

# 100 Tage nach EU-Wahl – Treffen der European Casino Association in Baden-Baden

**Spielbankenverband fordert einheitliches EU-Reglement für Online-Casinos, um lizenziertes Glücksspiel zu sichern.**

Baden-Baden, 10. September 2019.

Am 11. und 12. September 2019 kommen Vertreter der führenden Spielbanken aus 29 Ländern in Baden-Baden zusammen, um 100 Tage nach der Europawahl eine gesamteuropäische Strategie gegenüber illegalem online-Glücksspiel abzustimmen. Sie betrifft u.a. die Sicherheit von Glücksspiel, die soziale Verantwortung der Spielbank-Betreiber oder die Wettbewerbsfähigkeit der legalen Spielbanken im nationalen und internationalen Umfeld von Online-Casinos. „Das Casino Baden-Baden ist zwar ein Musterbeispiel dafür, wie eine klassische Glücksspiel-Marke im Wettbewerb, auch mit Online-Casinos, Haltung zeigen kann. Dennoch müssen wir stetig unseren Wert pflegen“, sagt Otto Wulferding, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Spielbankenverbandes DSbV.

Anlässlich des Treffens der European Casino Association ECA bekräftigt Wulferding daher die ECA-Forderung nach einer einheitlichen europäischen Glücksspiel-Politik, die auch eine konsistente deutsche Gesetzgebung leite: „Die Glücksspielgesetzgebung gleicht heute einem Flickenteppich. Viele Länder suchen nach individuellen Lösungen, um ihre Spielbank-Kultur im Online-Wettbewerb zu sichern. Doch das Internet kennt keine landespolitischen Grenzen. Wir fordern daher eine europäische Policy, um den konzessionierten Spielbanken in ihren Ländern einen Handlungskorridor im Rahmen der digitalen Transformation zu gewähren. Wer online dabei sein will, muss europäische Standards der Sicherheit, die Qualifizierung der Spielbank-Mitarbeiter und der Spielkultur

erfüllen.“

Wulferding nimmt zudem Bezug auf einen Austritt Großbritanniens aus der EU: Ein Brexit betreffe auch Glücksspielanbieter, etwa in Gibraltar, die bis nach Deutschland wirken. Die deutsche Glücksspielgesetzgebung steht vor notwendigen Reformen, um einen für alle Spielformate bindenden Rahmen zu schaffen, und diesen auch durchzusetzen. Wir folgen jedoch der Einschätzung, dass sich die Anbieter des in Deutschland nicht erlaubten Glücksspiels durch Werbung und Sponsoring im öffentlichen Meinungsklima etablieren beanspruchen – und so eine normative Kraft des Faktischen entfalten.