

**Zeitschrift:** SuchtMagazin

**Herausgeber:** Infodrog

**Band:** 37 (2011)

**Heft:** 3

**Artikel:** Kaufen kann süchtig machen

**Autor:** Maag, Verena

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-800288>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 25.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Kaufen kann süchtig machen

**In der Schweiz ist jeder 20. Erwachsene kaufsstüchtig, wobei Jüngere und Frauen besonders betroffen sind. Exzessives Konsumieren führt in der Regel zur Verschuldung. Die Ursachen der Kaufsucht sind vielschichtig. Das gesellschaftliche Umfeld spielt bei dieser diskreten Sucht jedoch eine entscheidende Rolle.**

## Verena Maag

Dr. phil., MPH, Soziologin, Abteilung Nationale Präventionsprogramme, Bundesamt für Gesundheit, Schwarzwaldstr. 96, CH-3003 Bern, Tel. +41 (0)31 323 87 70, verena.maag@bag.admin.ch

## Einleitung

Kaufsucht wird in der Schweiz bis 2003 kaum thematisiert. So erscheinen in der Neuen Zürcher Zeitung von 1998–2002 5'282 Artikel über den Konsum illegaler Drogen, 2'824 Artikel über Tabak- und 2'707 über Alkoholsucht. Im gleichen Zeitraum widmen sich 69 Artikel der Arbeitssucht, 66 der Spielsucht und nur 3 der Kaufsucht.<sup>1</sup> Das ist erstaunlich, denn in der psychiatrischen Fachwelt ist das Phänomen der Kaufsucht schon lange bekannt. Schon vor mehr als hundert Jahren erwähnt Kraepelin die «krankhafte Kauflust» in seinem Lehrbuch der Psychiatrie.<sup>2</sup> In Anlehnung an Kraepelin beschreibt Bleuler 1915/16 das Phänomen des «triebhaften Kaufens» und klassifiziert die Kaufsucht (Oniomanie) als Impulsstörung, zu vergleichen mit Pyromanie und Kleptomanie.<sup>3</sup> Dennoch hat sich die wissenschaftliche Forschung lange nicht darum gekümmert. Erst Ende der Achtzigerjahre anfangs Neunzigerjahre setzt – vor allem unter dem Eindruck einer wachsenden Zahl von zwanghaft Konsumierenden – die wissenschaftliche Erforschung von Kaufsucht ein, zunächst in den USA<sup>4</sup> und Kanada<sup>5</sup>, anschließend in Deutschland<sup>6</sup>. Die beiden 1991 und 2001 durchgeführten deutschen Kaufsuchtstudien belegen die Vermutung, dass exzessives kaufen in entwickelten Konsumgesellschaften zunimmt.<sup>7</sup>

## Merkmale der Kaufsucht

Kaufsucht wird nach wie vor in den gängigen Krankheitsmanualen DSM-IV<sup>8</sup> und ICD 10<sup>9</sup> nicht als eigenständige Störung aufgeführt. Im Bereich der Psychiatrie haben sich die diagnostischen Kriterien von McElroy et al.<sup>10</sup> durchgesetzt, um zwanghaftes kaufen zu identifizieren.

Deutsche Konsumforschende haben einen Fragebogen entwickelt, welcher Therapierenden die Diagnose von kompensatorischem und süchtigem Kaufverhalten erlaubt und sich auch für Betroffene zur Selbstdiagnose eignet.<sup>11</sup> Typische Merkmale der Kaufsucht sind der unwiderstehliche Drang zu kaufen und die Entstehung einer Abhängigkeit, welche mit dem Verlust der Selbstkontrolle einhergeht. Im Zentrum stehen dabei nicht die konsumierten Güter, sondern das Suchterleben während des Kaufens. Wie bei anderen Süchten wird eine Dosissteigerung angestrebt, d.h. es wird mehr und teurer gekauft, um das gleiche Erlebnis zu erzeugen. Gedanken und Gefühle vor und nach dem Kauf nehmen viel Raum ein: nächste Käufe werden geplant und nach dem Kauf entstehen oft Schamgefühle. Versuchen Kaufsüchtige ihren Kaufwünschen zu widerstehen, stellen sich Entzugserscheinungen wie innere Unruhe ein.<sup>12</sup>

## Grauzonen zwischen Normalität und Sucht

Zwischen dem abhängigen, pathologischen Kaufverhalten und einem «normalen» Konsumieren liegt eine Grauzone. Das oben erwähnte Screeningverfahren erfasst auch diese Zwischengruppe kompensatorisch Kaufender.<sup>13</sup> Gemeint sind jene Personen, die mit ihrem kaufen Defizite kompensieren, die aus ungelösten Problemen entstanden sind oder die über private Enttäuschungen oder beruflichen Stress hinweg helfen sollen. In dieser Grauzone sind auch jene Konsumierende zu sehen, die anfallsweise exzessiv kaufen, aber noch keine Kaufsucht mit den oben beschriebenen Merkmalen entwickelt haben. Die Erfassung von noch nicht Kaufsüchtigen, aber potentiell Gefährdeten ist wichtig, weil präventive Massnahmen hier noch erfolgversprechender sind.

## Verteilung

Eine repräsentative Befragung des Jahres 2003 zeigt, dass in der Schweiz 4,8% der Erwachsenen kaufsstüchtig sind, weitere 8% zeigen eine klare Tendenz zu unkontrolliertem kaufen und sind gefährdet.<sup>14</sup>

Die Situation in anderen entwickelten Konsumgesellschaften stellt sich ähnlich dar. Die deutsche Kaufsuchtstudie ermittelte im Jahr 2001 8% Kaufsüchtige für die westlichen und 6,5% für die östlichen Bundesländer.<sup>15</sup> In den USA beträgt die Prävalenzrate im Jahr 2004 5,8%.<sup>16</sup>

Bei der Schweizer Repräsentativerhebung wurden 705 SchweizerInnen zu ihrem Kaufverhalten befragt.<sup>17</sup> Dabei kam der so ge-

|                                                                                 | trifft nicht zu | trifft eher nicht zu | trifft eher zu | trifft zu |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------|----------------|-----------|
| Oft kaufe ich etwas, weil ich einfach Lust zum kaufen habe.                     | 39.3            | 28.3                 | 25.4           | 6.8       |
| Beim Einkaufen vergesse ich den unerfreulichen Alltag und kann mich entspannen. | 41.7            | 22.1                 | 23.1           | 12.2      |
| Manchmal sehe ich etwas und fühle einen unwiderstehlichen Impuls, es zu kaufen. | 34.6            | 26.7                 | 31.8           | 6.7       |
| Manchmal habe ich ein schlechtes Gewissen, wenn ich mir etwas gekauft habe.     | 60.7            | 24.7                 | 12.2           | 2.1       |

Tab. 1: Ausgewählte Fragen des deutschen Kaufsuchtindikators (%).

Quelle: Maag 2010

Sandy  
Lederatelier



Minoritenstr.

A  
ccessorize

vodafone

designhoch°

promod

mexx

M - I - N - O - R - I - T - E - N - H - O - H - Z -

MediaMarkt

H M

claire's

New York REVIEW

swatch

snipes

zalando

new balance

louis vuitton

lacoste

kenzo

louis vuitton

kenzo

louis vuitton

kenzo

louis vuitton

louis vuitton

louis vuitton

W  
MF

Subway

Dunkin' Donuts

The Body Shop

pimkie

Pizza Hut  
Crispy  
Bread  
grilled chicken

McDonald's

McCafe

Coca-Cola

Cola

nannte «Deutsche Kaufsuchtindikator» zum Einsatz.<sup>18</sup> In Tabelle 1 sind vier dieser insgesamt sechzehn Fragen aufgeführt. Daraus geht hervor, dass ein Drittel der Befragten aus purer Lust kauft oder um den unerfreulichen Alltag zu vergessen. Zwei Drittel der Befragten bekunden Mühe, einem Kaufimpuls zu widerstehen, wenn sie etwas sehen, dass ihnen gefällt. Jede/R Siebte hat manchmal ein schlechtes Gewissen, wenn er/sie etwas gekauft hat.

### **Ursachen der Kaufsucht**

Kaufsucht ist ein vielschichtiges Phänomen, dessen Ursachen sowohl auf der individuellen Ebene der Betroffenen als auch auf der gesellschaftlichen Ebene liegen. Bei der Entstehung von Kaufsucht können psychische Defizite wie ein tiefes Selbstwertgefühl, depressive, manisch-depressive oder narzisstische Störungen eine Rolle spielen. Kaufsucht ist – wie jede Sucht – immer auch mit mangelnder Kontrollfähigkeit verbunden. Da die Fähigkeit zur Selbstkontrolle bei Jüngeren noch geringer ist, sind sie stärker gefährdet, kaufsstüchtig zu werden.

Wichtig ist jedoch auch das gesellschaftliche Umfeld. Die Wohlstandsentwicklung hat Konsumieren zu einer wichtigen Freizeitbeschäftigung gemacht und Einkaufen zu einer wichtigen Quelle des Glücks. Die Konsumierenden werden laufend mit neuen Produkten konfrontiert, die ihr Konsumbegehr immer wieder aufs Neue wecken, ohne es je stillen zu können. In diesem Mechanismus liegt Suchtpotential. In der Mode wird die Lust am Neuen zum Selbstzweck. Untersuchungen zu den gekauften Produkten zeigen, dass Schuhe und Kleider im Vordergrund stehen.

### **Frauen eher kaufsstüchtig**

Frauen sind häufiger von Kaufsucht betroffen als Männer, besonders bei den extremen Formen, welche mit einem Klinikaufenthalt verbunden sind. Bei den von Black tabellarisch zusammengestellten überwiegend klinischen Studien liegt der Frauenanteil zwischen 80% und 95%.<sup>19</sup> Weniger gross, aber dennoch signifikant sind die Geschlechtsunterschiede bei bevölkerungsbezogenen Erhebungen: In der Schweizer Repräsentativbefragung ist der Anteil der Kaufsstüchtigen bei den Frauen fast doppelt so hoch wie bei den Männern.<sup>20</sup>

Dass Frauen stärker zu Kaufsucht neigen, hängt mit dem Fortbestehen weiblicher Rollenmuster zusammen. Frauen ziehen angepasstere Verhaltensweisen vor, und Kaufsucht ist, zumindest im Anfangsstadium, eine unauffällige Suchtform. Zudem wird die Verantwortung für die Haushaltführung nach wie vor stärker von Frauen wahrgenommen. Sie verbringen dadurch mehr Zeit mit Einkaufen und halten sich häufiger in Läden auf als Männer. Damit sind sie einem grösseren Risiko ausgesetzt, mehr zu konsumieren als sie eigentlich wollten.

Zieht man in Betracht, welche Produkte von weiblichen Kaufsstüchtigen oder Impulsäuferinnen hauptsächlich gekauft werden, fällt auf, dass Dinge bevorzugt werden, welche die äussere Erscheinung verbessern, wie Schuhe, Kleider, Kosmetika oder Schmuck.<sup>21</sup> Dies macht deutlich, dass es um weibliche Selbstinszenierung geht und den Wunsch, begehr zu werden. Das durch die Werbung geförderte Interesse der Frauen an modischen Kleidern erklärt allerdings nicht, warum diese Neigung in eine nicht mehr zu kontrollierende Obsession umschlagen kann. Golden sieht im zwanghaften Kaufen den äusseren Ausdruck von drängenden inneren Bedürfnissen und Konflikten.<sup>22</sup>

### **Junge Erwachsene stark betroffen**

Die Problematik unkontrollierten Kaufverhaltens konzentriert sich auf jüngere Leute: In der Schweizer Befragung sind von den 18- bis 35-Jährigen 9,1% kaufsstüchtig, während bei den mittleren und älteren Generationen Kaufsucht mit 2,2% bzw. 1,3% eine Randerscheinung ist.<sup>23</sup>

Die Tatsache, dass jüngere Personen stärker von Kaufsucht betrofen sind, hat verschiedene Ursachen. Die Wohlstandsentwicklung spielt dabei eine entscheidende Rolle, weil sie ein neues, stärker genussorientiertes Konsumieren hervorgebracht hat.

Studien zum Konsumverhalten von Jugendlichen belegen, dass Heranwachsende sich durch den Kauf von bestimmten Markenprodukten Anerkennung unter Gleichaltrigen erwerben.<sup>24</sup> Bei narzistischen Defiziten spielt die Selbstinszenierung durch konsumierte Güter eine wichtige Rolle. Ein auf diese Zielgruppe ausgerichtetes Marketing macht sich die Empfänglichkeit junger Konsumierender zunutze.

In der Adoleszenz, als Identität stiftender Lebensphase, wird durch den Kauf entsprechender Kleider auch Geschlechtsidentität hergestellt. Dies erklärt, warum junge Frauen jene Personengruppe mit der stärksten Neigung zu unkontrolliertem Konsum sind.

### **Die Rolle der Kreditkarten**

Personen mit einer Neigung zur Kaufsucht verwenden ihre Kreditkarten nicht nur als Zahlungsmittel anstelle von Bargeld, sondern nutzen diese als Kreditmöglichkeit. Sie überschreiten dabei gerne die Ausgabenlimite. Kaufsstüchtige messen dem Preis eine geringe Bedeutung bei, wenn sie eine Kreditkarte dabei haben und lassen sich dann gerne zu ungeplanten Käufen verführen.<sup>25</sup> Es macht deshalb Sinn, dieser Risikogruppe zu raten, die Kreditkarte zu Hause zu lassen oder zu vernichten.

### **Konsequenzen der Kaufsucht**

Während steigender Konsum gesamtgesellschaftlich wegen seiner konjunkturbelebenden Wirkung positiv bewertet wird, sind die Auswirkungen süchtigen Kaufverhaltens negativ für die Betroffenen, ihre Angehörigen und letztlich auch für die Gesellschaft. Personen mit Kaufproblemen leiden nach dem Kauf öfters unter Schamgefühlen und verstecken die gemachten Einkäufe vor ihrer Familie oder ihren Freunden. Einkäufe können zu einem Streit mit dem Partner oder gar zu einer Trennung führen.

Kaufsstüchtige beschäftigen sich auch während der Arbeitszeit mit ihren Konsumwünschen und verlassen gerne den Arbeitsplatz vorzeitig, um Einkäufe zu machen, die nicht unbedingt notwendig sind.<sup>26</sup> Da Shopping zeitaufwändig ist, besteht die Gefahr, dass andere Lebensinteressen vernachlässigt werden.

Die Verschuldung ist die augenfälligste Konsequenz exzessiven Konsumierens. Die Resultate der Schweizer Repräsentativbefragung zeigen, dass Personen, welchen es nicht gelingt, ihre Kaufimpulse zu bändigen, sich häufig gezwungen sehen, Geld auszuleihen, um ihre Einkäufe zu finanzieren.<sup>27</sup> Sie neigen häufiger dazu, Abzahlungsgeschäfte abzuschliessen und sehen sich gezwungen, mit den Steuerbehörden eine Aufschiebung der Steuerzahlungen zu vereinbaren. Auch die Aufnahme eines Kleinkredites wird gerne genutzt, um zu Geld zu kommen. Betreibungen sind bei Kaufsstüchtigen keine Seltenheit. Werden die verschiedenen Verschuldungsmöglichkeiten kombiniert und kumuliert, ist der Privatkonkurs oft die einzige Möglichkeit, einer drohenden Lohnpfändung zu entrinnen.

Finanzielle Sorgen, Probleme am Arbeitsplatz und im sozialen Umfeld können bei Kaufsstüchtigen zu psychischen Problemen führen und bereits bestehende Defizite verstärken. Dies kann wiederum im Sinne eines selbstverstärkenden Prozesses zur Folge haben, dass die Betroffenen ihren Arbeitsplatz verlieren und unter Umständen Sozialhilfe in Anspruch nehmen müssen. Auch eine Einweisung in eine psychiatrische Klinik kann notwendig sein. Werden betrügerische Taten zur Geldbeschaffung verübt, sind strafrechtliche Sanktionen bis hin zu Gefängnisaufenthalten die Folge.

### **Prävention in den Schulen**

Da Jugendliche einem ständigen Konsumdruck durch die Werbung und durch Gleichaltrige ausgesetzt und dadurch stärker ge-

fährdet sind, unkontrolliert zu kaufen, sollte Konsumerziehung möglichst früh beginnen. Bereits an Kinder zwischen fünf und acht Jahren richtet sich «potz tuusig»<sup>28</sup> von Pro Juventute, ein interaktives Lehrangebot, durch welches Kinder den eigenen Umgang mit Konsum und Geld lernen. Ältere Kinder können mit «kinder-cash»<sup>29</sup> ihre Finanzkompetenz entwickeln und für die Oberstufe bietet sich die Unterrichtseinheit «budgetiert-kapiert»<sup>30</sup> von Post-Doc an. Es fehlt also nicht an Lehrmitteln für jede Altersgruppe. Wünschenswert wäre jedoch, dass das Reflektieren über das Konsumverhalten und der Erwerb von Finanzkompetenz auch in der Schweiz verbindlich in die Lehrpläne aufgenommen würde.

### Beratung bei finanziellen Problemen

Kaufsüchtige Personen sehen sich selber oft in erster Linie als Personen in finanziellen Schwierigkeiten. Weil die Betroffenen in der Regel auch einsehen, dass ihre finanziellen Probleme angegangen werden müssen, sind Schulden- und Budgetberatungsstellen bestimmt einmal als erstes ins Auge zu fassen, um Hilfe zu bekommen. Verschuldeten Personen steht in der Schweiz ein flächendeckendes Beratungsangebot zur Verfügung.<sup>31</sup> Für die Lösung der psychologischen Probleme, die Kaufsüchtige belasten, sind diese Stellen jedoch überfordert und es fehlt ihnen die Zeit angesichts der immer grösser werdenden Nachfrage.

### Psychologische Beratung

Psychische Störungen sind oft entscheidend bei der Entstehung einer Kaufsucht und verstärken sich massiv, wenn es nicht gelingt, aus der Suchtspirale auszubrechen. Dies ist oft nur mit fachlicher Unterstützung möglich. Neben dem bestehenden Behandlungsangebot gibt es seit kurzem auch spezialisierte therapeutische Angebote für Personen mit stoffengebundenen Abhängigkeitserkrankungen, etwa das Zentrum für Spielsucht und andere Verhaltenssüchte in Zürich<sup>32</sup> oder das Zentrum für Verhaltenssüchte der Universitären Psychiatrischen Kliniken Basel.<sup>33</sup> Für die Behandlung Kaufsüchtiger wurde ein kognitiv-verhaltenstherapeutisches Manual entwickelt.<sup>34</sup>

### Ausblick

Die aktuelle Suchtpolitik des Bundes setzt den Akzent bei Problemen, die beim Konsum von illegalen Drogen, Alkohol und Tabak, sowie neuerdings auch bei Essstörungen entstehen können. Ein auf epidemiologischen Daten und Umfragen bei Sachverständigen basierender Bericht<sup>35</sup> zuhanden des Bundesamtes für Gesundheit wirft im Jahr 2004 die Frage auf, ob aus fachlicher Sicht eine neue Suchtpolitik angezeigt wäre. Die Sachverständigen ordnen u.a. bei Arbeitssucht, Medikamentenmissbrauch, Kaufsucht und Adipositas suchtpolitischen Handlungsbedarf und empfehlen die Erarbeitung eines nationalen suchtpolitischen Leitbildes. Im Jahr 2010 wird das neue Leitbild «Herausforderung Sucht»<sup>36</sup> der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Bericht basiert auf einem Public-Health-Verständnis der Suchtprobleme und will eine neue Suchtpolitik entwickeln, welche sich an der tatsächlichen Problemlast von Substanzen und Verhaltensweisen orientiert. Eine solche neue strategische Ausrichtung, wie sie von Fachkreisen eingefordert wird, ist jedoch in der Öffentlichkeit, der Wirtschaft und der Politik (noch) nicht mehrheitsfähig. Dass besonders die Kaufsucht nur ungern zu Kenntnis genommen wird, erstaunt nicht in einer Gesellschaft, die so sehr auf Konsum ausgerichtet ist. ●

### Literatur

- Black, D.W. (2001): Compulsive buying disorder – Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs* 15(1): 17-27.
- Bleuler, E. (1983 [1916]): Lehrbuch der Psychiatrie. Berlin: Springer Verlag.
- Dittmar, H./Bettie, J./Fries, S. (1995): Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of Economic Psychology* 16: 491-511.

- DSM-IV (1998): Diagnostische Kriterien des Diagnostischen und Statistischen Manuals Psychischer Störungen. Göttingen: Hogrefe.
- Faber, R.J./O'Guinn, T.C./Krych, R. (1987): Compulsive consumption. *Advances in Consumer Research* 14: 132-135.
- Golden, E. (2000): Clothes, Inside Out. p. 133-153 in: April L. Benson (ed.), *I Shop, Therefore I Am: Compulsive Buying and the Search For Self*. Northvale/NJ: Jason Aronson Inc.
- Koran, L.M./Faber, R.J. et al. (2006): Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry* 163: 1806-1812.
- Kraepelin, E. (1896): Psychiatrie. Ein Lehrbuch. Leipzig: Verlag Johann Ambrosius Barth.
- Lange, Elmar (2004): Jugendkonsum im 21. Jahrhundert. Eine Untersuchung der Einkommens-, Konsum- und Verschuldungsmuster der Jugendlichen in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maag, V. (2010): Kaufsucht in der Schweiz: Verbreitung, Ursachen und Konsequenzen. Zürich/Chur: Rüegger Verlag.
- McElroy, S./Keck, P.E. et al. (1994): Compulsive Buying: A Report of 20 Cases. *Journal of Clinical Psychiatry* 55(6): 242-248.
- Müller, A./de Zwaan, M./Mitchell, J.E. (2008): Pathologisches Kaufen. Kognitiv-verhaltenstherapeutisches Manual. Köln: Deutscher Ärzte-Verlag.
- Neuner, M./Raab, G./Reisch, L.A. (2005): Compulsive buying in maturing consumer societies: An empirical re-inquiry. *Journal of Economic Psychology* 26: 509-522.
- Raab, G./Neuner, M./Reisch, L.A. et al. (2005): SKSK – Screeningverfahren zur Erhebung von kompensatorischem und süchtigem Kaufverhalten. Ein Testmanual. Göttingen/Bern: Hogrefe.
- Scherhorn, G./Raab, G./Reisch, L. (1990): Erhebungsmethoden und Messverfahren der Kaufsuchtstudie. Stuttgart: Institut für Haushalts- und Konsumökonomik, Universität Hohenheim.
- Schweizerische Post (2011): Budgetiert – Kapiert in 90 Minuten. [www.tinyurl.com/post-budgetiert](http://www.tinyurl.com/post-budgetiert), Zugriff 04.01.2011.
- Spinatsch, M. (2004): Eine neue Suchtpolitik für die Schweiz? Grundlagen und Materialien für eine verstärkte Integration der suchtpolitischen Aktivitäten des Bundes. Bern: Bundesamt für Gesundheit.
- Steuergruppe Herausforderung Sucht (2010): Grundlagen eines zukunftsfähigen Politikansatzes für die Suchtpolitik in der Schweiz. [www.bag.admin.ch/herausforderung-sucht](http://www.bag.admin.ch/herausforderung-sucht), Zugriff 04.01.2011.
- Valence, G./d'Astous, A./Frotier, L. (1988): Compulsive Buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy* 11: 419-433.
- Weltgesundheitsorganisation (1999): Internationale Klassifikation psychischer Störungen, ICD-10. Bern: Huber Verlag.

### Endnoten

- <sup>1</sup> Vgl. Spinatsch 2004.
- <sup>2</sup> Vgl. Kraepelin 1896.
- <sup>3</sup> Vgl. Bleuler 1916.
- <sup>4</sup> Vgl. Faber et al. 1987.
- <sup>5</sup> Vgl. Valence et al. 1988.
- <sup>6</sup> Vgl. Neuner et al. 2005.
- <sup>7</sup> Vgl. ebd.
- <sup>8</sup> Vgl. DSM-IV 1998.
- <sup>9</sup> Vgl. Weltgesundheitsorganisation 1999.
- <sup>10</sup> Vgl. McElroy et al. 1994.
- <sup>11</sup> Vgl. Raab et al. 2005.
- <sup>12</sup> Vgl. ebd.
- <sup>13</sup> Vgl. ebd.
- <sup>14</sup> Vgl. Maag 2010.
- <sup>15</sup> Vgl. Neuner et al. 2005.
- <sup>16</sup> Vgl. Koran et al. 2006.
- <sup>17</sup> Vgl. Maag 2010.
- <sup>18</sup> Vgl. Scherhorn et al. 1990.
- <sup>19</sup> Vgl. Black 2001.
- <sup>20</sup> Vgl. Maag 2010.
- <sup>21</sup> Vgl. Dittmar et al. 1995.
- <sup>22</sup> Vgl. Golden 2000.
- <sup>23</sup> Vgl. Maag 2010.
- <sup>24</sup> Vgl. Lange 2004.
- <sup>25</sup> Vgl. Maag 2010.
- <sup>26</sup> Vgl. ebd.
- <sup>27</sup> Vgl. ebd.
- <sup>28</sup> Vgl. [www.potz-tuusig.ch](http://www.potz-tuusig.ch)
- <sup>29</sup> Vgl. [www.kinder-cash.ch](http://www.kinder-cash.ch)
- <sup>30</sup> Vgl. Schweizerische Post 2011.
- <sup>31</sup> Vgl. [www.schulden.ch](http://www.schulden.ch). Auf dieser Seite sind auch die Adressen der Beratungsstellen in der Schweiz erhältlich.
- <sup>32</sup> Vgl. dazu den Artikel von Eidenbenz in dieser Ausgabe des SuchtMagazin.
- <sup>33</sup> Vgl. [www.upkbs.ch/apps/page.asp?Q=1425](http://www.upkbs.ch/apps/page.asp?Q=1425)
- <sup>34</sup> Vgl. Müller/de Zwaan/Mitchell 2008.
- <sup>35</sup> Vgl. Spinatsch 2004.
- <sup>36</sup> Vgl. Steuergruppe Herausforderung Sucht 2010.