

Deutsche Spielbanken warnen vor unzulässiger Werbung für Online-Casinos durch social media

„Online-Casinos umgehen Werbeverbot für internetbasiertes Glücksspiel und erreichen Kinder und Jugendliche.“

Baden-Baden – Über das Videoportal YouTube berichtete ein Videoproduzent, (YouTuber) unter dem Alias MontanaBlack, wie er auf einem Online-Casinoportal mehrfach hohe Gewinne erzielte. Da andere Angebote dieses „Influencers“ oft auch von Kindern und Jugendlichen genutzt werden, löste die Nähe zu illegalen Online-Casinos in der Nutzerschaft massive Kritik, einen shitstorm, aus. Das deutsche Glücksspielrecht verbietet den Betrieb, das Marketing aber auch das Spiel auf einer Plattform wie lapalingo.com.

„Es ist ein gutes Zeichen, dass Online-User es nicht akzeptieren, wenn ein YouTuber und Live-Streamer indirekt oder auch direkt für illegale Online-Casinos wirbt. Dies wiegt umso schwerer, wenn der Influencer entgegen dem Schein, selbst zu spielen, zusätzlich eine Abmachung mit dem Betreiber des in Deutschland nicht erlaubten Portals hat“, sagt Otto Wulferding, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Spielbankenverbandes DSbV. „Wenn Internet-Angebote der global player unkontrolliert verfügbar sind, gefährdet dies den öffentlichen Auftrag der staatlich-konzessionierten Spielbanken in Deutschland, illegale Spielangebote einzudämmen und sicheres Spiel anzubieten. Aktuell erleben wir einen nahezu rechtsfreien virtuellen Raum des Online-Glücksspiels.“

Trotz der fehlenden Gesetzesgrundlage wächst der Markt für Online-Glücksspiel und Sportwetten im zweistelligen

Prozentbereich, besonders präsent sind Anbieter aus dem Ausland. Eine Neugestaltung des Glücksspielrechtes steht weiter aus. So unterzeichneten die Ministerpräsidenten der Länder im Frühjahr 2017 zwar den Entwurf zum Zweiten Glücksspieländerungsstaatsvertrag. Er wurde jedoch nicht rechtswirksam, da nicht alle Bundesländer – wie erforderlich – den Staatsvertrag bestätigten. Schleswig-Holstein stimmte nicht zu, so dass es keinen bundesweiten Konsens gibt hinsichtlich der Konzessionierung der Anbieter von Online-Casinos oder Online-Sportwetten.

“So kann ein Influencer offenbar unbehelligt ein Online-Casino bewerben. Dabei ist einerseits das Spiel selbst nach §285 StGB untersagt. Andererseits ist Werbung für unerlaubte Glücksspiele gemäß §5 des Glücksspielstaatsvertrags verboten.“ Wulferding kritisiert ein Vollzugsdefizit, wenn etwa Wettanbieter öffentliche Werbung im Fernsehen machen, obwohl dies de jure eingeschränkt ist. Der Influencer beruft sich sogar darauf, dass ihm das Werbeverbot unbekannt sei, im TV werde ja auch dafür geworben. „Es besteht Regelungsbedarf. Denn es gibt Spielerschutzvorgaben und Werberichtlinien, die der Staat kontrollieren sollte und muss. Gerade dann, wenn social media und deren Protagonisten auch Kinder und Jugendliche erreichen.“