

Antragsbereich I / **Antrag I1**

AntragstellerInnen: Jusos Oberbayern

I1: Verbot von Wettanbieter- und Casinowerbungen

Adressat*innen:

Bezirkskonferenz der Jusos OBB, die Landeskonferenz Bayern und der

5

Bundeskongress

10

Sei es die Tipico-Filiale in der eigenen Stadt, der Spielautomat im Imbiss, oder aber

15 das Casino am Stadtrand, so haben alle etwas gemeinsam: Es sind Rückzugs- und

Gefahrenorte für Menschen, die an einer Spielsucht erkrankt sind, und junge Menschen,

20

die dadurch Zugang zu Glücksspielen finden. Laut einer Studie der Bundeszentrale für

25 gesundheitliche Aufklärung gab es 2021 ca. 430.000 Menschen mit problematischen

Glücksspielverhalten, überwiegend junge männliche Erwachsene unter 25. Die Spielsucht

30 betrifft jeden, unabhängig von Geschlecht, Familien-
status, oder Einkommen, sie

zerstört ganze Existenzen und reißt diese in den
Abgrund.

35

Dem gilt es entgegenzuwirken, weshalb wir ein gene-
relles Verbot von Casino- und

40

Wettanbieterwerbungen online wie offline fordern.
Dieses Verbot soll deutschlandweit,

verbindlich, zu jeder Uhrzeit und unabhängig von der
45 Art des Mediums (Fernsehen,

Social Media, Videospiele) gelten, gleichermaßen für
legale, in Deutschland

50 lizenzierte und illegale Anbieter.

Besonders bei illegalen Anbietern von Online-Casinos
55 muss die Kontrolle des Verbots

stärker forciert werden, da diese ohne gültige Lizenz
in Deutschland nach aktueller

60 Regelung keinerlei Werbung schalten dürfen, jedoch
in Deutschland 90 % der Werbung

von diesen illegalen Online-Casinos stammen.

65

Darüber hinaus fordern wir strengere Auflagen für Spielhallen oder Wettanbieter, die

70 strikte Alterskontrollen und Sperrgebiete beinhalten. Konkret sollen solche Lokale in

Innenstädten, in unmittelbarer Nähe von Schulen und Kindergärten (min. 1 km

75

Luftlinie) sowie Universitäten/Hochschulen (min. 1 km Luftlinie) nicht betrieben

werden dürfen. Des Weiteren sollen große Billboards
80 oder Schilder, insbesondere mit

Beleuchtung, vor den Lokalen nicht gestattet werden.

85

Außerdem fordern wir die Umsetzung folgender Punkte:

• Der Zugang zu Online-Angeboten darf ausschließ-
90 lich durch Vorlage der BUND-ID

gewährleistet werden, um die Identität der Spieler zu verifizieren und den

95 Zugang für Minderjährige zu verhindern.

• Casinos sind verpflichtet, ihren Kunden einen

- Selbstausschluss anzubieten,
- 100 sollten sie problematisches Spielverhalten zeigen.
Bei Online-Angeboten soll zur
- Erkennung von problematischem Glücksspielverhalten Software eingesetzt werden.
- 105 Bei physischen Casinos sind die Mitarbeiter dazu verpflichtet, Schulungen in
- Bezug darauf zu durchlaufen und Kunden auf potenziell problematisches Verhalten
- 110 anzusprechen.
- Spieler sollen zu jeder Zeit einen Selbstausschluss beantragen können, der
- 115 sofort wirksam wird und in einem zentralen Register vermerkt wird. Dieser
- Selbstausschluss kann sowohl temporär als auch auf Lebenszeit beantragt werden.
- 120
- Ein Widerruf ist möglich und wird innerhalb von 4 Wochen wirksam.
- Es ist ein festes Einzahlungslimit festzusetzen, um exzessives Glücksspiel und
- 125 finanzielle Risiken zu begrenzen.
- Es sind nur 2 Einzahlungen pro Casino-Besuch möglich, um die Kontrolle über
- 130 finanzielle Ausgaben zu erleichtern und die Gefahr

von unkontrolliertem Spielen

zu reduzieren.

- Alle Formen des von sogenannten „Lootboxen“ als Glücksspiele einzustufen,

hiermit sollen vor allem Jugendliche vor Glücksspiel geschützt werden.

- Verstöße gegen das Glücksspielrecht führen zum sofortigen Lizenzverlust.
- Bund und Länder sind verpflichtet, regelmäßig Kontrollen durchzuführen. Diese

finden unangekündigt und unter Zuhilfenahme von „Testspielen“ statt.

Begründung

Die Werbung für in Deutschland lizenzierte Glücksspiel- und Wettanbieter ist bereits aus gutem Grund eingeschränkt. Aus unserer Sicht zählen die Gründe für die aktuellen Einschränkungen jedoch für den Zeitraum zwischen 21 und 6 Uhr gleichermaßen. Ein Verbot der Werbung für Anbieter kommt keinem Verbot von Wett- und Glücksspielanbietern gleich, es sorgt jedoch dafür, dass durch Werbemaßnahmen nicht weiter Menschen in die Spielsucht gezogen werden.