

27.06.2024 - 09:00 Uhr

## Neue Studie von Sucht Schweiz zeigt, wie Geldspielwerbung auf junge Menschen wirkt. Jetzt ist eine restriktivere Regulierung gefragt!



Lausanne (ots) -

Eine multidimensionale [Studie von Sucht Schweiz](#) hat untersucht, wie die Geldspielwerbung auf junge Menschen wirkt. Die Literatur-Review zeigt einen Zusammenhang zwischen entsprechender Werbe-Exposition und dem Spielverhalten junger Menschen. Die Gruppengespräche mit 15-Jährigen bestätigten den Befund, dass die jungen Menschen solcher Werbung ausgesetzt sind und ihre Haltung entsprechend beeinflusst wird. Sucht Schweiz ruft zu einer restriktiveren Regulierung auf. Die Schweiz sollte sich an den Massnahmen anderer Länder orientieren und für unsere Jugend ein entwicklungsfreundliches Umfeld schaffen.

Die im Jahr 2024 [veröffentlichten Zahlen](#) der Schweizerischen Gesundheitsbefragung des Bundesamts für Statistik ergaben, dass im Jahr 2022 6,1 % der Schweizer Jugendlichen zwischen 15 und 24 Jahren ein "riskantes" oder "pathologisches" Geldspielverhalten zeigten. Für die Stiftung Sucht Schweiz ist es deshalb zentral, auf die Faktoren hinzuweisen, die junge Menschen dazu verleiten, Geldspiele zu spielen. Laut einer jüngsten Studie, die vom Programm *Spielen ohne Sucht* finanziert und von Sucht Schweiz durchgeführt wurde, lässt der aktuelle Stand der wissenschaftlichen Erkenntnis den Schluss zu, dass gerade junge Menschen für solche Werbung anfällig sind. Diese banalisiert die Geldspiele, macht sie attraktiv und blendet zugleich die verbundenen Risiken aus, wie zum Beispiel die Verschuldung.

### Gezielte Marketing-Strategien

Die Marketing-Techniken, welche die Geldspielindustrie anwendet, zielen via Soziale Medien, Influencers und Sportevent-Sponsoring insbesondere auf 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 Spielenden zu tun hätten, obschon dies gar nicht zutrifft", erläutert die Co-Autorin der Studie Dörte Petit.

### Den Gesetzesrahmen jetzt verschärfen: die Vorschläge von Sucht Schweiz

Die Studie zeigt, dass die Regulierung in der Schweiz, anders als in anderen europäischen Ländern, zu wenig streng ist. Mehrere Länder haben Massnahmen zum Jugendschutz eingeführt, während die Schweiz hier zu den laschesten Ländern bezüglich 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." Konkret stellt Sucht Schweiz folgende Massnahmen zur Diskussion:

1. **Verantwortungsvolles Sponsoring:** Verbot der Verwendung von Sponsoren-Logos und -Namen beim Event-Sponsoring (Vorbild Italien).
2. **Proaktiver Gesetzesrahmen:** Generelles Verbot der Geldspielwerbung, mit der Möglichkeit fallweiser Bewilligungen (Vorbild

Belgien).

3. **Technologische Kontrolle:** Beschränkung der Geldspielwerbung-Exposition der jungen Menschen durch digitale Technologie (Vorbild Niederlande).

#### **Methodologie der Studie**

Die Studie basiert auf einer Zusammenfassung der neuesten wissenschaftlichen Literatur, einer Fokusgruppe mit Jugendlichen sowie einer Analyse der regulatorischen Situation für ausgewählte Länder.

**Hier zur Studie:** <https://www.suchtschweiz.ch/publication/untersuchung-zur-geldspielwerbung-in-der-schweiz/>

Pressekontakt:

Dörte Petit  
Co-Autorin der Studie  
dpetit@suchtschweiz.ch  
Tel. 021 321 29 86

Markus Meury  
Mediensprecher Sucht Schweiz  
mmeury@suchtschweiz.ch  
Tel. 021 321 29 63

#### **Medieninhalte**



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000980/100920995> abgerufen werden.