
Inhalt

Zusammenfassung	7
I. Einleitung	25
II. Sucht und Gesellschaft	31
1. Perspektiven auf den Suchtbegriff	31
2. Modelle zum Suchtverhalten	35
3. Perspektiven auf Mediensucht	39
4. Modelle für eine Internetsucht	43
5. Neuropsychologische Befunde	49
III. Neue elektronische Medien und Suchtverhalten	53
1. Allgemeine Internetsucht	53
1.1 Einordnung	53
1.2 Attraktivitätspotenzial	55
1.3 Phänomenologie und Diagnostik	57
2. Onlinespielsucht	60
2.1 Einordnung	63
2.2 Attraktivitätspotenzial	66
2.3 Phänomenologie und Diagnostik	70
3. Social-Network-Sucht	74
3.1 Einordnung	76
3.2 Attraktivitätspotenzial	80
3.3 Phänomenologie und Diagnostik	82
4. Onlinesexsucht	83
4.1 Einordnung	86
4.2 Attraktivitätspotenzial	90
4.3 Phänomenologie und Diagnostik	92
5. Onlinekaufsucht	95
5.1 Einordnung	97
5.2 Attraktivitätspotenzial	101
5.3 Phänomenologie und Diagnostik	102

6. Onlineglücksspielsucht	104
6.1 Einordnung	107
6.2 Attraktivitätspotenzial	111
6.3 Phänomenologie und Diagnostik	112
7. Interventionen und Therapien	115
<hr/>	
IV. Bedeutung der Mediensucht für Kinder und Jugendliche	117
1. Einordnung	117
2. Risiko- und Gefährdungspotenziale	123
3. Empirische Erkenntnisse aus Workshops	125
4. Interventionen und Therapien	127
<hr/>	
V. Stakeholder Panel TA zur Mediensucht	129
<hr/>	
VI. Handlungsoptionen	139
1. Verbesserung der wissenschaftlichen Erkenntnislage	139
2. Stärkung des gesellschaftlichen Diskurses	141
3. Mediensucht als eigenständiges Krankheitsbild diskutieren	142
4. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen stärken	144
5. Prioritäre Verbesserung der Prävention	145
6. Verbesserung der psychosozialen Versorgungsstruktur	147
<hr/>	
Literatur	149
1. In Auftrag gegebenes Gutachten	149
2. Weitere Literatur	149
<hr/>	
Anhang	161
1. Abbildungsverzeichnis	161