

Suchtprävention

Neue Studie: Wie wirkt Geldspielwerbung auf junge Menschen?

Eine Gesundheitsbefragung des Bundesamts für Statistik ergab, dass im Jahr 2022 6,1 Prozent der Schweizer Jugendlichen zwischen 15 und 24 Jahren ein riskantes oder pathologisches Geldspielverhalten zeigten. Für die Stiftung Sucht Schweiz ist es deshalb zentral, auf Faktoren hinzuweisen, die junge Menschen zu Geldspielen verleiten.

In einer multidimensionalen Studie hat Sucht Schweiz nun untersucht, wie Geldspielwerbung auf junge Menschen wirkt. Die Studie basiert auf einer Zusammenfassung der neuesten wissenschaftlichen Literatur, einer Fokusgruppe mit Jugendlichen sowie einer Analyse der diesbezüglichen Regularien in anderen Ländern.

Aus der Untersuchung geht hervor, dass gerade junge Menschen für Geldspiel-

werbung anfällig sind. Diese banalisiert die Geldspiele, macht sie attraktiv und blendet damit verbundene Risiken wie eine Verschuldung aus.

Die Marketingtechniken der Geldspielindustrie richten sich über soziale Medien, Influencer und Sportevent-Sponsoring gezielt an die jüngere Generation. «Dieser Ansatz besteht beispielsweise darin, die Gewinnchancen für gewisse Spiele wie die Sportwetten so darzustellen, als ob sie etwas mit den Kompetenzen und Kenntnissen der Spieler zu tun hätten, obschon dies gar nicht zutrifft», erläutert die Co-Autorin der Studie Dörte Petit.

Des Weiteren zeigt die Studie, dass die Schweiz zu den Ländern mit der laschesten Regulierung im Hinblick auf die Glücksspielwerbung gehört. Die

Direktorin von Sucht Schweiz, Tania Séverin, appelliert an die Behörden, sich am Ausland zu orientieren: «Wir müssen die regulatorischen Massnahmen für das Geldspiel jetzt verschärfen und unsere Jugend besser schützen.»

Dazu plädiert Sucht Schweiz für ein Verbot der Verwendung von Sponsorenlogos und Namen beim Event-sponsoring (Vorbild Italien), für ein generelles Verbot der Geldspielwerbung, mit der Möglichkeit fallweiser Bewilligungen (Vorbild Belgien) sowie für eine Beschränkung der Exposition junger Menschen gegenüber Geldspielwerbung durch digitale Technologie (Vorbild Niederlande). Sucht Schweiz/PS ▲

Medienmitteilung von Sucht Schweiz vom 27.06.2024