



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



# Sinn und Unsinn von Sozialkonzepten in Spielhallen



## Danksagung

- Dr. Ann-Christin Wilcke
- Fachverband Glücksspielsucht
- Beratungs- und Behandlungseinrichtungen
- Stadt Hamburg (Finanzierung der Studie)



## Einleitung

- Anbieter von Glücksspielen sind gemäß §6 GlüStV verpflichtet, Maßnahmen zum Spielerschutz und zur Suchtprävention im Rahmen eines Sozialkonzepts umzusetzen.
  - Bestimmungen nicht präzise konkretisiert
  - Spielraum hinsichtlich der Umsetzung der Vorschriften



## Responsible Gambling

- Sozialkonzepte als Teil der Sekundärprävention und damit des „responsible gambling“

*Responsible gambling in a regulated environment is when consumers have **informed choices** and can exercise a **rational and sensible choice** based on their circumstances.*

Zitiert aus dem Verhaltenskodex eines australischen Glücksspielanbieters (ALH Group, Code of Conduct, Juli 2009, S. 2.



## Beurteilungsparameter von Sozialkonzepten

- Wirksamkeit auf dem Papier: Notwendige Bedingung
  - Kurzzusammenfassung: Maßnahmen auf dem Papier sind potentiell wirksam
- Umsetzung in der Realität: Notwendige Bedingung
  - Theorie: Anreizproblematik
  - Empirie: Ergebnisse in diesem Vortrag



## Theorie: Anreizproblem bei der Umsetzung

- Grundlegendes Problem bei Sozialkonzepten ist der Interessenkonflikt des Anbieters
  - Eine Seite: Wirtschaftliches Interessen: Langfristige Bindung von Stammkunden
  - Andere Seite: Anbieter sollen einen Teil eben jener gut zahlenden Kundschaft zumindest teilweise vom Spielen abhalten, da mögliche Spielprobleme vorliegen könnten.
- Äußert sich insbesondere bei Mitarbeiterschulungen zur Identifizierung von Spielsüchtigen
  - Folgt der Identifizierung die Ansprache im Sinne der Prävention?
  - Oder erfolgt eine Ermunterung zum Weiterspielen im Sinne eines modernen „Key Account Managements“ z.B. mit Bonusangeboten?



# Empirie: Befragung von Klienten von Beratungs- und Behandlungseinrichtungen

- Befragung in 2014
- Einschlusskriterium: Spielteilnahme in den letzten 12 Monaten

Geschlecht	Teilnehmer
ohne Angabe	2
männlich	558
weiblich	92
Gesamt	655

	Min	Max	Ø
Alter	17	76	37,42



Bundesland	Teilnehmer	in %
ohne Angabe	23	3,5%
Bayern	91	13,9%
Berlin	6	0,9%
Brandenburg	18	2,7%
Bremen	5	0,8%
BW	64	9,8%
Hessen	38	5,8%
HH	12	1,8%
MV	4	0,6%
Niedersachsen	83	12,7%
NRW	137	20,9%
Rheinland-Pfalz	33	5,0%
Saarland	13	2,0%
Sachsen	49	7,5%
Sachsen-Anhalt	13	2,0%
SH	61	9,3%
Thüringen	5	0,8%
<b>Gesamt</b>	<b>655</b>	<b>100,0%</b>





## Teilnahmefrequenz

Teilnahmefrequenz	Häufigkeit	Prozent
weniger als 1 Mal pro Woche	43	6,6%
1-2 Pro Monat	65	9,9%
1 Mal pro Monat	70	10,7%
2-3 Mal pro Woche	230	35,1%
4-6 Mal pro Woche	112	17,1%
täglich	69	10,5%
mehrfach täglich	66	10,1%
<b>Gesamt</b>	<b>655</b>	<b>100%</b>



## Spielverluste pro Monat

Verluste pro Monat	Häufigkeit	Prozent
0 €	4	0,6%
1-100€	57	8,7%
100-200€	113	17,3%
200-500€	210	32,1%
500-1000€	144	22,0%
mehr als 1000€	72	11,0%
mehr als 2000€	51	7,8%
ohne Angabe	4	0,6%
<b>Gesamt</b>	<b>655</b>	<b>100%</b>



## Am häufigsten gespieltes Glücksspiel in den letzten 12 Monaten

Glücksspielart	Häufigkeit	Prozent
Gewerbliches Automatenspiel (Spielhalle)	512	78,2%
Gewerbliches Glücksspiel (Gaststätte)	39	6,0%
Großes Spiel in staatlichen Spielbanken	9	1,4%
Sportwetten online	34	5,2%
Casinospiele online	22	3,4%
Automatenspiel in staatlichen Banken	5	0,8%
Lotterien (ohne Klassenlotterie)	5	0,8%
Sportwetten offline	9	1,4%
Poker online	9	1,4%
Andere	10	1,5%
ohne Angabe	1	0,2%
<b>Gesamt</b>	<b>655</b>	<b>100,0%</b>



## Sind Ihnen Infomaterialien oder Hinweise zu Glücksspielsucht oder zum Spielerschutz aufgefallen?

Warnhinweise	Häufigkeit	Prozent
Keinen Hinweis wahrgenommen	225	43,9%
Hinweis zur Glücksspielsuchthotline	181	35,4%
Hinweis zur Möglichkeit einer Spielsperre	36	7,0%
Möglichkeit zur Limitierung von Einsätzen	5	1,0%
Infotext auf der Website des Anbieters	6	1,2%
Selbsttest zur Spielsucht	24	4,7%
Hinweise auf eine Website zu Glücksspielsucht	1	0,2%
Andere Hinweise/Infos	9	1,8%
Keine Angabe	25	4,9%
<b>Gesamt</b>	<b>512</b>	<b>100,0%</b>



## Gefühl, ob Anbieter mögliche Spielprobleme erkannt hat?

	Bei anderen		Beim Probanden	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
ja	189	36,9%	202	39,5%
nein	202	39,5%	184	35,9%
nicht sicher	107	20,9%	110	21,5%
Keine Angabe	14	2,7%	16	3,1%
<b>Gesamt</b>	<b>512</b>	<b>100,0%</b>	<b>512</b>	<b>100,0%</b>



## Falls Probleme erkannt, erfolgte Ansprache durch das Personal?

	Häufigkeit	Prozent
ja	18	8,9%
nein	161	79,7%
trifft nicht zu	9	4,5%
Keine Angabe	14	6,9%
<b>Gesamt</b>	<b>202</b>	<b>100,0%</b>



## Falls Ansprache, wurden Maßnahmen vorgeschlagen, um mögliches problematisches Glücksspielverhalten einzuschränken?

	Häufigkeit	Prozent
ja	8	50,0%
nein	8	50,0%
Gesamt	16	100,0%



## Falls Ansprache+Vorschlag, wie sahen die vorgeschlagenen Hilfsmaßnahmen vorwiegend aus?

	Häufigkeit	Prozent
Verharmlosung der Situation	1	12,5%
Hinweis aufs Hilfshotline	1	12,5%
Hinweis Beratungsstelle	4	50,0%
Sonstiges	1	12,5%
keine Angabe	1	12,5%
<b>Gesamt</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>





## Registriert Anbieter hohe Verluste?

	Häufigkeit	Prozent
ja	223	43,6%
nein	214	41,8%
nicht sicher	72	14,1%
keine Angabe	3	0,6%
<b>Gesamt</b>	<b>512</b>	<b>100,0%</b>



## Reaktion des Anbieters auf registrierte hohe Verluste?

Reaktion	Häufigkeit	Prozent
stark ermutigt weiterzuspielen	32	13,4%
leicht ermutigt weiterzuspielen	65	27,2%
leicht ermutigt aufzuhören	22	9,2%
stark ermutigt aufzuhören	7	2,9%
weder ermutigt noch abgehalten	113	47,3%
<b>Gesamt</b>	<b>239</b>	<b>100,0%</b>



## Falls ermutigt weiterzuspielen, in welcher Form?

Reaktion	Häufigkeit	Prozent
Speisen	19	19,6%
Getränke	49	50,5%
Gutscheine	1	1,0%
Bonus	3	3,1%
keine Angabe	27	27,8%
<b>Gesamt</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>



## Fazit

- Derzeitige Sozialkonzepte sind Papiertiger, es findet keine Umsetzung in der Realität statt
- Sozialkonzepte nur ein Argument auf der politischen Bühne
- Präventive Wirksamkeit von Sozialkonzepten möglich, wenn
  - Überwachung der Einhaltung von Sozialkonzepten und Ahndung von Verstößen
  - Umsetzung von Sozialkonzepten nicht durch die Anbieter, sondern durch unabhängige Dritte
- Alternative: keine Sozialkonzepte, sondern verbindliche Regelungen zum Spielerschutz



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Kontakt: [ingo.fiedler@uni-hamburg.de](mailto:ingo.fiedler@uni-hamburg.de)