

STATEMENT

KINDER UND JUGENDLICHE VOR SPORTWETTSUCHT SCHÜTZEN: WERBUNG ENDLICH REGULIEREN

Das ZENTRUM FÜR VERHALTENSSUCHT der Caritas Berlin unterstützt den Antrag der Grünen Fraktion nachdrücklich und bekräftigt die Notwendigkeit, Glücksspielwerbung strenger zu regulieren, um Kinder und Jugendliche wirksam zu schützen.

Wissenschaftliche Studien belegen eindeutig den starken Einfluss von Glücksspielwerbung auf junge Menschen. Insbesondere die Forschung der Universität Sheffield (2023) zeigt einen klaren Dosis-Wirkungs-Effekt: Je häufiger Jugendliche Glücksspielwerbung sehen, desto größer ist das Risiko, dass sie riskantes Spielverhalten entwickeln oder sich eine Spielsucht manifestiert. Dieser Effekt ist besonders problematisch, da Jugendliche oft impulsiver handeln und Risiken weniger gut einschätzen können als Erwachsene.

Glücksspielwerbung kann bei jungen Menschen den Eindruck erwecken, dass Glücksspiel eine übliche, risikofreie Freizeitaktivität sei; Studien zeigen, dass häufige Werbung dazu führt, dass Glücksspiel als gesellschaftlich akzeptiertes Verhalten wahrgenommen wird, was besonders für Jugendliche riskant ist. Diese Normalisierung kann die Hemmschwelle für den Einstieg in das Glücksspiel senken und ein falsches Sicherheitsgefühl fördern.

Eine umfassende Übersichtsarbeit der University of Glasgow (2023) kommt zu dem Ergebnis, dass Glücksspielwerbung nicht nur die Wahrnehmung von Risiken verzerrt, sondern auch unrealistische Erwartungen an Gewinne erzeugt. Diese verzerrten Vorstellungen können dazu führen, dass Jugendliche häufiger und mit höheren Einsätzen spielen, was die Wahrscheinlichkeit einer Abhängigkeit deutlich erhöht.

Weiterhin birgt der Auftritt von Prominenten, Stars und Influencern in der Werbung für Sportwetten weitere erhebliche Risiken für Jugendliche und gefährdete Zielgruppen. Ein Verbot dieser Praxis ist aus mehreren Gründen sinnvoll: Prominente haben eine starke Vorbildfunktion, insbesondere für Jugendliche, die dazu neigen, das Verhalten ihrer Idole nachzuahmen. Wenn Stars für Sportwetten werben, verleihen sie der Aktivität einen scheinbar legitimen, erstrebenswerten Status. Dies kann Jugendliche dazu verleiten, Glücksspiel zu idealisieren, ohne die realen Risiken zu verstehen. Sie fühlen sich emotional mit ihnen verbunden. Diese Bindung führt zu einem Vertrauensvorschuss, den Werbetreibende ausnutzen, um Glücksspielangebote attraktiver zu machen. Diese Manipulation ist ethisch fragwürdig und besonders gefährlich für junge Menschen, die anfälliger für emotionales Marketing sind. Die große Reichweite von Prominenten, insbesondere in sozialen Medien, bedeutet, dass ihre Inhalte oft auch Minderjährige erreichen, selbst wenn diese Werbung offiziell nicht an Jugendliche gerichtet ist. Plattformen wie Instagram, TikTok und Twitch machen es nahezu unmöglich, die Zielgruppe effektiv zu kontrollieren, was eine ungewollte Ansprache Minderjähriger begünstigt. Ähnliche Beschränkungen existieren bereits in anderen Bereichen, etwa für Tabak- oder Alkoholwerbung, bei denen der Einsatz von Prominenten streng reguliert oder verboten ist. Diese Maßnahmen haben dazu beigetragen, den Konsum und die Risiken in der Bevölkerung zu senken. Eine analoge Regelung für Glücksspiel wäre ein logischer und notwendiger Schritt.

Angesichts dieser Erkenntnisse ist es aus fachlicher Sicht unerlässlich, Glücksspielwerbung strenger zu regulieren. Insbesondere müssen Maßnahmen ergriffen werden, um die Exposition von Jugendlichen gegenüber Glücksspielwerbung drastisch zu reduzieren.

STATEMENT

Das Zentrum für Verhaltenssucht begrüßt den vorliegenden Antrag der Grünen Fraktion als einen wichtigen Schritt, um Kinder und Jugendliche vor den weitreichenden gesundheitlichen und sozialen Folgen von Sportwettsucht zu schützen.

Kontakt:

Gordon Emons
Zentrumsleitung
g.emons@caritas-berlin.de

Kristin Schneider
Stellvertretung
k.schneider@caritas-berlin.de

Tel: 030/666 33 955
Webseite: www.verhaltenssucht-berlin.de

