

»Hol' Dir die Millionen« – Handlungsmotive von Lotteriespielern in Deutschland*

Jens Beckert und Mark Lutter

Lotteriemärkte sind umsatzstarke Märkte. Da nur weniger als die Hälfte der Einnahmen als Gewinne verteilt werden, haben Lotterielose einen geringeren erwarteten Nutzen als der Kaufpreis des Loses. Warum spielen dennoch Millionen Menschen Woche für Woche ein Spiel, das sie verlieren?

Im Oktober 2006 erlebte Deutschland ein Lotto-Fieber bislang ungekannten Ausmaßes. Nachdem sich in elf Ziehungen ein Jackpot von über 37 Millionen Euro aufgebaut hatte, gewann ein Krankenpfleger und Familienvater aus Westfalen schließlich den höchsten Lotto-Jackpot, der jemals in der Bundesrepublik ausgespielt wurde. Zuvor wurden mit jeder Auslosung die Schlangen in den Annahmestellen länger, an einigen Orten die Spielscheine knapp. Die Lotteriegesellschaften verzeichneten in diesen Tagen Umsatzsteigerungen, die der doppelten Höhe des Normalgeschäfts entsprachen. Für die Medien wurde die Lottoziehung zur Titelgeschichte.

In der Wirtschaftssoziologie stellt die Frage, unter welchen Gesichtspunkten Akteure Gütern einen Wert beimessen und diese nachfragen ein zentrales Forschungsfeld dar (Aspers 2005; Beckert 2007; Smith 1989). Die Nachfrage auf Lotteriemärkten ist dabei ein besonders interessantes Forschungsfeld für die Untersuchung von Wertbildungsprozessen auf Märkten, da sie eine Paradoxie kennzeichnet: Einerseits zielt der Kauf eines Loses eindeutig auf die Erwartung eines monetären Gewinns, andererseits liegt die stochastische Gewinnerwartung bei unter der Hälfte des Kaufpreises. Die Teilnahme ist ökonomisch also irrational. Der Spieleinsatz übersteigt den zu erwartenden Gewinn. Wie kommt es auf diesen Märkten dennoch zu Nachfrage?

* Die Forschungen für diesen Aufsatz entstanden aus dem Projekt »Nachfrageverhalten und Verteilungswirkungen des Lotteriespiels in Deutschland«, das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördert wurde.

Glücksspiel ist ein Massenphänomen

Die Spieleinsätze der Deutschen schaffen einen gewaltigen Markt. Die gesamte, staatlich konzessionierte Glücksspielwirtschaft verzeichnet im Jahr 2005 Einsätze in Höhe von über 30 Milliarden Euro. Damit umfasst der Glücksspielmarkt nahezu das dreifache Volumen des deutschen Buchmarktes und fast den Umsatz des Bekleidungsmarktes. Die größten Umsatzanteile liegen zu je etwa einem Drittel bei Spielbanken und den Spielangeboten des deutschen Lotto-Toto-Blocks, zu denen auch das Zahlenlotto gehört, sowie bei Geldspielautomaten und Sportwetten (vgl. Abb. 1).

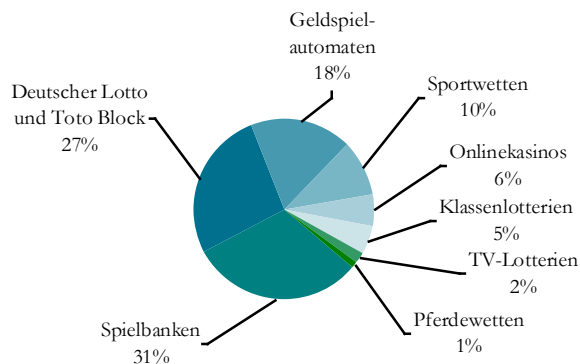


Abbildung 1: Der deutsche Glücksspielmarkt im Überblick; Gesamtumsatz 2005: 30,5 Mrd. Euro, davon Marktanteile in Prozent

(Quelle: SES Research, zitiert n. Financial Times Deutschland vom 30.07.2006.)

Das klassische Lotto, also die Wette »6 aus 49«, ist das populärste aller Glücksspiele. Nach den Ergebnissen einer im Rahmen des Forschungsprojektes in Auftrag gegebenen Bevölkerungsumfrage spielen etwa 40 Prozent der erwachsenen Bevölkerung innerhalb eines Jahres mindestens einmal Lotto. Etwa jeder fünfte Bundesdeutsche spielt regelmäßig mindestens einmal im Monat, der Großteil davon wöchentlich (vgl. Abb. 2).

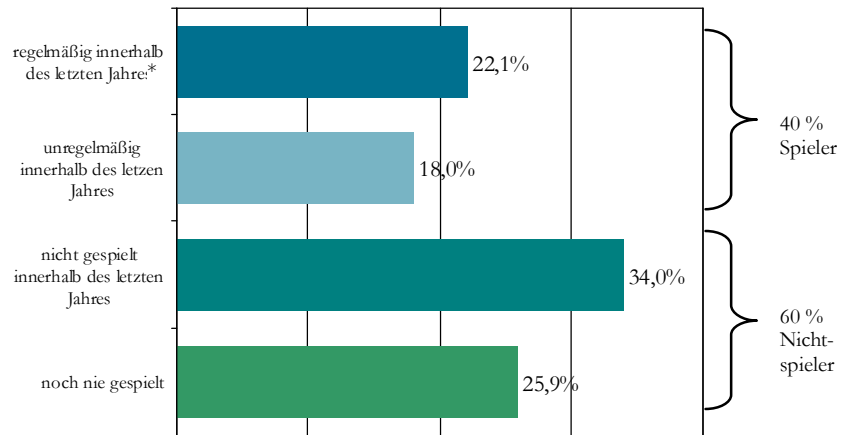


Abbildung 2: Jahres- und Lebenszeitprävalenz Lotto

(Quelle: Eigene Berechnungen, $n=1.504$, Fälle gewichtet; *unter »regelmäßig« wird eine Teilnahmehäufigkeit von mindestens einmal im Monat innerhalb der letzten zwölf Monate verstanden.)

Der monatliche Durchschnittseinsatz liegt bei 16,90 Euro und variiert nach Spielhäufigkeit. So setzen Gelegenheitspieler etwa 6,10 Euro, monatliche Spielteilnehmer etwa 13,20 Euro und regelmäßige Wochenspieler etwa 30,10 Euro im Monat für die Teilnahme am Lottospiel ein (vgl. Abb. 3). Auf diese Weise gelangen jede Woche etwa 100 Millionen Euro in die Annahmestellen.

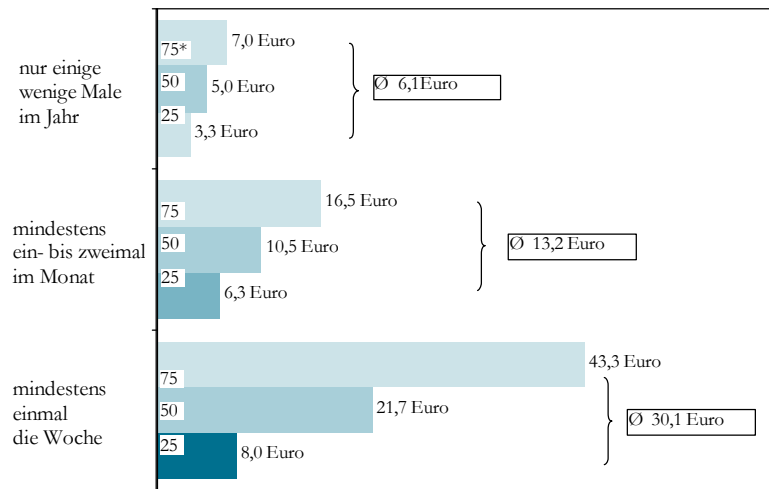


Abbildung 3: Durchschnittliche monatliche Spielausgaben nach Häufigkeit der Spielteilnahme.

(Quelle: Eigene Berechnungen, $n=1002$; *dargestellt ist das 25-, 50- und 75-Prozent-Perzentil.)

Wie ist die Nachfrage nach einem Gut zu erklären, das zu Verlust führt?

Die Beliebtheit des Lottos lässt sich zunächst auf einige Merkmale des Spiels selbst zurückführen. Es handelt sich beim Lotto – im Gegensatz etwa zu Sportwetten – um ein reines Glücksspiel, das keine besonderen individuellen Fertigkeiten, keine besondere Intelligenz sowie keine sozialen oder kulturellen Geschicke erfordert. Auch ist es gut erreichbar: Ein dichtes Netz von Annahmestellen spannt sich über das Bundesgebiet. Zudem handelt es sich im Vergleich zu den distinkten Orten der Spielcasinos und Buchmacherbüros um ein sozial niedrigschwelliges Glücksspiel. Die Spielmöglichkeit ist an Konsumwaren des alltäglichen Bedarfs gebunden; Annahmestellen finden sich an Supermärkten und Kiosken. Ferner findet die Ziehung der Lottozahlen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen statt. Eine weitere Besonderheit der Spielgestaltung liegt in der extremen Differenz von Spieleinsatz und Gewinnsumme. Die Hauptgewinne des Lottos liegen stets im mehrfachen Millionenbereich. Darin unterscheidet sich das Spiel von allen anderen Formen des Glücks-

spiels: Nur das Lotto bietet die minimale Chance auf einen Maximalgewinn, der für den Großteil aller Spieler eine katapultartige Transformation der materiellen Lebenssituation bewirken würde.

Auch für den Krankenpfleger aus Nordrheinwestfalen wird der Jackpot von 37 Millionen Euro ein Anreiz für seinen Einsatz von knapp 10 Euro gewesen sein. Doch die Aussicht auf den Hauptgewinn ist heuchlerisch gering: Im statistischen Mittel gewinnt ein wöchentliches Los etwa alle 2,7 Millionen Jahre. Zudem liegt die statistische Gewinnsumme bei unter der Hälfte des getätigten Einsatzes. Warum beteiligen sich dennoch Menschen an dem Spiel? Was genau erklärt die Nachfrage nach einem offensichtlich verlustbringenden Gut wie dem Lotterielos? In dem Forschungsprojekt wurden zur Beantwortung dieser Frage vier Erklärungsansätze auf der Basis von Daten aus einer repräsentativen Telefonbefragung getestet. (1) Im ersten Erklärungsansatz wird die Nachfrage nach Lotterielosen auf kognitive Fehleinschätzungen der Spieler im Hinblick auf Gewinnwahrscheinlichkeiten zurückgeführt (Rogers 1998; Rogers/Webley 2001). (2) Im zweiten Ansatz wird die Glücksspielteilnahme als wirtschaftlich zweckrationale Investitionsentscheidung rekonstruiert (Friedman/Savage 1948; McCaffery 1994). (3) Drittens erklären Theorien des Spannungsmanagements die Nachfrage nach Lotterielosen aus der relativen Deprivation der Spieler im Verhältnis zu ihrem Anspruchsniveau (Frey 1984; Nibert 2000). (4) Eine vierte Theorie betont den Einfluss sozialer Netzwerkstrukturen bei der Beteiligung an der Lotterie (Adams 1996; Garvía 2005, 2003).

Lotteriespieler sind irrational

Ausgangspunkt des ersten Ansatzes ist die Überlegung, dass die Nachfrage nach Lotterielosen eine ökonomisch irrationale Handlung darstellt, da sie ökonomischer Nutzenmaximierung widerspricht. Die Renditeerwartung eines Lotterieloses lässt sich exakt bestimmen. Sie entspricht etwa der Hälfte des erbrachten Spieleinsatzes. Akteure verfügen im Prinzip über vollständige Informationen zur Berechnung dieses Wertes. Beteiligen sich Akteure dennoch an der Lotterie, so muss der Kauf eines Loses letztlich auf einer falschen, irrationalen Einschätzung der tatsächlichen Gewinnerwartung beruhen (McCaffery 1994: 80ff.). Aus der Kognitionspsychologie ist bekannt, dass Akteure nur begrenzt rational kalkulieren können. Menschen unterliegen etwa dem kognitiven Unvermögen, Wahrscheinlichkeiten adäquat zu beurteilen (Kahneman/Tversky 2000). Sie neigen stattdessen dazu, seltene Ereignisse in ihrer Wahrscheinlichkeit zu überschätzen, dagegen häufig auftretende Ereignisse zu unterschätzen. Diese Urteilsverzerrung verstärkt sich in dem Maße, in dem seltenen Ereignissen unverhältnismäßig größere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Ein

Beispiel dafür ist die medienerzeugte Aufmerksamkeit für Lotteriegewinner durch die häufige Berichterstattung zu den Erfahrungen einiger Jackpot-Gewinner. Den allwöchentlichen, millionenfachen Nichtgewinnern wird hingegen keine Aufmerksamkeit zuteil. Die verstärkte Wahrnehmung von Geschichten über Lotteriegewinner führt demnach zu einer verzerrten Wahrnehmung der tatsächlichen Gewinnwahrscheinlichkeit beim Lotto.

Die aus der Befragung erlangten Daten bestätigen diese Theorie als empirisch kohärent. Es zeigt sich, dass Lotteriespieler, die übermäßig positive Einschätzungen der Gewinnwahrscheinlichkeiten haben, in der Tat häufiger und regelmäßiger spielen. Jedoch lassen sich nur an 8 Prozent der Lotteriespieler überschätzte Gewinnerwartungen feststellen. Die überwiegende Mehrheit der Spieler ist sich der extremen Unwahrscheinlichkeit des Lotteriegewinns bewusst. Diese Theorie erklärt also lediglich einen kleinen Teil der Spielbeteiligung.

Lotteriespiel als rationale Investition

Der zweite Ansatz versucht die Nachfrage im Lotteriemarkt als wirtschaftlich zweckrationales Handeln zu verstehen. Für fast alle Menschen ist das Lotteriespiel die einzige Möglichkeit, mit legalen Mitteln zu außerordentlichem Wohlstand zu gelangen (Clotfelter/Cook 1991: 75f.). Konsumenten, so die Annahme, haben zunächst Bedürfnisse nach Gütern des Grundbedarfs wie Essen, Kleidung, Unterkunft und einigen weiteren Konsumartikeln. Wenn diese Bedürfnisse befriedigt sind, ist der Nutzen weiterer Güter der gleichen Art niedrig. Noch ein Hemd oder ein weiterer Kinobesuch steigern das Nutzenniveau nicht mehr. Sehr wohl würde das Nutzenniveau jedoch durch Güter gesteigert, deren Kosten weit jenseits des verfügbaren Einkommens liegen und die eine grundlegende Veränderung des materiellen Status bedeuten würden. Zum Beispiel wird der Nutzen aus einem eigenen Haus auch nicht teilweise erreicht, wenn nur »etwas« Geld für den Erwerb vorhanden ist. Die einzige legale Möglichkeit, solche unteilbaren Güter zu erlangen, deren Kosten jenseits eigener Verdienstmöglichkeiten oder zu erwartender Mittel aus Schenkungen oder Erbschaften liegen (vgl. Beckert 2004), besteht in einem Lotteriegewinn. Da die Ausgaben für das Lotterielos nur marginale Teile des Haushaltsbudgets betreffen, deren Verausgabung für gewöhnliche Konsumgüter keinen weiteren Nutzen bringt, sind Akteure bereit, für die Wahrnehmung der minimalen Chance auf einen maximalen Gewinn, die unfairen Bedingungen des Spiels in Kauf zu nehmen. Unter diesen Annahmen verletzt der Kauf von Lotterielosen nicht die Maximierungsannahme der ökonomischen Theorie: Es bestehen keine bzw. nur

sehr geringe Opportunitätskosten bei den Käufern der Lose, sofern nur marginale Teile des Haushaltseinkommens dafür verausgabt werden (vgl. McCaffery 1994: 99ff.).

Betrachtet man die empirische Verteilung der monatlichen Ausgaben für Lotterielose als Anteil am verfügbaren Nettoeinkommen, so zeigt sich, dass zwar etwa 60 Prozent der Spieler nur einen trivialen Anteil ihres Einkommens, den wir bei unter einem Prozent definieren, für Lotterielose ausgeben, doch betrachten nur 29 Prozent der Spieler in ihrer subjektiven Einschätzung dieses Geld als triviales »Spielgeld« und nur 9 Prozent als »gut angelegtes« Geld. Für die Mehrzahl der Spieler müssen offenbar andere Beweggründe als der reine Investivcharakter des Spiels ausschlaggebend sein.

Lotteriespiel als Spannungsmanagement

Der dritte Ansatz erklärt die Nachfrage aus dem subjektiv erlebten Missverhältnis von erstrebter und tatsächlicher Statusposition. Funktionalistischen Theorien zufolge dient die Glücksspielteilnahme der Kanalisation von Spannungszuständen, die das Individuum in der modernen, kapitalistischen Gesellschaft erfährt (Bloch 1951; Devereux 1980; Frey 1984). So zeichnen sich kapitalistische Gesellschaften einerseits durch disziplinierende Anforderungen wie kontrollierte Ordnung, Routinen und Berechenbarkeit aus, andererseits fordern sie Individuen auf, Risiken einzugehen und unternehmerisch zu handeln. Zudem besteht ein Spannungsverhältnis zwischen einer gesellschaftlich geforderten Wertorientierung, erfolgreich zu sein und einer zwischen den Gesellschaftsmitgliedern ungleich verteilten Verfügbarkeit der Mittel zur Erlangung dieses Erfolgs. Das Lotteriespiel stellt nun eine gesellschaftlich akzeptierte Möglichkeit der Entladung solch strukturell induzierter Spannungen dar (Frey 1984: 109ff.). In dem das Glücksspiel die Hoffnung bereithält, den auferlegten materiellen und sozialen Statusschranken zu entkommen, dient es der Kompensation des Gefühls, vom Erfolg abgehängt und vom angestrebten Wohlstand entkoppelt zu sein.

Die empirische Prüfung in unserem Forschungsprojekt zeigt, dass die Theorie zwar nicht die Teilnahmehäufigkeit, wohl aber die Höhe der Spieleinsätze vorhersagt. So etwa steigt die Wahrscheinlichkeit hoher monatlicher Ausgaben für Lotterielose als Anteil am Einkommen einerseits mit sinkendem Einkommen, geringer formaler Bildung und niedrigem Berufsprestige, andererseits mit dem Grad subjektiv erlebter Eintönigkeit im Berufs- und Alltagsleben, Gefühlen der relativen Deprivation oder der Stärke des Wunsches nach Verbesserung der materiellen Lebenssituation. Der Zusammenhang dieser Indikatoren von Spannungszuständen mit der Höhe der Spielausgaben deutet demnach auf einen Beleg dieser Theorie hin. Spieler

kanalisieren ihre Spannungszustände nicht in bedachter, regelmäßiger Spielbeteiligung, sondern impulsiv in Form hoher Spieleinsätze. Doch auch hier gilt, dass die Theorie nur das Verhalten eines Teils der Spieler erklärt. Denn viele Spieler empfinden nicht die Spannungszustände, die Grundlage der Theorie sind. Umgekehrt beteiligen sich nicht alle Menschen, die Spannungszustände erleben, an der Lotterie – eine Kanalisation ist auch durch andere Aktivitäten wie Risikosport oder Videospiele denkbar.

Lotteriespiel als soziales Netzwerk

Eine vierte Erklärung des Nachfrageverhaltens führt die Spielmotivation auf den Einfluss sozialer Netzwerkstrukturen zurück und verweist damit auf die Bedeutung sozialstruktureller Einbettung für das Zustandekommen von Märkten (Granovetter 1985). Etwa ein Viertel der Lotteriespieler in Deutschland teilt sich den Tippschein gemeinsam mit Verwandten, Freunden, Nachbarn oder Arbeitskollegen. Das Spielen in Gemeinschaft mit anderen motiviert möglicherweise zur eigenen Spielbeteiligung. Der Wert des Lotterieloses liegt für diese Spieler nicht primär in der Gewinnerwartung, sondern in den sozialen Sekundäreffekten, die sich aus der Mitgliedschaft in der Gruppe ergeben (vgl. Garvía 2005). Das Gemeinschaftsspiel ist eine Gruppenaktivität und stabilisiert soziale Kontakte. Es eröffnet den Gruppenmitgliedern Geselligkeit und geteilte emotionale Erlebnisse. Über diese Effekte werden dann auch solche Personen zur Spielteilnahme ermutigt, die sich allein nicht am Spiel beteiligen würden. So etwa folgt die Spielbeteiligung des Managers in der betrieblichen Tippgemeinschaft nicht aus der Erwartung eines Gewinnes, sondern aus den kohäsiven und sozialintegrativen Folgewirkungen, die das Gemeinschaftsspiel auf das Betriebsklima ausübt.

Diese Theorie findet in zweierlei Hinsicht Bekräftigung. Zum einen erhöht sich die Wahrscheinlichkeit regelmäßiger Spielteilnahme signifikant durch die Anzahl der engen Beziehungen, die eine Person zu anderen Lotteriespielern unterhält. Mit jeder weiteren engen Bekanntschaft steigt die Wahrscheinlichkeit um etwa 50 Prozent. Zum anderen spielen Personen in Tippgemeinschaften etwa um das 3,5-fache häufiger regelmäßig Lotto als Spieler, die alleine spielen. Gleichzeitig verringert das Gemeinschaftsspiel signifikant das Risiko des hohen relativen Spieleinsatzes, was auf den mildernd-restriktiven Einfluss von Gruppennormen auf ihre Mitglieder verweist, die überstürztes Spiel – etwa aus virulent werdenden Spannungszuständen – abzufedern scheinen. Die sozialstrukturelle Umgebung der Spieler erweist sich folglich als ein nicht unerheblicher Einflussfaktor zur Erklärung der Nachfrage nach Lotterielosen.

Lotteriespiel als »Baugenehmigung für Luftschlösser«

Keiner der vier Ansätze bezieht systematisch eine weitere Qualität von Lotterielosen ein, die für die Spielbeteiligung jedoch von großer Bedeutung ist. Mit dem Los erwirbt der Käufer eine minimale Chance auf einen Gewinn, der ihm ansonsten unerreichten Reichtum bringen würde. Diese Möglichkeit, und ist sie noch so unwahrscheinlich, stellt eine zentrale Attraktion des Lotteriespiels dar. Sie ermöglicht den Spielteilnehmern nämlich das Eintauchen in Phantasiewelten als angenehm empfundener Tagträume (vgl. Campbell 1987). 62,5 Prozent der Lotteriespieler hängen regelmäßig solchen Tagträumen nach. Das Lotterieticket ist eine »Baugenehmigung für Luftschlösser« – es ermöglicht die Vorstellung außerordentlichen Wohlstands und der damit verbundenen sozialen Anerkennung durch andere. Hierin liegt auch eine wichtige gesellschaftliche Bedeutung des Lotteriespiels begründet: Das Eintauchen in Traumwelten ist einerseits eine soziale Praxis, mit der die Spieler eine Orientierung an jene materiellen Werte, die mit dem Lotteriegewinn verbunden sind, erzeugen, erfahren und bestätigen. Andererseits verkörpert das Lotterielos das Versprechen, dass großer Wohlstand letztendlich für alle erreichbar ist. Das Lotteriespiel hat somit eine sozialintegrative Bedeutung.

Dass vor dem Hintergrund der Evokation von Tagträumen jedes Jahr allein in Deutschland Milliarden für ein Produkt ausgegeben werden, bei dem allein der Staat und die Annahmestellen sichere Gewinner sind, macht Wirtschaftssoziologen hellhörig. Denn gilt nicht auch für viele Konsumprodukte, dass die Vorstellung ihres Besitzes solche Tagträume evoziert und genau diese Phantasien den Kauf motivieren? Liegt hierin möglicherweise die Grundlage für die Erklärung von Nachfrageverhalten weit über das Lotteriespiel hinaus?

Literatur

- Adams, Douglas James (1996), *Playing the Lottery. Social Action, Social Networks and Accounts of Motive*. Department of Sociology, University of Arizona.
- Aspers, Patrik (2005), *Markets in Fashion: A Phenomenological Approach*, New York, NY.
- Beckert, Jens (2004), *Unverdientes Vermögen. Soziologie des Erbrechts*. Frankfurt a.M./New York.
- Beckert, Jens (2007), »The Great Transformation of Embeddedness. Karl Polanyi and the New Economic Sociology«, *MPIfG Discussion Paper*, H. 1.
- Bloch, Herbert A. (1951), »The Sociology of Gambling«. *The American Journal of Sociology*, Jg. 57, S. 215–221.
- Campbell, Colin (1987), *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford/New York.
- Clotfelter, Charles T./Philip J. Cook (1991), *Selling Hope. State Lotteries in America*, Cambridge, MA.

- Devereux, Edward C. Jr. (1980), *Gambling and the Social Structure. A Sociological Study of Lotteries and Horse Racing in Contemporary America*, New York.
- Frey, James H. (1984), »Gambling: A Sociological Review«. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, H. 474, S. 107–121.
- Friedman, Milton/L.J. Savage (1948), »The Utility Analysis of Choices Involving Risk«, *The Journal of Political Economy*, Jg. 56, S. 279–304.
- Garvía, Roberto (2003), *European Lottery Markets in the Eighteenth and Nineteenth Century. The Institutional Origins of Syndicate Play in Spain*, Unveröffentlichtes Manuskript.
- Garvía, Roberto (2005), *Better with my Friends than Alone. Social Networks and Lottery Play*, Unveröffentlichtes Manuskript.
- Granovetter, Mark S. (1985), »Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness«, *American Journal Of Sociology*, Jg. 91, S. 481–510.
- Kahneman, Daniel/Amos Tversky (2000), *Choices, Values and Frames*, New York.
- McCaffery, Edward J. (1994), »Why People Play Lotteries And Why It Matters«, *Wisconsin Law Review*, Jg. 71, S. 71–122.
- Nibert, David (2000), *Hitting the Jackpot*, New York.
- Rogers, Paul (1998), »The Cognitive Psychology of Lottery Gamblings. A Theoretical Review«, *Journal of Gambling Studies*, Jg. 14, S. 111–134.
- Rogers, Paul/Paul Webley (2001), »It could be us!: Cognitive and Social Psychological Factors in UK National Lottery Play«, *Applied Psychology*, Jg. 50, S. 181–199.
- Smith, Charles W. (1989), *Auctions. The Social Construction of Value*, New York.