

Pressemitteilung der SCHUFA Holding AG

Aktionstag gegen Glücksspielsucht: Jugendliche sind sich Gefahren bewusst – spielen aber trotzdem

Sie wissen es eigentlich besser: 90 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind sich der Gefahren von Glücksspielen wie Spielsucht und dem Verlust ihres Geldes bewusst. Dennoch lässt die Zugkraft von Sportwetten und Spielhallen nicht nach. Vielmehr kommen mit Lootboxen und Mobile Games für Jugendliche neue reizvolle Angebote hinzu. Dies ist das Ergebnis einer SCHUFA-Umfrage anlässlich des Aktionstags gegen Glücksspielsucht am 28. September 2022.

Wiesbaden, 28. September 2022 – Im Jugend-Finanzmonitor, einer repräsentativen SCHUFA-Umfrage in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa, erklärten 90 Prozent der rund 1.000 befragten jungen Menschen zwischen 16 und 25 Jahren, sich der Gefahren des Glücksspiels bewusst zu sein. Dennoch hat jeder vierte junge Erwachsene schon einmal sein Geld für Glücksspiel ausgegeben. Die Mehrheit der Befragten gibt an, eher Geld verloren (54 Prozent) als gewonnen (12 Prozent) zu haben. Der Jugend-Finanzmonitor der SCHUFA wird einmal im Jahr erhoben.

Spielerschutz notwendig

Vor allem in der oberen Altersgruppe sind Glücksspiele beliebt. Weit mehr als ein Drittel (38 Prozent) der 22- bis 25-Jährigen hat diese bereits genutzt. Aber auch 14 Prozent der 16- bis 17-Jährigen, für die Glücksspiel verboten ist, haben bereits gegen Geld an Glücksspielen teilgenommen. „Dass offensichtlich auch Minderjährige Glücksspielangebote nutzen, zeigt, wie wichtig ein funktionierender Jugend- und Spielerschutz ist“, sagt Dr. Ole Schröder, Vorstand der SCHUFA Holding AG.

Mit dem Lösungsangebot für Glücksspielanbieter bestehend aus IdentitätsCheck Premium inklusiv GeburtsdatenCheck, KontonummernCheck und Glücksspielauskunft schützt die SCHUFA Glücksspieler und Glücksspielanbieter gleichermaßen. So liefern die verschiedenen Produkte in sekundenschnelle geforderte Prüfungen für lizenzierte Glücksspielanbieter, um die regulatorischen Anforderungen des neuen Glücksspielstaatsvertrages (GlüSTV) zu erfüllen. Mit der Glücksspielauskunft werden Spielteilnehmer:innen mit angespannter finanzieller Situation davor geschützt, ein erhöhtes Einzahlungslimit mit dem Glücksspielanbieter zu vereinbaren.

Lotto und Glücksspirale auch bei jungen Menschen beliebt

Besonders junge Männer suchen ihr Glück bei Automaten Spielen, im Casino oder in der Spielhalle: Jeder dritte männliche Befragte hat schon einmal sein Geld riskiert (32 Prozent), aber nur etwas mehr als ein Fünftel der jungen Frauen (21 Prozent). Erstaunlich: Besonders die klassischen Angebote wie staatliche Lotterien „Lotto 6 aus 49“ oder „GlücksSpirale“ wurden von den Jugendlichen stark frequentiert (59 Prozent).

Doch neue, glücksspielartige Formate stoßen auf großes Interesse. So wurde auch die Nutzung von Lootboxen und Packs abgefragt. Diese neuen Formate sind in Online-Videospielen besonders beliebt. Dahinter verbergen sich virtuelle Schatztruhen mit häufig unbekanntem Inhalt, für die die Jugendlichen

bezahlen müssen. Lootboxen werden von Verbraucherschützern als „verstecktes Glücksspiel“ bezeichnet, deren Funktionsweise sich sehr ähnelt. Besonders problematisch wird empfunden, dass sich Lootboxen auch an Minderjährige richten. 21 Prozent der Befragten, die schon einmal Geld für Glücksspielangebote ausgegeben haben, gaben an, diese Formate genutzt zu haben.

Neue Formate – bekannte Gefahren

Damit liegt die Beliebtheit von Lootboxen, Packs und sonstigen Zusatzinhalten in Videospiele und Mobile Games nur knapp unter der von Sportwetten (24 Prozent). Während die Mehrheit (65 Prozent) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die Lootboxen, Packs oder sonstige Zusatzinhalte schon einmal genutzt haben, nur bis zu 20 Euro innerhalb der letzten 12 Monate seit der Befragung für diese ausgab, investierten acht Prozent sogar 100 Euro und mehr.

„Obwohl die Gefahren des Glücksspiels einem Großteil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen bekannt ist, unterschätzen viele dennoch die Suchtgefahr gerade bei Angeboten in Onlinespielen, die Glücksspielen ähneln. Solchen Formaten, die sich hier noch in Grauzonen bewegen, muss mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden“, sagt Ole Schröder, Vorstand der SCHUFA Holding AG. „Ganz wichtig ist Aufklärungsarbeit.“ Deshalb hat die SCHUFA-Bildungsinitiative WirtschaftsWerkstatt für Jugendliche [Informationen zu Glücksspiel und Sucht](#) zusammengestellt.

Der W²-Jugend-Finanzmonitor: Indikator für Konsumverhalten und Finanzkompetenz der jungen Generation

Zum fünften Mal in Folge ist der W²-Jugend-Finanzmonitor der WirtschaftsWerkstatt erschienen. Im Mai 2022 befragte das Meinungsforschungsinstitut Forsa im Auftrag der SCHUFA in einer repräsentativen Stichprobe mehr als 1.000 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 16 und 25 Jahren zu ihrem persönlichen Finanz- und Konsumverhalten. Ergänzt wurde das Panel der Studie um 500 Erwachsene zwischen 40 und 55 Jahren – damit ermöglicht der Jugend-Finanzmonitor den Vergleich mit der Elterngeneration. Der Fokus der Studie liegt auf den Themen finanzielle Situation, Finanz- und Konsumverhalten sowie auf Finanzkompetenz von Jugendlichen.

Pressestelle:

SCHUFA Holding AG
Robert von Heusinger
Sabine Bernstein
Anna-Lena Rawe

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

Tel.: +49 611 - 92 78-888
Fax: +49 611 - 92 78-887
E-Mail: presse@schufa.de

Die SCHUFA – Wir schaffen Vertrauen

Die Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung - SCHUFA - ermöglicht Menschen, unkompliziert, sicher und günstig ihre finanziellen Wünsche zu erfüllen. Wir arbeiten dafür, dass Menschen bequem und schnell Geschäfte tätigen können und Unternehmen ihnen Vertrauen schenken – ohne sie persönlich zu kennen. Wir reduzieren für Anbieter von Krediten, Waren und Dienstleistungen die Risiken eines Zahlungsausfalls, was mehr Geschäfte zu guten Konditionen möglich macht. So unterstützen wir Wachstum und Wohlstand in Deutschland.

Die SCHUFA ist ein wichtiger Teil unserer Wirtschaft. Mit modernster Technologie analysieren und bewerten wir über 300.000 Anfragen täglich. So schaffen wir es, die Wünsche von Verbraucherinnen und Verbrauchern mit den Sicherheitsbedürfnissen von Anbietern zusammenzubringen.

Wir erstellen Bonitäts-Scores und bieten Lösungen an, mit denen sich Menschen und Unternehmen vor Identitätsdiebstahl und Betrug schützen können. Wir leisten einen wichtigen Beitrag zur Geldwäscheprävention und helfen den daraus resultierenden volkswirtschaftlichen Schäden zu begrenzen.

Die SCHUFA beschäftigt an insgesamt sieben Standorten rund 900 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2021 rund 249 Millionen Euro Umsatz.

Das SCHUFA Engagement

Die SCHUFA hat ihr gesellschaftliches Engagement in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut und trägt damit zu einer transparenten Finanzkultur und Überschuldungsvorsorge in Deutschland bei. Als Informationsdienstleister für Wirtschaft und Verbraucher stehen vor allem die Themen Aufklärung und Datenschutz im Mittelpunkt vieler Projekte. Die wichtigsten Projekte im Überblick: Der jährliche erscheinende [SCHUFA Kredit-Kompass](#) beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Verbrauchertemen und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für die SCHUFA. Der SCHUFA Ombudsmann kümmert sich als neutrale Schlichtungsstelle um die Belange der Verbraucher. Mit der Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt - Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“ engagiert sich die SCHUFA für die Ausbildung von Finanzkompetenz bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.