf ein gewisses Gefahrenpotenzial auf lange Sicht schließen. So leiten Demospiele durch einfaches Anklicken auf Echtgeldseiten weiter. Beispielhaft können Heranwachsende durch Pokerschulen zum Spielen von Poker mit Geldeinsatz gebracht werden. Der stetige Kontakt mit derartigen Produkten kann eine Normaufweichung zur Folge haben (vgl. auch mit King et al., 2012).

Ein wirksamer Schutz wäre durch ein **Verbot von Verlinkungen auf Glücksspielprodukte** innerhalb von simulierten Glücksspielen, v.a. bei Demospielen, zu erreichen.

4. Warnhinweise:

Aus der Gesamtheit der Ergebnisse und Aussagen aus den Forschungsmodulen lässt sich schließen, dass Jugendliche oftmals die angebotenen Glücksspiele und glücksspielähnlichen Produkte mitsamt ihres Gefahrenpotenzials nicht richtig differenzieren und einschätzen können und anfällig für Werbebotschaften sind. Ein Übergang von simulierten Glücksspielen zu Glücksspielen mit Geldeinsatz kann die unreflektierte Folge sein.

Um dem vorzubeugen, sollte eine **Vorschrift zur Einbettung von Warnhinweisen** im Spielverlauf, z.B. über Pop-up-Fenster, innerhalb simulierter Glücksspiele zum Einsatz kommen. Zielführend sind bspw. wiederholte Hinweise, dass der Spielausgang nicht durch Zufallsprozesse (wie beim echten Glücksspiel) bestimmt wird, sondern komplexe Algorithmen zur Förderung der Spiellust zum Tragen kommen. Statt einer Weiterleitung auf Spiele mit echtem Geldeinsatz kann zudem eine verpflichtende Warnung vor ebendiesen mitsamt ihren Risiken ausgesprochen und eine wirksame Vorbeugemaßnahme durch Bewusstseinsbildung mit altersgerechten Informationen über die Spielabläufe bei den Jugendlichen erwirkt werden.

In diesem Zusammenhang ist **unrealistischen Auszahlungsquoten bei Demospielen** im Vergleich zu den echten Glücksspielprodukten ebenfalls durch wirksame gesetzliche

Maßnahmen zu begegnen – damit wären zu hohe Gewinnerwartungen auf Spielerseite vermeidbar.

Neben den verhältnispräventiven Ansätzen sollten ebenso **verhaltenspräventive Maßnahmen** Berücksichtigung finden. Im Rahmen von Medienkompetenzschulungen könnten Aufklärung und spielerische Wissensvermittlung (z.B. durch Rollenspiele) bei der jugendlichen Zielgruppe ein Bewusstsein für die mit simulierten Glücksspielen und deren Vernetzung mit echten Glücksspielen verbundenen Gefahren schaffen und vorbeugend wirken. Ein als normal empfundener und sorgloser Umgang mit derartigen Produkten kann damit eingeschränkt und eine angemessene Sensibilität und Skepsis diesen gegenüber aufgebaut werden.

7 Literatur

- Abarbanel, B. & Rahman, A. (2015). eCommerce Market Convergence in Action: Social Casinos and Real Money Gambling. *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 19 (1), 51-62.
- Ahern, K. & Le Brocque, R. (2005). Methodological Issues in the Effects of Attrition: Simple Solutions for Social Scientists. *Field Methods*, 17 (1), 53–69.
- Baumgärtner, T. & Kestler, J. (2014). *Suchtmittelgebrauch, Computerspielverhalten, Internetnutzung und Glücksspielerfahrungen von Jugendlichen in Hamburg und drei kommunalen Modellregionen in Deutschland - Deskriptive Ergebnisse der SCHULBUS-regional-Studie 2012*. Hamburg: Hamburgische Landesstelle für Suchtfragen e. V.
- Bednarz, J., Delfabbro, P. & King, D. (2013). Practice makes poorer: Practice gambling modes and their effects on real-play in simulated roulette. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 11, 381-395.
- Beierlein, C., Kovaleva, A., Kemper, C. J. & Rammstedt, B. (2014). Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzsкала (ASKU). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen*.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2012). *Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland 2007, 2009 und 2011: Ergebnisse aus drei repräsentativen Bevölkerungsbefragungen*. Köln: BZgA.
- Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2017). *Die Drogenaffinität Jugendlicher in der Bundesrepublik Deutschland 2015*. Köln: BZgA.
- Choi, H., Choi, E. & Song, S. (2014). The structure of affection descriptors for social network game: Case study of CityVille on Facebook. *Multimedia Tools and Applications*, 68, 375-389.
- Derevensky, J. L. & Gainsbury, S. M. (2016). Social casino gaming and adolescents: Should we be concerned and is regulation in sight? *International Journal of Law and Psychiatry*, 44, 1-6.

- Derevensky, J. L., Gainsbury, S., Gupta, R. & Ellery, M. (2013). *Play-for-fun/social-casino gambling: An examination of our current knowledge*. Retrieved from <https://www.manitobagamblingresearch.com/system/files/private/Full%20Report%20Play%20For%20Fun%20Social%20Casino%20Gambling-%20An%20Examination%20of%20Our%20Current%20Knowledge.pdf>.
- Domahidi, E., Festl, R. & Quandt, T. (2014). To dwell among gamers: Investigating the relationship between social online game use and gaming-related friendships. *Computers in Human Behavior*, 35, 107-115.
- Downs, C. (2010). Young people playing with risk: Social networking and the normalisation of gambling behaviours. In Leisure Studies Association (Ed.), *Leisure experiences* (pp. 25-47). Eastbourne.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191.
- Frahn, T., Delfabbro, P. H. & King, D. L. (2015). Exposure to free-play modes in simulated online gaming increases risk-taking in monetary gambling. *Journal of Gambling Studies*, 31 (4), 1531-1543.
- Fu, W. & Yu, C. K.-C. (2015). Predicting disordered gambling with illusory control, gaming preferences, and internet gaming addiction among Chinese youth. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13 (3), 391-401.
- Gainsbury, S. M., Delfabbro, P., King, D. L. & Hing, N. (2016a). An Exploratory Study of Gambling Operators' Use of Social Media and the Latent Messages Conveyed. *Journal of Gambling Studies*, 32, 125-141.
- Gainsbury, S. M., King, D. L., Russell, A. M. T. & Delfabbro, P. (2016b). Who Pays to Play Freemium Games? The Profiles and Motivations of Players Who Make Purchases Within Social Casino Games. *Journal of Behavioral Addictions*, 5 (2), 221-230.
- Gainsbury, S. M., Russell, A. M. T., King, D. L., Delfabbro, P. & Hing, N. (2016c). Migration from social casino games to gambling: Motivations and characteristics of gamers who gamble. *Computers in Human Behavior*, 63, 59-67.

- Gainsbury, S. M., Russell, A. & Hing, N. (2014a). An investigation of social casino gaming among land-based and Internet gamblers: a comparison of socio-demographic characteristics, gambling and co-morbidities. *Computers in Human Behavior*, 33, 126-135.
- Gainsbury, S., Hing, N., Delfabbro, P. H. & King, D. L. (2014b). A taxonomy of gambling and casino games via social media and online technologies. *International Gambling Studies*, 14 (2), 196-213.
- Gainsbury, S., Hing, N., Delfabbro, P. H., Dewar, G. & King, D. L. (2014c). An exploratory study of interrelationships between social casino gaming, gambling, and problem gambling. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13, 136-153.
- Gainsbury, S. M. & Derevensky, J. L. (2013). *What do we currently know about the impact of social media gambling games upon current and future gambling among young people?* Paper presented at the 15th International Conference on Gambling & Risk Taking, Las Vegas, Nevada, 27-31 May.
- Gandolfo, A. & Debonis, V. (2014). *Motivations for gambling and the choice between skill and luck gambling products: an exploratory study*. Discussion Paper n. 185, Università di Pisa.
- GGrasi (2017). *Social casino games 2017 revenue to rise 7pct plus says report*. Online verfügbar unter:
<http://www.ggrasia.com/social-casino-games-2017-revenue-to-rise-7pct-plus-says-report>
[Zugriff am 20.05.2017]
- Graham, J. W. (2009). Missing data analysis: making it work in the real world. *Annual review of psychology*, 60, 549–576.
- Grier, S. A. & Kumanyika, S. (2010). Targeted marketing and public health. *Annual Review of Public Health*, 31, 349-69.
- Griffiths, M. D. (2012). Gambling on Facebook: A cause for concern? *World Online Gambling Law Report*, 9, 10-11.
- Griffiths, M. D. (2013). Adolescent gambling via social networking sites: A brief overview. *Education and Health*, 31, 84-87.
- Griffiths, & Wood, (2007). Adolescent Internet Gambling: Preliminary results of a national survey. *Education and Health*, 25 (2), 23-27.

- Groves, S. J., Skues, J. L. & Wise, L. Z. (2014). Assessing the potential risks associated with Facebook game use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 12, 670-685.
- Gupta, R., Derevensky, J. & Wohl, M. (2013). *A qualitative examination of online gambling, culture among college students: Factors influencing participation, maintenance and cessation*. Paper presented at the 15th International Conference on Gambling and Risk Taking, Las Vegas, NV.
- Hamari, J. & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5, 15-29.
- Hardoon, K. K. & Derevensky, J. L. (2001). Social influences involved in children's gambling behavior. *Journal of Gambling Studies*, 17, 191-215.
- Hayer, T. (2012). *Jugendliche und Glücksspielbezogene Probleme: Risikobedingungen, Entwicklungsmodelle und Implikationen für präventive Handlungsstrategien*. Frankfurt/M.: Peter Lang.
- Hayer, T. (2013). Jugendliche und Glücksspielprobleme: Problemausmaß, Risikobedingungen und präventive Handlungsmöglichkeiten. *Kinder- und Jugendschutz in Wissenschaft und Praxis*, 58 (1), 3-7.
- Hayer, T. & Brosowski, T. (2016). Simuliertes Glücksspiel im Internet: Anmerkungen zu möglichen (Sucht-)Gefahren aus psychologischer Sicht. *Praxis Klinische Verhaltensmedizin und Rehabilitation*, 97, 4-12.
- Hayer, T., Meyer, G. & Petermann, F. (2014). Glücksspielbezogene Probleme unter Jugendlichen: Eine kritische Auseinandersetzung mit den gängigen Screening-Instrumenten. *Kindheit und Entwicklung*, 23, 174-183.
- Hayer, T., Meyer, G. & Petermann, F. (2016). *Fragebogen zu Glücksspielbezogenen Problemen im Jugendalter*. Göttingen: Hogrefe.
- Hou, J. (2011). Uses and gratifications of social games: Blending social networking and game play. *First Monday*, 16 (7).
- Hsiao, C. C. & Chiou, J. S. (2012). The effects of a player's network centrality on resource accessibility, game enjoyment, and continuance intention: A study on online gaming communities. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11, 75-84.

- Humphreys, A. & Latour, K. A. (2013). Framing the game: Assessing the impact of cultural representations on consumer perceptions of legitimacy. *Journal of Consumer Research*, 40, 773-795.
- Ipsos MORI (2009). *British survey of children, the National Lottery and Gambling 2008-09*. Retrieved from <http://www.natlotcomm.gov.uk/assets-uploaded/documents/Children%20and%20gambling%20-FINAL%20VERSION%20140709.pdf>
- Ipsos MORI (2012). *Underage gambling in England and Wales: Research conducted by Ipsos on behalf of the National lottery Commission*. Retrieved from <https://www.ipsos-mori.com/researchpublications/publications/1502/Underage-Gambling-in-England-and-Wales.aspx>
- Jessor, R. (1998). New perspectives on adolescent risk behavior. In R. Jessor (Ed.), *New perspectives on adolescent risk behavior* (pp. 1-10). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kim, H. S., Hollingshead, S. & Wohl, M. J. A. (2017). Who Spends Money to Play for Free? Identifying Who Makes Micro-transactions on Social Casino Games (and Why). *Journal of Gambling Studies*, 33 (2), 525-538.
- Kim, Y. Y., Kim, M. H. & Oh, S. (2013). Emerging factors affecting the continuance of online gaming: The roles of bridging and bonding social factors. *Cluster Computing-the Journal of Networks Software Tools and Applications*, 17, 849-859.
- Kim, H. S., Wohl, M. J. A., Salmon, M. M., Gupta, R. & Derevensky, J. L. (2015). Do social casino gamers migrate to online gambling? An assessment of migration rate and potential predictors. *Journal of Gambling Studies*, 31 (4), 1819-1831.
- King, D. L. & Delfabbro, P. H. (2014). *Simulated gambling via digital and social media in the context of adolescence*. Paper presented at the congress of the European Association for the Study of Gambling, Helsinki.
- King, D. L. & Delfabbro, P. H. (2016). Early exposure to digital simulated gambling: A review and conceptual model. *Computers in Human Behavior*, 55, 198-206.
- King, D. L., Delfabbro, P. H., Derevensky, J. L. & Griffiths, M. D. (2012). A review of Australian classification practices for commercial video games featuring simulated gambling. *International Gambling Studies*, 12 (2), 231-242.

- King, D. L., Delfabbro, P. H. & Griffiths, M. D. (2010). The convergence of gambling and digital media: implications for gambling in young people. *Journal of Gambling Studies*, 26, 175-187.
- King, D. L., Delfabbro, P. H., Kaptsis, D. & Zwaans, T. (2014). Adolescent simulated gambling via digital and social media: An emerging problem. *Computers in Human Behavior*, 31, 305-313.
- King, D. L., Russell, A., Gainsbury, S., Delfabbro, P. H. & Hing, D. (2016). The cost of virtual wins: An examination of gambling-related risks in youth who spend money on social casino games. *Journal of Behavioral Addictions*, 5 (3), 401-409.
- Korn, D., Norman, C. & Reynolds, J. (2010). Youth, gambling and Web 2.0: *Towards an understanding of the net generation and how they gamble*. Report to the Ontario Problem Gambling Research Center.
- Kowert, R., Domahidi, E. & Quandt, T. (2014). The relationship between online video game involvement and gaming-related friendships among emotionally sensitive students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17 (7), 447-453.
- Kristiansen, S., Jensen, S. M. & Trabjerg, M. C. (2014). Youth gambling as risky business: An examination of risk perception and perception of skill and luck among Danish adolescents. *Journal of Gambling Issues*, 29, 1-22.
- Kuss, D. J. & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction - A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Lee, J., Lee, M. & Choi, I. H. (2012). Social network games uncovered: Motivations and their attitudinal and behavioral outcomes. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 15, 643-648.
- Lehdonvirta, V. (2009). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9 (1), 97-113.
- Lewis, B. & Porter, L. (2010). In-game advertising effects: Examining player perceptions of advertising schema congruity in a Massively Multiplayer Online Role-Playing Game. *Journal of Interactive Advertising*, 10 (2), 46-60.
- Lin, H. & Sun, C.-T. (2011). Cash trade in free-to-play online games. *Games and Culture: A Journal of Interactive Media*, 6, 270-287.

- McBride, J. & Derevensky, J. (2009). Internet gambling behaviour in a sample of online gamblers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 7, 149-167.
- McBride, J. & Derevensky, J. (2012). Internet gambling and risk-taking among students: An exploratory study. *Journal of Behavioral Addictions*, 1, 50-58.
- McMullan, J. L. & Kervin, M. (2012). Selling internet gambling: Advertising, new media and the content of poker promotion. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10, 622-645.
- Meyer, G. & Bachmann, M. (2011). *Spielsucht: Ursachen, Therapie und Prävention von Glücksspielbezogenem Suchtverhalten*. Heidelberg: Springer.
- Meyer, G., Brosowski, T., von Meduna, M. & Hayer, T. (2015). Simuliertes Glücksspiel: Analyse und Synthese empirischer Literaturbefunde zu Spielen in internetbasierten sozialen Netzwerken, in Form von Demoverionen sowie Computer- und Videospiele. *Zeitschrift für Gesundheitspsychologie*, 23 (4), 153-168.
- Meyer, G., Häfeli, J., Mörsen, C. & Fiebig, M. (2010). Die Einschätzung des Gefährdungspotentials von Glücksspielen: Ergebnisse einer Delphi-Studie und empirischen Validierung der Beurteilungsmerkmale. *Sucht*, 56, 405-414.
- Miller, C. J. & Howell, G. (2014). *A new industry's profile digital + social + game = Digsogame*. A report for the International Social Games Association.
- Morgan Stanley (2012). *Social Gambling: Click Here to Play*. Morgan Stanley Blue Paper.
- Müller, K. W. & Wölfling, K. (2011). Computerspiel- und Internetsucht: Diagnostik, Phänomenologie, Pathogenese und Therapie. *Suchttherapie*, 12, 57-63.
- Müller, K. W., Dreier, M., Duven, E., Giralt, S., Beutel, M. E. & Wölfling, K. (2014). *Abschlussbericht zur Studie: Konsum von Glücksspielen bei Kindern und Jugendlichen: Verbreitung und Prävention*.
- Nielsen Company (2010). *Social networking, gaming top online activities in U.S.* Retrieved from http://www.redorbit.com/news/technology/1899082/social_networking_gaming_top_online_activities_in_us.

- Nold, D. (2010). Sozioökonomischer Status von Schülerinnen und Schülern 2008. Ergebnisse des Mikrozensus. *Statistisches Bundesamt, Wirtschaft und Statistik, 2*, 138-149.
- Okazaki, S., Skapa, R. & Grande, I. (2008). Capturing global youth: Mobile gaming in the U.S., Spain, and the Czech Republic. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 827-855.
- Parke, J., Wardle, H., Rigbye, J. & Parke, A. (2012). *Exploring social gambling: Scoping, classification and evidence review*. London: Gambling Commission.
- Petersen, K. U., Weymann, N., Schelb, Y., Thiel, R. & Thomasius, R. (2009). Pathologischer Internetgebrauch – Epidemiologie, Diagnostik, komorbide Störungen und Behandlungsansätze. *Fortschritte der Neurologie Psychiatrie, 77*, 263-271.
- Petry, N. M., Rehbein, F., Gentile, D. A., Lemmens, J. S., Rumpf, H. J., Mößle, T., Bischof, G., Tao, R., Fung, D. S., Borges, G., Auriacombe, M., González Ibáñez, A., Tam, P. & O'Brien, C. P. (2014). An international consensus for assessing internet gaming disorder using the new DSM-5 approach. *Addiction, 109*, 1399-1406.
- Poulin, C. & Elliot, D. (2007). *Student drug use survey in the Atlantic provinces*. Atlantic technical report. Halifax, Dalhousie University.
- Raylu, N. & Oei, T. P. S. (2004). The Gambling Related Cognitions Scale (GRCS): development, confirmatory factor validation and psychometric properties (2004). *Addiction, 99* (6), 757-769.
- Reimers, S., Maylor, E. A., Stewart, N. & Chater, N. (2009). Associations between a one-shot delay discounting measure and age, income, education and real-world impulsive behavior. *Pers Individ Differ., 47*, 973–978.
- Rozendaal, E., Slot, N., van Reijmersdal, E. A. & Buijzen, M. (2013). Children's responses to advertising in social games. *Journal of Advertising, 42*, 142-154.
- Scharkow, M., Festl, R., Vogelgesang, J. & Quandt, T. (2012). *Choosing digital games: The relationship between gaming motives and genre preferences*. Phoenix: Convention of the International Communication Association.
- Scheithauer, H., Hayer, T. & Niebank, K. (2008). Problemverhaltensweisen und Risikoverhalten im Jugendalter – Ein Überblick. In H. Scheithauer, T. Hayer & K. Niebank (Hrsg.), *Problemverhalten und Gewalt im Jugendalter: Erscheinungsformen, Entstehungsbedingungen, Prävention und Intervention* (S. 11-33). Stuttgart: Kohlhammer.

- Sévigny, S., Cloutier, M., Pelletier, M-F. & Ladouceur, R. (2005). Internet gambling: Misleading payout rates during the “demo” period. *Computers in Human Behavior, 21*, 153-158.
- Super Data Research (2012). *Social Casino Metrics*. Retrieved from <http://www.superdataresearch.com/social-casino-metrics>.
- Super Data Research (2013). *Social Casino Metrics*. Retrieved from <http://www.superdataresearch.com/social-casino-metrics>.
- Wohl, M. J. A., Salmon, M. M., Hollingshead, S. J. & Kim, H. S. (2017). An Examination of the Relationship Between Social Casino Gaming and Gambling: The Bad, The Ugly, and The Good. *Journal of Gambling Issues, 35*, 1-23.
- Wood, R. T. & Williams, R. J. (2007). “How much money do you spend on gambling?” The comparative validity of question wordings used to assess gambling expenditure. *International Journal of Social Research Methodology: Theory & Practice, 10* (1), 63-77.

8 Anhang

- Tabellen A1-A2
- Befragungsleitfaden
- Schriftlicher Fragebogen zu T0

Tabelle A1: Dichotome Risikofaktoren der Teilnahme an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten (Odds-ratios und 95%-Konfidenzintervalle)

Bereich	Merkmal	Irgendein simuliertes Glücksspiel
Soziodemographie	Männliches Geschlecht	2,87 (2,39; 3,46)*
	Nicht-deutsche Herkunft	0,90 (0,68; 1,21) ns
	Selber, Vater, Mutter nicht dt. Herkunft	1,04 (0,86; 1,26) ns
	Geringer Belohnungsaufschub	1,19 (0,98; 1,44) ns
	Schulbesuch in Lübeck	1,39 (1,13; 1,71)*
	Schulform Gymnasium	1,10 (0,91; 1,33) ns
	Mindestens 1 Mal im Leben	Irgendein Offline-Glücksspiel
Offlineglücksspiele	Lotto	1,93 (1,42; 2,63)*
	Rubbellose	2,02 (1,67; 2,44)*
	Sportwetten	2,48 (1,93; 3,20)*
	Automatenspiele	2,59 (1,96; 3,41)*
	Poker	6,19 (4,19; 9,13)*
	andere Karten- oder Würfelspiele	3,28 (2,49; 4,32)*
	Mindestens 1 Mal im Leben	Irgendein Online-Glücksspiel
Onlineglücksspiele	Lotto	5,81 (2,00; 16,9)*
	Rubbellose	3,95 (2,45; 6,39)*
	Sportwetten	3,32 (2,10; 5,25)*
	Automatenspiele	4,63 (2,57; 8,33)*
	Poker	6,46 (3,29; 12,7)*
	andere Karten-oder Würfelspiele	4,82 (2,50; 9,32)*

* $p \leq 0,05$; ns $p > 0,05$. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

Fortsetzung: Dichotome Risikofaktoren der Teilnahme an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten (Odds-ratios und 95%-Konfidenzintervalle)

Bereich	Merkmal	Irgendein simuliertes Glücksspiel
Mindestens 1 Mal im letzten Jahr Online-Glücksspiele	Irgendein Internetglücksspiel	4,09 (2,54; 6,60)*
	Automatenspiele	4,51 (1,52; 13,4)*
	Casinospiele	^a
	Rubbellose	5,80 (2,00; 16,8)*
	Poker oder andere Kartenspiele	10,5 (3,21; 34,5)*
	Lotto	5,96 (,72; 49,6) ns
	Sportwetten	2,61 (1,25; 5,45)*
Mindestens 1 Mal im letzten Jahr irgendein Glücksspiel (online oder offline)	Irgendein Glücksspiel im letzten Jahr	2,99 (2,46; 3,63)*
	Lotto	2,26 (1,47; 3,50)*
	Rubbellose	2,31 (1,81; 2,95)*
	Sportwetten	3,44 (2,58; 4,60)*
	Automatenspiele	2,93 (2,03; 4,25)*
	Poker	7,16 (4,52; 11,3)*
	andere Karten- oder Würfelspiele	4,52 (3,20; 6,39)*

* $p \leq 0,05$; ns $p > 0,05$. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren.

^a: Wegen zu geringer Fallzahlen keine Berechnung möglich.

Tabelle A2: Metrische Risikofaktoren der Teilnahme an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten (Cohens D- und Signifikanzwerte)

Merkmal	Irgendein simuliertes Glücksspiel
Auffällige Internetnutzung (Summenwert)	0,26 (p ≤ 0,001)**
Auffällige Computerspielnutzung (Summenwert)	0,41 (p ≤ 0,001)**
Selbstwirksamkeit (Summenwert)	0,04 (p = 0,789) ns
Kognitive Verzerrungen (Summenwert)	0,14 (p ≤ 0,001)**
Schulklasse	0,19 (p ≤ 0,001)**
Auffällige Glücksspielnutzung (Summenwert)	0,20 (p ≤ 0,001)**
Häufigkeit Video- oder Computerspiele:	0,50 (p ≤ 0,001)**
... Ego-/Third-Person-Shooter	
... Open-World-Spiele	0,25 (p ≤ 0,001)**
... Sport-/Rennspiele	0,39 (p ≤ 0,001)**
... Adventures/Rollenspiele	0,37 (p ≤ 0,001)**
... Strategie-/Simulationsspiele	0,31 (p ≤ 0,001)**
... Beaten up-Spiele	0,36 (p ≤ 0,001)**
... Jump- & Runspiele	0,19 (p ≤ 0,001)**
... Denk-/Geschicklichkeitsspiele	0,15 (p ≤ 0,001)**
... Musik-/Tanzspiele	0,00 (p = 0,871) ns
... Browserspiele	0,20 (p ≤ 0,001)**
Häufigkeit Nutzung folgender Aktivitäten im Internet:	0,10 (p = 0,006)**
... Soziale Netzwerke	
... Videos ansehen / Musik hören	0,19 (p ≤ 0,001)**
... Informationsrecherche	0,07 (p = 0,03)
... Downloads	0,28 (p ≤ 0,001)**
... Online-Computerspiele	0,36 (p ≤ 0,001)**
... Stöbern / Einkaufen in Online-Shops	0,18 (p ≤ 0,001)**
... In Blogs/Foren Beiträge lesen oder aktiv verfassen	0,13 (p ≤ 0,001)**

** p ≤ 0,01; * p ≤ 0,05; ns p > 0,05. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren von mindestens kleiner Effektgröße (Cohens D ≥ 0.2).

Fortsetzung: Metrische Risikofaktoren der Teilnahme an irgendeiner Form simulierten Glücksspiels in den letzten 12 Monaten (Cohens D- und Signifikanzwerte)

Merkmal	Irgendein simuliertes Glücksspiel
Folgende Werbung für simulierte oder echte Glücksspiele habe ich wahrgenommen:	0,20 (p ≤ 0,001)**
... per E-Mail oder per WhatsApp	
... auf Internetseiten ohne Spielinhalte	0,17 (p ≤ 0,001)**
... bei Facebook	0,20 (p ≤ 0,001)**
... durch Einblendung innerhalb von Spielen	0,20 (p ≤ 0,001)**
... im Fernsehen/Radio	0,08 (p = 0,004)**
... in Zeitschriften/Zeitungen	0,03 (p = 0,28) ns
... auf Plakaten/Bandenwerbung	0,03 (p = 0,558) ns
Wie aufdringlich schätzt du Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele im Internet ein?	0,07 (p = 0,07) ns

** p ≤ 0,01; * p ≤ 0,05; ns p > 0,05. Fett gedruckt sind nur signifikante Prädiktoren von mindestens kleiner Effektgröße (Cohens D ≥ 0.2).



Befragung zum Thema „FREIZEITAKTIVITÄTEN, GLÜCKSSPIELE UND INTERNETNUTZUNG“- Befragungsleitfaden (Stand 15.05.15)

Zum Treffen mit dem schulischen Ansprechpartner, zur Klärung offener Fragen, zum Finden des richtigen Raumes etc. bitte immer mindestens 10-15 Minuten vor dem Befragungsbeginn in der Schule sein. Bitte unbedingt die Mobiltelefonnummern von Tim und Marc dabei haben, falls es wegen Terminen oder Absprachen Unstimmigkeiten gibt. Da wir auf die Unterstützung der Schulen angewiesen sind bitte auch bei ggf. von denen vergessenen Terminen, Unfreundlichkeiten oder anderen Problemen immer ausgesprochen freundlich und problemlösungsorientiert bleiben.

Bitte zu Beginn der Befragung klären, dass Ihr in der **richtigen Klasse** seid und ausreichend Fragebögen sowie den passenden Umschlag für die ausgefüllten Fragebögen dabei habt.

Zunächst erfolgt Eure **persönliche Vorstellung** als Mitarbeiter der Universität Bremen (in Zusammenarbeit mit der Universität Hamburg). Es hat sich auch bewährt auf dem Schulgelände und während der Befragungen ein **Namensschild** zu tragen. Alternativ oder zusätzlich kann man auch seinen Namen an die Tafel schreiben.

Daraufhin erfolgt die Vorstellung des Forschungsprojektes. Dies kann wortwörtlich wie in dem folgenden, vorgeschlagenen Text oder in Euren eigenen Worten erfolgen. Wichtig ist nur, dass alle zentralen Punkte verständlich gemacht werden. Bei jüngeren Schülern oder eher unaufmerksamen Klassen sollten die wichtigsten Infos (**Anonymität, alleiniges Ausfüllen und das Codezeichen**) bei Bedarf auch **mehrmals/ausführlich** erklärt werden.

*„Diese Studie wird durchgeführt, um etwas über die Nutzung des Internets, insbesondere Glücksspiele im Internet, und den Konsum bestimmter Substanzen von Jugendlichen zu erfahren. Gefördert wird die Studie von der Freien und Hansestadt Hamburg. Die Befragung wird in vielen Klassen an Schulen in **drei Bundesländern** (Bremen, Hamburg und Lübeck) durchgeführt.“*

*In dem Fragebogen werden persönliche Angaben von Euch erfragt, die man aber nicht Euch als Person zuordnen können soll. Daher ist die **Anonymität ganz wichtig** (mehrfach betonen). Ihr solltet daher auf keinen Fall euren **Namen** auf den Fragebogen schreiben. Die ausgefüllten Umschläge gelangen geschlossen in dem Sammelumschlag zusammen mit denen aller anderen teilnehmenden Klassen aus den 3 Bundesländern in die zentrale Auswertungsstelle an der Universität Hamburg. Weder Lehrer, noch Eltern, noch Schulleitung bekommen Eure Bögen zu sehen. **Ehrliche Angaben** sind für Euch daher unproblematisch, aber für die Studie sehr wichtig.“*

Vor der Verteilung der Fragebögen unbedingt nachfragen, ob Schüler **von ihren Eltern aus nicht teilnehmen** dürfen. (Die Eltern sollten per Einverständniserklärung der Teilnahme ihrer Kinder an der Befragung zustimmen.) Betreffende (meist nur wenige pro Klasse) sollen sich still mit Hausaufgaben (o.ä.) beschäftigen (dies evtl. vorher mit dem Lehrer absprechen).

Es ist deutlich zu machen, dass die Teilnahme freiwillig ist und bei Nichtteilnahme keine Nachteile entstehen. Nach Klärung der Teilnahmeberechtigten wird daher noch die rückversichernde Frage gestellt „*Wir gehen nun davon aus, dass auch alle teilnahmeberechtigten Schüler an der Befragung teilnehmen wollen. Okay so?*“ Erst wenn das geklärt ist, erfolgt die **Verteilung der Fragebögen** (Davor unbedingt den Hinweis geben, dass erst nach den folgenden Erklärungen zum Fragebogen begonnen werden soll)

Die Schüler bitten alle Fragen der Reihe nach zu beantworten und **Fragentexte genau zu lesen**.

Es sollen **keine Bleistifte, Glitzerstifte oder farbigen Stifte, sondern nur schwarze oder dunkelblaue Füller/Kugelschreiber** verwendet werden. (Bitte habt immer einige schwarz schreibende Ausleihkugelschreiber dabei).

Die Schüler bitten, die Fragebögen **alleine** zu beantworten. (Kurze Verständnisabsprachen zwischen Schülern sollte man zulassen, ausführliche „Gruppenbesprechungen“ freundlich unterbinden)

Abschlussbericht „Social Gambling im Jugendalter: Nutzungsmuster und Risikofaktoren“

Die Ankreuzfelder sollen wegen der scannergestützten Dateneingabe innerhalb der Kästchen (nicht daneben) angekreuzt werden. Wenn man zwischen zwei Angaben schwankt (z. B. zwischen „selten“ und „manchmal“) soll sich für eines der beiden Kästchen entschieden werden und nicht das Kreuz in der Mitte der beiden Kästchen gesetzt werden. Eventuell dazu ein Beispiel an die Tafel malen. Für die folgende Erklärung des Code-Zeichens solltet Ihr Euch genügend Zeit nehmen. In den unteren Klassen das auch ruhig anhand von Beispielen (an der Tafel) erklären.

Wir werden Euch nicht nur heute sondern auch in einem Jahr wieder befragen. Den Bogen, den Ihr jetzt ausfüllen werdet und den Bogen, den Ihr in einem Jahr ausfüllt, wollen wir zusammen auswerten. Da wir ja aber aus Datenschutzgründen nicht die Namen auf Euren Fragebögen haben wollen, wird mit einem bewährten und vom Datenschutzbeauftragten genehmigten Codierungsverfahren gearbeitet.

Bitte schaut Euch auf der ersten Seite die Fragen 5 und 6 an. Hier sollt Ihr die ersten beiden Buchstaben Eurer leiblichen Eltern (also nicht Stiefvater oder Stiefmutter) eintragen. Wenn also Eure Mutter beispielsweise Gerda heißen würde und Euer Vater Rolf, dann wäre bei der Frage 5 „GE“ und bei der Frage 6 „RO“ einzutragen. Bei Maria und Paul „MA“ und PA“. Wenn ein Elternteil bei Euch nicht bekannt ist tragt bitte XX ein.

Bevor Ihr gleich anfangen könnt, vorweg noch einige Hinweise:

Ihr müsst bitte bei den Fragen genau lesen um welchen Zeitraum es sich handelt. Bei einigen Fragen geht es darum was Ihr in Eurem Leben schon mal gemacht habt, bei anderen Fragen darum was in den letzten 12 Monaten oder in den letzten 6 Monaten geschehen ist.

Bei der Frage 11 sind in jeder Zeile zwei Kreuze zu machen (einmal für das Spielen im Internet und einmal für das Spielen offline).

Vor der Frage 13 müsst Ihr schauen, ob Ihr die folgenden Fragen beantworten müsst oder direkt mit der Frage 15 weitermachen sollt. Auch oben bei der Frage 20 kann es sein, dass Ihr die Frage überspringen könnt.

Bei der Frage 16 geht es darum, welche Spiele Ihr zuhause gespielt habt und bei der Frage 17, welche Spiele Ihr unterwegs gespielt habt.

Nach dem Ende der Vorab-Erklärungen die Schüler darum bitten, die Fragen nun in Einzelarbeit zu beantworten. Bitte auch darauf hinweisen, dass dabei noch auftretende **Verständnisfragen** gerne an Euch gestellt werden können. Ihr solltet dann bei Fragen zu den Plätzen der Schüler gehen und die gestellten Fragen einzeln beantworten. Wenn Ihr dabei merkt, dass sich Fragen bei mehreren Schülern wiederholen oder durch Getuschel Unverständnisse bei Fragen deutlich werden, solltet Ihr diese Fragen noch mal der ganzen Klasse erklären.

Auf der Seite 3 wird unten nach dem Spiel „Blizzo“ gefragt. Dieses existiert nicht und diese Teilfrage dient nur dazu „Unsinniges Antwortverhalten“ zu identifizieren. Wenn ein Schüler nach Blizzo „Das kenne ich nicht“ oder so ähnlich fragen sollte, lautet Eure Antwort: „Wenn Du das nicht kennst, hast Du es ja auch sicherlich noch nicht gespielt“.

Wenn die ersten Schüler mit dem Fragebogen fertig sind, solltet Ihr diese am besten einzeln einsammeln und sofort in dem **Klassen-Sammel-Umschlag deponieren**. Erfahrungsgemäß steigt die Unruhe, wenn ca. ein Drittel der Klasse fertig ist. Dann solltet Ihr ggf. ab und zu die fertigen Schüler um Ruhe bitten und auch auf jeden Fall dafür sorgen, dass die noch ausfüllenden Schüler dies weiterhin ungestört alleine tun können und nicht von den Fertigen beraten/beeinflusst werden.

Sollte es zeitlich bei den letzten Schülern knapp werden, kann auf die Angaben auf dem Freundschaftsbogen – bis auf das Sternzeichen – verzichtet werden.

Wenn am Ende alle Schüler Ihre Bögen abgegeben haben, solltet Ihr den Umschlag verschließen und, falls noch nicht geschehen, mit Schule, Klasse und Datum beschriften.

Am Ende bitte unbedingt sehr freundlich bei den Schülern und Lehrkräften für die Befragung bedanken und nach der letzten Klassenbefragung an dem Tag in der Schule auch beim Sekretariat und/oder Eurem Ansprechpartner für die Organisation bedanken.



FRAGEBOGEN

ZU FREIZEITAKTIVITÄTEN, GLÜCKSSPIELEN UND INTERNETNUTZUNG

Liebe Schülerin, lieber Schüler!

Der vorliegende Fragebogen ist Bestandteil eines wissenschaftlichen Forschungsprojektes, das von der Universität Bremen und dem Institut für Interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung Hamburg in ausgewählten Schulen in Bremen, Hamburg und Lübeck durchgeführt wird.

Im Folgenden findest du einige Fragen, die sich auf verschiedene Freizeit- und Glücksspielaktivitäten beziehen.

Bitte beantworte alle Fragen für dich allein.

Bei der Beantwortung gibt es kein „Richtig“ oder „Falsch“. Vielmehr geht es um deine persönlichen Erfahrungen, Einstellungen und Einschätzungen.

Deine ehrlichen Angaben sind für uns sehr wichtig. Keine andere Person wird erfahren, was du angekreuzt hast. Natürlich kannst du die Befragung auch jederzeit abbrechen.

Alle Antworten werden streng vertraulich und anonym behandelt und nur für das Forschungsprojekt genutzt. Daher musst du auch keinen Namen oder sonstige Informationen angeben, die einen Rückschluss auf deine Person ermöglichen.

Insgesamt dauert die Beantwortung aller Fragen ca. 30 Minuten.

Viel Spaß beim Ausfüllen!

Bitte mache folgende Angaben zu deiner Person:

1. **Dein Geschlecht:** männlich weiblich
2. **Wie alt bist du?** |__|__| Jahre
3. **In welche Klasse gehst du?** Klasse
4. **Deine Nationalität:** deutsch andere:
5. **Die ersten beiden Buchstaben des Vornamens deiner leiblichen Mutter (z.B. „GE“, bitte in Druckbuchstaben)** |__|__|
6. **Die ersten beiden Buchstaben des Vornamens deines leiblichen Vaters (z.B. „RO“, bitte in Druckbuchstaben)** |__|__|
7. **Wo wurde deine leibliche Mutter geboren?**
 Deutschland
 Ausland, und zwar:
8. **Wo wurde dein leiblicher Vater geboren?**
 Deutschland
 Ausland, und zwar:

9. Bitte gib bei den folgenden Aussagen an, inwieweit diese auf dich zutreffen:

	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft etwas zu	trifft ziemlich zu	trifft voll und ganz zu
In schwierigen Situationen kann ich mich auf meine Fähigkeiten verlassen.	<input type="checkbox"/>				
Die meisten Probleme kann ich aus eigener Kraft gut meistern.	<input type="checkbox"/>				
Auch anstrengende und komplizierte Aufgaben kann ich in der Regel gut lösen.	<input type="checkbox"/>				

10. Wenn man dir Geld schenken würde, was wäre dir lieber?

- Ich will lieber 25 Euro nach drei Tagen bekommen
- Ich warte lieber und erhalte 50 Euro nach drei Monaten

Bitte beachte:

In diesem Abschnitt dreht sich alles um die Nutzung von Glücksspielen und darum, wann du das erste Mal daran teilgenommen hast.

Glücksspiele sind Spiele, bei denen ein Echtgeldeinsatz verlangt wird, eine Geldgewinnmöglichkeit besteht und der Spielausgang ganz oder überwiegend vom Zufall bestimmt wird.

11. Im Folgenden geht es nur um Glücksspiele mit Echtgeldeinsatz:

<i>Hast du <u>jemals in deinem Leben</u> folgende Glücksspiele um Geld gespielt?</i>	<u>IM INTERNET</u>	<u>OFFLINE</u>
Lotto <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Rubbellose <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Sportwetten (auch Spiel unter Freunden um Geld) <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Automatenspiele <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Poker (auch Spiel unter Freunden um Geld) <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Blizzo <i>Falls "ja" angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren

	IM INTERNET	OFFLINE
<i>Hast du jemals in deinem Leben folgende Glücksspiele um Geld gespielt?</i>		
Andere Karten- oder Würfelspiele (auch Spiel unter Freunden um Geld) <i>Falls „ja“ angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren
Sonstiges: <i>Falls „ja“ angekreuzt wurde:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Mit __ __ Jahren

12. Kreuze an, wie oft du einzelne Spielformen (im Internet oder offline) in den letzten 12 Monaten um Geld gespielt hast. Auch kleine Einsätze zählen als Spiele um Geld.

<i>Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten folgende Glücksspiele um Geld gespielt?</i>	gar nicht	weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	mehr als 8 mal im Monat
Lotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rubbellose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportwetten (auch Spiel unter Freunden um Geld)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Automatenspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poker (auch Spiel unter Freunden um Geld)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blizzo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Karten- oder Würfelspiele (auch Spiel unter Freunden um Geld)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hast du in den letzten 12 Monaten eines oder mehrere der obigen Glücksspiele im Internet gespielt?

- Ja
 Nein

Falls „Ja“ angekreuzt wurde: Welche?

In diesem Abschnitt geht es um deine persönlichen Erfahrungen mit Glücksspielen. Zu jeder Frage sind mehrere Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Beantworte jede Frage und kreuze immer jeweils nur eine Antwortmöglichkeit an. Beachte, dass sich alle folgenden Fragen auf die letzten 6 Monate beziehen!

Falls du in den letzten 6 Monaten NICHT an Glücksspielen teilgenommen hast, springe bitte direkt zu Frage 15!

13. Die nachfolgenden Fragen beziehen sich auf die letzten 6 Monate:

<i>In den <u>letzten 6 Monaten</u>:</i>	nie	manch- mal	oft	sehr oft
Wie oft hast du daran gedacht, an Glücksspielen teilzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du gewonnenes Geld sofort wieder eingesetzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du versucht, verspieltes Geld sofort wieder zurückzugewinnen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du andere Freizeitaktivitäten (wie z.B. Sport, Musik) ausfallen lassen, um an Glücksspielen teilzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hat dich jemand darauf angesprochen, dass du zu viel Zeit mit Glücksspielen verbringst?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du das Gefühl gehabt, dass Glücksspiele zu wichtig in deinem Leben geworden sind?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du länger Glücksspiele gespielt, als du wolltest?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du in der Schule oder bei der Ausbildung/Arbeit gefehlt, um an Glücksspielen teilzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du dir Geld geliehen, um an Glücksspielen teilzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hat dein Glücksspielverhalten dazu geführt, dass du dich traurig gefühlt hast (z.B. weil du zu lange gespielt hast)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du Glücksspiele gespielt, um Probleme zu vergessen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du deine Einsätze gesteigert, damit die Glücksspiele spannend und aufregend bleiben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du behauptet, nicht an Glücksspielen teilgenommen zu haben, obwohl dies in Wirklichkeit gar nicht stimmte?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft bist du nicht zu Verabredungen mit Freunden gegangen, um an Glücksspielen teilzunehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hat dein Glücksspielverhalten dazu geführt, dass du dich schuldig gefühlt hast (z.B. weil du zu lange gespielt hast)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du Glücksspiele gespielt, weil du dringend Geld gebraucht hast?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du mehr Geld für Glücksspiele ausgegeben, als du wolltest?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>In den letzten 6 Monaten:</i>	nie	manchmal	oft	sehr oft
Wie oft hat dein Glücksspielverhalten zu Auseinandersetzungen mit anderen Personen geführt (z.B. Streit mit Verwandten, Freunden oder Lehrern)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du Geld für Glücksspiele verwendet, das eigentlich für andere Zwecke bestimmt war (z.B. Essensgeld, Fahrgeld, Geld zum Einkaufen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du selbst das Gefühl gehabt, dass du zu viel an Glücksspielen teilnimmst?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du versucht, verspieltes Geld an einem der nächsten Tage wieder zurückzugewinnen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du Ausreden benutzt, um an Glücksspielen teilnehmen zu können?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>In den letzten 6 Monaten:</i>	Ich habe nicht versucht, mit dem Spielen aufzuhören	nie	manchmal	oft	sehr oft
Wie oft hast du versucht, keine Glücksspiele mehr zu spielen, es aber nicht geschafft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie oft hast du bei dem Versuch weniger Glücksspiele zu spielen, dich schlecht gefühlt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Grob geschätzt, wie viel deines eigenen Geldes gibst du in einem typischen Monat für Glücksspiele aus?

- Weniger als 5 Euro im Monat
- 5 Euro bis 10 Euro im Monat
- 11 Euro bis 20 Euro im Monat
- 21 Euro bis 50 Euro im Monat
- Mehr als 50 Euro im Monat

15. Im folgenden Abschnitt geht es um deine Einschätzung von Glücksspielen:

<i>Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu?</i>	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft etwas zu	trifft ziemlich zu	trifft voll und ganz zu
Auf Verluste beim Glücksspiel folgt bestimmt eine Serie von Gewinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beten erhöht die Gewinnchancen beim Glücksspiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Serie von Verlusten hilft, Erfahrungen zu sammeln, die später beim Gewinnen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Setzen auf bestimmte Zahlen oder Farben erhöht die Gewinnchancen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wer einmal gewonnen hat, wird definitiv wieder gewinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein Glücksbringer/Talisman erhöht die Chancen, im Spiel zu gewinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Man kann eine gewisse Kontrolle über den Spielausgang haben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bestimmte Rituale und Verhaltensweisen können die Gewinnchancen erhöhen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Bitte beachte:

Im nun folgenden Abschnitt geht es um simulierte Glücksspiele und darum, wann du das erste Mal daran teilgenommen hast.

Simulierte Glücksspiele unterscheiden sich von normalen Glücksspielen darin, dass du kein Geld gewinnen kannst. Es wird mit virtueller Währung bzw. Punkten gespielt.

Gib bitte an, wie oft du die einzelnen Spielformen in den letzten 12 Monaten VON ZUHAUSE AUS gespielt hast.

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten <u>VON ZUHAUSE AUS</u> an folgenden Spielen teilgenommen?	gar nicht	weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	mehr als 8 mal im Monat
Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken (z.B. Zynga Poker bei Facebook) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Simulierte Glücksspiele über Apps (z.B. DoubleDown Casino) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospiele (z.B. Far Cry 3) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Demospiele von echten Glücksspielen (z.B. Poker bei Pokerstars.de oder Roulette ohne Echtgeldeinsatz) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					

17. Gib jetzt bitte an, wie oft du die einzelnen Spielformen in den letzten 12 Monaten VON UNTERWEGS gespielt hast.

Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten VON UNTERWEGS an folgenden Spielen teilgenommen?	gar nicht	weniger als 1 mal im Monat	1-4 mal im Monat	5-8 mal im Monat	mehr als 8 mal im Monat
Simulierte Glücksspiele in sozialen Netzwerken (z.B. Zynga Poker bei Facebook) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Simulierte Glücksspiele über Apps (z.B. DoubleDown Casino) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Simulierte Glücksspiele innerhalb von Videospielen (z.B. Temple Run 2) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					
Demospiele von echten Glücksspielen (z.B. Poker bei Pokerstars.de oder Roulette ohne Echtgeldeinsatz) <i>Falls du schon einmal teilgenommen hast:</i> In welchem Alter hast du das erste Mal daran teilgenommen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit __ __ Jahren					

**18. Bitte gib hier die Namen der simulierten Glücksspiele an, die du bereits gespielt hast (von zuhause oder unterwegs)!
(Auch mehrere Angaben möglich)**

19. Wie oft hast du in den letzten 12 Monaten Geld für Folgendes eingesetzt?

In den <u>letzten 12 Monaten</u> : Eigenes Geld eingesetzt für...	nie	manchmal	oft	sehr oft
...den Kauf virtueller Währung in einem simulierten Glücksspiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...die Erhöhung deiner Gewinnchancen in einem simulierten Glücksspiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...die Verkürzung von Wartezeiten, um Weiterspielen zu können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Falls du noch nie an simulierten Glücksspielen teilgenommen hast, springe bitte direkt zu Frage 21!

20. Jetzt findest du eine Reihe von möglichen Gründen, warum man simulierte Glücksspiele spielt. Bitte entscheide, wie zutreffend die jeweiligen Aussagen für dich sind.

<i>Ich nehme an simulierten Glücksspielen teil, weil...</i>	trifft gar nicht zu	trifft wenig zu	trifft etwas zu	trifft ziemlic h zu	trifft voll und ganz zu
...sie einfach und bequem erreichbar sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich über sie neue Freundschaften schließen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich bessere Ergebnisse als andere im Spiel erzielen will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...sie mir Spaß machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich mich dadurch ablenken kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich von Freunden dazu eingeladen wurde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich mich sonst langweile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich dabei mit anderen chatten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich mich mit anderen über das Spiel unterhalten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich sie zu jeder Zeit spielen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich meine Fähigkeiten im Spiel steigern will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich dadurch Probleme vergessen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich in ihnen erfolgreich sein will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich durch ein Forum/ein soziales Netzwerk darauf aufmerksam gemacht wurde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich sie spannend finde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...ich mit anderen zusammen spielen kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...mich das Spiel beruhigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Denke jetzt bitte an einen typischen Schultag und einen typischen Tag am Wochenende. Bitte gib die Dauer in Stunden und Minuten an, die du mit den folgenden Tätigkeiten in deiner Freizeit verbracht hast. Bitte denke hier an die letzten 12 Monate!

Wie lange hast du ...	typischer Schultag		typischer Wochenendtag	
	Stunden	Minuten	Stunden	Minuten
...das Internet in deiner Freizeit genutzt?	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _
...dich im Internet auf sozialen Netzwerkseiten aufgehalten (z.B. Facebook)?	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _
...Glücksspiele im Internet gespielt?	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _
...simulierte Glücksspiele im Internet gespielt?	_ _ _	_ _ _	_ _ _	_ _ _

Die folgenden Fragen beziehen sich auf konkrete Darstellungsformen von Werbung für Glücksspiele und simulierte Glücksspiele.

22. Ist auf dem stationären Rechner (z.B. PC), den du überwiegend nutzt, ein Werbeblocker installiert?

- Ja
 Nein
 Weiß ich nicht

23. Ist auf dem mobilen Endgerät (z.B. Smartphone/Tablet), das du überwiegend nutzt, ein Werbeblocker installiert?

- Ja
 Nein
 Weiß ich nicht

24. Welche Art von Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele hast du bereits wahrgenommen?

<i>Folgende Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele habe ich wahrgenommen:</i>	überhaupt nicht	sehr selten	einige Male	häufig	sehr häufig
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>per E-Mail oder per WhatsApp</u>	<input type="checkbox"/>				
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>auf Internetseiten ohne Spielinhalte</u> (z.B. bei Wetter.de)	<input type="checkbox"/>				
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>bei Facebook</u> (z.B. durch automatische Benachrichtigungen, Einblendungen, etc.)	<input type="checkbox"/>				
Werbung für andere Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>durch Einblendungen innerhalb von Spielen</u>	<input type="checkbox"/>				
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>im Fernsehen/Radio</u>	<input type="checkbox"/>				
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele <u>in Zeitschriften/Zeitungen</u>	<input type="checkbox"/>				
Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele auf <u>Plakaten/Bandenwerbung</u>	<input type="checkbox"/>				

25. Wie schätzt du allgemein Werbung für Glücksspiele oder simulierte Glücksspiele im Internet ein?

- Sehr unaufdringlich
- Eher unaufdringlich
- Eher aufdringlich
- Sehr aufdringlich

Bitte beachte:

Im folgenden Abschnitt geht es um Video- oder Computerspiele und um deinen Internetgebrauch

26. Gib an, wie häufig du folgende Video- oder Computerspiele nutzt!

	noch nie	fast nie	1 Mal pro Monat oder seltener	mehrmals pro Monat	mehrmals pro Woche	fast täglich
Ego-/Third-Person-Shooter (z.B. "Max Payne")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport-/Rennspiele (z.B. "FIFA")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adventures/Rollenspiele (z.B. "World of Warcraft")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strategie-/Simulationsspiele (z.B. "SimCity")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beat 'em up-Spiele (z.B. "Mortal Kombat")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jump- & Runspiele (z.B. "Mario und Luigi")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Denk-/Geschicklichkeitsspiele (z.B. "Tetris")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musik-/Tanzspiele (z.B. "SingStar")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Browserspiele (z.B. "Farmville")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OpenWorld-Spiele (z.B. "Minecraft")	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Gib an, wie häufig du das Internet für folgende Aktivitäten nutzt!

	noch nie	fast nie	1 Mal pro Monat oder seltener	mehrmal s pro Monat	mehrmal s pro Woche	fast täglich
Soziale Netzwerke (z.B. Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videos ansehen/Musik hören (z.B. Youtube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsrecherche (z.B. Wikipedia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Downloads	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online-Computerspiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stöbern/Einkaufen in Online-Shops (z.B. Ebay)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In Blogs/Foren Beiträge lesen oder aktiv verfassen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Bitte beachte, dass sich die folgenden Fragen auf den privaten Bereich außerhalb der Schulzeit beziehen!

	nie	selten	manch mal	häufig	sehr häufig
Wie häufig findest du es schwierig, mit dem Internetgebrauch aufzuhören, wenn du online bist?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig setzt du deinen Internetgebrauch fort, obwohl du eigentlich aufhören wolltest?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig sagen dir andere Menschen (z.B. Eltern, Geschwister, Freunde), dass du das Internet weniger nutzen solltest?	<input type="checkbox"/>				

<i>Diese Fragen beziehen sich auf den privaten Bereich außerhalb der Schulzeit!</i>	nie	selten	manchmal	häufig	sehr häufig
Wie häufig bevorzugst du das Internet, statt Zeit mit anderen zu verbringen (z.B. Freunden, Geschwistern, Eltern)?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig schläfst du zu wenig wegen des Internets?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig denkst du an das Internet, auch wenn du gerade nicht online bist?	<input type="checkbox"/>				
Wie oft freust du dich bereits auf deine nächste Internetsitzung?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig denkst du darüber nach, dass du weniger Zeit im Internet verbringen solltest?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig hast du erfolglos versucht, weniger Zeit im Internet zu verbringen?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig erledigst du deine Aufgaben zuhause hastig, damit du früher ins Internet kannst?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig vernachlässigst du deine Alltagsverpflichtungen (Schule, Familienleben), weil du lieber ins Internet gehst?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig gehst du ins Internet, wenn du dich niedergeschlagen fühlst?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig nutzt du das Internet, um deinen Sorgen zu entkommen oder um dich von einer negativen Stimmung zu entlasten?	<input type="checkbox"/>				
Wie häufig fühlst du dich unruhig, frustriert oder gereizt, wenn du das Internet nicht nutzen kannst?	<input type="checkbox"/>				

29. Bitte gib an, wie sehr folgende Aussagen auf dich zutreffen!

	stimmt nicht	stimmt kaum	stimmt eher	stimmt genau
Verbringst du viel Zeit damit, an Computerspiele zu denken, auch wenn du gerade nicht spielst, oder damit zu planen, wann du wieder spielen kannst?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fühlst du dich ruhelos, gereizt, launisch, wütend, ängstlich oder traurig, wenn du versuchst weniger oder gar nicht zu spielen, oder wenn du keine Möglichkeit zum Spielen hast?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verspürst du ein Bedürfnis nach längeren Spielzeiten, aufregenderen Spielen oder leistungsstärkeren Geräten, um das gleiche Ausmaß an Spannung wie üblich zu erreichen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hast du das Gefühl, dass du weniger spielen solltest, schaffst es aber nicht deine Spielzeiten zu verringern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verlierst du wegen deines Computerspielens Interesse an anderen Freizeitaktivitäten (Hobbys, Freunde) oder schränkst du diese ein?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>Bitte gib an, wie sehr folgende Aussagen auf dich zutreffen!</i>	stimmt nicht	stimmt kaum	stimmt eher	stimmt genau
Setzt du das Spielen fort, obwohl du dir negativer Folgen bewusst bist, wie etwa Schlafmangel, Unpünktlichkeit in der Schule, zu hohe Geldausgaben, Streitigkeiten mit anderen oder Vernachlässigung wichtiger Pflichten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Belügst du Familienmitglieder, Freunde oder andere über das Ausmaß deines Spielens, oder versuchst du deine Spielzeiten vor Familienmitgliedern oder Freunden zu verheimlichen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielst du Computerspiele, um persönlichen Problemen zu entkommen oder um diese zu vergessen, oder um unangenehme Gefühle wie Schuld, Angst, Hilflosigkeit oder Niedergeschlagenheit zu lindern?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gefährdest oder verspielst du wegen deines Computerspielens wichtige Beziehungen oder Chancen in der Schule?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jetzt kommen noch einige Fragen zu deinen Interessen und persönlichen Einschätzungen:

Unter Freunden und Freundinnen tauscht man oft aus, was man mag und was man nicht mag, was man besonders liebt, zu welchem Sternzeichen man gehört und so weiter ...

Was würdest du *zurzeit* deinem besten Freund oder deiner besten Freundin in ein „Freundschaftsbuch“ (Poesiealbum, Freundebuch) schreiben?
(Auch mehrere Angaben möglich)

Ich bin ein Fan von:

Mein Lieblingsfilm / meine Lieblingsserie:

Das ist gerade mein Lieblingssong:

Mein Sternzeichen ist:

Jetzt bist du am Ende der Befragung angelangt!

**Vielen Dank
für deine Teilnahme !**

**Falls du noch Fragen oder Anmerkungen zu dieser Befragung haben solltest,
kannst du gerne Kontakt zu uns aufnehmen:**

Universität Bremen
Grazer Straße 4
28359 Bremen

Dr. Tobias Hayer, Dipl.-Psych.
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
E-Mail: tobha@uni-bremen.de