

Antrag 2025/II/Recht/4

Distrikt Billstedt

Verbot von Werbung und Sponsorings für Glücksspiel

1 Der Landesparteitag möge beschließen:

2 Die sozialdemokratischen Mitglieder des Senats und die SPD-Fraktion in der Hamburgischen
3 Bürgerschaft setzen sich dafür ein, 1.) § 5 GlüStV dahingehend zu ändern, dass Werbung und
4 jede Form des Sponsorings für Glücksspiel verboten sind. 2.) wirksame Kontroll- und Sanktions-
5 instrumente zu entwickeln, welche das Werbe- und Sponsoringverbot durchsetzen.

6 **Begründung**

7 Glücksspiel ist insbesondere mit Sportwetten in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Keine
8 Übertragung eines Fußballspiels ist ohne Werbung für diverse Wettanbieter vorstellbar. Die Zu-
9 nahme der Werbung trägt dabei erheblich zur Normalisierung und Verbreitung von Glücksspiel
10 bei. Dabei werden gezielt die Emotionen der potenziellen Spieler*innen angesprochen, sei es
11 mit dem Lieblingsclub oder mit einem bekannten ehemaligen Sportler. Ein Verbot der Glücks-
12 spielwerbung ist notwendig, um die starken psychologischen Verknüpfungen, die durch emo-
13 tionale Ansprache entstehen, zu brechen. Die Glücksspielwerbung fördert Impulsivität, was zu
14 einer verstärkten und zum Teil auch unfreiwilligen Teilnahme am Glücksspiel führt – auch mit
15 dramatischen Folgen wie Verschuldung und Sucht. Die durch das Verbot ausfallenden Werbe-
16 einnahmen und Sponsorings stehen hinter der Bedeutung des Gesundheitsschutzes potenziel-
17 ler, ehemaliger und aktiver Spieler*innen zurück. Dabei ist auch der Jugendschutz bedeutsam,
18 welcher auch der Staatsvertrag selbst in § 5 II GlüStV als Ziel benennt. Es lässt sich nicht ver-
19 meiden, dass auch minderjährige Personen Werbung für Glücksspiel wahrnehmen. Der Bun-
20 desgesetzgeber hat die Bedeutung von Werbeverboten zuletzt auch bei der teilweisen Lega-
21 lisierung von Cannabis erkannt und zu Recht ein Werbe- und Sponsoringverbot in § 6 KCanG
22 geregelt. Reine Spielerinformation selbst kann erlaubt bleiben, solange sie sachlich und infor-
23 mativ gestaltet ist. Das zu entwickelnde Kontroll- und Sanktionsinstrument soll gewährleisten,
24 dass dieses Verbot auch effektiv durchgesetzt wird. Neben Sanktionen gegen die werbenden
25 Unternehmen sollten auch individuelle Maßnahmen gegen Personen, die Werbung verbreiten,
26 möglich sein.