

Gutzeit, Susanne

Research Report

Überschuldungsrisiko Kaufsucht: Verschuldung durch suchtartiges Konsumverhalten

Überschuldungsradar, No. 2025/45

Provided in Cooperation with:

Institut für Finanzdienstleistungen e.V. (iff), Hamburg

Suggested Citation: Gutzeit, Susanne (2025) : Überschuldungsrisiko Kaufsucht: Verschuldung durch suchtartiges Konsumverhalten, Überschuldungsradar, No. 2025/45, Institut für Finanzdienstleistungen e.V. (iff), Hamburg

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/336896>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



ÜBERSCHULDUNGS- RISIKO KAUFsuchT

VERSCHULDUNG DURCH
suchTARTIGES KONSUMVERHALTEN



institut für
finanzdienstleistungen e.V.

wissenschaftlich | interdisziplinär | gemeinnützig



Die Stiftung für private
Überschuldungsprävention



*Susanne Gutzeit

Einleitung

Kaufsucht – auch als zwanghaftes oder exzessives Kaufverhalten bezeichnet – ist ein vielschichtiges Phänomen an der Schnittstelle von Konsumkultur, psychischer Gesundheit und finanzieller Stabilität. In den letzten Jahren hat es durch die fortschreitende Digitalisierung des Konsums, insbesondere über soziale Medien und den Online-Handel, neue Dynamiken und Verstärkungsmechanismen erhalten. Betroffene geraten häufig in finanzielle Schwierigkeiten, die sich in Überschuldung oder einer als „unwirtschaftliche Haushaltsführung“ klassifizierten Problemlage niederschlagen können.

Schulden und Sucht sind eng miteinander verbundene Themen. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) definiert Sucht als „das nicht mehr kontrollierbare Verlangen nach einem bestimmten Gefühls-, Erlebnis- und Bewusstseinszustand“.¹ Während abhängiger Drogenkonsum mit einem hohen Finanzbedarf einhergeht und bis hin zur Verelendung führen kann, existieren zahlreiche Zwischenformen. Die freizeitbetonte Nutzung von Rauschmitteln ist Teil westlicher Konsumkultur – und die WHO-Definition macht deutlich, dass Sucht nicht zwangsläufig substanzgebunden sein muss. Zu den sogenannten Verhaltenssüchten zählen vielfältige Formen nicht-stoffgebundenen süchtigen Verhaltens. Das Bild des pathologischen Spielers, der „Haus und Hof“ verspielt, ist dabei das bekannteste.

Dieses Überschuldungsradar beleuchtet eine spezielle Personengruppe, die es trotz solider Forschungslage und hoher Prävalenzen bislang schwer hat, in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit zu gelangen: Betroffene von Kaufsucht.

Der folgende Beitrag gibt einen Überblick über die Phänomenologie der Kaufsucht, diskutiert zentrale Konsumverstärker, beleuchtet ihre Bedeutung als Verschuldungsgrund und stellt schließlich Schutzmaßnahmen in den Bereichen Prävention, Beratung und Behandlung vor.

Phänomenologie der Kaufsucht

Klassifikation

Kaufsucht (synonym genutzt zu „Shopping-Störung“ oder „pathologischem Kaufverhalten“) bezeichnet ein Kaufverhalten, das über den eigentlichen Bedarf hinausgeht und mit schweren Negativfolgen verbunden ist. Dazu zählen insbesondere Verschuldung, Lügen, Verstecken der Waren sowie ein sehr stark ausgeprägtes Schamgefühl.

¹ WHO (2025)



In der ICD 10 (International Classification of Diseases, global anerkanntes System zur Codierung von Krankheiten) wurde Kaufsucht unter dem Diagnoseschlüssel F 63.8 „Sonstige abnorme Gewohnheiten und Störungen der Impulskontrolle“ gelistet.

Seit dem 01.01.2022 ist der neue ICD 11 gültig. Dort wird Kaufsucht erstmalig als „Compulsive Buying-Shopping Disorder“ in der Kategorie „6C7Y: Sonstige näher bezeichnete Störungen der Impulskontrolle“ spezifisch erwähnt.

Wissenschaftler:innen plädieren aktuell für eine Klassifizierung als Verhaltenssucht, gleichrangig zu bereits offiziell anerkannten Verhaltenssüchten wie der Glücksspielsucht oder der Computerspielsucht.

Die Forscherin Dr. Astrid Müller argumentiert beim Suchtkongress 2025:

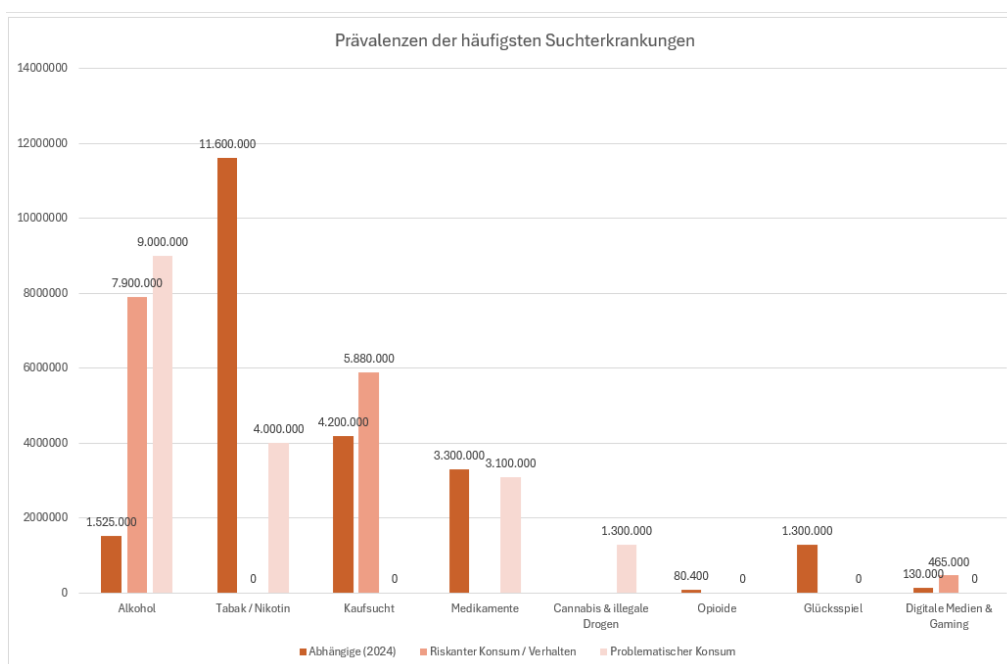
„Die Ergebnisse der vor allem grundlagenorientierten Forschung zu psychischen und neurobiologischen Korrelaten reizinduzierter Cravingreaktionen und zur prominenten Rolle von Belohnungssensitivität und unvoreilhaftem Entscheidungsverhalten legen hingegen eine Kategorisierung als „Sonstige näher bezeichnete Störung aufgrund von Verhaltenssüchten“ in der Kategorie 6C5Y nahe. Die wissenschaftlichen Befunde fundieren zweifelsohne die Diskussion der angemessenen Klassifikation und tragen zu einem besseren theoretischen Verständnis und zur klinischen Akzeptanz der Shoppingstörung bei.“²



Prävalenz

Es wird von einer Prävalenz³ von ca. 5 % der deutschen Gesamtbevölkerung ausgegangen. Das heißt ungefähr jede:r Zwanzigste in Deutschland ist von Kaufsucht betroffen. Damit gehört die Kaufsucht zu den vergleichsweise häufigen Suchterkrankungen.

Abbildung 1: Prävalenzen der häufigsten Suchterkrankungen



Quelle: Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e. V. (2024), S. 10, 24, 27, 32,33; Eigene Darstellung

Die Abbildung verdeutlicht, dass stoffgebundene Süchte wie Alkohol- und Tabakkonsum in der Bevölkerung besonders weit verbreitet sind. Aber auch stoffungebundene Süchte – darunter das pathologische Spielen und die Kaufsucht – betreffen einen erheblichen Teil der Gesellschaft und stehen damit im Vergleich zu anderen Suchterkrankungen keineswegs am Rand.

Mögliche Gründe sind:

- 1** Kaufen an sich hat kein gefährliches oder bedrohliches Image. Es erfreut, wirkt stimmungsaufhellend und macht nicht körperlich krank. Die Negativfolgen bleiben daher für Angehörige und Außenstehende lange unsichtbar. Kaufen in Form von Konsum gilt als gesellschaftlich relevant und wird allgemein begrüßt.
- 2** Menschen mit Kaufsucht meiden es aus Scham, sichtbar zu werden. Die alltägliche Tätigkeit des Kaufens wird als selbstverständlich und so banal wie das Atmen angesehen. „Wie nur kann man das nicht im Griff haben?“ fragen sich die Betroffenen selbst. Das Gefühl, trotz aus-

³ Das Wort Prävalenz beschreibt in der Medizin, Psychologie und Sozialwissenschaft den Anteil einer Bevölkerung, der zu einem bestimmten Zeitpunkt oder in einem bestimmten Zeitraum an einer bestimmten Krankheit oder Störung leidet.



reichendem Einkommen und ohne einschneidende Lebensereignisse (wie Arbeitslosigkeit oder Partnerverlust) verschuldet zu sein, ist für Betroffene enorm belastend. Statt sich emotional zu entlasten und mit anderen über die eigene Situation und die damit verbundenen Schwierigkeiten zu sprechen (zur Erhaltung von psychischer Gesundheit), ist das Thema „Geld“ für viele Menschen ein Tabuthema. Geld hat man. Darüber spricht man nicht. „Über Geld spricht man nicht“ lautet eine tief verankerte gesellschaftliche Norm. Wer schon darüber nicht spricht, spricht erst recht nicht darüber, kein Geld zu haben oder verschuldet zu sein.

- 3** Das Thema ist transdisziplinär und damit schwer einzuordnen. Die damit verbundenen Fachbereiche sind nicht gut miteinander vernetzt und die Verantwortung für das Thema ist nicht klar zugeordnet.

Typologie und Fallbeispiele

Die Mehrheit der Menschen mit pathologischem Kaufverhalten steht mitten im Leben und ist berufstätig. Viele haben einen Hochschulabschluss und das Verhalten ist durchaus leistungsorientiert. Dies ist jedoch nur die vordergründige psychische Disposition, denn „tatsächlich werden Minderwertigkeitsgefühle, psychische Komorbidität und biografische Hintergründe bereits frühzeitig vom Patienten angesprochen“.⁴

Egal, wie hoch der innere Leidensdruck ist und wie sehr das Kaufverhalten außer Kontrolle geraten ist: von außen wird das kaum sichtbar sein. Die meisten Betroffenen würden sich nicht ungepflegt oder gar verwahrlost in der Öffentlichkeit zeigen. Die Schwäche der Betroffenen liegt nicht darin, dass sie etwas nicht gut hinbekommen. Die Schwäche liegt eher darin, dass keine Schwäche und kein Makel zugelassen werden.

Verena Maag beschreibt: „Die Konsumierenden kaufen Identität, signalisieren damit Erfolg. Erfolg bedeutet, immer mit dem Aktuellsten ausgestattet sein zu müssen.“⁵

Ein Gender-Aspekt lässt sich in der Form des Kaufverhaltens an sich nicht erkennen. Die Funktionalität ist identisch. In den Beratungen zeigen sich lediglich in der Wahl der bevorzugten Produktgruppen genderspezifische Unterschiede. Man kann allgemein erkennen, dass viele Klient:innen ein sehr starkes Bedürfnis danach haben, optisch ansprechend zu wirken und in der Regel hohe Ausgaben für Kleidung, Kosmetik, etc. haben. Ebenfalls beliebt ist das Thema Wohnen und Dekoration. Bei Männern ist es eher der Wunsch nach Anerkennung über Leistung und Kompetenz. Technische Geräte und Sportzubehör stellen genauso attraktive Kaufanreize dar wie Produkte der Unterhaltungs- und Spielindustrie.

Spannend sind in diesem Zusammenhang auch systemische Fragen zum Thema „Geld und Paardynamik“. Die Fragen der Verteilung von Geld, Ressourcen und Gütern sind nicht nur gesellschaftlich relevant, sondern auch in der Klärung im individuellen Setting als Paar oder als Familie. Wer bringt was ein

⁴ Müller / Wölfling / Müller 2018: 13

⁵ Maag 2010: 40



und wie einigt man sich über die Ausgaben? Wie wird über das Rollenmodell „Familienvater=Ernährer“ gedacht? Wie wird geteilt? Wem steht welcher Anteil zu? Hier können Konflikte entstehen. Wenn es zu einer Schieflage kommt, da ein kaufsüchtiger Partner den größten Teil des Einkommens für sich beansprucht, werden diese Konflikte schnell brisant.

Wie kann es passieren, dass das Kaufverhalten in einer Form expandiert, dass es zu einer Verschuldung kommt? Wie kann ein derartiger Kontrollverlust entstehen?

Suchtentwicklung ist ein Prozess. In Form einer Spirale kann einer Phase des genussorientierten Gebrauchs eine Zeit der Gewohnheit und der missbräuchlichen Nutzung folgen. Ein anhaltender Missbrauch kann sich zu einer manifesten Abhängigkeitserkrankung entwickeln.

Ist dies der Fall, dann liegt meist eine andauernde Belastung vor und es stehen keine anderen Bewältigungsmechanismen zur Verfügung. Der Griff zu Suchtmitteln ermöglicht eine schnelle Veränderung der inneren Gefühlslage.

Als scheinbar einzige Möglichkeit, der problematischen Situation aus dem Weg zu gehen, bleibt der Konsum von berauschenden oder bewusstseinsverändernden Drogen oder ein ausweichendes Verhalten, das mehr Freude, Spaß und Unterhaltung verspricht. Das kann neben Spielen und Gamen auch übermäßige Arbeit, Sport oder eben auch das Einkaufsverhalten sein. Die Tätigkeit an sich verliert irgendwann ihren Reiz, wird aber aus Ermangelung an alternativen Problembewältigungsmechanismen trotzdem wiederholt. Statt der erwarteten Wirkung (Verbesserung der Gefühlslage) tritt im weiteren Verlauf ein Gefühl der Steuerungsunfähigkeit ein und die Negativfolgen verschärfen sich.

Im Folgenden werden exemplarisch Cluster von kompensatorischen Kaufmustern dargestellt. Diese Verdichtungen machen bestimmte Dynamiken sichtbar, schließen jedoch nicht aus, dass es daneben auch sehr individuelle Ausprägungen gibt.

Betroffene versuchen in diesen Fällen ihre Lebensthemen durch kompensatorische Käufe zu bewältigen. Eine Klientin hat beispielsweise enorm viel Geld für Weiterbildungen und Business-Kleidung ausgegeben. Sie versuchte damit Selbstzweifel im Hinblick auf ihre Kompetenz optisch zu überdecken. Eine andere Klientin gab hohe Summen für Outdoor-Artikel aus, für funktionelle Kleidung, mit der sie gut und gerne 14 Tage im Hochgebirge überleben könnte. Aufgrund von sozialen Ängsten verlässt sie das Haus nur selten. Ein Student hat Unmengen von Ordnersystemen angeschafft. Ordnung und Struktur fehlten im Inneren.

Oftmals wird auch durch einen Einkauf von Zubehör versucht, ein Hobby oder eine Sportart auszuleben. Die Anschaffung von Material dient hier als Ersatz für die eigentlichen Erlebnisse. Wenn die Zeit für das Training oder die Fitness nicht für eine Bestleistung ausreichen, dann soll zumindest das Fahrrad das Beste sein. Doch leider wird auch das zwanzigste Laufshirt oder das zehnte Paar noch besserer Laufschuhe die Laufleistung nicht steigern. Es ist und bleibt das anstrengende Training.



Hobbys bieten einen angenehmen Ausgleich zum oft stressigen Alltag. Sich mit ihnen zu beschäftigen, ist ein sinnvolles und konstruktives Verhalten der Selbstfürsorge. Wenn jedoch die E-Bay Käufe von Eisenbahnen, Legobaukästen oder Technik den gesamten Keller füllen und von einem Überblick über die Besitztümer nicht mehr die Rede sein kann, dann gleicht es auch in Verbindung mit der vielen dort verbrachten Zeit eher einem Verstecken vor anderen, stärker fordernden Aufgaben.

Konsumverstärker

Social Media

Menschliches Verhalten wird von Emotionen gesteuert, die unsere Bedürfnisse definieren und unsere Handlungen beeinflussen. Ein sehr starker Motivator für unser Handeln ist beispielsweise der Wunsch nach Anerkennung. In früheren Zeiten war es überlebenswichtig, ein Teil einer Gruppe zu sein und auch die Faszination der Sozialen Netzwerke erklärt sich daraus, dass sie zeigen, was gerade gewünscht und angesagt ist.

Kinder lernen durch Anschauung und Imitation. Junge Menschen machen sich mit Hilfe der Sozialen Netzwerke und anderer Apps ein Bild von der Welt und versuchen, dem zu entsprechen. Diese Bilderfluten erhöhen den Druck darauf, dass auch das eigene Leben glänzend und „social-media-like“ sein sollte. Im Vergleich zu Posts, die mit viel Aufwand detailliert geplant und umgesetzt werden, kann das eigene Leben nur farblos und schlecht frisiert wirken. Das wirkt frustrierend. Wenn nie ein Status erreicht werden kann, der als „gut genug“ wahrgenommen wird und der langfristig zufriedenstellt, ist das ein Unzufriedenheit erzeugender Stressfaktor. Werbebotschaften werden gezielt von Unternehmen mit Hilfe von Influencern im Medium platziert. Diese sind meist so angelegt, dass sie das Gefühl von Optimierungsbedarf erzeugen und ein Konsumwunsch entsteht. Dass 35 % der deutschen Schüler:innen „Influencer“ als Berufswunsch angibt⁶, zeigt, dass wenig kritische Distanz zum Medium und zu dieser Form des Marketings besteht.

Wenn sich jemand sehr auf das „Außen“ konzentriert, dann besteht das Risiko, dass das „Innen“ nicht genügend Beachtung findet. Wenn junge Menschen im Netz nach Orientierung und Werten suchen und im Wesentlichen dort Konsumangebote und inszenierte Glückseligkeit finden, dann besteht die Gefahr, dass die Ebene des inneren Erlebens verloren geht. Der Soziologe Hartmut Rosa beschreibt, dass es im Leben auf die Qualität der Weltbeziehung ankommt, das heißt auf die Art und Weise, in der wir als Subjekte Welt erfahren und in der wir zur Welt Stellung nehmen, auf die Qualität der Weltaneignung.⁷

Wenn nun der Eindruck besteht, dass Optik wichtiger ist als das innere Erleben, kann es sein, dass junge Menschen anfangen, ihr Leben mit diesem Maßstab zu messen und es entsprechend zu inszenieren. Doch es ist ein wichtiger Prozess in der Persönlichkeitsentwicklung, auch unangenehme Gefühle auszuhalten. Es gilt zu lernen, dass es auch Phasen gibt, die langweilig sind und dass auch Stress,

⁶ vgl. SocialMediaStatistik.de (2025)

⁷ vgl. Rosa 2016: 9



Trauer, Altern und Tod normale Anteile des Lebens sind und erst mit diesen Seiten der Medaille das Leben in Gänze gelebt werden kann.

Den Hang zum Perfektionismus abzulegen und ein Gefühl der eigenen Minderwertigkeit mit positiveren Glaubenssätzen auszugleichen, ist im Angesicht von so vielen scheinbar großartigen Existenzen bei Instagram für viele schwer. Für Menschen mit einem Hang zu pathologischem Einkaufsverhalten ist dies oft existentiell wichtig.

Die nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina veröffentlichte eine Studie über die tägliche Nutzungsdauer von Sozialen Medien: Laut einer Befragung von mehr als 1.200 Kindern und Jugendlichen im Alter zwischen 10 und 17 Jahren nutzen 70 % soziale Medien an sechs Tagen pro Woche. Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer beträgt an Schul- bzw. Werktagen 2 Stunden und 37 Minuten, an Wochenenden und in den Ferien steigt sie auf 3 Stunden und 47 Minuten. Ein riskantes Nutzungsverhalten zeigen 21,1 % der Befragten, was auf mehr als eine Million Kinder und Jugendliche in Deutschland hochgerechnet werden kann. 4,7 % – also rund 300.000 Kinder und Jugendliche – weisen ein suchtartiges Nutzungsverhalten auf.⁸

Die Thematiken „Social Media Social Network Use“ und „Kauf-Shopping Störung“ sind aufgrund des Social E-Commerce eng miteinander verzahnt, denn die Existenz der Sozialen Medien beruht auf einem monetären Geschäftsmodell. Jedes Nutzungsverhalten wird analysiert und „auf dieser Basis werden Nutzerinnen und Nutzern dann individualisierte Inhalte zugespielt, Verhaltensweisen prognostiziert und gezielt Werbeanzeigen präsentiert, mit denen die Plattformanbieter entsprechende Umsätze erwirtschaften.“⁹

Online-Handel

Auch weitere mit dem Onlinehandel aufgekommenen Funktionen erschweren es Menschen mit einer Impulsschwäche, einem Kauf zu widerstehen. Die Hinterlegung von elektronischen Zahlungsmitteln und die Möglichkeit des Warenkredites (Buy now - pay later) erschweren es, einen Überblick über die Ausgaben zu behalten. Das unendliche Warenangebot der Verkaufsplattformen und die Möglichkeit 24/7 darauf zuzugreifen sind dauerhaft verlockend. Beschleunigungsfunktionen wie „Ein-Klick-Kauf“ verkürzen das Überlegen ebenfalls.

Noch nie war es so unkompliziert, Einkäufe zu tätigen. Ohne vom Sofa aufzustehen, ohne auch nur Schuhe anzuziehen, liegt die Warenwelt schnell im Warenkorb. Es benötigt nur einen kleinen Fingertipp und schon bald klingelt es an der Türe, und ein Bote überreicht das Gewünschte. In einem Leben, in dem in bestimmten Bereichen Defizite oder Schwierigkeiten vorliegen, sind diese Erlebnisse besonders angenehm, da sie das Gefühl einer Wirkmacht verleihen. Der Online-Einkauf ist simpel und einfach. Er vermittelt ein Erfolgserlebnis ohne viel Anstrengung. Das macht ihn angenehm und attraktiv. Zumindest so lange, wie die finanziellen Mittel ausreichen.

⁸ Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina 2023: 13

⁹ vgl. ebd.



Internetnutzungsstörungen

Die Zunahme der Internetnutzungsstörungen ist ein Faktor, der dazu führt, dass die Kaufsucht etwas mehr in den Fokus der Suchthilfe gerät.

„Unter dem Begriff der Internetnutzungsstörung werden verschiedene Störungen im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets zusammengefasst, darunter die Computerspielstörung (CSS), die Soziale-Netzwerke-Nutzungsstörung (SNS) sowie Nutzungsstörungen in Bezug auf Online-Shopping und den Konsum von Online-Pornografie.“¹⁰

Die Verhaltenssuchtlandschaft verändert sich gerade stark durch die schnelle technologische Entwicklung. Wenn die Online-Nutzungsdauer quantitativ ansteigt, dann ist auch das Online-Einkaufsverhalten von dieser Veränderung mitbetroffen.

Neben den bekannten Kaufanreizen durch Influencer auf Social Media und mit psychologisch präzise agierenden Algorithmen entwickelt sich eine neue Form der möglichen Manipulierbarkeit: KI-generierte Chatbots. Der Entwicklungsfortschritt der Large Language Modelle ermöglicht, dass im Internet inzwischen KI-gestützte Gesprächsangebote in unterschiedlichen Formaten angeboten werden, sogenannte Custom GPTs.¹¹

Wenn Klient:innen berichten, am Tag mehrstündige Therapiegespräche mit ihren Therapie-Bots zu führen und junge Menschen davon begeistert sind, dass ihre künstlichen Gesprächspartner so nett, schmeichelnd und empathisch sind, dann ist bereits ein Vertrauensverhältnis zu dieser algorithmischen Beziehungssimulation entstanden.

Aus Sicht des Verbraucherschutzes ist dann die Frage relevant, ob auch Werbung in die von der KI generierten Inhalte einfließen wird? Wo wird diese im Gespräch implementiert und kann ein Verbraucher diese noch als solche identifizieren?

¹⁰ vgl. Der Beauftragte der Bundesregierung für Sucht- und Drogenfragen 2025

¹¹ vgl. Grävemeyer 2025



Überschuldungsgrund „Unwirtschaftliche Haushaltsführung“

In den Statistiken des Statistischen Bundesamtes wird „Unwirtschaftliche Haushaltsführung“ als dritthäufigster Überschuldungsgrund genannt. Mit einer Ausnahme (2024) ist eine steigende Tendenz besonders bei jungen Menschen erkennbar.

Abbildung 3: Hauptauslöser der Überschuldung

Hauptauslöser der Überschuldung in % für die Jahre 2013 bis 2024

Merkmal	2013	2014 ¹	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Arbeitslosigkeit	23,6	19,1	20,0	21,1	20,6	20,0	19,9	19,7	19,9	19,2	18,2	17,4
Trennung, Scheidung, Tod des Partners/der Partnerin	13,6	12,4	12,5	13,0	13,3	13,1	12,5	12,0	12,2	12,1	11,8	11,5
Erkrankung, Sucht, Unfall	12,7	12,1	13,5	14,7	15,1	15,8	16,3	16,5	16,9	17,4	18,1	18,1
Unwirtschaftliche Haushaltsführung	11,2	11,2	9,4	10,9	12,3	12,9	14,3	14,5	14,3	15,3	15,0	13,7
Gescheiterte Selbstständigkeit	8,3	8,1	8,1	8,4	8,3	8,5	8,3	8,2	8,3	8,4	8,2	8,1
Zahlungsverpflichtung aus Bürgschaft, Übernahme oder Mithaftung	2,6	2,4	2,4	2,6	2,7	2,6	2,1	2,2	2,3	2,1	2,2	2,0
Gescheiterte Immobilienfinanzierung	3,3	2,4	2,8	(2,8)	2,4	2,0	1,6	1,6	1,3	1,2	1,0	1,1

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Hauptauslöser der Überschuldung in % (2013–2024)

In einer Statistik der Allgemeinen Datenbank für Forderungseinzug GmbH (ADF) wird dargestellt, dass nach der Erfahrung von 83 % der Inkassounternehmen „Zu hohe Konsumausgaben“ der führende Grund der Jugendverschuldung sind. Gefolgt von „Zu wenig Kenntnisse über vertragliche Verpflichtungen“ (75 %) und „Schlechtes Vorbild des Elternhauses“ und „Unzureichende Thematisierung des Umganges mit Geld und Schulden in der Schule“ (beides 72%).¹²

Die genannten Gruppen handeln sicher nicht alle pathologisch. Der Vorteil einer Forschung zu Ursachen und Behandlungsformen von Personen im „Extrembereich“ der Kaufsucht wäre, dass die gewonnenen Erkenntnisse auch weniger impulsiven Menschen dabei helfen könnten, ihr Einkaufsverhalten besser zu regulieren.

¹² vgl. ADF 2025



Schutzmaßnahmen

Prävention

Welches Wissen und welche Methoden können präventiv vor Kaufsucht schützen?

Suchtprävention ist ein eigenständiger Bereich der Suchthilfe. Fachstellen für Prävention entwickeln Projekte, Materialien und Methoden, um auf die Gefahren von stoffgebundenen Süchten und stoffungebundenen Süchten hinzuweisen. Mitarbeitende von Beratungsstellen gehen vor Ort in Schulen, um frühzeitig aufzuklären und auf Risiken hinzuweisen.

Der Bereich der Kaufsucht-Prävention ist voller Schnittmengen zu anderen Anbietern von Präventionsprojekten. Ein ergänzendes Arbeiten der unterschiedlichen Player ist sicher sinnvoll, um einen dauerhaften und nachhaltigen Effekt zu erzielen.

Finanzbildung

Im Bereich „Finanzen“ gebildet zu sein, ist ein Kernfaktor für die Anzahl der Möglichkeiten in der Lebensgestaltung. Ausreichende Finanzmittel eröffnen viele Spielräume und befriedigen ein elementares Bedürfnis: Das Bedürfnis nach Sicherheit. Dabei darf jedoch nicht übersehen werden, dass Finanzbildung nur dann praktisch wirksam werden kann, wenn Menschen überhaupt über ein Mindestmaß an verfügbaren Mitteln verfügen. Ohne Einkommen oder Vermögen bleibt selbst das beste Wissen um Budgetierung und Geldanlage weitgehend folgenlos.

Eine Grundvoraussetzung für den Wissenserwerb sind mathematische Fähigkeiten. Personen mit kognitiven Einschränkungen verfügen teilweise nicht über ein Mengenverständnis. Wenn dieser Basisbaustein nicht vorhanden ist, dann ist eine lebenslange Unterstützung oder sogar eine Betreuung in Bereich der Vermögenssorge notwendig.

Auf dem mathematischen Verständnis baut das Finanzwissen auf. Mit Hilfe der Zinseszinsrechnung wird klar, wie Geld vermehrt werden kann. Finanzgebildete Menschen sind somit besser gewappnet gegen Versprechen, schnell und einfach reich zu werden und besser befähigt, Budgetplanungen vorzunehmen und auch knappe Finanzen einzuteilen. Es fällt ihnen leichter, Kontrolle und Übersicht über vorhandene Geldmengen und durchgeführte Zahlungsvorgänge zu behalten.

Die Kenntnis von Marketingstrategien wie scheinbare Rabattaktionen, fiktive Ankerpreise und künstliche Verknappung, helfen die Funktionsweise von Kaufimpulsverstärkern zu verstehen. Ein Bewusstsein über diese Trigger schützt vor zu schnell getätigten Käufen.

Schuldenprävention

Der Baustein Schuldenprävention klärt über die Risiken von Verschuldung auf und weist ähnlich wie auch der Verbraucherschutz auf Verschuldungsfallen wie unbesehene Vertragsabschlüsse und Ratenkreditverträge hin. Präventive Maßnahmen wie Budgetplanung werden vermittelt.



Medienkompetenztraining

Die Aufklärung über die Gefahren des Online-Shoppings sind Bestandteil des Medienkompetenzerwerbes. Kenntnisse über gezielt eingesetzte Strategien der Online-Plattformen wie personalisierte Werbung oder der Einsatz von Dark Patterns schützen vor Impulskäufen.

Kaufsuchtprävention

Lebensweltliche Themen knüpfen an die alltägliche Lebensrealität der Kinder und Jugendlichen an und können z. B. Vorbilder, Körperbild, Gruppenzugehörigkeiten oder Markenbewusstsein beinhalten. Neben Themen der Gesundheitsfürsorge wie Achtsamkeit, Umgang mit Stress, etc. beinhalten sie auch die Reflektion über die Themen Selbstwert und Werte.

Kaufsuchtpräventive Ansätze sind beispielsweise:

- a) Mit Schüler:innen folgende Themen nach empfundener Wichtigkeit sortieren: eigenes Haus, nach der Rente sicher versorgt sein, Markenkleidung tragen, Freundschaften, Gesundheit, gutes Aussehen, später Kinder haben, ein schickes Auto besitzen.
- b) Begriffe wie „Reichtum“ können inhaltlich erweitert werden mit Aspekten wie:
 - Reichtum an Zeit
 - Reichtum an Gesundheit
 - Reichtum an Freundschaft und Liebe
 - Reichtum an Glück
 - Reichtum an Sicherheit
- c) Fragen wie: „Was könnte am Ende des Lebens wichtig werden, wenn man nichts mehr weiter mit sich tragen kann?“ Hier werden die Beziehungen innerhalb der Familie und zu Freunden genannt. Oder Erinnerungen an Erlebnisse, Emotionen, Begegnungen, Erfahrungen, Mutproben, schöne Ereignisse etc.
- d) Mit älteren Schuler:innen ist es spannend, die eigene Lebenssituation mit der in anderen Ländern zu vergleichen. So kann man gut über Themen wie Mangel, gute Versorgung und auch Überfluss sprechen.

Auch über die Fragen: „Welche Lebensziele existieren?“ oder „Welchen Wert hat ein Mensch?“ kommt man gut in den Austausch.

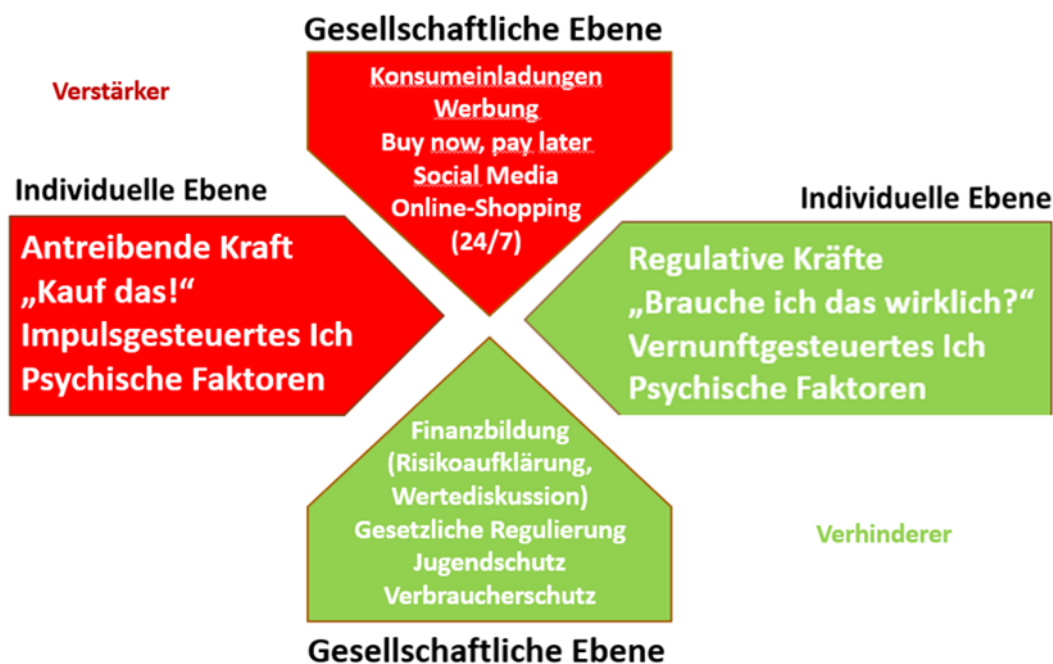
Mehrfaktorenmodell

Trotz existierender einzelner Ansätze besteht weiterhin Bedarf an Methodenentwicklung. Verstärker sowie Verhinderer der Entstehung von kaufsuchtigem Verhalten existieren sowohl auf individueller



wie auch auf gesellschaftlicher Ebene. Kaufsuchtpräventive Maßnahmen versuchen, die Wirkmacht von Verstärkern abzuschwächen und mögliche Schutzfaktoren zu implementieren, bzw. vorhandene Schutzfaktoren zu stärken.

Abbildung 4: Mehrfaktorenmodell Kaufsucht



Mehrfaktorenmodell Kaufsucht (eigene Darstellung)

Quelle: Eigene Darstellung

Beratung und Behandlung

In der Suchthilfe gilt der Grundsatz: „So viel wie nötig, so wenig wie möglich“. Die Hilfen werden so gewählt, dass die Fähigkeit zur eigenen Bewältigung von Problemlagen unterstützt wird, um eine Form der Autonomie wiederzuerlangen oder auch erst zu erlernen.

Die Suchthilfe beginnt daher die Beratung zunächst mit einem Clearing. Hier werden die aktuelle Lebens- und Konsumsituation sowie die Ziele der Hilfesuchenden erfragt. Dies ist die Grundlage für eine weitere bedarfsgerechte Hilfeplanung.

Während Menschen mit kaufsüchtigem Verhalten in Verbindung mit relevanten Begleiterkrankungen wie ausgeprägter Depression, Angststörungen, Zwangsstörungen oder Sozialen Phobien in eine 8-wöchige Rehabilitationsbehandlung in der psychosomatischen Abteilung einer Klinik vermittelt werden können, ist dies bei weitem nicht für alle Betroffenen angezeigt. Oftmals sind ambulante Maßnahmen passgenauer.



Doch die Suchthilfe tut sich aktuell noch etwas schwer damit, Klientel mit Shopping-Störung in den Beratungsstellen zu behandeln. Es wird beschrieben, dass noch ein Mangel an Handlungssicherheit besteht und es an suchtherapeutischer Expertise zu dieser Thematik fehlt.

Ansatzpunkte sind hier:

- Aufklärung über das Krankheitsbild
- Zurverfügungstellung von evaluierten Methoden
- Vernetzung des Hilfesystems

Da bislang keine flächendeckende, institutionell verankerte Hilfe-Struktur besteht, ist es für viele Betroffene schwer, Hilfe zu finden. Auf Grund dieses Treatment Gaps wurde Anfang 2025 der Verein „Fachstelle Kaufsucht“ gegründet. Ziel des Vereines ist es, sich für die Entwicklung von kaufsuchtspezifischen Hilfen einzusetzen.

Auf Basis von Vorerfahrungen in der Beratung von kaufsuchtigen Menschen hat der Verein ein Online-Angebot entwickelt. Das Programm ist als Kurzzeit-Angebot entwickelt und beinhaltet 12 Gruppensitzungen.

Die Teilnahme kann auf Grund einer Förderung durch die Amelie-Kind-Stiftung kostenlos angeboten werden. Da es bereits jetzt Wartelisten für kommende Durchläufe gibt und fast täglich Betroffene Kontakt und Unterstützung suchen, wäre eine Aufrechterhaltung des Angebotes sehr wünschenswert.

Aktuell ist eine Weiterführung im Jahr 2026 jedoch aufgrund fehlender Finanzierung offen. Zuständige Stellen für dieses Thema sind schwer zu greifen und werden weiterhin transdisziplinär im Bereich Soziales, Gesundheit, Wirtschaft und Verbraucherschutz gesucht. Jede Form der Unterstützung bei der Akquise oder Kontakte zu Stiftungen werden sehr dankbar vom Verein entgegengenommen.

Die Anzahl der Durchläufe des Programmes „Zurück ins Plus“ sind aktuell noch zu gering, um an Multiplikation zu denken. Fachkräften, die gerne zeitnah praktisch mit Klienten arbeiten möchten, kann ein Buch mit Methoden und Arbeitsblättern empfohlen werden: „Therapie-Tools Kaufsucht“ wurde von Frau Prof'in Dr. med. Dr. phil. Astrid Müller 2024 veröffentlicht.¹³

13 vgl. Müller/ Laskowski/ Tahmassebi 2024



Ausblick

Welche kommenden Schritte zur Eindämmung von Kaufsucht sind wünschenswert?

Offizielle Anerkennung als Verhaltenssucht durch die WHO: Durch eine solche Klassifizierung können leichter weitere Hilfen und Behandlungsansätze entwickelt und angewandt werden, da damit finanzielle Mittel zur Versorgung zur Verfügung stehen.

Solide Refinanzierung von Präventionsmaßnahmen: Ähnlich wie die Glücksspielindustrie aufgrund der Regelungen im Glücksspielstaatsvertrag einen Teil ihres Gewinnes für Präventionsprojekte und Beratung von abhängig spielenden Menschen abgeben muss, sollten auch die Folgen einer suchtartigen Nutzung von Online-Angeboten (Shoppingseiten, Social Media oder auch Pornoangeboten) nicht ausschließlich von der Gesellschaft getragen werden müssen, sondern über eine zweckgebundene Abgabe aus den Gewinnen der jeweiligen Industrie finanziert werden.

Kontrollierte Umsetzung gesetzlicher Schutzmechanismen wie der Überprüfung der Geschäftsfähigkeit auch im Online-Handel: Ratenkauf erst mit Volljährigkeit und verpflichtende technische Überprüfung durch geeignete Altersverifikationssysteme wie zum Beispiel KYC-Verifizierung.

Vernetzung und Kooperationen von Schuldnerberatungsstellen mit den kaufsuchtspezifischen Angeboten der Suchthilfe: Beim Thema Spielsucht existieren bereits interne Absprachen wie „Erst Suchtbehandlung, dann Entschuldung“. Gemeinsam erarbeitete Handlungsempfehlungen oder Standards bezüglich Weiterleitung würden den Akteuren des Hilfesystems mehr Handlungssicherheit bieten.

Etablierung von Früherkennungssystemen: Während Schuldnerberatungsstellen oft erst im Fall einer Überschuldung kontaktiert werden, könnten geschulte Bankmitarbeiter:innen eine frühere Identifikation von überschuldungsgefährdeten Menschen leisten. Wenn sich eine kommende Überschuldung abzeichnet, könnte (z. B. als Ergänzung zur Beratungspflicht bei erheblicher Überziehung) den Schuldner:innen die Teilnahme an einem Programm zur Unterstützung der Ausgabenkontrolle empfohlen werden. Diese Form der Frühintervention würde zeitig ansetzen und im Idealfall eine Überschuldung verhindern.

Die Eindämmung von Überschuldung und die Behandlung von kaufsuchtigen Menschen als transdisziplinäre Aufgabe: Das komplexe Thema der Kaufsucht kann nicht nur aus einer Sichtweise heraus verstanden werden, denn zu viele Aspekte bestimmen das menschliche Verhalten und die vorhandene gesellschaftliche Situation. Ein wechselseitiger Austausch zwischen den Professionen der Sozialen Arbeit, der Medizin, der Psychologie, der Soziologie, der Konsumforschung, des Finanzwesens und auch der Rechtswissenschaften würde die Möglichkeiten des Erkenntnisgewinnes vergrößern. Auch der wechselseitige Transfer von Forschungsergebnissen und Praxis-Erfahrungen kann dabei helfen, weitere Beratungs- und Behandlungsansätze zu entwickeln. Im Interesse von Betroffenen sollte immer wieder neu erfragt werden, welche Schutz- und welche Wirkfaktoren relevant sind, damit sie nicht wider besseres Wissen weit oberhalb ihrer finanziellen Mittel konsumieren, sondern sich befähigen, zukünftig als selbstbestimmte und kompetente Verbraucher zu agieren.



Die Autorin

Susanne Gutzeit ist Medienkauffrau, Sozialarbeiterin, systemische Beraterin und als Expertin im Bereich „Kaufsucht“ und „Shopping-Störung“ tätig. Sie arbeitet bei der Caritas Suchthilfe Düren-Jülich als Beraterin und im Bereich der Suchtvorbeugung.

Sie gründete Anfang 2025 den Verein „Fachstelle Kaufsucht“ und engagiert sich in einer Arbeitsgemeinschaft zum Thema im Fachverband Medienabhängigkeit.

Website: kaufsucht.de

Kontakt: susanne.gutzeit@kaufsucht.de



Literaturverzeichnis

Deutsches Zentrum für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters (2025): Problematische Mediennutzung im Kindes- und Jugendalter in Deutschland. Ergebnisbericht 2024/2025. Ausgewählte Ergebnisse der siebten Erhebungswelle im September/Oktober 2024. Hamburg: Deutsches Zentrum für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters. Online verfügbar unter: https://www.dak.de/dak/unternehmen/reporteforschung/dak-studie-mediensucht-2024_91442#rtf-anchor-download-studie

Grävemeyer, Arne (2025): „Chatbots als Gesprächstherapeuten: Potentiale und Risiken“. In: Magazin für Computertechnik (c't), 14.07.2025. <https://www.heise.de/hintergrund/Chatbots-als-Gespraechstherapeuten-Potentiale-und-Risiken-10440193.html>, abgerufen am 8.10.2025

ADF (Allgemeine Datenbank für Forderungseinzug GmbH) (2013): Inkasso-Newsletter 04/2013. Online verfügbar unter: <https://www.adf-inkasso.de/sites/default/files/downloads/inkasso-newsletter-2013-04.pdf>

Leopoldina – Nationale Akademie der Wissenschaften (2025): Brailovskaia, Julia / Buchmann, Johannes / Hertwig, Ralph / Metzinger, Thomas / Montag, Christian / Sadeghi, Ahmad-Reza / Schneider, Silvia / Spiecker gen. Döhmann, Indra / Waldherr, Annie: Soziale Medien und die psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Leopoldina Diskussion Nr. 40. Halle (Saale): Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina.

Maag, Verena (2010): Kaufsucht in der Schweiz. Zürich: Rüegger Verlag.

Müller, Astrid / Wölfling, Klaus / Müller, Kai W. (2018): Verhaltenssuchte – Pathologisches Kaufen, Spielsucht und Internetsucht. Göttingen: Hogrefe.

Müller, Astrid / Laskowski, Nora / Tahmassebi, Nadja (2024): Therapie-Tools Kaufsucht. Weinheim / Basel: Beltz.

Müller, Kai W. / Schneider, Kristin (2025): „Verhaltenssuchte im Spannungsfeld zwischen technologischem Fortschritt und Versorgungslücken“. In: SuchtMagazin, 3&4/2025, S. 15.

Rosa, Hartmut (2016): Resonanz – Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin: Suhrkamp.

SocialMediaStatistik.de (2025): Influencer (Netzkultur). Online verfügbar unter: <https://socialmediastatistik.de/influencer/>



Über die Reihe „Überschuldungsradar“

Das Projekt Überschuldungsradar ist eine Kooperation zwischen dem institut für finanzdienstleistungen e.V. (*iff*) und der Stiftung Deutschland im Plus. Die Reihe greift aktuelle Fragestellungen der Ver- und Überschuldung in Deutschland auf und bietet ausgewiesenen Fachleuten ein Forum. Angelehnt sind sie an den jährlich erscheinenden *iff*-Überschuldungsreport.

institut für finanzdienstleistungen e.V. (*iff*)

Das institut für finanzdienstleistungen e.V. (*iff*) leistet mit Forschung und Beratung einen wichtigen Beitrag zu einem sozial verantwortlichen Finanzsystem und einer fairen Teilhabe. Das *iff* setzt sich seit seiner Gründung für den Zugang zu Finanzdienstleistungen ein und konzentriert sich vor allem auf finanziell verletzte Verbraucher:innen. Auftraggeber sind Verbraucherorganisationen, Behörden, Verbände, Stiftungen und Finanzdienstleister.

Mehr Informationen unter: www.iff-hamburg.de

„Deutschland im Plus“ – Die Stiftung für private Überschuldungsprävention

Die Stiftung „Deutschland im Plus“ engagiert sich für die private Überschuldungsprävention in Deutschland. Zu unseren Aufgaben zählen Bildungsmaßnahmen für Schüler, Bereitstellung von Informationen, Forschungsförderung sowie konkrete Beratung für Hilfesuchende. Unsere Arbeit fokussiert sich auf folgende Themen: finanzielle Bildung, Hilfe bei Schulden, Forschung.

Mehr Informationen unter: www.deutschland-im-plus.de