SPIELERSCHUTZ-KONZEPT

Verfasser: Joachim Häusler, Tipico Co. Ltd.

TIPICO CO. LTD.
Tipico Tower
Vjal Portomaso
St. Julian's STJ 4011
Malta

corporate.responsibility@tipico.com
www.tipico.de

MBR Registration Number: C 34286
VAT Registration Number: MT25934015
Konzession zum Veranstalten von Sportwetten im Internet und stationären Betrieb
(Bescheid vom 9. Oktober 2020 des Regierungspräsidiums Darmstadt;
Aktenzeichen RPDA - Dez. III 34 - 73 c 19.02/2-2018/3)

Version 4.1 Stand Oktober 2021

1. Von Sozialkonzept zu Konsumentenschutz 7

2. Was soll das Spielerschutzkonzept leisten 9

2.1 Spielerschutz als Regelwerk zur Aufteilung der Verantwortung zwischen Kunden und Anbieter 10

3. Glücksspielbezogene Störungen 13

3.1 Klassifikation und Diagnostik 13

3.2 Epidemiologie und Verlauf 13

3.3 Spezifische Risiken von Sportwetten 16

3.3.1 Kontrollillusion 19

3.3.2 Ereignisfrequenz 19

3.4 Besonderheiten der Vertriebskanäle 21

3.4.1 Verfügbarkeit 21

3.4.2 Anonymität 22

3.4.3 Soziale Kontrolle 22

3.4.4 Modell für den Vertrieb über mehrere Kanäle 22

4. Rahmenwerk für Jugendschutz und Spielerschutz 25

4.1 Ressourcen 25

4.1.1 Personelle Ressourcen 25

4.1.2 Strukturelle Ressourcen 27

4.1.3 Partnerschaften und Kooperationen 28

4.1.4 Evaluierung 28

4.2 Schulung ... 29
4.2.1 Arbeitsanweisungen ... 29
4.2.2 Schulung für Mitarbeiter in Wettvermittlungsstellen ... 30
4.2.3 Schulung für Mitarbeiter im Unternehmen ... 31
4.3 Kontrollmaßnahmen ... 32
4.3.1 Compliance-Überprüfungen ... 32
5. Jugendschutz ... 35
5.1 Information ... 35
5.2 Identitäts- und Altersverifikation ... 36
6. Spielerschutz ... 39
6.1 Public Health Modell als Ausgangspunkt ... 39
6.2 Grundkonzept der Spielerschutzstrategie der Tipico ... 41
6.3 Adaptation als Präventionsziel bei Tipico ... 41
6.4 Individualisierung des Spielerschutzes als Methode ... 44
6.5 Früherkennung und Risikomanagement ... 44
6.5.1 Beurteilung der Risikoneigung der Kunden ... 45
6.5.2 Monitoring der Kommunikation ... 45
6.5.3 Monitoring des Spielverhaltens ... 48
6.5.4 Risikobewertung über das gesamte Verhalten des Kunden ... 51
6.6 Spielerschutzgespräch ... 53

6.7 Universalprävention ... 56
6.7.1 Information & Risikobewusstsein ... 56
6.7.2 Selbsttest ... 58
6.7.3 Kundenkonto-Auszug ... 59
6.7.4 Anzeige der Uhrzeit ... 59
6.7.5 Spielumfeld ... 59
6.7.6 Spielangebot ... 61
6.7.7 Wettprogramm ... 61
6.7.8 Produkt Design ... 62
6.7.9 Verantwortungsvolle Werbung ... 62
6.8 Selektive Prävention ... 64
6.8.1 Kreditverbot ... 64
6.8.2 Finanzielle Limits ... 64
6.8.3 Zeitliche Begrenzungen ... 67
6.9 Indizierte Prävention ... 67
6.9.1 Selbstsperre ... 67
6.9.2 Fremdsperre ... 69
6.9.3 Umgang mit Hinweisen Dritter ... 69
6.9.4 Erkennung gesperrter Spieler ... 70
6.9.5 OASIS: Anbieterübergreifende Sperrdatenbank ... 70

6.9.6 Überleitung zu Hilfsorganisationen 71

6.9.7 Wiedereröffnung nach Spielsperre 72

7. Literaturverzeichnis 75

8. Abbildungsverzeichnis 86

9. Tabellenverzeichnis 88

Diversität ist für Tipico Teil der Identität. Tipico fördert Vielfalt, Integration und Gleichberechtigung. Dass in diesem Konzept durchgängig die männliche Form verwendet wird, ist nicht als geschlechtsspezifisch zu betrachten, sondern dient ausschließlich der besseren Lesbarkeit.

1. VON SOZIALKONZEPT ZU KONSUMENTENSCHUTZ

Tipico hat sich bewusst dafür entschieden, das vorliegende Konzept nicht als Sozialkonzept zu bezeichnen. Denn das würde der Bedeutung nicht gerecht, die Tipico der Frage beimisst.

Spielerschutz entspringt nicht einfach nur gelebter sozialer Verantwortung. Spielerschutz gehört zum Kern des Angebots. Es handelt sich dabei um keine Extraleistung, die sich nur ganz besonders verantwortungsvolle Unternehmen leisten.

Spielerschutz ist vielmehr die notwendige Voraussetzung für die Produktqualität, die Tipico seinen Kunden bieten will. Ein Glücksspielangebot ohne Spielerschutz könnte man vergleichen mit einem Auto ohne Bremsen. Dass ein Angebot seine Nutzer nicht in Gefahr bringt, gehört zur Basisausstattung, nicht zur Sonderausstattung. Anders ausgedrückt: Konsumenten erwarten Spielerschutz. Insbesondere vom Marktführer.

Für Tipico ist Spielerschutz daher kein Kompromiss, den man sich zwischen sozialer Verantwortung und Gewinnstreben abringen muss. Eine solche Herangehensweise würde zwangsläufig zu Interessenskonflikten führen, weil zwischen der Verantwortung gegenüber Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und den (u. a. fiskalischen) Interessen des Staates abgewogen würde (Bühringer et al., 2013; Häusler, 2019).

Spielerschutz ist das Fundament des Angebots der Tipico, da ein nachhaltiges Geschäftsmodell ohne Spielerschutz nicht denkbar ist. Konsumenten wollen ein sicheres, faires und attraktives Angebot, das sie langfristig genießen können. Was sie nicht wollen ist, dass sich ihr Spielverhalten in eine problematische Richtung entwickelt. Daher ist Tipico davon überzeugt, dass Konsumenten Spielerschutz dort honorieren, wo sie erkennen, dass dieser tatsächlich ihre Interessen vertritt und aufrichtig ihre Sicherheit in den Vordergrund stellt. Das Vertrauen sport- und sportwettbegeisterter deutscher Kunden gibt Tipico Recht.

tipico

2. WAS SOLL DAS SPIELERSCHUTZKONZEPT LEISTEN

Eine zentrale Anforderung an das Spielerschutzkonzept ist es, innerhalb des Geschäftsmodells und des täglichen operativen Geschäfts von Tipico, die Umsetzung der hierfür relevanten Ziele des Glücksspielstaatsvertrags (Nr. 1 bis Nr. 4, insbesondere des Jugend-, Spieler- und Verbraucherschutzes) zu gewährleisten. Für Unternehmen der Tipico Gruppe ist das Spielerschutzkonzept die Grundlage des Spielerschutzes, aus der sich Ziele, Richtlinien und Prozesse ableiten. Für Tipicos Franchise-Partner ist das Spielerschutzkonzept als Teil des Franchise Vertrags verankert. Sie sind daher zur Einhaltung aller sie betreffenden Inhalte (ausgewiesen als „stationärer Vertrieb") vertraglich verpflichtet.

Im Spielerschutzkonzept werden die praktischen Methoden zur Förderung dieser Ziele des Glücksspielstaatsvertrags detailliert dargestellt. Insbesondere das Spannungsfeld zwischen dem Ziel der Begrenzung des Marktes und dem Ziel der Kanalisierung der Nachfrage von Konsumenten erfordert eine detailliertere Diskussion, aus der sich konkrete Schritte ableiten lassen: Schließlich sind Konsumenten im Internet höchst mobil, und ein Abwandern von unzufriedenen Konsumenten zu unlizenzierten Anbietern ist nur sehr schwer zu verhindern. Der Nachweis der Wirksamkeit von Internet- oder Zahlungssperren in der Praxis steht weiterhin aus (Haucap, Nolte & Stöver, 2017). Umso mehr muss es das Ziel sein, dass Konsumenten das Angebot des regulierten Marktes als zumindest gleichwertig zu Angeboten außerhalb des regulierten Marktes annehmen können. Der bessere Konsumentenschutz des - durch Werbung klar erkennbaren regulierten Angebots - wird vom Konsumenten honoriert: Spielerschutzmaßnahmen werden von Konsumenten aktiv begrüßt, solange sie die Entscheidungen des Konsumenten nicht unnötig einschränken (Gainsbury, Parke & Suhonen, 2013). Starke Einschränkungen (z. B. beim Produktangebot) können aber rasch dazu führen, dass Konsumenten systematisch aus dem regulierten Markt ‚hinauskanalisiert' werden. Haucap, Nolte und Stöver (2017) argumentieren, dass ein Schutzniveau, das nur durch Einschränkungen des Produktangebots erreicht werden kann, nur ein theoretisches Schutzniveau sein wird: Da es gleichzeitig auch Konsumenten aus dem regulierten Markt ‚hinauskanalisiert' zu Angeboten, wo dieses Schutzniveau gar nicht besteht, wird das Schutzniveau in der Praxis nicht erreicht werden.

Die zentrale Anforderung an Tipicos Spielerschutzkonzept ist es daher, Strategien im Rahmen der Ziele und Anforderungen des Glücksspielstaatsvertrages zu erarbeiten, um ein für Konsumenten zumindest akzeptables Angebot sicherstellen zu können und damit einen hinreichend großen Teil der Konsumentennachfrage in den regulierten Markt zu leiten und so den Konsumenten ein möglichst hohes Schutzniveau erleben zu lassen.

Das vorliegende Spielerschutzkonzept dient Tipico daher als Grundlage allen Handelns und spannt sich folglich quer durch alle Geschäftsbereiche. In den nachstehenden Kapiteln wird zunächst jeweils die wissenschaftliche und evidenzbasierte Grundlage, für die von Tipico bewusst gewählten Prozesse und Angebote erörtert, bevor jeweils deren praktische Implementierung im Online Vertrieb sowie im stationären Vertrieb beschrieben werden.

2.1 Spielerschutz als Regelwerk zur Aufteilung der Verantwortung zwischen Kunden und Anbieter

Das Konzept der informierten Entscheidung gehört zu den Kernprinzipien des Konsumentenschutzes (European Commission, 2012). In zahlreichen Wirtschaftssektoren, darunter auch solche, in denen Entscheidungen schwerwiegende Konsequenzen haben können (z. B. Finanzdienstleistungen), lassen sich Maßnahmen zum Konsumentenschutz weitestgehend auf dieses Prinzip zurückführen. Solange das Informationsgefälle zwischen Anbieter und Konsumenten beseitigt wird, das heißt, solange dem Konsumenten vollständige, unverfälschte Informationen über ein Produkt, dessen potenzielle Risiken und wie man diesen Risiken vorbeugen kann, proaktiv zur Verfügung gestellt werden, kann sich der Anbieter grundsätzlich darauf verlassen, dass der Konsument sich verantwortungsvoll verhalten wird.

Dieser Ansatz wurde in der Wissenschaft auch zum Thema Spielerschutz vorgeschlagen (Blaszczynski, et al., 2008; Blaszczynski et al., 2011; Hing, Russell & Hronis, 2018;). Somit würde die Letztverantwortung für die tatsächlichen Konsumentscheidungen aber beim Konsumenten verbleiben, sofern die Bedingung einer informierten Entscheidung erfüllt ist. Das Reno-Model (Blaszczynski, Ladouceur & Shaffer, 2004; Ladouceur et al., 2016; Shaffer et al., 2016) ist ein Rahmenwerk für Spielerschutz, das auf ebendiesem Konzept basiert.

Mit ‚Kontrollverlust' und dem ‚Fortsetzen des Spiels trotz negativer Konsequenzen' als zentrale Kennzeichen von Suchterkrankungen muss aber in Frage gestellt werden, inwieweit eine informierte Entscheidung einem Betroffenen tatsächlich ausreichend hilft (Hancock & Smith, 2017). Trotz seines Wissens wäre er nicht in der Lage, seine Entscheidungen hinreichend zu seinem eigenen Schutz zu kontrollieren.

Daraus folgern Bühringer und Kollegen (2018), dass der Anbieter für vulnerable Spieler eine weitergehende Verantwortung übernehmen muss, um diese hinreichend zu schützen. Im Extremfall müsste der Anbieter daher vollständig die Verantwortung übernehmen, sofern ersichtlich ist, dass der Konsument dazu selbst nicht mehr in der Lage ist. Gleichzeitig stellt ein solches Vorgehen aber auch einen schwerwiegenden Eingriff in die Selbstbestimmtheit des Spielers dar und sollte daher auf jene Fälle begrenzt sein, in denen der Eingriff auch klar ersichtlich gerechtfertigt ist.

In diesem Spannungsfeld definiert Häusler (2019) Spielerschutz als den Prozess, der die Aufteilung der Verantwortung zwischen Konsumenten und Anbieter steuert. Daraus ergeben sich zwei Anforderungen für die praktische Umsetzung.

Einerseits erwächst daraus für den Anbieter die Notwendigkeit, ein klares Verständnis von jedem Kunden und dessen potenziellen Risiken zu entwickeln, das auf der Gesamtheit aller Interaktionen mit dem Kunden basiert. Jede neue Information muss in eine Neubewertung des Kunden einfließen. „Know your Customer" (KYC) betrifft also nicht nur die Anbahnung der Geschäftsbeziehung, sondern dient im Spielerschutz als kontinuierlicher Prozess dazu, diesen angemessen zu beurteilen. Je mehr Information ein Anbieter gewinnt, die das verantwortungsvolle Verhalten eines Kunden bestätigt, desto mehr kann sich dieser auf die Eigenverantwortung des Kunden verlassen. Verfügt der Anbieter hingegen nur über wenig Information über den Kunden,

beziehungsweise deutet diese Information darauf hin, dass der Kunde u. U. vulnerabel sein könnte, darf der Anbieter dem Kunden nur eingeschränkte Eigenverantwortung zugestehen.

Andererseits muss dieses Verständnis vom Kunden jede zukünftige Interaktion mit diesem bestimmen. Das betrifft alle Aspekte der Kundenbeziehung, von den Richtlinien für Tipico Mitarbeiter mit Kundenkontakt bis hin zum Aufbau der Online-Plattform und ihrer Funktionalitäten. Jede Produkt-Komponente und deren Funktionalitäten sind darauf abzustimmen, ob Tipico annehmen kann, dass ein Kunde zweifelsfrei eigenverantwortlich handelt oder ob davon ausgegangen werden muss, dass er darüber hinaus gehenden Schutz benötigt, für den wiederum Tipico verantwortlich ist.

3. GLÜCKSSPIELBEZOGENE STÖRUNGEN

3.1 Klassifikation und Diagnostik

Glücksspielbezogene Probleme können für Betroffene und deren Umfeld schwerwiegende negative finanzielle, emotionale, physische und zwischenmenschliche Konsequenzen mit sich bringen (Shaffer & Korn, 2002). Seit den 1980er Jahren existiert eine klinische Diagnose für glücksspielbezogene Probleme. Entlang einiger zur Diagnose zentraler Symptome wurde die Störung zuerst als Impulskontrollstörung in die Klassifikationssysteme eingeordnet (z. B. pathologisches Glücksspiel in DSM-4; Saß, Wittchen & Zaudig, 1996). Im aktuellen Diagnostischen und Statistischen Manual psychischer Störungen (DSM-5; Falkai & Wittchen, 2015) ist die Störung durch Glücksspiel schließlich der Kategorie der Störungen im Zusammenhang mit psychotropen Substanzen und abhängigen Verhaltensweisen zugeordnet und folgt damit einer gemeinsamen Einordnung von Substanzabhängigkeiten und Verhaltenssüchten. Das Kategorisierungsschema der International Classification of Diseases der World Health Organisation folgt diesem Vorbild in der jüngsten Revision ICD-11, die 2019 offiziell vorgestellt wurde.

Nach DSM-5 erfolgt die Diagnose durch neun Kriterien, von denen vier innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten aufgetreten sein müssen:

- Einsatzerhöhung zur gewünschten Erregung
- Unruhe und Gereiztheit bei Einschränkung des Spielens
- Wiederholt erfolglose Versuche, die Spielaktivität zu kontrollieren, einzuschränken oder aufzugeben
- Starke gedankliche Eingenommenheit vom Glücksspiel
- Vermehrte Glücksspielaktivität bei belastenden Gefühlszuständen
- Verlustausgleich („chasing")
- Verschleiern der tatsächlichen Verstrickung ins Glücksspiel gegenüber Dritten
- Gefährdung oder Verlust des sozialen Umfeldes durch Spielverhalten
- Rückgriff auf finanzielle Unterstützung durch das soziale Umfeld

3.2 Epidemiologie und Verlauf

Die Prävalenzrate problematischen bzw. pathologischen Glücksspiels in Deutschland wird von der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung seit 2007 regelmäßig durch Befragung bevölkerungsrepräsentativer Stichproben überprüft. Zur Bemessung des Anteils der Personen mit glücksspielbezogenen Problemen werden klinische Screenings verwendet. Dabei handelt es sich um sehr kurze Fragebögen, die im klinischen Betrieb für eine Vorselektion verwendet werden. Personen, die im Screening unauffällig sind, werden nicht weiter diagnostiziert. Personen, die im Screening jedoch auffällig sind, werden weiter untersucht, da eine positive Diagnose möglich ist. Die in bevölkerungsrepräsentativen Untersuchungen aufgefundenen potenziellen problematischen bzw. pathologischen Spieler sind daher ein Näherungswert für den tatsächlichen Anteil in der Gesellschaft.

Die Messmethodik wurde in diesem Zeitraum zwar nicht vollständig konstant gehalten, es wurde aber zumindest angestrebt, die Studien so vergleichbar wie möglich zu halten. In jeder der Untersuchungen wurde der South Oaks Gambling Screen (SOGS; Lesieur & Blume, 1987) als Screening-Instrument verwendet.

Über den Zeitraum von 2007 bis 2017 hinweg lassen sich keine anhaltenden Trends feststellen, und der Anteil der Personen, für die eine Diagnose von problematischem bzw. pathologischem Glücksspiel wahrscheinlich ist, liegt bei etwa 1 % der Gesamtbevölkerung. Der Verlauf weist zwar sichtbare Schwankungen auf; diese übersteigen aber nicht das Ausmaß, wie man es von zufallsbedingten Schwankungen erwarten würde.

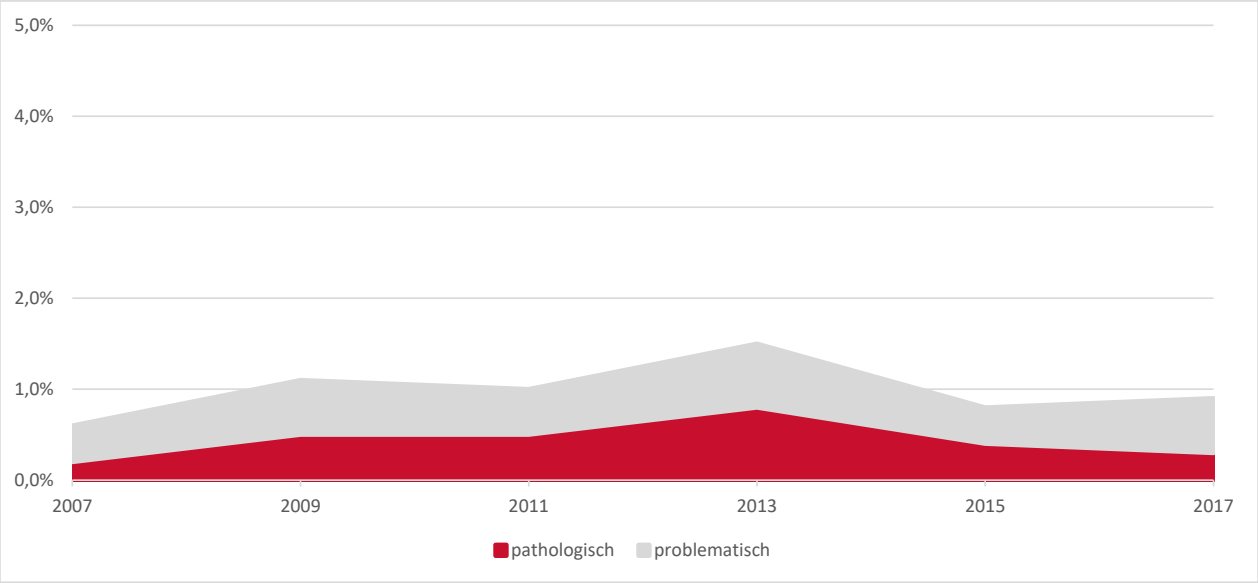


Abbildung 1: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der Gesamtbevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017)

Während dieser Zeit hat sich aber auch die Nutzung verändert: 2007 hatten noch etwa 55 % der befragten Deutschen innerhalb der vergangenen zwölf Monate Glücksspiele genutzt; 2017 waren es hingegen nur noch 37 %. Es ist daher sinnvoll zu untersuchen, inwieweit sich glücksspielbezogene Risiken für diejenigen verändert haben, die tatsächlich Glücksspiele nutzen.

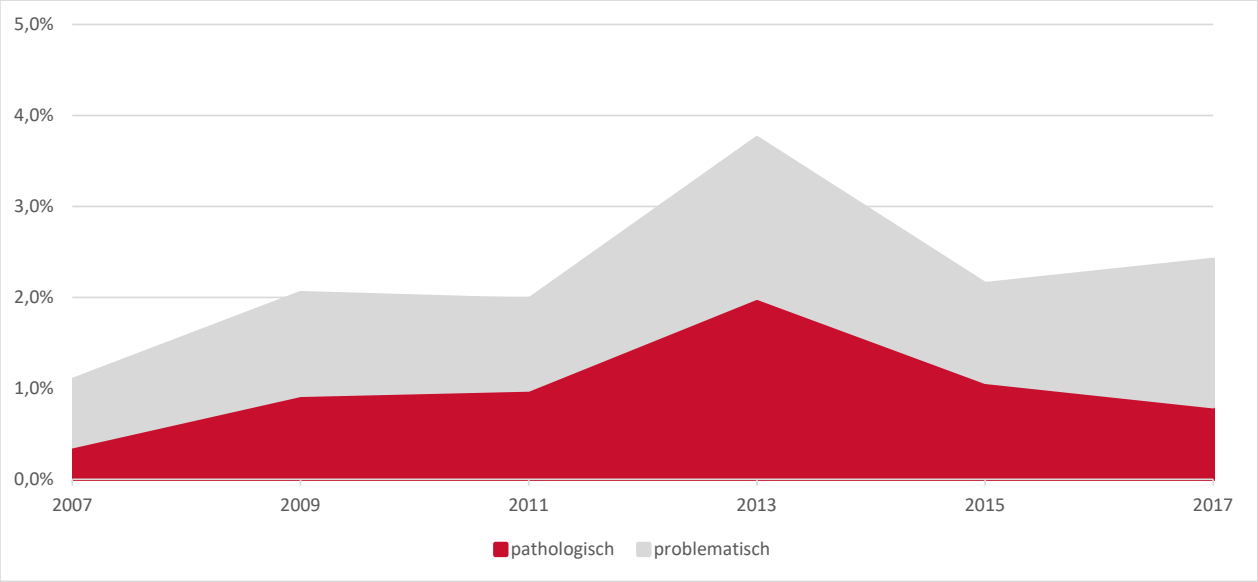


Abbildung 2: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der glücksspielenden Bevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017)

In dieser Darstellung hingegen ist ein tendenzieller Anstieg der Risiken für Teilnehmer an Glücksspielen, glücksspielbezogene Probleme zu entwickeln, zu erkennen. 2017 lag dieses Risiko zuletzt bei über 2 %. Zusammenfassend erlauben diese Verläufe eine vorläufige Evaluierung der Wirkung deutscher Glücksspielregulierung seit 2007: Glücksspiel wurde für moderate Kunden zwar kontinuierlich unattraktiver; die Risiken desselben stiegen aber an.

Obschon die Prävalenzraten über die Zeit nur sehr graduelle Änderungen erfahren, zeigen Längsschnitts-Untersuchungen, dass der Verlauf einer Störung durch Glücksspiele für individuelle Betroffene nicht stabil ist (LaPlante et al., 2008). Während Nicht-Spieler und risikoarme, moderate Spieler in ihrem Status relativ stabil sind, verändert sich die Schwere der Problembelastung bei klinischen und präklinischen Spielern relativ häufig und innerhalb von Zeiträumen von unter einem Jahr (Slutske, 2006). Ebenfalls scheint es manchen Betroffenen zu gelingen, ihr Problemausmaß ohne professionelle Hilfe zu reduzieren: Etwa 80 % der remittierten Betroffenen gelingt dies ohne Kontakt zum Hilfesystem (Meyer et al., 2011).

Das bedeutet aber keinesfalls, dass professionelle Hilfe nicht notwendig ist. Einerseits zeigt sich dieser Effekt schwächer bei Betroffenen mit sehr hohem Problemausmaß. Andererseits sind bei einer tatsächlichen Behandlung der Störung und gegebenenfalls dahinterliegender Vulnerabilitäten das Risiko eines Rückfalls in die Sucht geringer und die Chancen auf eine langfristige Genesung besser.

3.3 Spezifische Risiken von Sportwetten

Erste Untersuchungen mit dem Ziel, die Suchtpotenziale verschiedener Formen des Glücksspiels zu beleuchten, beruhten auf der Befragung von Betroffenen (Becker, 2009; Premper et al., 2014), Therapeuten (Meyer & Hayer, 2005) oder Experten (Meyer et al., 2010). Die konventionelle Perspektive der Suchtpotenziale verschiedener Spiele ergibt sich aus diesen und ähnlichen Studien. Diese Studien weisen generell auf ein erhöhtes Risikopotenzial von Geldspielautomaten hin (vgl. Tabelle 1), welches über Eigenschaften wie z. B. eine hohe Ereignisfrequenz und das häufige Auftreten von Beinahe-Gewinnen (verlorenen Spielausgängen, die vom Spieler aber nahezu als Gewinne empfunden und verarbeitet werden) erklärt werden. Dabei wird allerdings das Risiko in Kauf genommen, dass Befragungsergebnisse generell einer Vielzahl von Wahrnehmungsfehlern und Verzerrungen unterworfen sein können (Shaffer et al, 2010).

Ausgeübte Glücksspielart N = 414 Patienten/innen (Mehrfachantworten möglich)	N	in %
Geldspielautomaten in Spielhallen	313	75,6 %
Geldspielautomaten in Gaststätten	137	33,1 %
Geldspielautomaten in Spielbanken	70	16,9 %
Spielbankspiele (Roulette, Black-Jack)	50	12,1 %
Geld- und Sportwetten	58	14,0 %
Karten- und Würfelspiele	46	11,1 %
Lotto um hohe Beträge	34	8,2 %
Fun-Games	29	7,0 %
Online-Sportwetten	21	5,1 %
Online-Kartenspiele	48	11,6 %
Online-Casinos	31	7,5 %
Andere	20	4,8 %

Tabelle 1: Selbstberichtete Ursachen für Problemverhalten von Personen in Behandlung.
Quelle: Premper et al. (2014), S. 337

Bevölkerungsrepräsentative Prävalenzstudien sind ebenfalls in der Lage, Informationen dazu zu liefern, welche Spiele von problemfreien und problembehafteten Spielern genutzt werden. Diese Daten können zwar nicht kausal dahin interpretiert werden, dass sie Ergebnisse liefern, welche Spiele ursprünglich die glücksspielbezogenen Probleme verursacht haben. In jedem Fall ermöglichen sie aber eine Aussage darüber, mit welchen Formen des Glücksspiels sich problembehaftete Spieler fortgesetzt selbst schädigen. Genau diese Information ist wiederum hilfreich, um anzuzeigen, wo Präventionsmaßnahmen ansetzen können und sollten. Diese Perspektive zielt auf das individuelle Risiko ab und beleuchtet, wie wahrscheinlich es unter den Nutzern einer bestimmten Form des Glücksspiels ist, glücksspielbezogene Probleme aufzuweisen (Abbildung 3).

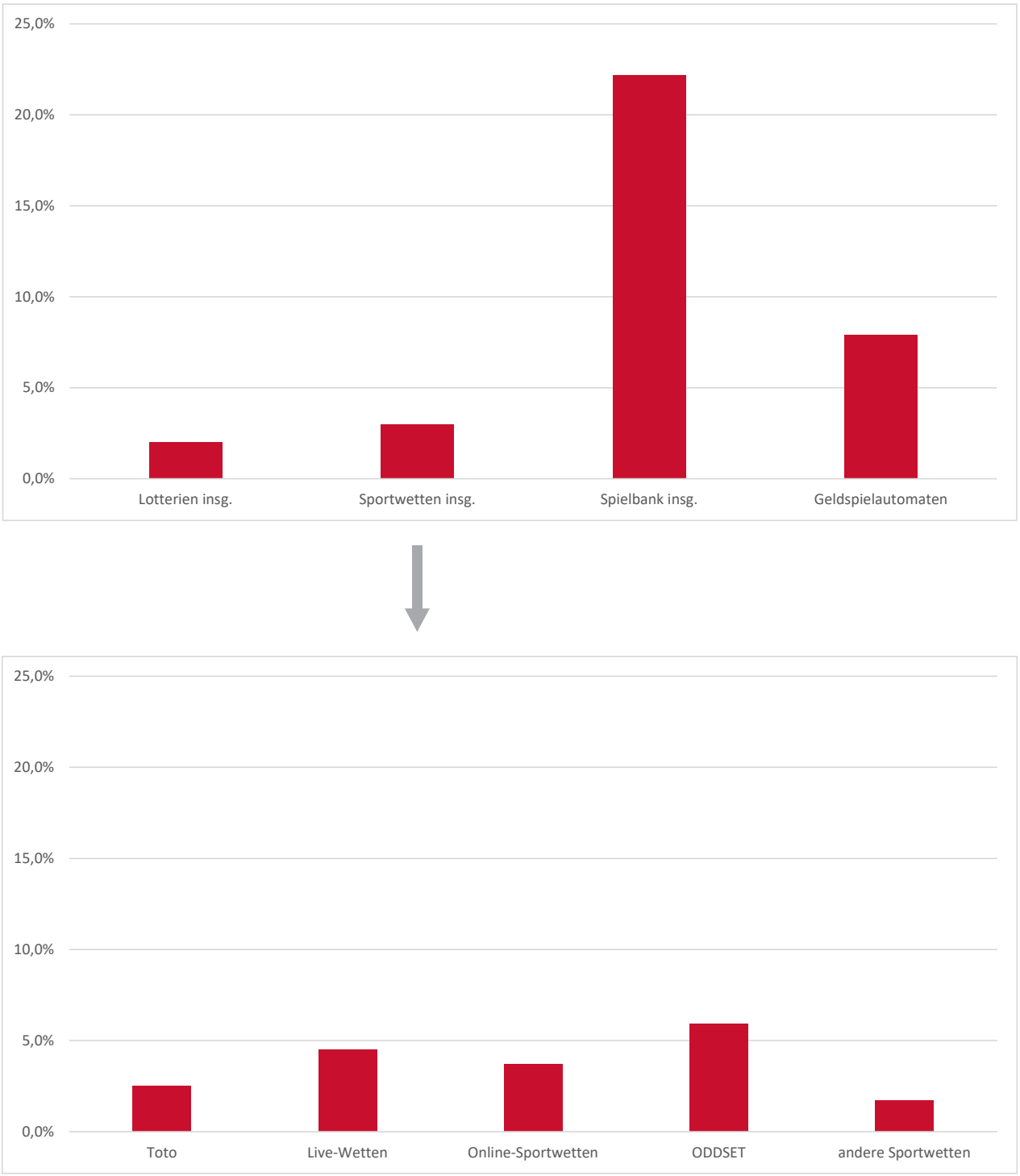


Abbildung 3: Anteil der problematischen und pathologischen Spieler unter den Nutzern verschiedener Formen des Glücksspiels basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017)

Diese Betrachtungsweise wurde aber zunehmend kritisiert, weil sie außer Acht lässt, dass Spieler nicht nur eine einzige Form des Glücksspiels nutzen. Insbesondere scheint das ein Faktor zu sein, der sehr stark zwischen risikoarmen und problembehafteten Spielern unterscheidet. So stellten mehrere Forschungsgruppen

in verschiedenen Studien fest, dass die Anzahl der parallel genutzten Spiele und Vertriebswege ein sehr starker Indikator für glücksspielbezogene Probleme ist (Lloyd et al., 2010), während die Berücksichtigung, welche Spiele gespielt werden, keine oder nur wenig zusätzliche Information bietet (Afifi et al., 2014; Gainsbury et al., 2013; LaPlante et al., 2011, Welte et al., 2009).

Um diesen Effekt zu berücksichtigen, haben seitdem mehrere nationale Prävalenzstudien (u. a. auch die Studien der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, BZgA) bei der Schätzung der Risikofaktoren einzelner Formen des Glücksspiels auf eine multivariate Auswertung umgestellt. Ein spezifischer erhöhter Zusammenhang mit glücksspielbezogenen Problemen (über die Tatsache hinaus, dass die Person überhaupt spielt) ergibt sich dann nur noch für folgende Formen des kommerziellen Glücksspiels (erhöhtes Risiko in Klammer): Bingo (4,2), Keno (5,2), Oddset Spielangebote (9,2), Toto (5,2), Kleines Spiel in der Spielbank (11,3), Geldspielautomaten (3,5), Internet Casino (8,9) (Banz & Lang, 2017 Tab. 45).

Daraus kann und sollte nicht abgeleitet werden, dass manche Formen des Glücksspiels keine Risiken bergen oder nur geringe Risiken mit sich bringen. Ganz im Gegenteil: Jede Form des Glücksspiels kann zu schwerwiegenden Problemen führen, wenn ihre Eigenschaften zu den Vulnerabilitäten des Spielers passen, und die Umgebung nicht schützender, sondern gegebenenfalls sogar gefährdender Natur ist (Peller, LaPlante & Shaffer, 2008).

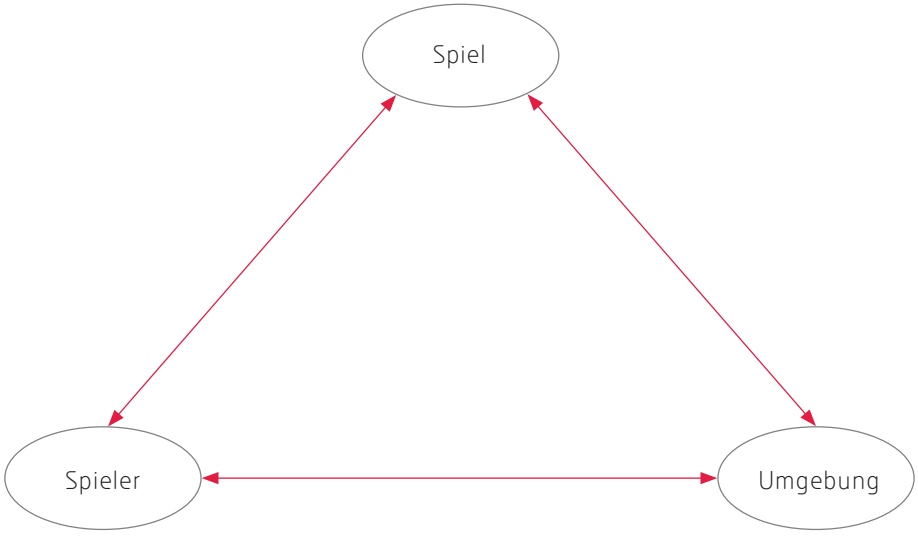


Abbildung 4: Epidemiologisches Dreiecksmodell angewandt auf glücksspielbezogene Störungen.
Quelle: Peller, LaPlante & Shaffer (2008)

Das ist statistisch betrachtet zwar insbesondere für Casinospiele im stationären Betrieb in Spielhallen und Spielbanken sowie im Internet wahrscheinlicher. Es ändert aber nichts daran, dass die Nutzer von Glücksspielen mit geringerem Suchtpotenzial genau denselben Schutz benötigen. Die Betrachtung der Eigenschaften von Sportwetten hat daher nicht das Ziel, das Suchtpotenzial verschiedener Spiele gegeneinander darzustellen, sondern besser zu verstehen, welche Vulnerabilitäten durch das Tipico Angebot betroffen werden könnten und daraus Schlussfolgerungen für den Spielerschutz abzuleiten.

3.3.1 Kontrollillusion

Sportwetten liegen komplexe Entscheidungsprozesse über den voraussichtlichen Ausgang eines Sportereignisses zugrunde. Die Zuversicht und auch Persistenz – also die Bereitschaft weiterzuspielen – eines Sportwettkunden hängt davon ab, wie kompetent er sich bezüglich einer bestimmten Wette fühlt (Kwak, 2016; Kwak et al., 2010).

Eine unrealistische, übersteigerte Zuversicht in die eigenen Fähigkeiten muss daher für Sportwetten als relevante Vulnerabilität angesehen werden (Hayer & Meyer, 2003).

Kontrollillusionen können auch bei offenkundig zufallsbasierten Spielen (z. B. Lotterien, Casino) zu einer ausgeprägteren Risikoneigung führen (Dixon, 2000; Dixon et al., 2018; Martinez et al., 2011) ebenso wie erhöhte Risikoakzeptanz oft von Bekundungen einer fehlgeleiteten Kontrollüberzeugung begleitet wird (Delfabbro & Winefield, 2000). In dieser Hinsicht sind Spiele-Designs, die eine unwahre bzw. übersteigerte Kontrollüberzeugung bewusst fördern (z. B. verzögerte Stopp-Knöpfe bei Spielautomaten; „Statistiken" darüber, wie häufig eine Lottozahl gezogen wurde oder wie lange sie schon nicht mehr gezogen wurde), als problembehaftet anzusehen (Clark et al, 2009; Dixon et al., 2018; Ladouceur & Sevigny, 2005; Parke & Griffiths, 2006).

Bei der Sportwette ist die Trennung zwischen Zufall und eigener Leistung allerdings für den Kunden deutlich schwieriger. Der Ausgang eines Sportereignisses ist ganz offensichtlich kein ausschließliches Zufallsereignis. Gleichzeitig enthält er aber hinreichend viele Zufallselemente, dass zumindest im Einzelfall eine sichere Vorhersage nur selten möglich ist. Gleiches wie für den Ausgang eines Sportereignisses gilt auch für die Wette darauf. Die Diskussion, wie groß die tatsächlichen Zufalls- und Fähigkeitsanteile bei einer Sportwette sind, ist noch nicht entschieden. Unterschiede im Wettergebnis zwischen Experten und Laien (Anderson, Memmert & Popowicz, 2009; Pachur & Biele, 2007) und Effekte der Informationsverarbeitungsstrategie (D'Astous & Di Gaspero, 2015) auf das Wettergebnis deuten auf einen merklichen Fähigkeitsanteil hin. Dafür spricht auch der Umstand, dass ein gewisser Wettkundenanteil über längere Zeiträume hinweg mehr gewinnt als er verliert. Andererseits zeigen Studien mit selbstdeklarierten Experten keinen Unterschied zu zufälligen Wetten (Cantinotty, Ladouceur & Jacques, 2004; Towfigh & Glöckner, 2010). Die Selbsteinschätzung dieses Fähigkeitsanteils kann also verzerrt sein. Für manche Spieler ist es offenbar schwierig, die Begrenztheit der eigenen Kontrolle realistisch einzuschätzen. Elemente des Spiels, die eine realistische Einschätzung der eigenen Kontrollmöglichkeiten zusätzlich erschweren, sind daher zu vermeiden. Dies betrifft insbesondere die Kommunikation von gewonnenen und verlorenen Wetten. Wettausgänge sollten daher so objektiv und emotionslos wie möglich kommuniziert werden. Keinesfalls sollten beispielsweise verlorene Wetten kommunikativ als Pech und gewonnene Wetten als Leistung verpackt werden (siehe Kapitel 6.7.8).

3.3.2 Ereignisfrequenz

Glücksspiel ist eine Form operanter Konditionierung und führt durch zufällige bzw. nicht kontrollierbar auftretende Verstärkerreize (Gewinn) zu Lernprozessen, die eine Wiederholung der Spielteilnahme wahrscheinlicher

machen. Durch die bei wiederholter Teilnahme ablaufenden Lernprozesse wird die Teilnahme am Spiel mit einer positiv bewerteten Gewinnerwartung verknüpft. Solche lerntheoretischen Mechanismen können bei manchen Spielern ein möglicher Beginn für die Entwicklung glücksspielbezogener Störungen sein (Blaszczynski & Nower, 2002). In diesem Kontext spielt neben den Verstärkermustern auch der Abstand zwischen Reiz und Verstärker eine große Rolle für Stärke und Löschungsresistenz des gelernten Verhaltens.

Aus dem Grundgedanken eines Glücksspiels ergibt sich notwendigerweise ein zufälliges Verstärkermuster, welches generell sehr löschungsresistent ist (Linnet et al., 2010). Ebenso wird ein Abstand von etwa zwei Sekunden zwischen Reiz und Verstärker als besonders wirksam angesehen (Schultz, 2006).

Insbesondere bei Spielautomaten wurde untersucht, ob eine Veränderung der Dauer eines einzelnen Spiels und damit der Ereignisfrequenz auch zu einer Veränderung des Spielverhaltens führt. Diese Studien erbrachten aber inkonsistente Ergebnisse (Harris & Griffiths, 2017). Tabelle 2 fasst mehrere Studien zu diesem Thema zusammen, die die Effekte einer Manipulation der Ereignisfrequenz auf das Spielverhalten untersucht haben. Beide Studien, die von der lerntheoretisch „optimalen" Ereignisfrequenz von zwei Sekunden ausgingen, konnten bei Verlangsamung eine Veränderung zu weniger persistentem Verhalten feststellen. Studien, die von einer langsameren Ereignisfrequenz ausgingen und diese weiter verlangsamt haben, konnten hingegen keine weitere Reduktion der Persistenz feststellen.

Studie	Ereignisfrequenz A	Ereignisfrequenz B	Wirkung der Verlangsamung auf das Spielverhalten
Linnet et al. (2010)	2	3	Höhere Persistenz bei höherer Ereignisfrequenz
Choliz (2010)	2	10	Höhere Persistenz bei höherer Ereignisfrequenz
Delfabbro et al. (2005)	3.5	5	Kein Unterschied bzgl. finanzielle Auswirkungen
Sharpe et al. (2005)	3.5	5	Kein Unterschied bzgl. finanzielle Auswirkungen
Ladouceur & Sevigny (2006)	5	15	Kein Unterschied bzgl. finanzielle Auswirkungen

Tabelle 2: Verschiedene Studien zur Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Ereignisfrequenz und Persistenz des Spielverhaltens bei Spielautomaten

Lerntheoretische Effekte spielen sich im Sekundenbereich ab. Eine Erklärung für diese Ergebnisse wäre, dass starke Effekte beim Absenken von sehr schnellen Ereignisfrequenzen (z. B. von zwei auf drei Sekunden) erzielt werden können, aber ein weiteres Absenken (z. B. von fünf auf zehn Sekunden) diesen Effekt nicht mehr weiter verstärkt.

Die Ereignisfrequenzen diskontinuierlicher Spiele (wie z. B. Sportwetten) sind allerdings deutlich langsamer. Bei Live-Wetten bewegen sie sich nicht im Sekunden-, sondern im Minuten-Bereich. Es muss daher Ziel der

Gestaltung des Produkts sein, zu verhindern, dass der Prozess der Wettabgabe (sowohl bei Pre-Match als auch bei Live-Wetten) ein schneller, kontinuierlicher Prozess – vergleichbar mit einem Spielautomaten – wird. Dies wird erreicht, indem die Erstellung eines Wettscheins die Kette mehrerer, bewusster Entscheidungen seitens des Kunden beinhaltet, die schlussendlich vom Kunden noch einmal bestätigt werden müssen (siehe Kapitel 6.7.8).

3.4 Besonderheiten der Vertriebskanäle

Tipico nutzt Online Vertriebskanäle und stationäre Vertriebskanäle gleichermaßen. Insbesondere die Eigenschaften des Internets wurden früher häufig als mögliche Risikofaktoren diskutiert (Meyer, 2001; Griffiths, 1999; Griffiths et al., 2009; Samuel, 2010). Empirische Untersuchungen konnten dies zwischenzeitlich entkräften. Sie haben insbesondere gezeigt, dass das tatsächliche Spielverhalten im Internet verhältnismäßig moderat ist (Shaffer & Martin, 2011; Shaffer & Shaffer, 2014) und dass Glücksspiel im Internet nur dann mit Problemen assoziiert ist, wenn der Spieler die Anzahl der gleichzeitig genutzten Spielformen und Vertriebskanäle erhöht (Baggio et al., 2017; Blaszczynski et al., 2016; Gainsbury, 2015; LaPlante et al., 2011, Wardle et al., 2011). Ferner können mediierende Faktoren (z. B. geringe Erfahrung im privaten Internet-Gebrauch bzw. e-Kommerz) dazu führen, dass der Eindruck einer erhöhten Gefährlichkeit des Internets als Vertriebskanal entsteht, obwohl tatsächlich die genannten mediierenden Faktoren die Ursache darstellen (Philander & Mackay, 2014).

3.4.1 Verfügbarkeit

Die Verfügbarkeit von Angeboten im Internet ist weitestgehend unabhängig vom Ort, an dem sich der Nutzer physisch befindet. Der Kunde kann an Glücksspielen teilnehmen, ohne die Wohnung zu verlassen. Daraus wird häufig eine hohe Verfügbarkeit abgeleitet. Unberücksichtigt bleibt dabei allerdings, dass die Grundvoraussetzung, um Glücksspielangebote im Internet überhaupt nutzen zu können, die Möglichkeit zu elektronischen Zahlungen ist. Gerade bei sozialen Schichten, für die erhöhte Risiken angenommen werden, ist das aber nicht unbedingt der Fall.

Ebenfalls kann eine erhöhte Verfügbarkeit nicht direkt in ein erhöhtes Suchtrisiko übersetzt werden. Die Annahme eines linearen Zusammenhangs zwischen Verfügbarkeit und glücksspielbezogenen Problemen lässt sich nicht bestätigen (Wood & Williams, 2009). Eine großangelegte Metaanalyse zeigt sogar – bei kontinuierlich wachsenden Glücksspielangeboten – durchgängig rückläufige Prävalenzraten glücksspielbezogener Probleme (Williams, Volberg & Stevens, 2012).

Diese Beobachtungen sind durch zwei Modelle erklärbar:

Sättigungshypothese (Petry, 2005)
Schon ein Angebot mit sehr geringer Verfügbarkeit wird zuerst von Personen genutzt, die mit vergleichsweise hoher Wahrscheinlichkeit Probleme entwickeln werden. Eine weitere Erhöhung der Verfügbarkeit durch neue Technologien führt zu keinem weiteren Anstieg der Probleme.

Adaptationshypothese (LaPlante & Shaffer, 2007)
Eine Erhöhung der Verfügbarkeit durch neue Technologien kann zu einem kurzfristigen Anstieg der Probleme führen. Jedoch kommt es schon in relativ kurzen Zeiträumen zu Anpassungsprozessen, die zu einer sicheren Nutzung führen, und durch die das Problemausmaß zurückgeht. Mitunter pendelt sich das Niveau des Problemausmaßes sogar unterhalb des Ausgangspunktes ein, wenn Konsumenten und die Gesellschaft Methoden zum sicheren Umgang mit einer Technologie entwickelt haben. Kapitel 6.3 geht vertiefend auf Adaptation als Grundlage der Präventionsstrategie in diesem Spielerschutzkonzept ein.

3.4.2 Anonymität

Im Zusammenhang mit Online Glücksspielen wurde häufig das Thema der Anonymität thematisiert. Dies basiert auf der irrigen Annahme, Kunden könnten im Internet Wetten abgeben, ohne dabei ihre Identität preiszugeben. Da das Online Glücksspiel aber generell kontobasiert abläuft, ist genau das Gegenteil der Fall. Jede einzelne Transaktion kann einer verifizierten Person zugerechnet werden (Gainsbury, 2011). Mehrere Autoren folgern daher, dass der Vertriebskanal Internet möglicherweise bessere Möglichkeiten für Spielerschutz - insbesondere Verhaltensmonitoring und Früherkennung - (Broda et al., 2008; Gainsbury et al., 2015; Häfeli, Lischer & Schwartz, 2011; Lischer, 2018, Wood & Williams, 2007) und Forschung (Gainsbury, 2011) bietet.

3.4.3 Soziale Kontrolle

Es wurde spekuliert, dass die Anwesenheit anderer Personen zu einem moderateren Spielverhalten führe. Dies könnte sich einerseits daraus ergeben, dass sich Spieler in Anwesenheit anderer Spielgäste sozial erwünschter und verantwortungsbewusster verhalten könnten. Rockloff und Kollegen (2011) konnten aber zeigen, dass der Sachverhalt komplexer ist: Eine schützende Wirkung sozialer Kontrolle tritt nur ein, wenn es sich bei anderen anwesenden Personen um neutrale Beobachter handelt. In Anwesenheit weiterer Spielgäste hingegen wird das Spielverhalten stattdessen sogar befeuert. Gerade im Internet wird stattdessen die Möglichkeit, in seinem ganz eigenen Tempo (Cotte & Latour, 2008) und – insbesondere für Frauen – ohne Druck von anderen Spielgästen (Abarbanel & Bernhard, 2012) spielen zu können als Vorteil beschrieben.

3.4.4 Modell für den Vertrieb über mehrere Kanäle

Vor dem dargestellten Hintergrund ist für Tipico die Frage, welcher Vertriebskanal nun „gefährlicher" sei, daher von nachrangiger Bedeutung. Tipico bietet seine Produkte über beide Vertriebskanäle an und macht sich auf der Grundlage der dargestellten wissenschaftlichen Konzepte ihre jeweiligen Stärken zu Nutze, um den Spielerschutz zu fördern, und begegnet erkannten Schwächen mit jeweils geeigneten Maßnahmen, um in beiden Vertriebskanälen Spielerschutz sicherzustellen.

So werden die Stärken des stationären Vertriebskanals aktiv genutzt, indem die Beobachtungen von Mitarbeitern in Wettvermittlungsstellen zur Früherkennung von glücksspielbezogenen Problemen herangezogen werden.

Ebenso werden die Schwächen eines Vertriebskanals entsprechend berücksichtigt: Für den stationären Vertrieb ist das namentlich die Datenschwäche und mangelnde Erfassung der stationären Wette. Tipico trägt diesen Schwächen dadurch Rechnung, dass das Unternehmen die Kundenkarte eingeführt hat.

Im Online-Vertrieb sind objektive Spielverhaltensdaten sehr einfach zu sammeln und auszuwerten: Jede Spieltransaktion wird einem Kundenkonto zugeordnet, das wiederum einer identifizierten Person zugeordnet ist.

Oft wird der fehlende persönliche Kontakt mit dem Kunden als Schwäche des Online-Vertriebs genannt. In der Tat existiert diese Interaktion mit dem Kunden durchaus, allerdings in schriftlicher Form (E-Mail und Chat). Das Vorliegen in schriftlicher Form ermöglicht jedoch – ebenso wie bei Spieltransaktionen – die Auswertung und Erkennung von Risikoverhaltensweisen.

Erfassung von...	Stationärer Vertrieb	Online Vertrieb
Spielverhaltensdaten	Kundenkarte	Kundenkonto
Interaktionsdaten	Face-to-Face	E-Mail / Chat

Tabelle 3: Schema zur Erfassung von Spielverhalten und Kundeninteraktion über verschiedene Vertriebskanäle.

Trotz Eigenheiten der verschiedenen Vertriebskanäle sind die präventiven Ziele dieselben; lediglich die praktische Umsetzung variiert. Aus diesem Grund sind die Kapitel zur Beschreibung von Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger und vulnerabler Spieler stets so gestaltet, dass zu Beginn das präventive Ziel beschrieben wird und dann in zwei farblich gekennzeichneten Sektionen jeweils dessen Implementierung für die verschiedenen Vertriebskanäle dargestellt wird. Kapitel 6.5.4 wird detaillierter ausführen, wie die Nutzung der Datenquellen aus beiden Vertriebskanälen zu einer Stärkung der Datenbasis für Früherkennungsmodelle führt.

Tipico sieht es daher als besonderen Vorteil des Unternehmens an, die Stärken beider Vertriebskanäle im Spielerschutz miteinander kombinieren zu können. Es besteht die begründete Hoffnung, auf diese Weise mehr für den Spielerschutz erreichen zu können, als ein reiner Online-Anbieter oder rein stationärer Anbieter dies könnte.

4. RAHMENWERK FÜR JUGENDSCHUTZ UND SPIELERSCHUTZ

4.1 Ressourcen

4.1.1 Personelle Ressourcen

Ein Compliance Rahmenwerk ist nur erfolgversprechend, wenn es klare Verantwortlichkeiten gibt. Dies gilt auch für den Spielerschutz. Dieser kann nur dann erreicht werden, wenn er inhaltlich vom Unternehmensvorstand getragen wird, und es ausreichend dedizierte Ressourcen gibt, um ihn umzusetzen und zu kontrollieren.

Die nachfolgend beschriebenen Rollen und Verantwortlichkeiten von Schlüsselfunktionen werden in den in diesem Dokument beschriebenen Prozesses einheitlich verwendet. Die beschriebenen Aufgaben und Freigaben/Genehmigungen werden in den Prozessen eingehalten und sind dokumentiert.

Spielerschutzkonzeptbeauftragter

Der Spielerschutz von Tipico wird zentral geleitet durch einen Spielerschutzkonzeptbeauftragten. Diese Funktion des Spielerschutzkonzeptbeauftragten wird vom Head of Corporate Responsibility erfüllt, welcher organisatorisch Teil der Compliance Organisation ist und an den Chief Regulatory Officer der Tipico Gruppe berichtet.

Aufgabe des Spielerschutzkonzeptbeauftragten ist die Erstellung des Spielerschutzkonzepts. Ebenso umfasst die Rolle die Evaluierung der Wirksamkeit des Spielerschutzkonzeptes anhand geeigneter Indikatoren sowie das regelmäßige Berichten dieser Daten an den Unternehmensvorstand. Auf der Grundlage der Erkenntnisse wird er auch die fortlaufende Weiterentwicklung dieses Konzepts betreiben.

Der Spielerschutzkonzeptbeauftragte identifiziert und bestimmt strategische Ziele im Spielerschutz und koordiniert die Anstrengungen interner (z. B. Spielerschutz Team) und externer (z. B. Spielerschutz-Verantwortliche der Partner) Ressourcen.

Spielerschutz-Verantwortliche

Jeder der Franchise-Partner ist verpflichtet einen Spielerschutz-Verantwortlichen zu bestellen. Es ist dessen Aufgabe, die Maßnahmen und Dokumentationspflichten des Spielerschutzkonzeptes in der Praxis umzusetzen. Für diese Funktion müssen dem Mitarbeiter ausreichende zeitliche Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. In jedem Fall sind dies mindestens 16 Stunden pro Woche seiner Arbeitszeit. Mit steigender Anzahl der zu betreuenden Wettvermittlungsstellen erhöht sich aber notwendigerweise auch diese Inanspruchnahme (siehe Tabelle 4). Größere Netzwerke benötigen daher stets einen dedizierten Mitarbeiter für diese Funktion.

Netzwerk Größe	Zeitliche Ressourcen für Spielerschutz-Verantwortlichen
Mindestens	16 Stunden / Woche
> 5 Wettvertriebsstätten	24 Stunden / Woche
> 15 Wettvertriebsstätten	Dedizierter Vollzeitmitarbeiter

Tabelle 4: Sicherzustellende zeitliche Ressourcen in Abhängigkeit der Anzahl zu betreuender Wettvertriebsstätten

Es handelt sich dabei um einen erfahrenen und weiterführend geschulten Mitarbeiter. Er dient als Ansprechpartner für die Kollegen und kann bei der Kontaktaufnahme mit dem Kunden, der ein verdächtiges Spielverhalten aufweist, beraten. Über die grundlegende Spielerschutz-Ausbildung verpflichtet sich der Vermittler sicherzustellen, dass der Spielerschutz-Verantwortliche sich im Thema Spielerschutz fortlaufend (jährlich) durch Teilnahme an z. B. aufbauenden Praxislehrgängen, Fachveranstaltungen und Tagungen im Ausmaß von mindestens 16 Unterrichtseinheiten (zu je 45 Minuten) weiterqualifiziert. Das Ausmaß der Weiterqualifikation wird vom Vermittler dokumentiert. Darüber hinaus obliegt den Wettvermittlern in der konkreten Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses gegenüber den Spielerschutz-Verantwortlichen eine qualifizierte Ausübung der übertragenen Aufgaben zu gewährleisten.

Spielerschutz Team (5 Vollzeit-Mitarbeiter)
Das zentral angesiedelte Spielerschutz Team arbeitet dem Spielerschutzkonzeptbeauftragten zu und arbeitet operativ mit dem Spielerschutz-Verantwortlichen für den Online Vertrieb zusammen.

Zusätzlich dient es den Spielerschutz-Verantwortlichen der Wettvermittler als Ansprechpartner bei allen Fragen zum Spielerschutz. Alle Spielerschutz Eingriffe, bei denen mehrere Partner koordiniert werden müssen, werden vom Spielerschutz Team geleitet. Das zentral geführte Verhaltensmonitoring wird ebenso von diesem Team verwaltet.

Darüber hinaus führt das Spielerschutz Team regelmäßige Compliance-Kontrollen und Testgespräche beim Kundendienst für den Online Vertrieb durch. Diese Kontrollen helfen, etwaige Mängel zu erkennen und bei Bedarf verstärkt zu schulen bzw. disziplinär vorzugehen.

Qualitätssicherungs-Team (4 Vollzeit-Mitarbeiter)
Das Qualitätssicherungs-Team führt standardisierte Compliance-Kontrollen und Testkäufe im stationären Vertriebsnetzwerk durch. Derart festgestellte Abweichungen von den Auflagen des Spielerschutzkonzeptes werden an Compliance berichtet und entsprechend sanktioniert. Sanktionen führen, je nach Schwere der Abweichung, bis zur Auflösung des Vertrags mit dem Wettvermittler.

4.1.2 Strukturelle Ressourcen

Tipicos Herangehensweise unterliegt einem Rahmenwerk an Regeln, die sicherstellen, dass nicht nur anwendbare Gesetze und regulatorische Vorschriften eingehalten werden, sondern dass Tipico darüber hinaus den eigenen Ansprüchen gerecht wird.

Derartige Regeln gelten auch für Tipico Mitarbeiter (z. B. im Bereich verantwortungsvolle Werbung), sind aber auch im Vertrag mit Franchise-Partnern festgeschrieben (z. B. die Einhaltung dieses Spielerschutzkonzeptes).

Um einen umfassenden Spielerschutz zu gewährleisten, müssen Interessenskonflikte – insbesondere bei Mitarbeitern, die sich mit der Umsetzung des Spielerschutzes beschäftigen – ausgeschlossen werden. Daher sieht Tipico von einer umsatzabhängigen Vergütung von Mitarbeitern, insbesondere dort ab, wo diese sich direkt mit der Umsetzung des Spielerschutzes befassen. Der Ausschluss der umsatzabhängigen Vergütung gilt aber auch darüber hinaus. Es ist hierfür namentlich gewährleistet, dass Tipico

- nicht proportional zum Umsatz bezahlt.
- Ebenso wenig werden Gehälter in Abhängigkeit vom Gewinn bezahlt.
- Die Vergütung erfolgt stattdessen anhand multipler Kriterien, die vor allem aufgabenbezogen und nicht umsatzbezogen ansetzen. Erfolgsabhängige Vergütungsanteile werden über Zielvereinbarungen gesteuert, die keine Korrelation zum Umsatz herstellen.

Das Verbot der umsatzabhängigen Vergütung betrifft im Spielerschutzbereich namentlich:

- Spielerschutzkonzeptbeauftragter
- Spielerschutz Team
- Spielerschutz-Verantwortliche
- Wettvermittlungsstellen Mitarbeiter

Auch wenn Tipico als Unternehmen davon ausgeht, dass der Schutz der Kunden und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen, ist so sichergestellt, dass sich auch aus der Perspektive einzelner Mitarbeiter keine Interessenskonflikte ergeben.

Mitarbeiter der Glücksspielbranche sind darüber hinaus selbst eine eigene Risikogruppe für glücksspielbezogene Probleme (Guttentag, Harrigan & Smith, 2012; Shaffer, Vander Bilt & Hall, 1999; Wong & Lam, 2103). Daher gilt ein striktes Teilnahmeverbot am Angebot für alle Tipico Mitarbeiter und für alle Wettvermittlungsstellen Mitarbeiter der Vermittler. Dieses Verbot umfasst selbstverständlich auch Umgehungsgeschäfte (z. B. ein Mitarbeiter bittet einen Kunden, eine Wette für ihn abzugeben). Gewinne aus Wettscheinen, die als Teil von Compliance-Überprüfungen abgegeben wurden (siehe Kapitel 4.3), werden nicht eingelöst.

4.1.3 Partnerschaften und Kooperationen

Trotz der umfangreichen personellen und strukturellen Ressourcen zum Spielerschutz kann Tipico nicht alle Aufgaben selbst übernehmen. Insbesondere im Rahmen der Spielsperre braucht der Betroffene größtmögliche Distanz zum Glücksspielangebot. Die Möglichkeiten von Tipico als Unternehmen sind daher darauf begrenzt, glücksspielbezogene Probleme zu erkennen, eine Selbstsperre umzusetzen oder eine Fremdsperre auszusprechen und den Spieler bezüglich der professionellen Hilfsangebote zu beraten.

Das Unternehmen arbeitet daher in Deutschland mit Hilfsorganisationen zusammen. Da allerdings nur ein geringer Teil der Betroffenen tatsächlich professionelle Hilfe aufsucht (Meyer et al., 2011) sieht Tipico es darüber hinaus als Teil seiner Verantwortung an, insoweit die nötige Brücke zu schlagen und etwaige Hürden für die Betroffenen zu minimieren. Denn die Wahrscheinlichkeit, dass ein Spieler professionelle Hilfe annehmen wird, hängt unter anderem von der Stabilität seiner Motivation und der Zugänglichkeit von Hilfsangeboten ab. Eine klare und verständliche Beratung zu möglichen Hilfsangeboten kann daher die Chancen verbessern, dass ein Betroffener professionelle Hilfe wahrnimmt.

Derzeit kooperiert Tipico mit den folgenden Hilfs- und Beratungsanbietern:

Spielerambulanz der TU Dresden
- Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige
- Hotline

Spielsuchthilfe
- Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige
- Hotline

Gambling Therapy
- Online Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige in 30 Sprachen (inklusive relevanter Migrantensprachen)

Glücksfall
- Schulung für Mitarbeiter von Wettvertriebsstätten

4.1.4 Evaluierung

Auch bei der Evaluierung der Spielerschutzmaßnahmen sieht Tipico die Notwendigkeit enger Zusammenarbeit zwischen Forschung und Industrie. Denn die Erforschung von Spielerschutzmaßnahmen ist noch ein sehr junges Feld. Ein Fortschritt zu sichereren Glücksspielangeboten ist daher nur über kontinuierliche Forschung auf der Grundlage empirischer Daten möglich. Das setzt in vielen Fällen eine Zusammenarbeit mit der Industrie voraus: Objektive Spielverhaltensdaten bieten eine wertvolle und notwendige Ergänzung zu

Forschung, die oft primär auf Befragungsmethoden basiert (Shaffer et al., 2010). Ebenfalls ist eine Erprobung und Evaluierung neuer Konzepte zum Spielerschutz nur dann mit hoher externer Validität möglich, wenn diese auf einer tatsächlichen Glücksspielplattform umgesetzt wird.

Tipico ist sich seiner Verantwortung bewusst, aktiv zu kontinuierlichem Fortschritt im Spielerschutz beitragen zu können. Aus diesem Grund wird Tipico

- die Erforschung von Themen des Spielerschutzes finanziell fördern;
- innovative Forschungsvorhaben durch Daten oder die Möglichkeit zur Erprobung von innovativen Spielerschutzmethoden unterstützen;
- Spielverhalten und Wirksamkeit von Spielerschutzmaßnahmen kontinuierlich evaluieren und der Aufsichtsbehörde alle zwei Jahre bzw. am Ende der Laufzeit der Erlaubnis einen Bericht darüber zur Verfügung stellen.

Eine zentrale Anforderung an jede seriöse Evaluierung ist es, die zu berichtenden Indikatoren vorab zu definieren. Im Anhang S6: Indikatoren für Evaluierung' wird daher detailliert angeführt, welche Indikatoren gemessen und für die Berichte an die Aufsichtsbehörde evaluiert werden.

Evaluierung darf sich aber nicht nur auf den Status Quo beziehen. Das würde zwangsläufig zu einer Stagnation der Evidenzbasis für Methoden des Spielerschutzes führen. Dies kann wiederum zur Folge haben, dass neue Ideen oft ohne hinreichende Evidenzbasis zum Teil regulatorischer Anforderungen werden, was wiederum dazu führt, dass diese wirkungslos sind oder schlimmstenfalls sogar kontraproduktive Nebenwirkungen haben (Bernhard & Preston, 2004). Evaluierung muss sich daher auch auf aussichtsreiche – noch nicht verpflichtende – Methoden des Spielerschutzes beziehen, sodass Regulierungsbehörden eine ausreichende Evidenzbasis zur Verfügung steht, um informierte Entscheidungen über deren Nutzen und Risiken zu treffen, bevor sie Teil regulatorischer Auflagen werden (Häusler, 2019).

Aus diesem Grund wird Tipico auf freiwilliger Basis innovative Konzepte für Spielerschutzmaßnahmen erproben, evaluieren und die Ergebnisse Forschung, Regulierungsbehörden und der Allgemeinheit zur Verfügung stellen.

4.2 Schulung

4.2.1 Arbeitsanweisungen

Das Fundament für die Tätigkeit von Mitarbeitern im stationären Vertrieb wird durch Arbeitsanweisungen festgelegt. Diese werden dem Franchise-Partner von Tipico in standardisierter Form zur Verfügung gestellt und beschreiben grundlegende Pflichten und wiederkehrende Handlungsabläufe, wie beispielsweise Alterskontrollen, das Berichten von Beobachtungen oder die Abfrage von Sperrlisten. Der Mitarbeiter bestätigt seine Kenntnisnahme der Arbeitsanweisungen per Unterschrift. Der Franchise-Partner dokumentiert die Kenntnisnahme als Teil der Mitarbeiter-Akte.

Spielerschutz-Arbeitsanweisungen finden sich in Anhang S1: Arbeitsanweisung.

4.2.2 Schulung für Mitarbeiter in Wettvermittlungsstellen

Die Fähigkeit jedes einzelnen Mitarbeiters in der Wettvermittlungsstelle, Anzeichen für Probleme zu erkennen, den Kunden anzusprechen, ein Spierschutz-Gespräch zu führen und mit dem Kunden Maßnahmen zur Eingrenzung der Risiken zu vereinbaren, ist von grundlegender Bedeutung für die wirksame Umsetzung dieses Spielerschutzkonzeptes. Aus diesem Grund verpflichtet Tipico Mitarbeiter in der Wettvermittlungsstelle an einer Face-to-Face Schulung im Ausmaß von acht Stunden bzw. Unterrichtseinheiten teilzunehmen. Die landesrechtlichen Vorgaben zu Fristen und Umfang solcher Schulungen werden streng beachtet. Um möglichst früh einen entsprechenden Wissensstand herzustellen, wird zusätzlich noch ein Online Training angeboten, das noch vor Arbeitsantritt wahrgenommen werden muss.

Die von Tipico an die Franchise-Partner vermittelte Schulung für Wettvermittlungsstellen Mitarbeiter wird von akkreditierten Anbietern durchgeführt und umfasst folgende inhaltliche Schwerpunkte:

- Basiswissen zur Spielsucht
- Früherkennung von glücksspielbezogenen Problemen
- rechtlicher Rahmen für Jugendschutz
- praktische Umsetzung von Jugendschutzvorgaben
- rechtlicher Rahmen für Spielerschutz
- Spielerschutzfunktionen, deren Nutzung und Beratung von Kunden
- Durchführung von Spielerschutzgesprächen
- Informationen zu Hilfsangeboten vor Ort
- Vermittlung von Handlungs- und Kommunikationskompetenzen
- weiterführende Informationsquellen

Diese Schulung ist gemäß den landesrechtlichen Bestimmungen in festen Intervallen zu wiederholen.

An die Rolle des Spielerschutz-Verantwortlichen sind noch zusätzliche Aufgaben geknüpft. Aus diesem Grund sind Spielerschutz-Verantwortliche zu einer fortlaufenden Weiterbildung im Ausmaß von 16 Unterrichtseinheiten pro Jahr verpflichtet. Es obliegt den Wettvermittlern die Art und den Umfang dieser erforderlichen Weiterbildung gemäß den eigenen Erfahrungen und individueller Schwerpunkte zu definieren und umzusetzen (z. B. Schulungen, Konferenzen, Workshops) und zu dokumentieren.

Die von Tipico an Franchise-Partner vermittelte Schulung für Spielerschutz-Verantwortliche wird von akkreditierten Anbietern durchgeführt und enthält folgende inhaltliche Schwerpunkte:

- Definition und Klassifikation von pathologischem Glücksspielverhalten
- Epidemiologie
- Persönlichkeitsstruktur, Spielertypologie, Verhaltensweisen und Auffälligkeiten
- rechtlicher Rahmen des Spielerschutzes
- Möglichkeiten und Ansätze der Prävention
- Gesundheitsförderung im Betrieb
- hierarchische und strukturelle Ebenen des Spielerschutzes in Glücksspielbetrieben
- Behandlungsansätze und Therapie
- Theorien und Techniken motivationaler Gesprächsführung
- Maßnahmen des Deeskalationsmanagements
- interkulturelle Fähigkeiten für konstruktive Interaktionen mit Gästen aus anderen kulturellen Kontexten

Tipico verpflichtet die Spielerschutz-Verantwortlichen, sich durch einschlägige Schulungen, Praxislehrgänge, Fachveranstaltungen und Tagungen im geforderten jährlichen Ausmaß weiterzubilden. Zwar bietet Tipico über Kooperationspartner geeignete Schulungsangebote für Spielerschutz-Verantwortliche an. Durch eine selbstgeleitete kontinuierliche Fortbildung der Spielerschutz-Verantwortlichen ist in der Regel aber besser sichergestellt, dass diese aufgrund der vielfältigen Erfahrungen eine möglichst breite Perspektive auf das Thema Spielerschutz erhalten und so selbst in die Lage versetzt werden, gemeinsam mit Tipico Ansätze zur Verbesserung bestehender Praktiken zu erarbeiten.

4.2.3 Schulung für Mitarbeiter im Unternehmen

Das Unternehmen Tipico hat eine sehr vielfältige Mitarbeiterstruktur: Ein Kundendienst-Mitarbeiter hat eine Rolle, die – insbesondere in Bezug auf die Erkennung glücksspielbezogener Probleme – sehr ähnlich zur Rolle eines Kassierers in der Wettvermittlungsstelle ist. Ein Software-Entwickler mag zwar nie direkten Kontakt zum Kunden haben, aber die Auswirkungen seiner Entscheidungen können sich schützend oder gefährdend auf den Kunden auswirken. Handlungen der Mitarbeiter der Personalabteilung hingegen werden nie direkte Auswirkungen auf den Kunden haben. Nichtsdestoweniger benötigen auch sie ein grundlegendes Bewusstsein, welche Risiken Glücksspiele mit sich bringen und wie man diesen zum Schutz der Kunden begegnen kann. Aufgrund dieser Heterogenität verwendet Tipico einen gestaffelten Ansatz für das Mitarbeiter-training.

Schicht	Zielgruppe	Inhalte	Format
1	Alle Mitarbeiter	Grundlagen Spielsucht und Epidemiologie Grundlagen Spielerschutz Rechtlicher Rahmen Tipico Spielerschutzkonzept	Face-to-Face Einschulung
2	Mitarbeiter mit Kundenkontakt	Erkennung von Risikoverhaltensweisen und Problemen Eskalationsregeln und Befugnisse Spielerschutz-Prozesse Anwendung und Verwaltung von Spielerschutz-Maßnahmen Grundlagen Gesprächsführung	Online - Fallszenarien Face-to-Face Schulung durch Spielerschutz Team
3	Spielerschutz Team	Fortlaufende Weiterbildung (Stand der Forschung, Gesprächsführung & Deeskalationsmanagement, etc.) Fortlaufende Verbesserung der Prozesse Psychohygiene	Workshop (16 Stunden pro Jahr) Fallsupervision

Tabelle 5: Gestaffeltes Schulungskonzept für verschiedene Mitarbeitergruppen

4.3 Kontrollmaßnahmen

4.3.1 Compliance-Überprüfungen

Die Wirksamkeit des Spielerschutzes in der Wettvermittlungsstelle hängt nicht nur vom Schulungsstand der Mitarbeiter ab, sondern auch sehr stark von der individuellen Bereitschaft der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sind engmaschige Kontrollen unerlässlich.

Dabei versucht Tipico - insbesondere durch Zusammenarbeit mit externen Partnern - eine möglichst große Breite der Kontrollen zu erreichen, sodass jede Wettvermittlungsstelle davon ausgehen muss, mehrmals pro Jahr überprüft zu werden.

Wo Risiken oder Mängel festgestellt wurden, wird häufiger und vertiefend geprüft. Diese Überprüfungen werden durch die Qualitätssicherungsabteilung und durch Compliance durchgeführt.

Format	Themen	durchgeführt von	Kontrollen / Jahr
Qualitätskontrolle	Prüfkatalog formaler Vorschriften (z. B. Aushang Jugendschutzgesetz, Spielerschutz Flyer, etc.)	Außendienst-Team	> 2.000
Qualitätskontrolle		Qualitätssicherungs-Team	> 1.000
Testkäufe	Testkäufe zu den Themen Jugendschutz, Spielerschutz, Datenschutz, Geldwäscheprävention	Externer Partner	> 1.500
Testkäufe		Qualitätssicherungs-Team	> 300
Audit	detaillierte Überprüfung der Prozesse und deren Dokumentation (z. B. Dokumentation aller durchgeführten Spielerschutz-Gespräche)	Compliance	> 100

Tabelle 6: Verschiedene Arten von Kontrollen und Überprüfungen im Tipico Wettvermittlungsstellen-Netzwerk

Wo Mängel gefunden werden, ermöglicht es der Tipico Franchise Vertrag, den Partnern Sanktionen aufzuerlegen, um dadurch den Spielerschutzstandard langfristig zu erhöhen:

- kostenpflichtige Nachschulungen betroffener oder aller Mitarbeiter
- kostenpflichtige Nachüberprüfungen der betroffenen Wettvermittlungsstelle oder aller Wettvermittlungsstellen eines Franchise-Partners
- formelle Abmahnung des Franchise-Partners
- Schließung der Wettvermittlungsstelle
- Vertragskündigung

5. JUGENDSCHUTZ

Laut Angaben der BZgA (2018) haben im Jahr 2017 rund 15 % der befragten Minderjährigen (Alter 16-17 Jahre) Glücksspielangebote genutzt.

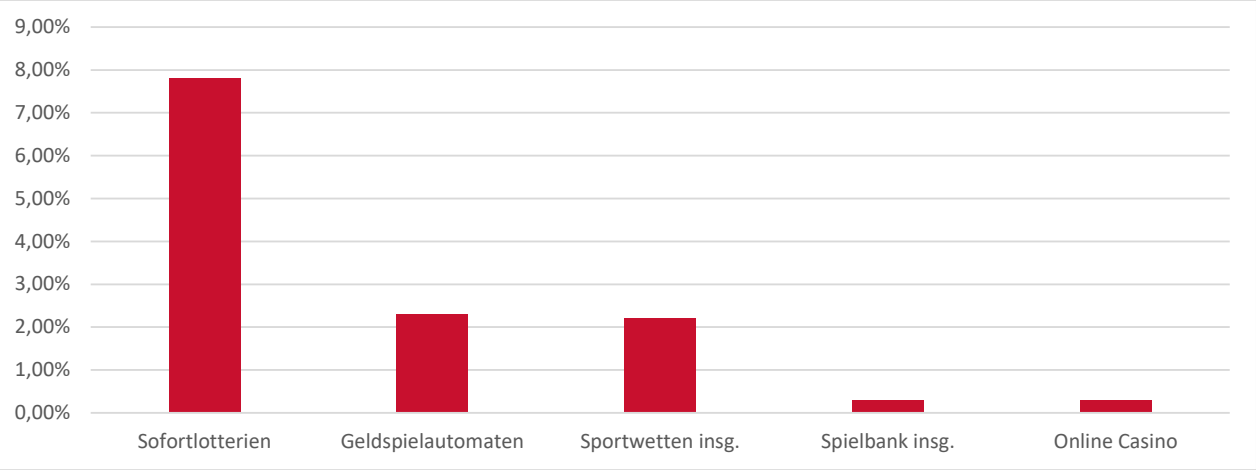


Abbildung 5: Nutzungsverhalten minderjähriger Spieler für ausgewählte Arten des kommerziellen Glücksspiels (privat organisierte Glücksspiele wurden ausgeklammert)

Das ist besonders problematisch, da Jugendliche eine besondere Risikogruppe für die Entwicklung glücksspielbezogener Probleme darstellen. Die Prävalenzraten glücksspielbezogener Probleme bei Jugendlichen sind daher im Vergleich zu Erwachsenen erhöht (Carbonneau et al., 2015; Delfabbro, King & Derevensky, 2016; Delfabbro, King & Griffiths, 2014). Sie sind wesentlich anfälliger für Handlungen, die auf Gruppenzwang und Gefühlen der Isolation beruhen. Darüber hinaus fehlt ihnen die kognitive Reife, um ihre Impulse vollständig zu kontrollieren oder die möglichen Auswirkungen bei der Übernahme von Risiken, insbesondere in Bezug auf Glücksspielangebote, einschätzen zu können.

Neben dem gesetzlichen Verbot ist dies der Grund, weshalb Tipico sich dazu bekennt, die Glücksspielteilnahme durch Minderjährige wirkungsvoll zu unterbinden und die Effektivität der Prozesse zum Jugendschutz regelmäßig zu evaluieren. Hierzu gehören zahlreiche Maßnahmen, darunter insbesondere auch Testkäufe durch junge Erwachsene im Alter zwischen 18 und 22 Jahren, da Tipico Partner verpflichtet sind, bei Kunden, die jünger als 22 Jahre aussehen, eine Alterskontrolle vorzunehmen (siehe Kapitel 5.2).

5.1 Information

Klare, gut sichtbare und leicht verständliche Information ist die Grundlage für funktionierenden Jugendschutz. In Kombination mit technischen Maßnahmen der Identitätsverifikation und Kontrollprozessen der Mitarbeiter kann ein wirksamer Jugendschutz gewährleistet werden.

Abbildung 6: Variante eines Informationsplakats zum Jugendschutz in der Wettvertriebsstätte

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb wird der Kunde schon vor dem Betreten der Wettvertriebsstätte auf das Betretungsverbot durch Jugendliche hingewiesen.

1. Am Eingang befindet sich ein gut sichtbarer Hinweis darauf, dass das Betreten für Jugendliche verboten ist.

2. In der Wettvertriebsstätte hängt ein Auszug aus dem Jugendschutzgesetz in der Nähe des Kassenbereichs aus.

3. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die ebenfalls in der Nähe des Kassenbereichs aushängen, weisen auf das Teilnahmeverbot für Minderjährige hin.

5.2 Identitäts- und Altersverifikation

Letztlich ist ein wirksamer Jugendschutz nur möglich, wenn eine Verifikation des Alters des Kunden durchgeführt werden kann. Das erfolgt in der Regel über die Feststellung und Überprüfung der Identität des Kunden, da diese auch aus Gründen des Spielerschutzes (z. B. Sperrliste) bzw. der Geldwäscheprävention zu erfassen ist.

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb ist die Identitätsverifikation aufgrund der physischen Nähe zum Kunden generell einfach umzusetzen. Bei der Registrierung der personalisierten Kundenkarte wird eine Überprüfung der Identität des Kunden durchgeführt. Dabei wird das vom Kunden vorgewiesene Ausweisdokument auf Echtheit geprüft und elektronisch erfasst und in der Tipico Datenbank der Kundenkarte zugeordnet. Ergibt sich dabei, dass der Kunde minderjährig ist, so wird er umgehend der Wettvertriebsstätte verwiesen.

Bei der Nutzung der Kundenkarte authentifiziert der Kassierer den Kunden. Dadurch ist es für den Kassierer sofort ersichtlich, sollte jemand anderer als der rechtmäßige Eigentümer der Kundenkarte versuchen, diese zu verwenden.

Abbildung 7: Sichtprüfung des Kassierers in der Wettvermittlungsstelle nach Einloggen der Kundenkarte

Die Auszahlung eines Gewinns benötigt stets die Authentifizierung gegen das in der Datenbank gespeicherte Lichtbild an der Kasse.

Da Minderjährigen schon der Zutritt zur Wettvermittlungsstätte untersagt ist, ist es nicht ausreichend, nur den Zugang zum Wettangebot abzusichern. Aus diesem Grund wird bei jeder Person, die die Wettvermittlungsstätte betritt und visuell jünger als 22 Jahre wirkt, eine Alterskontrolle durchgeführt. Ist der Besucher nicht in der Lage nachzuweisen, dass er zumindest 18 Jahre alt ist, wird er umgehend der Wettvermittlungsstätte verwiesen.

Abbildung 8: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung einer durchgeführten Alterskontrolle beim Einlass

6. SPIELERSCHUTZ

6.1 Public Health Modell als Ausgangspunkt

Basierend auf jüngsten deutschen Glücksspielprävalenz-Untersuchungen (Banz & Lang, 2017) liegt die 12 Monate Prävalenz der Teilnahme an Glücksspielen bei 37,3 % der volljährigen Bevölkerung. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung zeigen 0,31 % der Bevölkerung ein pathologisches und 0,56 % ein problematisches Spielverhalten. Darüber hinaus zeigen etwa 3,73 % der Bevölkerung zumindest ein Symptom und damit auffälliges Verhalten.

Umgerechnet in Anteile an den Personen, die tatsächlich an Glücksspielen teilnehmen, ergeben sich die folgenden Zahlen (siehe Tabelle 7).

Spieler mit	Anteil
unauffälligem Verhalten	87,7 %
auffälligem Verhalten	10,0 %
problematischem / pathologischen Verhalten	2,3 %

Tabelle 7: Anteile verschiedener Spielverhalten an der Population der Spieler in Deutschland 2017 nach Angaben der BZgA

Oft werden diese Zahlen so missverstanden, dass sich Suchtprävention auf die Behandlung der rund 2 % der Spieler konzentrieren soll, die Probleme entwickelt haben. Das kann schlimmstenfalls zur Vernachlässigung all jener Maßnahmen führen, die verhindern sollen, dass die verbleibenden 98 % Probleme mit ihrem Spielverhalten entwickeln. Ein ganzheitliches Modell, das hingegen bei den Risiken aller relevanten Gruppen ansetzt, wird als Public Health-Modell bezeichnet.

Einen solchen Ansatz hat Tipico genutzt, um eine individualisierte Spielerschutz-Strategie abzuleiten (siehe Abbildung 9). Die Anpassungen des Public Health Modells beziehen sich darauf, dass Personen, die gar nicht spielen, nicht berücksichtigt werden, da sie aus Sicht des Anbieters nicht als Konsumenten erreichbar sind. Diese Personengruppe wird aber natürlich von universalpräventiven Maßnahmen (z. B. Aufklärungskampagnen) von Bund und Ländern erfasst.

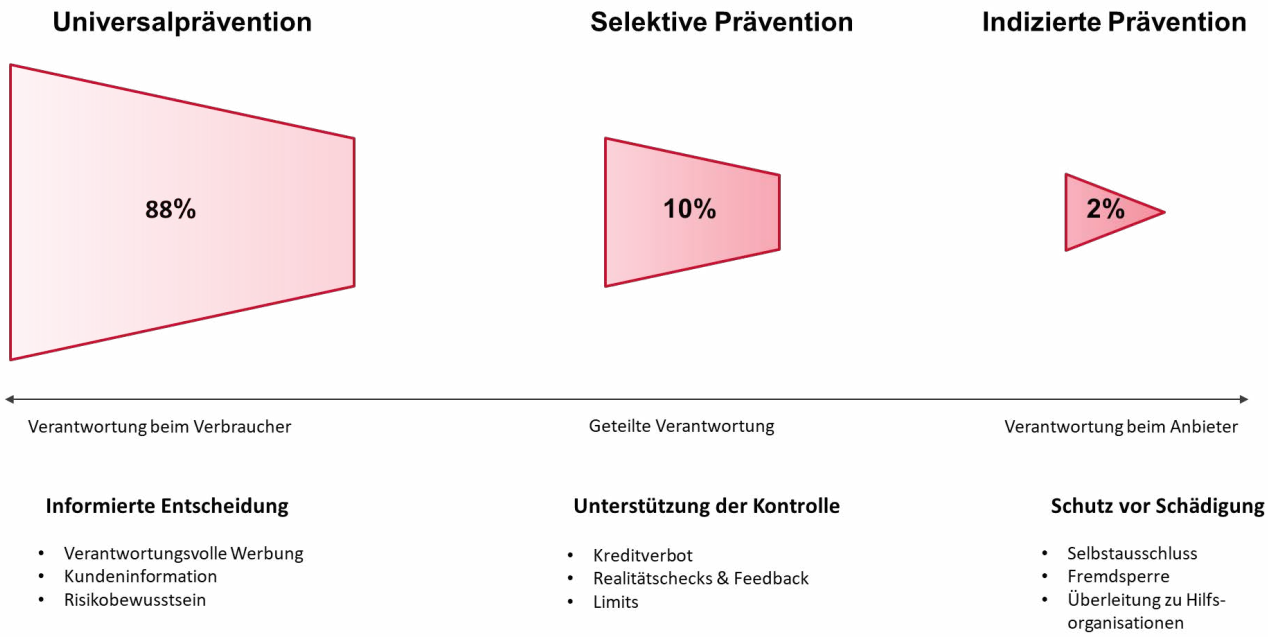


Abbildung 9: Public Health Modell mit präventiven Strategien und Schutzzielen für verschiedene Gruppen von Spielern

Universalprävention

Die überwiegende Mehrzahl der Kunden (88 %) ist in der Lage, verantwortungsvoll zu spielen, sofern der Anbieter sicherstellt, dass kein Informationsungleichgewicht zu Ungunsten des Konsumenten vorliegt (Bühringer et al., 2018). Das Konsumentenschutz-Prinzip der „informierten Entscheidung" verfolgt ebendieses Ziel. Spielerschutz-Maßnahmen, die an die Mehrheit der risikoarmen Kunden gerichtet werden, sollten daher primär darauf abzielen, Kunden über das Wettprodukt, die damit einhergehenden Risiken und Strategien zur Risikominimierung zu informieren. Wird dieses Ziel erreicht, so kann bei diesem Kundensegment davon ausgegangen werden, dass sie in einer eigenverantwortlichen und moderaten Art und Weise spielen werden.

Selektive Prävention

Eine kleinere Gruppe (ca.10 %) weist zumindest gewisse Risikomerkmale in ihrem Verhalten auf. Es kann daher nicht mehr von einer vollständigen Eigenverantwortung des Konsumenten ausgegangen werden. Stattdessen muss diese zwischen Anbieter und Spieler geteilt werden. Diese Aufteilung kann sich beispielsweise darin manifestieren, dass im Rahmen von Spielerschutzgesprächen gemeinsam Schutzmaßnahmen (z. B. Limits) eingerichtet werden und deren Einhaltung vom Anbieter überwacht wird.

Indizierte Prävention

Überdies gibt es eine kleine Gruppe von Spielern (ca. 2 %), die zu einem Zeitpunkt nicht in der Lage sind, verantwortungsvoll zu spielen und ihr Verhalten zu kontrollieren. Es fällt daher dem Anbieter zu, diese Spieler zu erkennen, ihnen eine Selbstsperre anzubieten und nötigenfalls eine Fremdsperre zu verhängen.

6.2 Grundkonzept der Spielerschutzstrategie der Tipico

Der Spielerschutz von Tipico baut auf diesem Public Health-Modell der differenzierten Prävention auf. Die drei Stufen der Prävention bilden die Aufteilung der Verantwortung zwischen dem Kunden und Tipico und damit auch die Intensität der Maßnahmen ab. Je größer das Schutzbedürfnis, desto gravierender, individueller und gezielter die Maßnahmen. Diese sind dabei gegenüber dem Spieler unter Umständen den jeweiligen Spielformen und hieraus erwachsenden Gefährdungen entsprechend individuell anzupassen.

Dem Spielerschutz von Tipico unterliegen dabei folgende grundlegende Annahmen:

1. Jede Form von Glücksspiel kann zu glücksspielbezogenen Problemen mit schwerwiegenden finanziellen, sozialen und emotionalen Konsequenzen für Betroffene und deren Umfeld führen.
2. Probleme entstehen, wenn bestimmte Eigenschaften eines Spiels zu den Vulnerabilitäten eines Spielers passen (z. B. die hohen Jackpots einer Lotterie und die Fantasien eines Spielers, aus seinem als grau und trostlos wahrgenommenen Alltags entfliehen zu können). Ein Spiel, das für eine Person risikobehaftet ist, ist es für eine andere Person nicht notwendigerweise. Diese andere Person kann aber Risiken bei einem Spiel entwickeln, das für die erste Person weitestgehend risikoarm ist.
3. Die Schutzziele (z. B. Unterstützung der Kontrolle des Spielers über das Spiel), die mit diesem Spielerschutzkonzept verfolgt werden, sind einheitlich und unterscheiden sich nicht zwischen verschiedenen Spielen oder Vertriebswegen.
4. Die Umsetzung der Schutzziele kann und sollte sich zwischen verschiedenen Spielen oder Vertriebswegen und Zielgruppen unterscheiden, um maximalen Schutz bei marginalem Eingriff zu erreichen.
5. Die Umsetzung des Schutzziels muss dabei konkret jeweils derart gestaltet sein, dass sie die Zielgruppe erreicht und die Schwere des Eingriffs der präventiven Funktion angemessen ist. Das Vernachlässigen eines Schutzzieles, weil es für ein bestimmtes Spiel oder für einen bestimmten Vertriebsweg komplexer umzusetzen ist, ist hingegen nicht zulässig.
6. Aus jedem Schutzziel ergibt sich zwangsläufig eine präventive Funktion (z. B. universelle Prävention) für die jeweilige Zielgruppe (z. B. alle Konsumenten). Es ist nicht effektiv, wenn beispielsweise eine Maßnahme, die sich der universellen Prävention zuordnen lässt, sich nur an eine sehr kleine Gruppe auffällig gewordener Kunden richtet. Es ist ebenfalls nicht effektiv, wenn beispielsweise an eine Gruppe von Kunden, die manifeste Probleme zeigt, ausschließlich Maßnahmen gerichtet würden, die eher der universellen Prävention entsprechen (z. B. Information).

6.3 Adaptation als Präventionsziel bei Tipico

In den vergangenen 20 bis 30 Jahren konnte weltweit eine Expansion der Glücksspielangebote und deren Verfügbarkeit, beispielsweise durch Marktöffnungen oder durch neue Arten von Angeboten (Glücksspiele im

Internet, Glücksspiele auf mobilen Endgeräten, etc.) festgestellt werden. Solche Expansionen waren in der Vergangenheit oft von der Befürchtung begleitet, dass diese Ausdehnung des Angebots mit einem Anstieg glücksspielbezogener Probleme einhergehe.

In der Tat konnte an einzelnen regulatorischen Veränderungen gezeigt werden, dass die Befürchtungen nicht eingetreten sind. In Großbritannien wurde 2006 der Glücksspielmarkt reguliert und alle Formen des stationären und Online Glücksspiels zuerst im Rahmen eines Whitelisting-Modells, ab 2014 im Rahmen eines nationalen Erlaubnismodells reguliert. Forscher hatten spekuliert, dass dieser Regulierungsprozess zu einem sprunghaften Anstieg der pathologischen Spieler führen würde (Parke, Griffiths & Irwing, 2004).

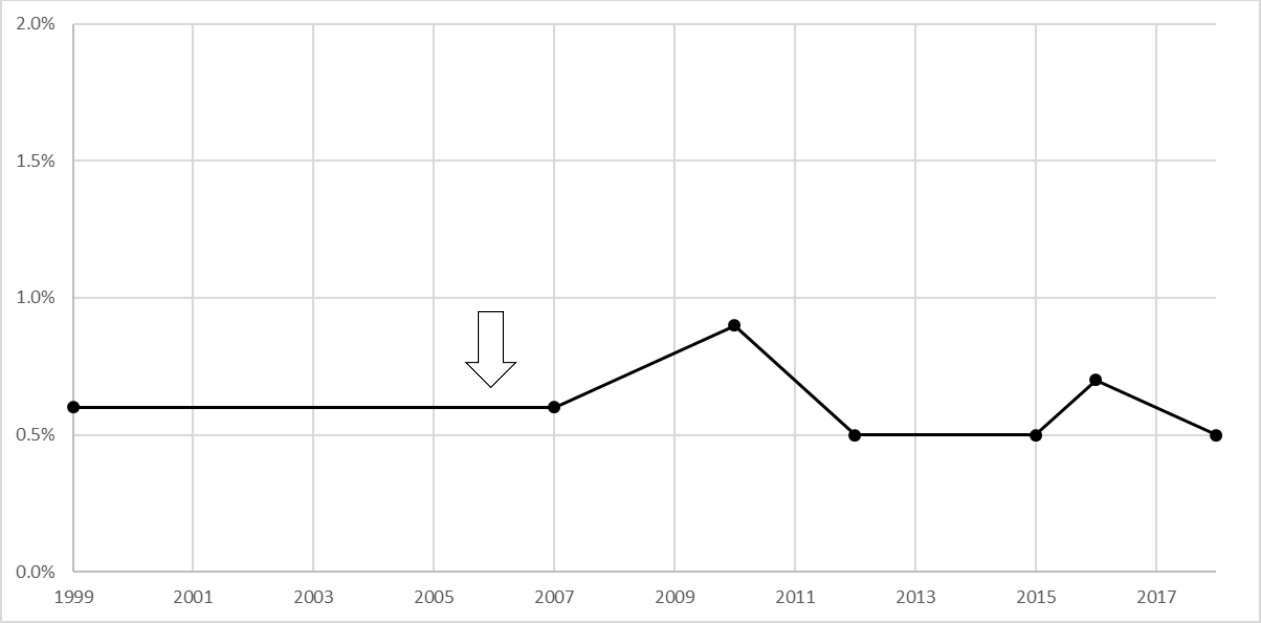


Abbildung 10: Verlauf der nationalen Prävalenzzahlen für pathologisches und problematisches Glücksspiel in Großbritannien

Der Pfeil bezeichnet den Zeitpunkt der Regulierung aller Arten von Online Glücksspielen. Die Prävalenzrate liegt inzwischen tendenziell niedriger als vor der Regulierung.

Tatsächlich hat sich die Rate problematischen und pathologischen Glücksspiels in Großbritannien jedoch nicht oder nur kurzfristig verändert.

Ähnliche Ergebnisse waren im Rahmen der Glücksspielregulierung in Schleswig-Holstein festzustellen. Als Ergebnis einer Längsschnittstudie über den Regulierungsprozess stellen Hanewinkel und Kollegen (2015) fest, dass sich die Zahl der problematischen und pathologischen Spieler nicht erhöht hat. Meyer, Kalke und Hayer (2018) konnten hingegen in einer Übersichtsarbeit nur inkonsistente Ergebnisse finden, die keinen Hinweis auf eine schützende Wirkung systematischer Angebotsreduktion als präventive Strategie zulassen.

Eine Meta-Analyse aus 202 internationalen Prävalenzstudien seit 1985 zeigt, dass trotz der fortgesetzten weltweiten Expansion der Glücksspielangebote (insb. auch der Expansion von Online Glücksspielen), die

Prävalenzrate glücksspielbezogener Probleme vor etwa 20 Jahren ein Maximum erreicht hat und seitdem rückläufig ist (Williams, Volberg & Stevens, 2012).

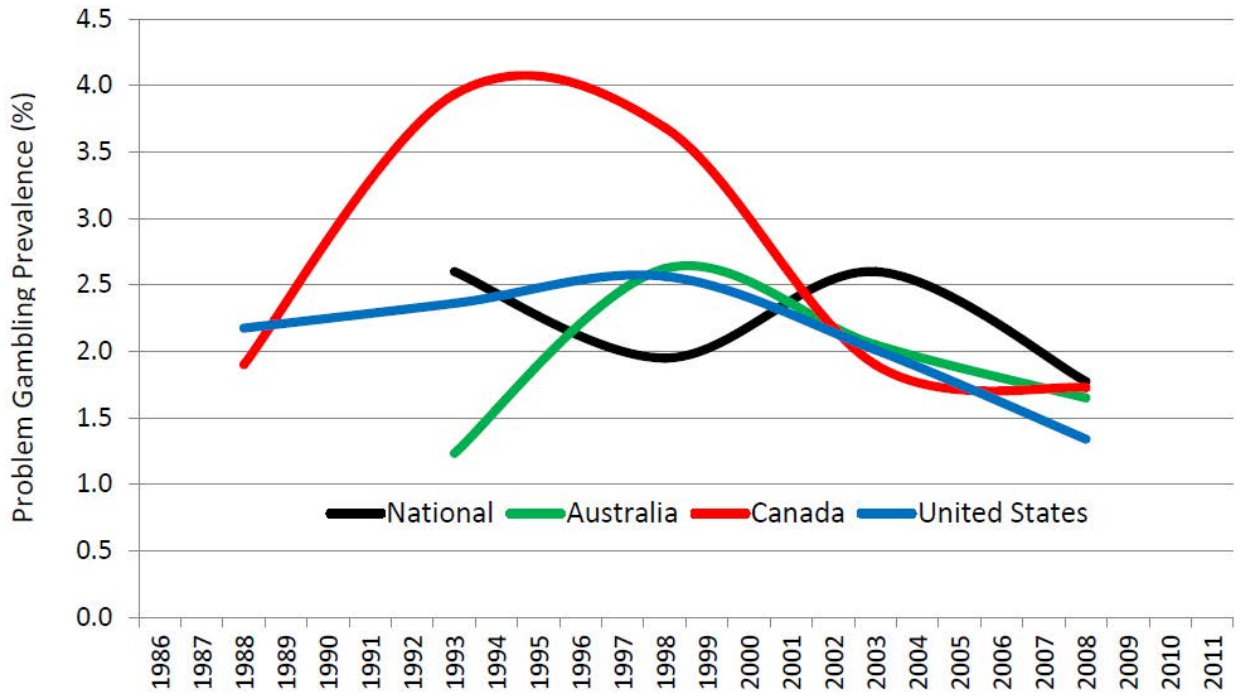


Abbildung 11: Geglättete Verlaufskurven der Prävalenz problematischen und pathologischen Glücksspiels über die Zeit. Quelle: Williams, Volberg & Stevens (2012)

Ein Erklärungsansatz für diese Beobachtungen ist die Adaptationshypothese (LaPlante & Shaffer, 2007; LaPlante et al., 2018). Sie basiert auf der Annahme, dass neue Technologien generell auch neue Risiken mit sich bringen, aber Nutzer über relativ kurze Zeiträume (LaPlante et al., 2008) hinweg Strategien zum sicheren Umgang erlernen.

Wir sehen Adaptation aber keineswegs als etwas, das Tipico von seiner Verantwortung befreit – ganz im Gegenteil. Adaptation eröffnet einen völlig neuen Ansatzpunkt für Spielerschutz: Wie kann man diesen natürlichen Anpassungsprozess beschleunigen? Wie muss ein Produkt aussehen, das einen neuen Kunde möglichst schnell in die Lage versetzt, einen sicheren Umgang zu erlernen?

Tipico erachtet die folgenden drei Schwerpunkte als geeignet, Adaptation als Präventionsziel zu fördern:

1) **Klarheit, Information & Transparenz,** um die Anpassung so einfach wie möglich zu machen.
2) Methoden zur **Aufteilung der Verantwortung** (z. B. Limits) bis der Anpassungsprozess stattgefunden hat.
3) **Früherkennung und Intervention** bei Spielern, bei denen keine Anpassung an die Risiken des Angebots stattfindet.

6.4 Individualisierung des Spielerschutzes als Methode

Klassische Ansätze des Spielerschutzes wirken sich für alle Kunden gleichermaßen aus. Insbesondere invasive Spielerschutzmaßnahmen können bei Kunden, die die Maßnahme nicht benötigen, dazu führen, dass sie den angebotenen Spielerschutz als störend und ihren Zielen abträglich empfinden. Dies kann die Erfüllung des Kanalisierungsgebots erschweren oder konterkarieren (Haucap, Nolte & Stöver, 2017).

Da Spielerschutz und Kanalisierung im Glücksspielstaatsvertrag gleichrangige Ziele sind, ist es notwendig, eine Balance zu finden. (vgl. Abbildung 12).

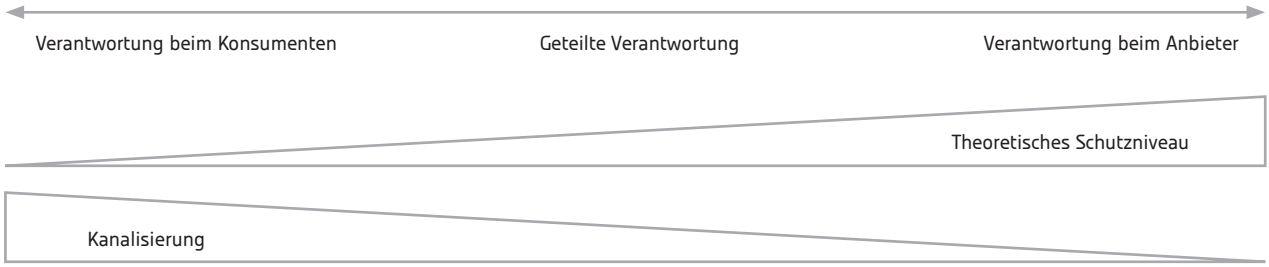


Abbildung 12: Zusammenhang zwischen Schutzniveau und Kanalisierung. Gangbare Kompromisse zwischen diesen gleichwertigen Zielen ergeben sich durch Individualisierung des Spielerschutzes.

Nur die Individualisierung des Spielerschutzes (z. B. durch Spieler-Monitoring und Früherkennung) ermöglicht eine Balance, bei der weder bei der Kanalisierung noch beim Spielerschutz Abstriche gemacht werden müssen. Individualisierung basiert darauf, dass die eingesetzten Spielerschutzmaßnahmen umso restriktiver sein müssen, je höher das Risiko glücksspielbezogener Probleme für einen bestimmten Kunden ist. Dadurch benötigt das Sportwettangebot für moderate Kunden nur grundlegende Spielerschutzmaßnahmen, sodass eine möglichst vollständige Kanalisierung erreicht werden kann. Bei Kunden mit auffälligem Verhalten steht hingegen im Vordergrund, einen möglichst wirkungsvollen Spielerschutz – auch auf Kosten der Kanalisierung – zu wahren.

Aus diesem Konzept kann auch eine klare Richtlinie für die Aufteilung der Verantwortung zwischen Anbieter und Spieler abgeleitet werden (Bühringer, Kotter, & Kräplin, 2016).

Dieser Ansatz ermöglicht es Tipico, Kunden danach zu segmentieren, welcher Grad der Aufteilung der Verantwortung – basierend auf den vorliegenden Informationen über den Kunden – anzuwenden ist.

6.5 Früherkennung und Risikomanagement

Tipicos erklärtes Ziel ist es vor diesem Hintergrund, den Spielerschutz auf die individuellen Bedürfnisse jedes Kunden anzupassen, um wirksameren Schutz und höhere Akzeptanz des Eingriffs zu erreichen.

6.5.1 Beurteilung der Risikoneigung der Kunden

Folglich muss es Aufgabe des Spieler-Monitorings sein, valide Information darüber zu generieren, welchem Risiko-Segment ein Kunde zu einem bestimmten Zeitpunkt angehört. Daraus leitet sich im nächsten Schritt die Aufteilung der Verantwortung zwischen Kunden und Tipico sowie die präventive Strategie ab.

Basierend auf dem dargestellten Konzept, teilt Tipico seine Kunden daher anhand einer Risikoampel in drei Kategorien ein, aus denen sich die präventive Strategie ableitet (Tabelle 8).

Kategorie	Beschreibung	Verantwortung	Präventive Werkzeuge
grün	Anzeichen für erhöhte Involviertheit	Konsument	Information
gelb	Anzeichen riskanter Verhaltensweisen bzw. problematischer Einstellungen	geteilt	Limits
rot	Anzeichen für manifeste Probleme	Tipico	Sperre

Tabelle 8: Risiko-Kategorisierung des Spieler-Monitorings und dahinterliegende Strategie

6.5.2 Monitoring der Kommunikation

Früherkennungsmethoden, die auf der Kommunikation des Kunden basieren, sind im stationären Bereich relativ gut erforscht (Delfabbro, King & Griffiths, 2012; Häfeli & Schneider, 2005; Hayer et al., 2014; Meyer & Hayer, 2008; Schellinck & Schrans, 2004). Ebenso existieren erste Versuche, aus dem schriftlichen Kommunikationsverhalten mit dem Kundendienst von Online Glücksspielanbietern, Indikatoren zur Früherkennung von Problemen abzuleiten (Häfeli, Lischer & Haeusler, 2015; Häfeli, Lischer & Schwarz, 2011).

Die Beobachtung eines Merkmals oder mehrerer Merkmale, die während einer einzelnen Spielsitzung vorkommen, können nur in sehr seltenen Fällen mit angemessener Validität glücksspielbezogene Probleme vorhergesagt werden. Entweder könnte nur auf sehr schwerwiegende Vorfälle reagiert werden, was zu einer akzeptablen Spezifität aber geringer Sensitivität führen würde. Oder aber, die Interventionen müssten so gestaltet werden, dass sie der geringen Spezifität einmaliger Beobachtungen angemessen wären. Das wiederum würde jede Intervention, die über Bewusstmachung und Information hinausginge, unmöglich machen.

Es ist unumgänglich, mehrere Beobachtungen niedrigschwelliger Indikatoren zusammenzuziehen, um mit hinreichender Sicherheit intervenieren zu können (Schellinck & Schrans, 2004). Dies passiert aber nur höchst unwahrscheinlich innerhalb einer Session (Delfabbro, King & Griffiths, 2012).

Daher benötigt jede Form von Früherkennungssystem ein ‚Gedächtnis', das es ermöglicht aktuelle Beobachtungen mit vorangegangenen Beobachtungen in Beziehung zu setzen. Dieses Gedächtnis liefert für den Spielerschutz vor allem die eigene Datenbank, welche das Spielverhalten des Kunden erfasst und damit Daten zur Verfügung stellt, auf deren Grundlage Vorhersagen getroffen werden können.

In der Wissenschaft haben Schellinck & Schrans (2004) für solche Zwecke Kombinationen von Merkmalen definiert, die eine hinreichend valide Vorhersage ermöglichen. Diese Liste führt aber insgesamt 98 einzigartige Kombinationen von bis zu drei Verhaltensweisen (z. B. >120 Minuten gespielt + Kopfschmerzen + Einlösen von Schecks) mit jeweils unterschiedlicher Vorhersagesicherheit. Eine Verwendung als Teil eines praktischen Prozesses ist aufgrund der Komplexität daher nur schwer vorstellbar.

Tipico hat diesen Ansatz daher weiterentwickelt, um ihn praktikabler zu machen. Derselbe Effekt kann nämlich erreicht werden, wenn Beobachtungen über die Zeit hinweg in einem Punktesystem verrechnet werden. Das Risiko ergibt sich in einem solchen System stets aus der Gesamtheit aller Beobachtungen. Eine weiter zurückliegende Beobachtung sollte in einem solchen System weniger relevant sein als eine Beobachtung aus der jüngeren Vergangenheit. Ebenso sollte ein Zeitraum ohne jegliche Beobachtungen langsam wieder dazu führen, dass die dem Kunden zugeschriebene Neigung zu Risikoverhaltensweisen schrittweise reduziert wird.

Die nachfolgende Tabelle verschafft einen Überblick über Beispiele der Beobachtung und die ihnen zugeordneten Risikobewertungen:

Beobachtung	Risikobewertung
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über zeitweisen Kontrollverlust	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über Sucht / glücksspielbezogene Probleme	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über zu hohe Wettausgaben	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über finanzielle Probleme	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über berufliche / familiäre Probleme wegen Wetten	hoch
Merkliche Alkoholisierung / Drogenrausch bei der Wettabgabe	hoch
wartet häufig bei Öffnung vor der Tür	moderat
bleibt häufig bis geschlossen wird	moderat
verbringt außergewöhnlich viel Zeit in der Wettvermittlungsstelle	mittel
ausgeprägte Nervosität / Anspannung	mittel
ausgeprägte Wut / Unfreundlichkeit	mittel
ausgeprägte Traurigkeit / Weinen	hoch
ungerechtfertigte Beschwerden / Schuldzuweisung	mittel
soziale Abschottung	moderat
negative Veränderung im Erscheinungsbild	mittel
verlässt die Wettvermittlungsstelle, um Geld zu besorgen (z. B. vom Geldautomaten)	moderat
versucht Geld zu leihen / Gegenstände zu verpfänden	hoch
spielt um außergewöhnlich hohe Beträge	mittel

Tabelle 9: Beobachtungen in der Kundeninteraktion und deren Risikobewertung

Stationärer Vertrieb

Auch wenn die Regeln und Kriterien für die Erfassung von Vorfällen in beiden Vertriebskanälen identisch sind, benötigen insbesondere die Wettvermittlungsstellen Mitarbeiter eine Methode, schnell und von jedem Ort in der Wettvermittlungsstelle aus Beobachtungen zu dokumentieren. Dies wird durch eine Komponente der Verwaltungssoftware ermöglicht, die sowohl in die Kassensoftware integriert ist als auch über mobile Endgeräte von jedem Ort in der Wettvermittlungsstelle (z. B. bei einer Alterskontrolle im Eingangsbereich) genutzt werden kann.

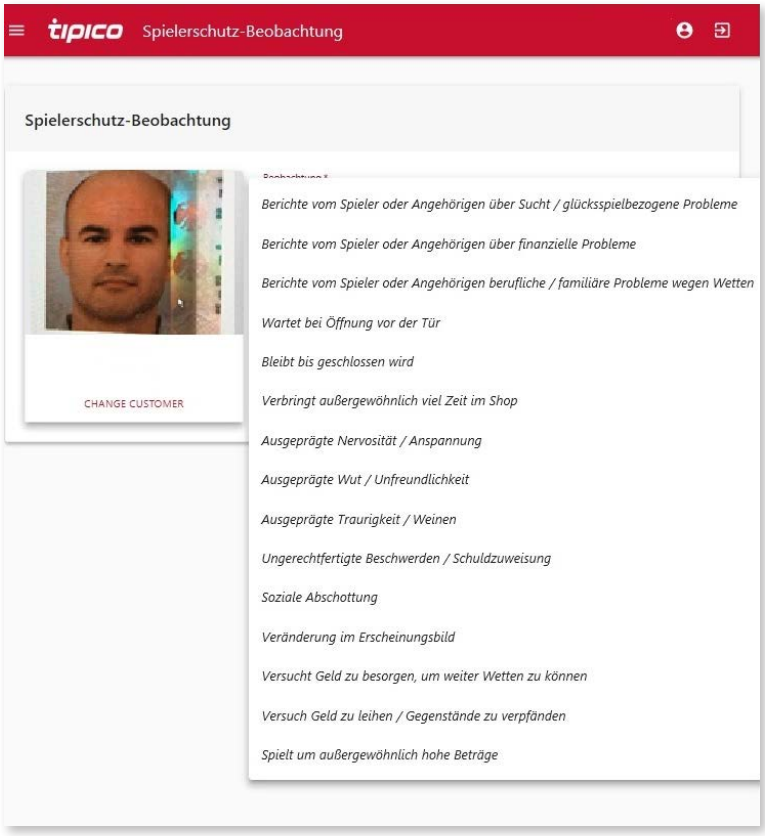


Abbildung 13: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung von Spielerschutz-Beobachtungen

Die so gemeldeten Beobachtungen werden direkt in die Kunden-Akte eingetragen, führen zu einer Neubewertung des Kundenrisikos und geben – falls notwendig – dem Mitarbeiter sofort eine Handlungsanweisung basierend auf dieser Bewertung (z. B. ein Spielerschutzgespräch durchzuführen).

6.5.3 Monitoring des Spielverhaltens

Die Möglichkeit zur Analyse des Spielverhaltens ist einer der Bereiche, die generell als Stärke des Online Glücksspiels angesehen werden. Jede Spieltransaktion kann zweifelsfrei einem Kundenkonto zugerechnet werden, das wiederum durch den Prozess der Identitätsverifikation eindeutig einer natürlichen Person zugeordnet werden kann. Es liegen daher für jeden Kunden sehr detaillierte Daten zu rezentem und länger zurückliegendem Verhalten vor. In den vergangenen Jahren hat sich daher in der Spielsuchtforschung ein Bereich herausgebildet, der sich intensiv mit der Vorhersage glücksspielbezogener Probleme basierend auf Spielverhaltensdaten befasst (Adami et al., 2013; Braverman et al., 2013; Braverman & Shaffer, 2012; Dragicevic et al., 2015; Gray, LaPlante & Shaffer, 2012; Häusler, 2016; LaBrie & Shaffer, 2011; Philander, 2014, Xuan & Shaffer, 2009).

Allerdings haben verschiedene Autoren zu Recht eingeräumt, dass eine Vielzahl relevanter Variablen (z. B. Motive für ein Verhalten) weiterhin nicht zugänglich sind (Griffiths & Whitty, 2010). Es wird darüber hinaus auch nicht zwangsläufig die Gesamtheit des Spielverhaltens erfasst (Brosowski, Meyer & Hayer, 2012).

Aus diesem Grund sind die in der Forschung identifizierten Indikatoren nicht als kausale Auslöser für Probleme anzusehen, sondern als Merkmale, an denen ein anbahnendes Problemverhalten erkennbar wird.

Der relevante Faktor bei der evidenzbasierten Auswahl von Indikatoren zur Vorhersage glücksspielbezogener Probleme ist die Validität: Ist es praktisch möglich, Personen mit glücksspielbezogenen Problemen basierend auf der Ausprägung dieser Indikatoren zu erkennen, noch bevor das eigentliche Problem manifest wird?

Basierend auf vorliegenden Validierungsstudien hat Tipico ein Kern-Set aus Früherkennungs-Indikatoren abgeleitet. Dabei wurde insbesondere darauf Wert gelegt, dass die Validierungsstudie sich auf Sportwettverhalten bezieht und vorwiegend oder ausschließlich an einer deutschen Stichprobe durchgeführt wurde. Daraus ergibt sich ein Kern-Set von Indikatoren. Dieses Kern-Set wird – basierend auf regelmäßigen Analysen von Tipico Daten – um weitere Indikatoren ergänzt, die sich als valide erwiesen haben. Das aktuell valideste Set an Indikatoren, das sich unter anderem auf die Publikationen der Division on Addiction der Harvard Medical School stützt, wird in Tabelle 10 dargestellt.

Indikator	Beschreibung
Alter	Alter des Kunden
Exposure	Wie lange war der Kunde Glücksspielprodukten bei Tipico ausgesetzt?
Breite des Involvements	Anzahl der verschiedenen genutzten Wettarten
Tiefe des Involvements	Anzahl der Spieltage pro Monat
Spielintensität	durchschnittliche Anzahl der Wetten pro Tag
Spielvolumen	durchschnittliche Einsatzhöhe
Reaktivität	Varianz der Einsatzhöhe

Risikoneigung	durchschnittliche Quote
Nachlegen	Frequenz der Einzahlungen

Tabelle 10: Indikatoren, die im Vorhersagemodell verwendet werden

Fußnoten verweisen auf Quellen zu früheren empirischen Validierungen dieser Indikatoren. Quellen, aus denen die Indikatoren abgeleitet wurden, sind als Fußnoten angeführt.

Erste Untersuchungen zeigen, dass sich mit dem Modell eine sehr hohe Validität erzielen lässt. Kein Vorhersagemodell erlaubt jedoch perfekte, fehlerfreie Vorhersagen. Stattdessen ermöglicht es stets Kompromisse zwischen Sensitivität (möglichst viele der potenziellen Problemspieler zu erkennen) und Spezifität (dabei möglichst selten fälschlicherweise Interventionen an moderate Spieler zu verabreichen). Basierend auf der so genannten ‚Receiver Operating Characteristic (ROC) Kurve' (siehe Abbildung 14), die sich aus dem Modell ergibt, können verschiedene solche Kompromisse getroffen werden, an die wiederum die verschiedenen Interventionen geknüpft werden.

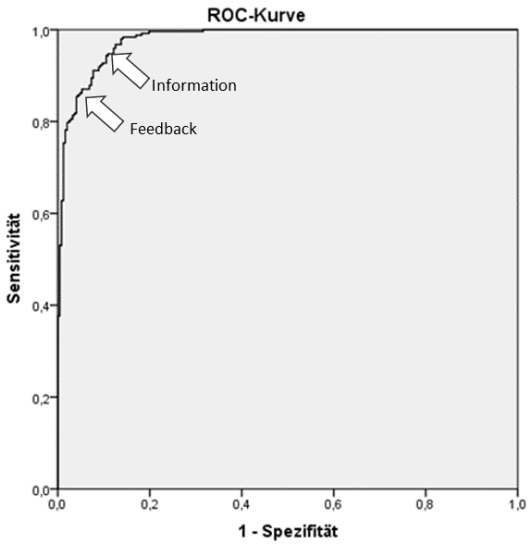


Abbildung 14: ROC Kurve, die alle möglichen Kompromisse zwischen Sensibilität und Spezifität des Tipico Modells zur Früherkennung glücksspielbezogener Probleme angibt

Kompromiss Stufe 1 favorisiert stark die Sensitivität des Modells. Bei diesem Kompromiss wird nahezu jeder Spieler erkannt, der später Probleme entwickelt. Allerdings hat dieser Kompromiss auch eine sehr hohe Rate falscher Alarme. Interventionen, die an diesen Auslöser geknüpft sind, dürfen daher nicht sehr invasiv sein, da sie vorwiegend moderate Spieler treffen.

Kompromiss Stufe 2 versucht eine Balance zwischen Sensitivität und Spezifität zu erreichen. Dadurch erhöht sich die Spezifität der daran geknüpften Maßnahmen und invasivere Interventionen werden möglich. Basierend auf den Charakteristika der verschiedenen möglichen Kompromisse lassen sich automatisierte Interventionen ableiten, deren präventive Funktion auf diese Kompromisse abgestimmt ist.

Information: Stufe 1 hat aufgrund der relativ geringen Spezifität eine Funktion ähnlich der universellen Prävention. Spieler, die diese Intervention auslösen, erhalten ein Spielerschutz Mailing, das vertiefend Bewusstsein für glücksspielbezogene Risiken schafft und weiterführend über Hilfsmittel und Angebote zum Spielerschutz informiert. Basierend auf den Charakteristika des dahinterliegenden Modells erreicht diese Intervention ca. 95 % der potenziellen Problemspieler, ergeht aber auch fälschlicherweise an etwa 12 % problemfreie Spieler. Ungefähr 30 % der Spieler, die diese Intervention erhalten, benötigen sie tatsächlich; 70 % erhalten sie vorsorglich.

Feedback: Stufe 2 ist zielgenauer und kann daher durchaus selektiver eingesetzt werden. Spieler, die diese Intervention auslösen, erhalten daher direkt auf der Wettplattform normatives Feedback zu ihrem Verhalten und den glücksspielbezogenen Risiken, die sie damit eingehen. Basierend auf den Charakteristika des dahinterliegenden Modells erreicht diese Intervention etwa 85 % der potenziellen Problemspieler, wird aber auch fälschlicherweise an rund 5 % problemfreie Spieler adressiert. Ungefähr 50 % der Spieler, die diese Intervention erhalten, benötigen sie tatsächlich; 50 % erhalten sie vorsorglich.

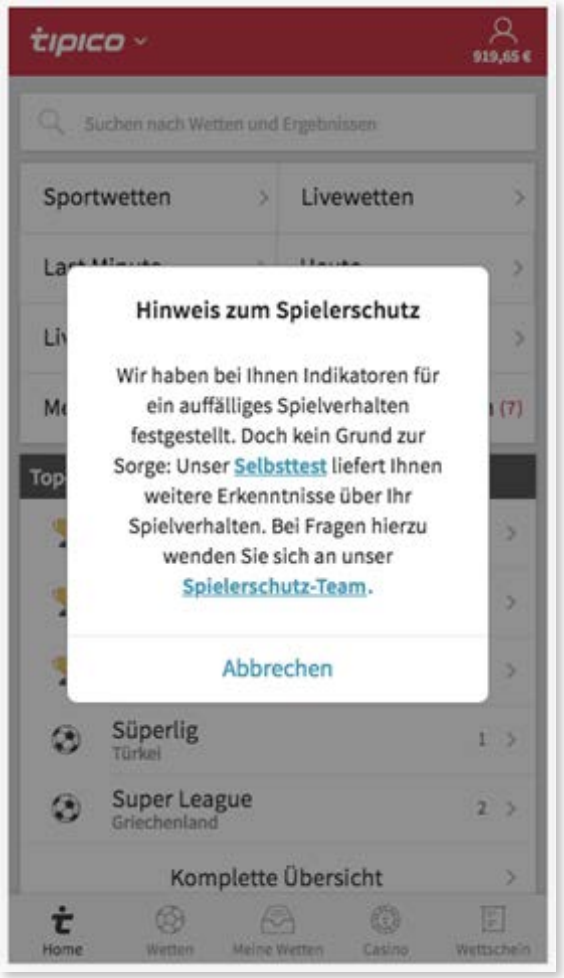


Abbildung 15: Interventionsstufe 2 Feedback

6.5.4 Risikobewertung über das gesamte Verhalten des Kunden

Die Gesamtbewertung des Spielverhaltens wird einmal wöchentlich für Online- und Kundenkarten-Kunden durchgeführt. Dabei ist es von besonderer Bedeutung, dass das gesamte Verhalten eines Kunden erfasst und gemeinsam verrechnet wird. Das Verhalten im Online- und im stationären Vertriebskanal wird dabei für jeden Kunden zusammengeführt und auf dieser darüberliegenden „Persona"-Ebene beurteilt (siehe Abbildung 16).

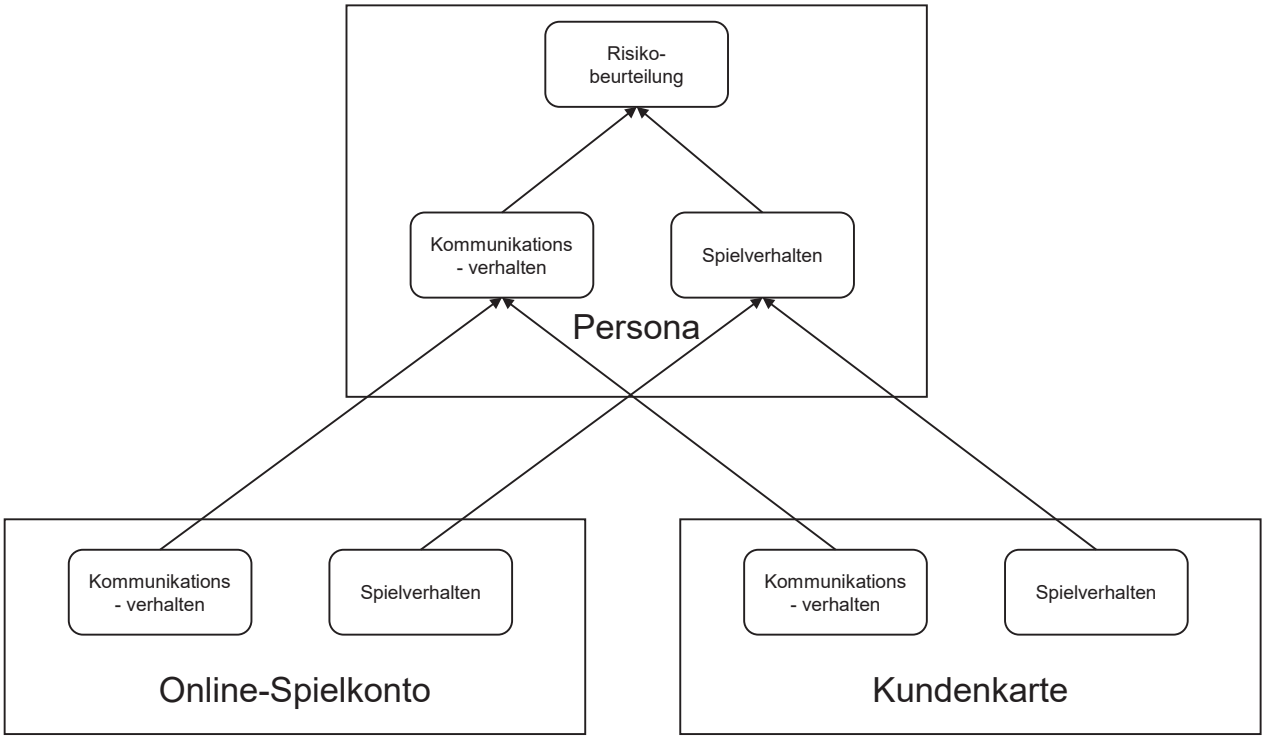
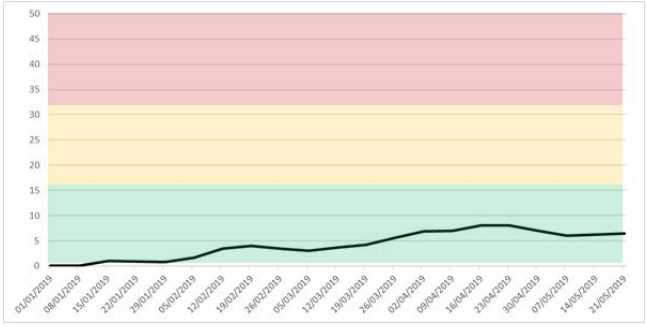


Abbildung 16: Zusammenführung von Spielverhaltens- und Kommunikationsbeobachtungen über eine bestimmte Person aus online- und stationärem Vertrieb auf einer darüberliegenden Persona-Ebene

Die Risikobeurteilung basiert daher immer auf der Gesamtheit des Verhaltens eines Kunden bei Tipico. Wie aus Abbildung 16 ersichtlich wird, kann sich eine erhöhte Risikobewertung sowohl durch Beobachtungen der Kommunikation als auch aus Beobachtungen des Spielverhaltens ergeben.

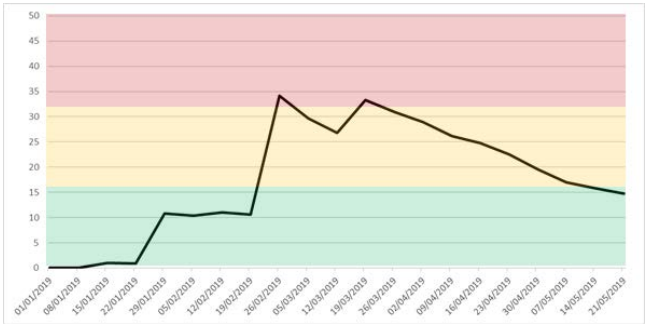


Unauffälliges Spielverhalten;
keine gemeldeten Beobachtungen

- Das statistische Modell trägt jede Woche in geringem Ausmaß zur Risikobeurteilung bei.
- Keine Beobachtungen wurden gemeldet.
- Das führt aber insgesamt nie zu einem nennenswerten Gesamtrisiko.
- Schutzstrategie verbleibt im Rahmen der Universalprävention.

Spielverhalten auffällig;
keine gemeldeten Beobachtungen

- Das statistische Modell trägt jede Woche substanziell zur Risikobeurteilung bei.
- Keine Beobachtungen wurden gemeldet (wie Beispiel 1).
- Das führt zu einem kontinuierlichen Anstieg des Gesamtrisikos.
- Individualisierte Schutzmaßnahmen werden entsprechend der Risikostufen ausgelöst.



Spielverhalten unauffällig;
aber Beobachtungen gemeldet

- Das statistische Modell trägt jede Woche in geringem Ausmaß zur Risikobeurteilung bei (wie Beispiel 1).
- Mehrere Beobachtungen wurden gemeldet.
- Das führt zu einem sprunghaften Anstieg des Gesamtrisikos, das danach langsam wieder abklingt.
- Individualisierte Schutzmaßnahmen werden entsprechend der Risikostufen ausgelöst.

Abbildung 17: Verschiedene Szenarien und deren Auswirkungen auf die Risikobeurteilung eines Kunden

Ab der Risikobewertung ‚gelb' strebt Tipico an, dem Kunden einen Teil der Verantwortung abzunehmen. Damit stellt Tipico sicher, dass Interventionen nicht erst dann stattfinden, wenn Hinweise auf ein problematisches Spielverhalten vorliegen. Es ist besser schon früher in Dialog mit dem Spieler zu treten. Diesem Zweck dienen Spielerschutzgespräche (vgl. Kapitel 6.6). Erhärten sich die Hinweise auf riskante Verhaltensweisen, so werden im Rahmen des Spielerschutzgesprächs geeignete Maßnahmen vereinbart oder auferlegt, um die Risiken zu reduzieren.

Das Risikomanagement ergibt dadurch das in Abbildung 18 dargestellte Gesamtbild:

- Indikatoren für potenzielle Probleme können aus der Beobachtung von Kommunikationsverhalten und Spielverhalten gewonnen werden.
- Beide Informationsquellen werden in die Bewertung einbezogen.
- Der Kunde wird basierend darauf einer Risikokategorie zugewiesen.
- Diese Risikobewertung wiederum dient als Grundlage für zukünftige Interaktionen mit dem Kunden (z. B. durch den Kundendienst oder Wettvermittlungsstellen Mitarbeiter) ebenso wie für die Funktionalität der Wett-Plattform.

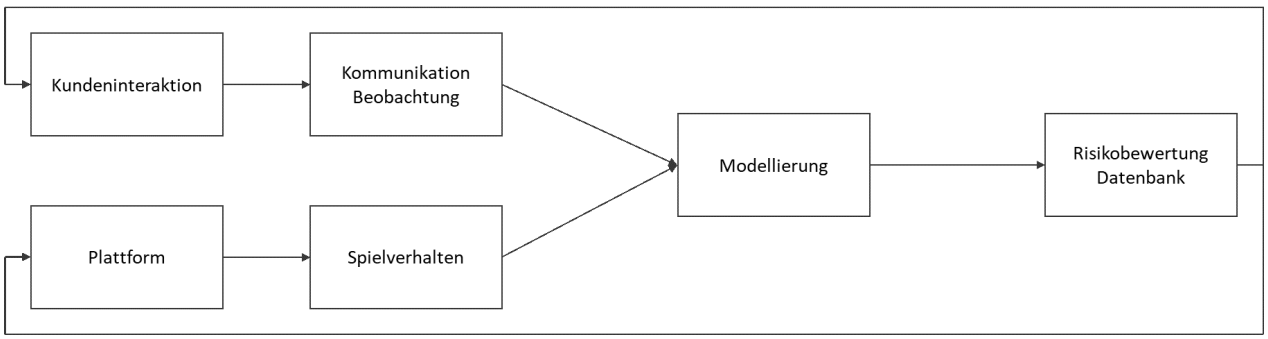


Abbildung 18: Regelkreis zur Steuerung des Kundenverhaltens in eine moderate Richtung

6.6 Spielerschutzgespräch

Spielerschutzgespräche verfolgen drei **Ziele**.

- Einerseits natürlich, den Spieler zu beraten und so eine informierte Entscheidung zu ermöglichen. Wie eingangs ausgeführt, beschränkt Tipico sich jedoch nicht darauf, in allen Fällen die letztendliche Verantwortung beim Kunden zu belassen.
- Daher ist das zweite Ziel eines Spielerschutzgesprächs stets auch die Informationsgewinnung über die Situation des Spielers, um die von Tipico getroffene Beurteilung zu präzisieren (siehe Kapitel 6.5).
- Zuletzt werden basierend auf dieser Beurteilung geeignete Spielerschutzmaßnahmen (z. B. Limitierung oder Sperre) vereinbart. Lehnt der Spieler diese Schutzmaßnahmen ab, so können diese dem Spieler auch auferlegt werden, um Schaden vom Spieler abzuwenden.

Ein Spielerschutzgespräch kann auf mehrere **Arten** ausgelöst werden.

- Eine synchrone Auslösung geschieht dann, wenn eine Beobachtung eines Mitarbeiters direkt zur Neubewertung des Spielers führt und der Mitarbeiter unverzüglich das Gespräch einleiten kann. Das hat den Vorteil, dass der Mitarbeiter die Beobachtung sehr leicht als Anknüpfungspunkt für das Gespräch verwenden kann.
- Eine asynchrone Auslösung geschieht dann, wenn die Neubewertung des Spielers entweder durch regelmäßige Auswertungen des Spielverhaltens oder durch asynchrone Kommunikation (z. B. per E-Mail) stattfindet.

Die **Formen der Kommunikation** für das Spielerschutzgespräch richten sich nach dem Vertriebsweg:

- Für Kunden im Online Vertrieb kann das Spielerschutzgespräch in der Regel nur mit asynchronen Kommunikationsmethoden begonnen werden.

» Im stationären Betrieb hingegen ist es oft möglich, den Spieler direkt anzusprechen. Ist dies nicht der Fall (z. B. wenn die Information zur Neubewertung des Risikos aus der statistischen Spielverhaltensanalyse stammt), stellt das Kassensystem sicher, dass bei der nächsten Aktivität der Kundenkarte der Kassenmitarbeiter informiert und angewiesen wird, ein Spielerschutzgespräch zu beginnen.

Die Beratung des Spielers ist eine zentrale Funktion des Spielerschutzgesprächs. Diese beinhaltet immer eine allgemeine Aufklärung über Risiken von Glücksspielen, Schutzmaßnahmen und Hilfsangebote. Die Beratung kann aber ebenfalls sehr konkret auf die Situation des Spielers eingehen und darauf abzielen mit diesem sehr konkrete Lösungen zur Begrenzung der individuellen Risiken zu erarbeiten (z. B. Festlegen eines Limits).

Die Informationsgewinnung im Rahmen des Spielerschutzgesprächs hat einerseits den Zweck, das Verhalten, das zum Anlassgrund für das Spielerschutzgespräch wurde, besser zu verstehen und ins Gesamtbild des Kunden einordnen zu können. Andererseits zielt sie darauf ab festzustellen, ob der Spieler im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten spielt. Zu diesem Zweck können zusätzliche Nachweise (z. B. Einkommensnachweise) vom Spieler erbeten werden.

Die **Konsequenzen eines Spielerschutzgesprächs** ergeben sich aus der Bewertung des Spielers und den im Gespräch gesammelten Informationen:

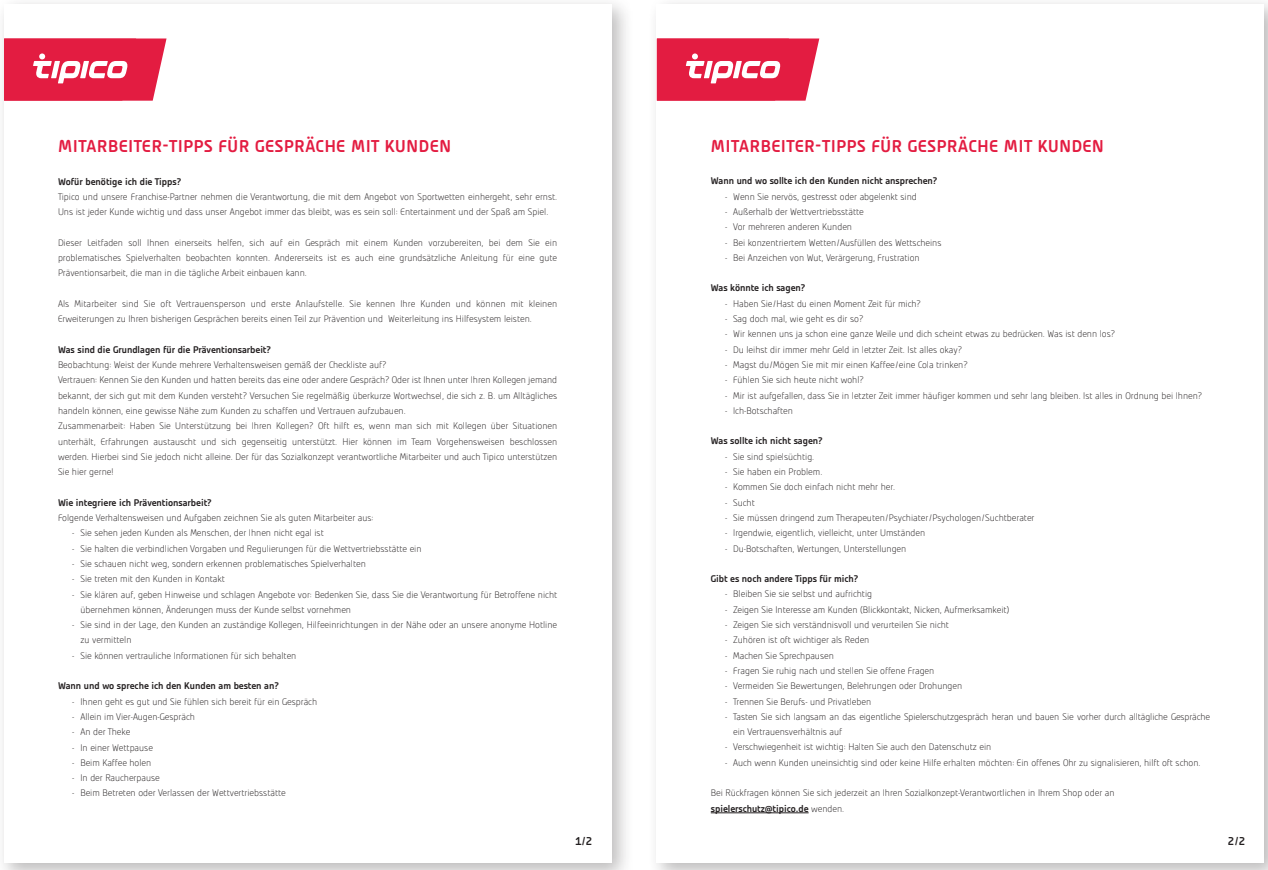
» Wenn sich daraus Risiken ergeben, so ist es notwendig diese einzugrenzen. Idealerweise lässt sich gemeinsam mit dem Spieler eine Lösung vereinbaren, die dieses Ziel erreicht. Das hat den Vorteil, dass beim Spieler Bewusstsein für die Nützlichkeit der Maßnahme besteht. Als mögliche Lösungen bieten sich folgende Maßnahmen an:
  - finanzielle bzw. zeitliche Limits
  - zeitlich begrenzte Spielpausen
  - unbegrenzte Selbstsperre

» Wenn die Risiken sich nicht bestätigen, erübrigen sich weitere Maßnahmen. Auch ein solches Ergebnis ist zu dokumentieren.
» Wenn es nicht möglich ist, mit dem Spieler eine schützende Maßnahme zu vereinbaren, dürfen Risiken nicht einfach akzeptiert werden. Die Eingrenzung der Risiken steht stets im Vordergrund. Die notwendigen Maßnahmen werden daher dem Spieler nötigenfalls auferlegt, falls sich keine Vereinbarung treffen lässt (z. B. Fremdsperre).

Der **Ablauf eines Spielerschutzgesprächs** umfasst daher in der Regel die folgenden Bestandteile:

» Erklärung des konkreten Auslösers für das Spielerschutzgespräch (z. B. Beobachtung des Mitarbeiters; getätigte Aussagen des Spielers; Veränderung im Spielverhalten)
» Aufklärung über glücksspielbezogene Risiken

- Herstellung des Kontexts zum Auslöser des Gesprächs
- Befragung des Spielers zu seinem Spielverhalten (insbesondere zum Auslöser des Gesprächs)
- Vorschlag einen Selbsttest durchzuführen
- Befragung des Spielers zu seiner allgemeinen Lebenssituation und zu finanziellen Verhältnissen
- Erklärung von möglichen Spielerschutzmaßnahmen (z. B. Limits, Sperre)
- Aufklärung über Hilfsangebote
- bei Bedarf Festlegen von Dokumenten und Nachweisen, die vom Spieler zu erbringen sind (z. B. Einkommensnachweis)
- wo notwendig, gemeinsam mit dem Spieler Festlegen von weiteren Schritten zur Begrenzung von Risiken
- nötigenfalls gegen den Willen des Spielers Festlegen von weiteren Schritten zur Begrenzung von Risiken



tipico

MITARBEITER-TIPPS FÜR GESPRÄCHE MIT KUNDEN

Wofür benötige ich die Tipps?
Tipico und unsere Franchise-Partner nehmen die Verantwortung, die mit dem Angebot von Sportwetten einhergeht, sehr ernst. Uns ist jeder Kunde wichtig und dass unser Angebot immer das bleibt, was es sein soll: Entertainment und der Spaß am Spiel.

Dieser Leitfaden soll Ihnen einerseits helfen, sich auf ein Gespräch mit einem Kunden vorzubereiten, bei dem Sie ein problematisches Spielverhalten beobachten konnten. Andererseits ist es auch eine grundsätzliche Anleitung für eine gute Präventionsarbeit, die man in die tägliche Arbeit einbauen kann.

Als Mitarbeiter sind Sie oft Vertrauensperson und erste Anlaufstelle. Sie kennen Ihre Kunden und können mit kleinen Erweiterungen zu Ihren bisherigen Gesprächen bereits einen Teil zur Prävention und Weiterleitung ins Hilfesystem leisten.

Was sind die Grundlagen für die Präventionsarbeit?
Beobachtung: Weist der Kunde mehrere Verhaltensweisen gemäß der Checkliste auf?
Vertrauen: Kennen Sie den Kunden und hatten bereits das eine oder andere Gespräch? Oder ist Ihnen unter Ihren Kollegen jemand bekannt, der sich gut mit dem Kunden versteht? Versuchen Sie regelmäßig überkurze Wortwechsel, die sich z. B. um Alltägliches handeln können, eine gewisse Nähe zum Kunden zu schaffen und Vertrauen aufzubauen.
Zusammenarbeit: Haben Sie Unterstützung bei Ihren Kollegen? Oft hilft es, wenn man sich mit Kollegen über Situationen unterhält, Erfahrungen austauscht und sich gegenseitig unterstützt. Hier können im Team Vorgehensweisen beschlossen werden. Hierbei sind Sie jedoch nicht alleine. Der für das Sozialkonzept verantwortliche Mitarbeiter und auch Tipico unterstützen Sie hier gerne!

Wie integriere ich Präventionsarbeit?
Folgende Verhaltensweisen und Aufgaben zeichnen Sie als guten Mitarbeiter aus:
- Sie sehen jeden Kunden als Menschen, der Ihnen nicht egal ist
- Sie halten die verbindlichen Vorgaben und Regulierungen für die Wettvertriebsstätte ein
- Sie schauen nicht weg, sondern erkennen problematisches Spielverhalten
- Sie treten mit den Kunden in Kontakt
- Sie klären auf, geben Hinweise und schlagen Angebote vor: Bedenken Sie, dass Sie die Verantwortung für Betroffene nicht übernehmen können, Änderungen muss der Kunde selbst vornehmen
- Sie sind in der Lage, den Kunden an zuständige Kollegen, Hilfeeinrichtungen in der Nähe oder an unsere anonyme Hotline zu vermitteln
- Sie können vertrauliche Informationen für sich behalten

Wann und wo spreche ich den Kunden am besten an?
- Ihnen geht es gut und Sie fühlen sich bereit für ein Gespräch
- Allein im Vier-Augen-Gespräch
- An der Theke
- In einer Wettpause
- Beim Kaffee holen
- In der Raucherpause
- Beim Betreten oder Verlassen der Wettvertriebsstätte

1/2

tipico

MITARBEITER-TIPPS FÜR GESPRÄCHE MIT KUNDEN

Wann und wo sollte ich den Kunden nicht ansprechen?
- Wenn Sie nervös, gestresst oder abgelenkt sind
- Außerhalb der Wettvertriebsstätte
- Vor mehreren anderen Kunden
- Bei konzentriertem Wetten/Ausfüllen des Wettscheins
- Bei Anzeichen von Wut, Verärgerung, Frustration

Was könnte ich sagen?
- Haben Sie/Hast du einen Moment Zeit für mich?
- Sag doch mal, wie geht es dir so?
- Wir kennen uns ja schon eine ganze Weile und dich scheint etwas zu bedrücken. Was ist denn los?
- Du leihst dir immer mehr Geld in letzter Zeit. Ist alles okay?
- Magst du/Mögen Sie mit mir einen Kaffee/eine Cola trinken?
- Fühlen Sie sich heute nicht wohl?
- Mir ist aufgefallen, dass Sie in letzter Zeit immer häufiger kommen und sehr lang bleiben. Ist alles in Ordnung bei Ihnen?
- Ich-Botschaften

Was sollte ich nicht sagen?
- Sie sind spielsüchtig.
- Sie haben ein Problem.
- Kommen Sie doch einfach nicht mehr her.
- Sucht
- Sie müssen dringend zum Therapeuten/Psychiater/Psychologen/Suchtberater
- Irgendwie, eigentlich, vielleicht, unter Umständen
- Du-Botschaften, Wertungen, Unterstellungen

Gibt es noch andere Tipps für mich?
- Bleiben Sie sie selbst und aufrichtig
- Zeigen Sie Interesse am Kunden (Blickkontakt, Nicken, Aufmerksamkeit)
- Zeigen Sie sich verständnisvoll und verurteilen Sie nicht
- Zuhören ist oft wichtiger als Reden
- Machen Sie Sprechpausen
- Fragen Sie ruhig nach und stellen Sie offene Fragen
- Vermeiden Sie Bewertungen, Belehrungen oder Drohungen
- Trennen Sie Berufs- und Privatleben
- Tasten Sie sich langsam an das eigentliche Spielerschutzgespräch heran und bauen Sie vorher durch alltägliche Gespräche ein Vertrauensverhältnis auf
- Verschwiegenheit ist wichtig: Halten Sie auch den Datenschutz ein
- Auch wenn Kunden uneinsichtig sind oder keine Hilfe erhalten möchten: Ein offenes Ohr zu signalisieren, hilft oft schon.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit an Ihren Sozialkonzept-Verantwortlichen in Ihrem Shop oder an spielerschutz@tipico.de wenden.

2/2

Abbildung 19: Leitfaden für Mitarbeiter für Gespräche mit Kunden

Nach Abschluss des Gesprächs wird im Kundenkonto festgehalten, dass dieses stattgefunden hat und welche Maßnahmen vereinbart wurden. Sämtliche während des Gesprächs gemachten Beobachtungen (z. B. weitere vom Spieler erhaltene Informationen) werden ebenfalls im Kundenkonto dokumentiert und können zu einer (weiteren) Veränderung der Risikobeurteilung des Spielers führen (vgl. Kapitel 6.5.4).

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb wird das Spielerschutzgespräch vom Mitarbeiter vor Ort durchgeführt. Da den Kunden zu einem Spielerschutzgespräch einzuladen auch kontraproduktive Auswirkungen haben kann (z. B. zusätzlicher Spielanreiz), wird der Kunde dann angesprochen, wenn er ohnehin vor Ort ist.

Wird vom Mitarbeiter ein Risikoverhalten erkannt, so wird der Kunde direkt bei diesem Besuch angesprochen. Wird ein Risikoverhalten durch Auswertung der Spieltransaktionen erkannt, so wird der Mitarbeiter beim darauffolgenden Besuch instruiert ein Spielerschutzgespräch durchzuführen. Während des Gesprächs erhaltene Information über Risikoverhaltensweisen werden dokumentiert und in die Risikobeurteilung des Spielers miteinbezogen.

6.7 Universalprävention

6.7.1 Information & Risikobewusstsein

Eine der grundlegenden Voraussetzungen, damit Konsumenten risikoarm mit einem Glücksspielangebot umgehen können, ist vollständige Transparenz. Nur leicht verständliche und klar kommunizierte Informationen ermöglichen ihnen eine informierte Entscheidung zu treffen. Ebenfalls ist ein verantwortungsbewusster Umgang mit den Risiken von Glücksspielen nur möglich, wenn Konsumenten hinlänglich über diese aufgeklärt werden.

Stationärer Vertrieb

Bei Tipico finden sich im stationären Vertrieb folgende Informationen direkt im Eingangsbereich:

- Information zum Betreiber der Wettvertriebsstätte
- Informationen zur ausgestellten Erlaubnis
- Zutrittsverbot für Minderjährige
- Hinweis auf Videoüberwachung

Innerhalb der Lokalität hängen zusätzlich die folgenden Informationen gut sichtbar aus:

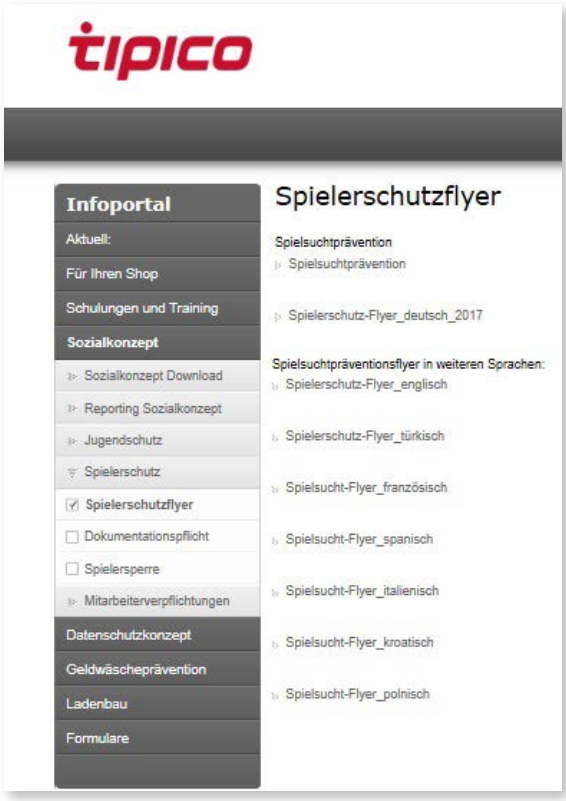
- AGB, Beschwerden und Streitschlichtung
- Jugendschutzgesetz
- Information über Gewinnwahrscheinlichkeiten

Ebenso liegt dieses Spielerschutzkonzept im Kassenbereich auf.
Wettscheine enthalten einen Hinweis auf Suchtrisiken.

Folgende weitere Informationen sind als Poster ausgehängt bzw. liegen als Folder aus:

- Spielerschutz Poster mit QR Code zur Spielerschutz Webseite
- Spielerschutz Broschüre mit Selbsttest und Informationen über Beratungs- und Hilfsangebote inkl. einer landesweit einheitlichen Telefonnummer

Abbildung 20: Spielerschutz Poster in der Wettvermittlungsstelle



Der Partner erhält alle notwendigen Materialien aus dem Infoportal der Tipico Verwaltungssoftware. Aus dem Infoportal können jederzeit die tagesaktuellen Versionen heruntergeladen, ausgedruckt und ausgelegt werden.

Abbildung 21: Tipico Infoportal – Auswahl verschiedener Sprachversionen der Spielerschutz Broschüre

6.7.2 Selbsttest

Ein Selbsttest dient dazu, dem Kunden ein realistischeres Bild darüber zu vermitteln, wie sehr er glücksspielbezogenen Risiken ausgesetzt ist. Darüber hinaus sollte aber auch die motivationale Wirkung eines Selbsttests nicht unterschätzt werden: Screenings sind eine zentrale Komponente kurzer Interventionen und tragen zu deren Wirksamkeit bei (z. B. SBIRT; Abbott et al.; 2018; Petry et al., 2017). Ebenfalls sind Selbsttests eine zentrale Komponente motivationaler Selbsthilfe-Pakete (Carlbring et al, 2012). Ein Selbsttest kann daher nicht nur informieren, sondern auch die Motivation zur Veränderung stärken.

Bei Tipico kommt der Canadian Problem Gambling Index (CPGI; Ferris & Wynne, 2001) als Selbsttest auf der Spielerschutzseite zum Einsatz. Für die Spielerschutz Broschüre kommt hingegen das kürzere Brief Bio-Social Screening (Gebauer et al., 2010) zum Einsatz. Tipico hat sich bewusst für Verfahren entschieden, die mit sehr geringem Zeitaufwand ein differenziertes, handlungsanleitendes Feedback an den Kunden ermöglichen.

Obschon die Auswertung der Antworten dem Auswerteschema des CPGI folgt, liegt der Schwerpunkt nicht auf der Durchführung eines klinischen Screenings, sondern auf angemessenen handlungsorientierten Empfehlungen, insbesondere bei auffälligen Testergebnissen.

Stationärer Vertrieb

Der Selbsttest kann auf folgende Arten durchgeführt werden:

1) Der Kunde führt den Selbsttest in der Spielerschutz Broschüre durch.
2) Der Kunde besucht die Spielerschutzseite via QR Code und startet den Selbsttest online.

tipico

Was ist Glücksspiel- oder Wettsucht? Und wie erkennt man sie?

Die Wissenschaft versteht unter dem Begriff „Glücksspielsucht" ein pathologisches Spielverhalten oder eine pathologische Spielstörung. Die Störung besteht dabei in häufigem und wiederholtem episodenhaften Glücksspiel, das die Lebensführung des Betroffenen beherrscht und zum Verfall der sozialen, beruflichen, finanziellen und familiären Werte sowie Verpflichtungen führt.

Die Folgen können für den Betroffenen und dessen Familienangehörige verheerend sein und haben Auswirkung auf alle Lebensbereiche.

Wenn Sie Zweifel haben, ob Sie zu der Risikogruppe von Spielern gehören, dann führen Sie den folgenden Selbsttest durch:

1 / Sind Sie unruhig, reizbar oder angespannt, wenn Sie versuchen, weniger oder gar nicht zu spielen?

2 / Haben Sie versucht, das Ausmaß Ihrer Spielaktivitäten vor Familie oder Freunden zu verheimlichen?

3 / Hatten Sie aufgrund Ihres Spielverhaltens solche finanzielle Schwierigkeiten, dass Sie Ihren Lebensunterhalt nur mit Hilfe von Familie, Freunden oder dem Sozialamt bestreiten konnten?

Jede dieser Fragen, die Sie ehrlich für sich mit „Ja" beantworten können, könnte einen Warnhinweis für ein problematisches Spielverhalten darstellen.

IN SICHEREN HÄNDEN

Was kann ich tun, wenn ich eine oder mehrere dieser Fragen mit „Ja" beantwortet habe?

Derartige Warnhinweise sollten niemals ignoriert werden. Je früher Sie diese ernst nehmen, desto besser kann problematischen Verhaltensweisen vorgebeugt werden. Einsicht ist hier der erste Schritt zur Besserung und die beste Voraussetzung, aufkommende Probleme anzugehen. Denn problematisches Spielverhalten kann man in den Griff bekommen!

Nutzen Sie zur Unterstützung vorhandene Hilfsangebote. Wir empfehlen Ihnen, uns zu kontaktieren oder professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Abbildung 22: Selbsttest in der Spielerschutz Broschüre

6.7.3 Kundenkonto-Auszug

Personen, die Risikoverhaltensweisen für die Entstehung glücksspielbezogener Probleme aufweisen, schätzen die durch Glücksspiel entstehenden Kosten oft nur sehr ungenau ein (Braverman, Tom & Shaffer, 2014). Vollständige Transparenz über glücksspielbezogene Kosten kann insbesondere diese Risikogruppe dabei unterstützen, ein realistisches Bild über die Gewinnwahrscheinlichkeiten zu erhalten. Insbesondere gibt der Kontoauszug auch Auskunft über alle durch die Teilnahme entstandenen Kosten und die Höhe aller durch Wetten erspielten Gewinne. Aus diesem Grund können Kunden sich jederzeit einen Kontoauszug (am Wett-Terminal, Computer oder Mobiltelefon) anzeigen lassen und diesen gegebenenfalls nach bestimmten Transaktionsarten (z. B. Einzahlungen und Auszahlungen) filtern.

6.7.4 Anzeige der Uhrzeit

Ebenso wichtig ist es für Tipico, dass Kunden den Überblick über die zeitlichen Auswirkungen des Wettens behalten. Es ist daher das Ziel, dass Kunden die Uhrzeit unvermeidlich im Blick haben, um nicht etwa berufliche oder private Verpflichtungen zu vernachlässigen.

Stationärer Vertrieb
Während Uhren in Spielbanken und Spielhallen oft nicht leicht zu finden sind, sind diese ein zentraler Bestandteil des Tipico Wettvermittlungsstellen-Konzepts. Aus diesem Grund wird die Uhrzeit auf jedem Quotenmonitor angezeigt.

6.7.5 Spielumfeld

Tipico ist davon überzeugt, dass Transparenz, Sicherheit und Vertrauenswürdigkeit die bedeutsamsten Gründe sind, warum sich Kunden für einen Anbieter und gegen andere Anbieter entscheiden. Aus diesem Grund sieht Tipico es als seine Aufgabe, ein Spielumfeld zu schaffen, bei dem es – ebenso wie in der Marktkommunikation – nicht um exzessives Spielen, sondern stattdessen um Sportbegeisterung, Spannung und Sicherheit geht.

Stationärer Vertrieb
Die Wettvertriebsstätten sind eindeutig als solche gekennzeichnet.
Die Außenwerbung der Wettbetriebsstätten folgt einem auf Einheitlichkeit und Transparenz basierenden Konzept. So ist sowohl Jugendlichen als auch gesperrten Spielern deutlich erkennbar, dass es sich um eine Wettvertriebsstätte handelt. Auf das Verbot des Abschlusses von Sportwettverträgen durch Personen, die das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, wird zudem deutlich sichtbar durch ein Türschild hingewiesen.

Auch die Innengestaltung der Wettvertriebsstätten richtet sich nach einem einheitlichen Konzept. Diese ist schlicht gehalten und sorgt für ein sauberes und helles Erscheinungsbild. Es werden weder besondere Anreize

für die dort angebotenen Wetten gesetzt, noch findet eine Verharmlosung statt. Die Werbung richtet sich weder an Minderjährige noch an wettsuchtgefährdete Personen oder ähnlich gefährdete Personengruppen. Neben dem Aushang von Werbeplakaten, finden sich in jeder Wettvertriebsstätte Plakate mit Informationen zur Wettsucht, Spielerschutzflyer im Thekenbereich, ein Hinweis auf den Jugendschutz mit Auszug aus dem Jugendschutzgesetz sowie Informationen zu Gewinn- und Verlustwahrscheinlichkeiten. Darüber hinaus sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (das Wettreglement) gut sichtbar ausgelegt.

Auch die räumliche Gestaltung, d. h. der Aufbau der Wettvertriebsstätte, zielt darauf ab, dass von der Kasse aus der Eingangsbereich sowie die Wettterminals stets einsehbar sind. So kann eine wirksame Kontrolle sichergestellt werden.

Abbildung 23: Eindrücke Tipico Wettvermittlungsstellen Konzept

Tipico bietet keine alkoholischen Getränke an. Ebenso ist der Konsum von alkoholischen Getränken in den Betriebsstätten verboten. Das Verbot soll Kontrollverlusten entgegenwirken. Zudem ist erkennbar alkoholisierten Personen der Zutritt und der Aufenthalt in der Betriebsstätte nicht gestattet.

Zuletzt stellt Tipico keine technischen Geräte zur Bargeldabhebung in den Wettbetriebsstätten zur Verfügung. Ebenfalls ist es den Kunden nicht möglich, an der Kasse mit Kredit- oder Debit-Karte Bargeld zu erhalten. Dadurch wird erreicht, dass ein Kunde, der mitgeführtes Geld verspielt hat, sich in einer Wettbetriebsstätte nicht ohne weiteres auf schnellem Wege Bargeld besorgen kann. In einer solchen Situation, in der die Fähigkeit das Spielverhalten zu kontrollieren, beeinträchtigt sein könnte, soll der Kunde vielmehr dazu veranlasst werden, die Wettbetriebsstätte zu verlassen. Dies gibt ihm die Möglichkeit, von der bisherigen Umgebung unbeeinträchtigt und mit dem notwendigen Abstand zu überdenken, ob er das Spiel tatsächlich fortführen möchte.

6.7.6 Spielangebot

Geldspielgeräte, wie sie in Spielhallen und Gaststätten aufgestellt werden, passen nicht zur Atmosphäre einer Wettvertriebsstätte, in der das gemeinsame Mitfiebern bei Sportereignissen im Vordergrund steht. Daher gilt für Tipicos Angebot ein striktes Trennungsgebot.

Stationärer Vertrieb
In Tipico Wettvertriebsstätten werden ausschließlich Sportwetten angeboten. Eine Kombination mit anderen Glücksspielen ist nicht gestattet. Ebenfalls befinden sich diese Wettvertriebsstätten nicht im selben Gebäude oder Gebäudekomplex wie Spielhallen oder Spielbanken.

6.7.7 Wettprogramm

Begrenzungen des Wettprogramms können der Prävention glücksspielbezogener Probleme dienen. Dabei geht es vorwiegend darum, Wettarten, die zu einer schnellen Wiederholung führen könnten, nicht anzubieten. Eine solche schnelle Wiederholung könnte so aussehen, dass eine Wette platziert wird und – ähnlich wie bei einem Spielautomaten – innerhalb von kürzester Zeit aufgelöst wird und potenzielle Gewinne in eine neue, ähnliche Wette reinvestiert werden können.

Beim Fußball ist diese Gefahr bei Wetten, die Ergebnisbezug haben und daher ursächlich mit Toren zusammenhängen, generell nicht gegeben. In der deutschen 1. Fußball-Bundesliga der Herren fielen in der Saison 2018/19 durchschnittlich etwa 3 Tore pro Spiel.[1] Die Zeiträume zwischen den Ereignissen erstrecken sich daher typischerweise auf 25 Minuten oder mehr.

Wetten auf Ereignisse, die keinen Ergebnisbezug haben, und die daher viel häufiger auftreten können (z. B. Einwürfe), werden nicht angeboten.

[1]https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1622/umfrage/bundesliga-entwicklung-der-durchschnittlich-erzielten-tore-pro-spiel/

Auf diese Art lässt sich die Ereignisfrequenz von Live Wetten sehr gut begrenzen, sodass die Mehrheit der Kunden nur eine Live Wette für ein Sportereignis abgibt, anstatt wie bei einem Spielautomaten in schneller Folge immer wieder zu spielen.

6.7.8 Produkt Design

Das Produkt ist so gestaltet, dass die Abgabe einer Wette stets ein mehrstufiger Prozess ist, dem mehrere Entscheidungsschritte bzw. Bestätigungen zugrunde liegen. Dadurch ist einerseits sichergestellt, dass der Kunde nicht aus Versehen eine Wette abgibt. Andererseits wird dadurch auch eine Ereignisfrequenz erreicht, die deutlich niedriger ist als jene eines Spielautomaten.

Das Abgeben eines Wettscheins ist daher als diskontinuierliches Spiel anzusehen, bei dem die Ereignisfrequenz nicht im Bereich weniger Sekunden, sondern vielmehr im Minuten- und Stunden-Bereich liegt.

Bei Tipico erfolgt die Bekanntgabe des Ergebnisses der Wette auf rein sachlicher Ebene und ohne jede Aussage zu Ursache von gewonnenen oder verlorenen Wetten (vgl. Kapitel 3.3.1). Ebenso verfügt das Wettergebnis über keine Handlungsaufforderung, die beispielsweise ein sofortiges neuerliches Einsetzen der Gewinne oder ein Nachjagen von Verlusten begünstigen könnte (vgl. Kapitel 3.3.2).

Stationärer Vertrieb

Der Ablauf der Wettabgabe stellt sicher, dass es zu keinem kontinuierlichen Spiel mit schneller Wiederholung kommt.

Schritt 1 - Auswahl der Wette: Der Kunde füllt einen physischen Wettschein aus.
Schritt 2 - Einscannen: Der Wettschein wird an der Kasse eingescannt.
Schritt 3 - Abgabe der Wette: Dem Kunden wird die Wette und sein gewählter Einsatz angezeigt. Der Kunde prüft den Wettschein und entscheidet, ob er ihn bestätigen will.

Die Wettabgabe am Terminal folgt dem gleichen Ablauf wie nachstehend für den Online Vertrieb beschrieben ist.

6.7.9 Verantwortungsvolle Werbung

Werbung ist ein zentrales Werkzeug, um die bestehende Nachfrage zu lizenzierten Wettangeboten zu leiten. Insbesondere durch Werbung kann ein Kunde zwischen einem lizenzierten und einem unlizenzierten Anbieter unterscheiden.

Werbung betrifft nicht nur Kunden eines Glücksspielanbieters oder Personen, die von Zeit zu Zeit an Wetten teilnehmen, sondern Konsumenten ganz allgemein. Bei der Gestaltung der Werbung ist zu berücksichtigen, dass diese den durch Information, Spielumfeld- und Produktgestaltung geleisteten Spielerschutz nicht unterläuft. Neben Grundregeln des allgemeinen Konsumentenschutzes muss Werbung daher derart gestaltet sein,

dass insbesondere Jugendliche und vulnerable Personen dadurch nicht weiter gefährdet werden. Ebenfalls müssen Werbebotschaften so gestaltet sein, dass sie die Entscheidung, nicht an Glücksspielen teilzunehmen zu wollen, respektieren und wertschätzen.

Diese Prinzipien und Ziele bestimmen den Inhalt der Werbung von Tipico: Die verwendeten Werbebotschaften sind im Einklang mit den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Glücksspiele (siehe Box) und der Werberichtlinie gemäß Glücksspielstaatsvertrag.

Ebenso spielt der Kontext eine Rolle: Personen, die sich vom Glücksspiel ausgeschlossen haben, sind generell von jeder zielgerichteten Werbung ausgenommen. Aber auch bei nicht zielgerichteten Werbemedien stellt Tipico sicher, dass solche sich nicht vorrangig an Minderjährige oder vulnerable Personen richten oder in einem Kontext verwendet werden, der sich vorrangig an Minderjährige oder vulnerable Personen richtet.

Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Glücksspiele

1. **Verantwortungsbewusste Verbraucheransprache** - Kommerzielle Kommunikation für Glücksspiele soll
   - » Verbraucher nicht in unangemessener Weise ansprechen. Insbesondere dürfen geistige oder körperliche Schwächen, das Alter, geschäftliche Unerfahrenheit, Leichtgläubigkeit oder eine finanzielle bzw. soziale Zwangslage nicht ausgenutzt werden,
   - » keine unwahren oder zur Täuschung geeigneten Angaben, insbesondere über die Gewinnhöhe und -wahrscheinlichkeit sowie die Teilnahmebedingungen, enthalten,
   - » nicht suggerieren, durch bestimmte Glücksspielangebote oder besonders niedrige Einsätze sei ein problematisches Spielverhalten auszuschließen,
   - » Verbraucher nicht ermutigen, Verluste zurückzugewinnen oder Gewinne wieder zu investieren,
   - » nicht den Eindruck vermitteln, finanzielle Schwierigkeiten würden durch Glücksspiel gelöst,
   - » keine Darstellungen und Aussagen enthalten, die geeignet sind, problematisches, insbesondere unter finanziellen und sozialen Gesichtspunkten exzessives Spielverhalten zu vermitteln, hierzu aufzufordern oder dieses als akzeptabel erscheinen zu lassen.

2. **Sozialverhalten** - Kommerzielle Kommunikation für Glücksspiele soll
   - » nicht suggerieren, dass Glücksspiel Krankheiten und/oder psychosoziale Konflikte, insbesondere Angst oder Einsamkeit, entgegenwirken kann,
   - » den Verzicht auf Glücksspiel nicht abwertend erscheinen lassen,
   - » die Teilnahme an Glücksspielen nicht als wichtigen Bestandteil der persönlichen Lebensführung, als Ersatz für soziale Begegnungen oder die Lösung sozialer Probleme darstellen,
   - » nicht suggerieren, dass die Teilnahme an Glücksspielen den sozialen Erfolg fördert und insbesondere zur Steigerung der Reputation oder der persönlichen Anziehungskraft beiträgt,
   - » strafbares oder rechtswidriges Verhalten nicht fördern oder solches Verhalten stillschweigend dulden.

3. **Kinder und Jugendliche** - Kommerzielle Kommunikation für Glücksspiele soll
   - » Kinder und Jugendliche nicht zur Teilnahme an Glücksspielen auffordern oder beim Glücksspiel zeigen. Darstellungen und Aussagen, die Kinder und Jugendliche besonders ansprechen, sollen nicht verwendet werden,
   - » nicht in Medien erfolgen, deren redaktioneller Teil sich mehrheitlich an Kinder und Jugendliche richtet,
   - » nicht durch Trikotwerbung bei Kinder- und Jugendmannschaften und über Werbe- und Sponsoringmaßnahmen erfolgen, die im direkten Zusammenhang mit Kindern und Jugendlichen stehen,
   - » nur Darsteller zeigen, die auch vom optischen Eindruck her mindestens als junge Erwachsene wahrgenommen werden.

Tipico berücksichtigt diese Regeln sowohl in der Gestaltung seines Online Produkts als auch in der Gestaltung der Wettvertriebsstätten.

6.8 Selektive Prävention

6.8.1 Kreditverbot

Kreditwetten sind bei Tipico seit Jahren ausgeschlossen. Sie stehen Tipicos Grundsätzen und dem Ziel eines attraktiven und sicheren Angebots entgegen. Bei einer Kreditwette spielt der Kunde um Geld, das er nicht hat. Dadurch geht er ein höheres Risiko ein: Verliert er, so gerät er unter Zugzwang. Wenn der Kunde versucht, diese Verluste durch weitere – zunehmend riskante – Wetten zu begleichen („chasing"), so kann das der Beginn eines Teufelskreises sein, der im Kontrollverlust endet.

Stationärer Vertrieb

Der Vermittler gewährt den Kunden keine Kredite. Es besteht ein striktes Kreditwettverbot. Das Kreditverbot ist auch vertraglich mit Tipico Partnern festgelegt. Es ist ihnen untersagt, den Kunden Kredite zu gewähren oder zuzulassen, dass in den Wettvertriebsstätten solche Kredite gewährt werden. Letzteres wird vor allen Dingen durch entsprechende Anweisungen an das Personal und Überwachung durch Testkäufe sichergestellt.

6.8.2 Finanzielle Limits

Wie in anderen Sektoren setzt sich die Mehrzahl der Wettkunden selbst interne Ausgabenlimits. Diese sind Teil der eigenen gedanklichen Planung, ohne offen formuliert zu werden (z. B. die Absicht, nicht mehr als EUR 100 auszugeben). In der Regel sind diese Kunden in der Lage, sich an diese Limits zu halten.

Für einen Teil (etwa 10 %) der Kunden ist dies hingegen sehr schwierig. Die Selbstlimitierung ist ein Werkzeug, das darauf abzielt, diese Spieler zu unterstützen, indem die Verantwortung für die Einhaltung der Limits an Tipico ausgelagert wird und so ungewollte Ausgaben verhindert werden (Lalande & Ladoucer, 2011).

In diesem Modell geteilter Verantwortung ist es daher Aufgabe des Kunden, sich in einer kühlen, rationalen Phase (z. B. bei der Registrierung) ein angemessenes Limit zu setzen. Der Anbieter stellt im Gegenzug die lückenlose Einhaltung der Limits sicher.

Eine weitere Verantwortung des Anbieters ist es, Ausgabenentscheidungen nicht direkt am Verkaufsort zu treffen (Dickerson & O'Connor, 2006). Ansonsten bestünde das Risiko, dass ein Spieler in einer Phase des Kontrollverlustes während des Spiels sein Limit erhöht, um unverzüglich mit dem erhöhten Limit weiterspielen zu können. Dieses Risiko schließt Tipico dadurch aus, dass Limiterhöhungen während des Spiels generell nicht möglich sind. Stattdessen wird die Limiterhöhung erst nach sieben Tagen aktiv. In dieser Zeit kann der Kunde sie jederzeit widerrufen.

Im Gegensatz dazu setzt Tipico jede Form der Absenkung des Limits unmittelbar um.

Die Wirksamkeit von selbst gesetzten finanziellen Limits im Internet wurde in mehreren Studien bestätigt (Nelson et al., 2008; Auer & Griffiths, 2013). Ebenfalls werden selbst gesetzte Limits sehr gut von Kunden angenommen und von der Mehrheit als sinnvolle Schutzmaßnahme begrüßt (Auer, Reiestadt & Griffiths, 2018).

Es wurden allerdings auch weniger klare Ergebnisse berichtet, wenn Limits im stationären Vertrieb nicht als tatsächliche Übernahme der Verantwortung durch den Anbieter umgesetzt wurden, sondern nur als Erinnerungen (Blaszczynski, 2014; Ladouceur, Blaszczynski & Lalande, 2012). Die Konsequenz für Tipico ist es daher, die Funktionalität, so wie sie sich online als wirksam erwiesen hat, auch im stationären Bereich einzusetzen. Ein einmal vom Kunden oder Tipico gesetztes Limit kann nicht überschritten werden.

Alle finanziellen Limits können für verschiedene Zeitperioden (einzeln oder in Kombination) gesetzt werden:

- pro Monat: Das Limit wird jeweils über den Zeitraum der letzten 30 Tage bemessen. Das hat den Vorteil, dass es für den Kunden sehr einfach ist, seine geplanten Ausgaben für Wetten am monatlichen Budget zu bemessen.
- pro Woche: Das Limit wird jeweils über den Zeitraum der letzten sieben Tage bemessen. Für manche Kunden kann das Risiko bestehen, dass sie ihr monatliches Limit schon während weniger Tage ausschöpfen. Während der verbleibenden 30-Tage-Periode wäre dann das Risiko sehr groß, dass sie, um weiterspielen zu können, den regulierten Markt verlassen.
- pro Tag: Das Limit wird jeweils über den Zeitraum der letzten 24 Stunden bemessen. Solche Limits sind unüblicher als längere Limit-Perioden, können aber dabei unterstützen, nicht die Kontrolle über glücksspielbezogene Ausgaben zu verlieren.

Einsatzlimit:
Das Einsatzlimit begrenzt die Summe der Gelder, die ein Kunde pro gewählter Zeitperiode (z. B. pro Monat) für Einsätze zur Verfügung stellen kann. Gewinne werden hierbei nicht gegenverrechnet. Würde das Limit überschritten, so können keine weiteren Gelder für Einsätze zur Verfügung gestellt werden.

Verlustlimit:
Das Verlustlimit begrenzt den möglichen finanziellen Verlust, den ein Kunde pro Zeitperiode erleiden kann. Zu diesem Zweck werden die innerhalb der Zeitperiode getätigten Wetten den innerhalb der Zeitperiode erhaltenen Gewinnen gegenübergestellt. Würde das Limit überschritten, wird keine weitere Wette mehr angenommen.

Würde eine Transaktion dazu führen, dass eines der vom Kunden oder für den Kunden gesetzten Limits überschritten würde, so wird diese Transaktion abgelehnt.

Stationärer Vertrieb
Der Kunde kann das Setzen oder Verändern von Limits jederzeit beim Kassierer oder an einem Wett-Terminal beantragen. Insbesondere die Verfügbarkeit von Spielerschutzmaßnahmen am Terminal ist von großer Bedeutung, da für manche Kunden ein Gespräch mit dem Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter über Spielerschutzthemen angst- oder schambesetzt sein könnte.

Im stationären Vertrieb sind folgende Limits verfügbar:

- Einsatzlimits (pro Monat / Woche / Tag)
- Verlustlimits (pro Monat / Woche / Tag)

Senkungen des selbst gewählten Limits werden sofort aktiv; Erhöhungen des selbst gewählten Limits nach einer Wartezeit von sieben Tagen. Während der Wartezeit kann der Kunde den Antrag auf Limiterhöhung widerrufen.

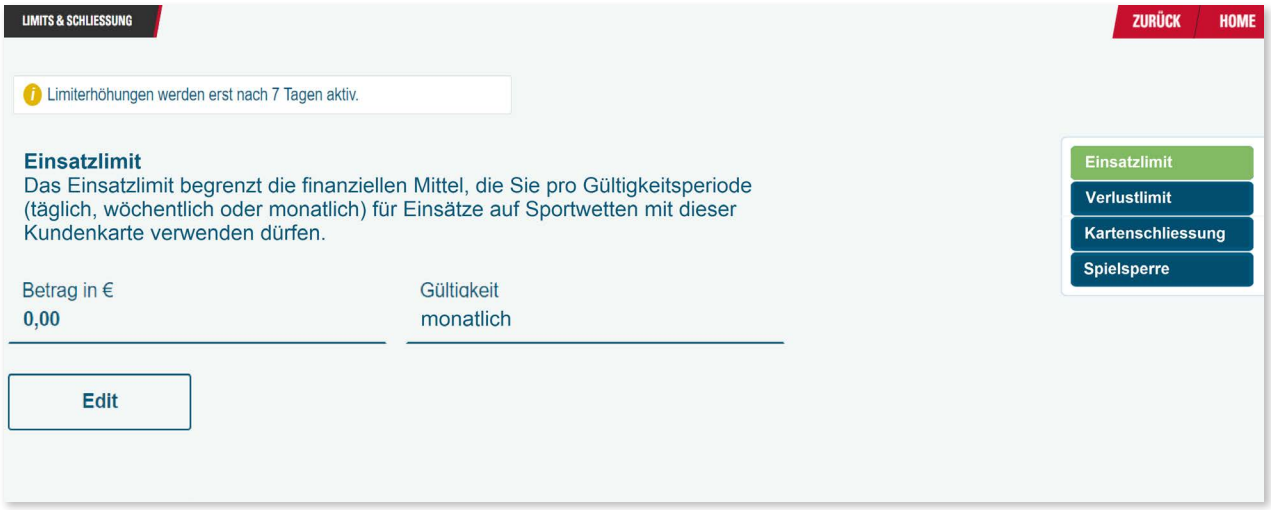


Abbildung 24: Vereinfachte Verwaltungsoberfläche für Limits und Kundenkarten-Schließung am Wett-Terminal

6.8.3 Zeitliche Begrenzungen

Neben den oben beschriebenen finanziellen Begrenzungen wird dem Kunden im Online-Vertrieb auch die Möglichkeit gegeben, seinen Zugang zum Wettangebot von Tipico zu limitieren. Dabei erhält der Kunde die Möglichkeit, Zeiträume zu definieren, in deren Geltungsdauer ihm der Zugang zum Wettangebot sowie zur Möglichkeit, Gelder einzuzahlen, verwehrt wird. Auszahlungen kann er weiterhin tätigen. Nach Ablauf des gewählten Zeitraumes wird die Begrenzung wieder aufgehoben.

6.9 Indizierte Prävention

6.9.1 Selbstsperre

Die zentrale Aufgabe der Selbstsperre ist Schadensreduktion. Wenn ein Spieler die Kontrolle über sein Spielverhalten verloren hat oder befürchtet, diese zu verlieren, kann die Spielsperre eine fortgesetzte Selbstschädigung unterbinden und dem Spieler den notwendigen Abstand und die notwendige Zeit geben, um eine rationale Entscheidung darüber zu treffen, ob er eine Veränderung wünscht (Blaszczinsky, Ladouceur & Nower, 2008). Die Spielsperre basiert darauf, dass der Spieler zwischen Episoden des Kontrollverlusts eine schützende Maßnahme ergreift, die dann unwiderruflich fortbesteht. Diese Unwiderruflichkeit der Sperre ist daher ein besonders bedeutendes Merkmal (Nowatzki & Williams, 2002).

Die Spielsperre wird generell als wirksame Methode der Schadensreduktion angesehen (Gainsbury, 2014; Kotter, Kräplin & Bühringer, 2018; Ladouceur et al., 2017; McCormick, Cohen & Davies, 2018). Als einer der limitierenden Faktoren für die Wirksamkeit der Spielsperre wird häufig der Versuch des Spielers, diese zu umgehen (De Bruin et al., 2001; Ladouceur et al., 2007; Nelson et al., 2010) oder auf andere Glücksspielsektoren auszuweichen (Meyer & Hayer, 2010; Steinberg, 2008) angesehen. Obwohl die meisten gesperrten Spieler nicht vollständig abstinent bleiben, zeigt sich trotzdem eine deutliche Reduktion im Spielverhalten (Kotter, Kräplin & Bühringer, 2018; McCormick, Cohen & Davies, 2018) und in den durch glücksspielbezogene Probleme entstandenen negativen Auswirkungen (Ladouceur et al., 2007). Die Rolle der Spielsperre wird daher eher als strukturelle Hürde angesehen, die zumindest vorübergehend eine Ablenkung durch Glücksspielangebote verhindert. Dadurch ist es für den Betroffenen leichter die für eine Veränderung (z. B. Inanspruchnahme von Hilfs- und Behandlungsangeboten) notwendigen motivationalen Prozesse zu beginnen (O'Hare, 2004).

Dieser Nutzen der Spielsperre trifft allerdings nur auf diejenigen Betroffenen zu, die tatsächlich eine Spielsperre wahrnehmen. In seiner Evaluierung des Sperrsystems in deutschen Spielbanken stellt Fiedler (2014) fest, dass nur ein geringer Anteil der Spieler, die von einer Sperre profitieren würden, diese auch tatsächlich nutzen. Aus diesem Grund ist es relevant, dass die Spielsperre möglichst niedrigschwellig angeboten wird. Die Schwelle darf daher kein langwieriger oder umständlicher Prozess sein. Ebenfalls wird empfohlen, verschiedene Sperrmodalitäten (wie zeitlich begrenzte Spielpausen) anzubieten, damit auch Schutzmöglichkeiten für Spieler bestehen, die von einer zeitlich unbegrenzten Spielsperre abgeschreckt würden. Caillon et al.

(2019) konnten zeigen, dass auch zeitlich begrenzte Spielpausen in der Lage sind, problembehaftete Kognitionen und das Verlangen nach dem Spiel zu senken und so die Voraussetzungen für ein rationales Reflektieren des Spielverhaltens verbessern.

Tipico bietet dem Kunden daher eine zeitlich unbegrenzte Spielsperre an. Diese gilt grundsätzlich für einen unbegrenzten Zeitraum, kann aber vom Spieler nach Ablauf der Mindestdauer von 12 Monaten widerrufen werden (siehe Kapitel 6.9.7).

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb wird in aufliegenden Informationsordnern unter anderem auf die Möglichkeit der Spielsperre aufmerksam gemacht. Sperrformulare erhält der Spieler auf Wunsch vom Wettvermittlungsstellenmitarbeiter.

tipico

ANTRAG AUF SPIELERSPERRE

Sehr geehrter Kunde, sehr geehrte Kundin,
Sie haben um eine Spielersperre in einem Tipico-Shop gebeten. Bitte füllen Sie den vorliegenden Antrag wahrheitsgemäß aus, damit wir die Sperre bestmöglich umsetzen können.

Hiermit erteilen wir Ihnen, Herr/Frau

Name: .....

Geburtsdatum: .....

Straße/Nr.: .....

PLZ/Ort: .....

☐ auf eigenen Wunsch ☐ durch Tipico veranlasst

ein absolutes Teilnahme-und Spielverbot über alle von uns angebotenen Wettannahmemöglichkeiten im Tipico-Shop

..... (Anschrift Shop).

☐ Die Sperre ist zeitlich unbegrenzt (Mindestdauer 1 Jahr).

Eine Spielersperre hat die im Folgenden dargelegten Konsequenzen, zu denen Sie sich mit nachfolgender Unterschrift einverstanden erklären.

- Mit der Spielersperre geht ein Hausverbot für den betroffenen Shop einher.
- Sie geben uns alle erforderlichen Daten, damit eine Sperre sichergestellt werden kann. Diese Daten beinhalten ein Lichtbild (Ausweis o.ä.), den unterzeichneten Antrag sowie den unterzeichneten Nachweis der Erteilung des Hausverbotes.
- Die Sperre gilt nur für den oben angegebenen Tipico-Shop. Sollten Sie sich auch in anderen Vermittlungsstellen oder auch online sperren wollen, bitten wir Sie sich an den betreffenden Shop und/oder an unseren Kundendienst (www.tipico.de/de/kontakt/) zu wenden.
- Ihre Daten werden in eine interne Sperrdatei eingefügt. Darüber hinaus werden bei der zeitlich unbegrenzten Sperre Ihre persönlichen Daten in die Sperrdatenbank OASIS eingetragen. Diese wird vom Regierungspräsidium Darmstadt für ganz Deutschland verwaltet und hat den Zweck, Ihre Spielsperre bei Spielbanken und anderen Sportwettenanbietern umzusetzen.
- Ihre vorhandenen Kundenkarten werden eingezogen, das verbliebene Guthaben ausgezahlt und offene Wetten storniert.
- Die Sperre hat die oben angegebene Mindestdauer. Erst nach Ablauf der Mindestdauer (1 Jahr für zeitlich unbegrenzte Sperren) kann ggf. ein Antrag auf Entsperrung gestellt werden. Wir erwarten für eine Entsperrung objektive Nachweise (z.B. einer Hilfseinrichtung oder eines qualifizierten Arztes), dass zum Zeitpunkt der Aufhebung Ihre uneingeschränkte Kontrolle über das Glücksspiel und eine einwandfreie Finanzsituation vorliegen. Tipico behält sich auch nach Einreichung der Nachweise die endgültige Entscheidung über eine Aufhebung der Sperre vor.
- Sollten Sie entgegen der Sperre dennoch einen Tipico-Shop aufsuchen und/oder Wetten platzieren, kann weder Tipico noch der Betreiber des Shops haftbar gemacht werden.
- Mit diesem Antrag willigen Sie in die Erhebung, Speicherung und Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zur Durchsetzung der Spielersperre ein.

....

Ort, Datum Unterschrift Kunde

Abbildung 25: Formular für Spielsperre

Sobald das Sperrformular ausgefüllt ist, wird die Kundenkarte deaktiviert und werden etwaige Restbeträge ausgezahlt. Der Kunde erhält das unterschriebene Sperrformular als Bestätigung der Sperre. Danach wird der Kunde der Lokalität verwiesen.

Alternativ zum Sperrformular kann der Kunde auch am Terminal eine Spielsperre beantragen. Das erleichtert die Spielsperre für Betroffene, die es als beschämend empfinden würden, mit einem Mitarbeiter über die Spielsperre sprechen zu müssen.

Während der Geltungsdauer einer Spielsperre ist es dem gesperrten Spieler nicht möglich, am Angebot teilzunehmen. Restbeträge werden bei der Sperre ausgezahlt.

Ebenfalls sind gesperrte Spieler von jeglicher gezielten Marktkommunikation ausgeschlossen. Der Kunde erhält das unterschriebene Sperrformular als Bestätigung der Sperre. Dies dient als Beleg für den Kunden, erklärt noch einmal die Bedingungen und informiert über Beratungsangebote.

Ebenso wird dem Spieler die Registrierung einer neuen Kundenkarte oder eines Kundenkontos verwehrt.

6.9.2 Fremdsperre

Auch wenn die Selbstsperre eine wirksame Methode ist, die Selbstschädigung bei Betroffenen einzugrenzen, so wird diese oft erst sehr spät ergriffen. Es ist daher denkbar, dass Probleme für Mitarbeiter bemerkbar werden, noch bevor der Betroffene sich selbst in der Lage fühlt, eine Selbstsperre zu beantragen.

In dieser Situation fällt die Verantwortung dem Anbieter zu: Sollte sich durch Beobachtungen der Verdacht ergeben, dass ein Spieler nicht in der Lage ist, sein Spielverhalten zu kontrollieren oder durch sein Spielverhalten sich oder andere in Gefahr bringt, so ist ein Spielerschutzgespräch durchzuführen. Lassen sich die Befürchtungen im Spielerschutzgespräch nicht entkräften, und ist der Spieler selbst nicht willens eine hinreichend schützende Maßnahme zu ergreifen, so muss ihm eine angemessene Schutzmaßnahme anbieterseitig auferlegt werden (z. B. Fremdsperre).

Ziel der Fremdsperre ist es, die Verantwortung für den Kunden zu übernehmen und ihm so die Zeit und Möglichkeit zu geben, Hilfsangebote wahrzunehmen und ohne Ablenkung durch Glücksspielangebote zu einer rationalen Entscheidung zu kommen. Dass die Fremdsperre den gesperrten Spieler dabei unterstützt den notwendigen Abstand für eine solche Entscheidung zu gewinnen, lässt sich aus den Ergebnissen von Kotter, Kräplin und Bühringer (2018) ableiten. Sie konnten zeigen, dass sich selbst- und fremdgesperrte Spieler nicht in der Einhaltung bzw. Umgehung der Sperrvorgaben unterscheiden.

6.9.3 Umgang mit Hinweisen Dritter

Ebenso wie Beobachtungen durch Mitarbeiter können die Hinweise Dritter (z. B. Verwandter des Kunden) zur Fremdsperre führen. Um den Datenschutz zu wahren, kann Tipico Dritten zwar keine Auskunft über Kunden gewähren. Allerdings geht Tipico selbst Hinweisen durch Dritte nach. Dabei wird folgender Ablauf eingehalten.

1) Dem Hinweisgeber wird bestätigt, dass Tipico den Hinweisen nachgehen wird. Ebenso wird der Hinweisgeber gebeten, Dokumente vorzubringen, die die Hinweise substanziieren können.
2) Die vorgebrachten Hinweise werden vom Spielerschutz Team geprüft und mit dem von Tipico beobachtbaren Spielverhalten und gegebenenfalls Beobachtungen durch Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter abgeglichen.
3) Das Kundenkonto / die Kundenkarte wird für den Verlauf der Untersuchung deaktiviert.

4) Der Kunde wird mit dem Hinweis des Dritten und den von Tipico angestellten Beobachtungen konfrontiert. Die Identität des Hinweisgebers wird dabei nicht preisgegeben. Basierend auf den Hinweisen wird dem Kunden eine angemessene Schutzmaßnahme (z. B. Spielsperre) nahegelegt und Stellungnahme innerhalb von 14 Tagen erbeten.
5) Sollte der Kunde die Schutzmaßnahme akzeptieren, so wird diese auf Wunsch des Kunden umgesetzt.
6) Sollte der Kunde der Schutzmaßnahme widersprechen, so wird die Stellungnahme des Kunden geprüft und wo möglich nach Dokumenten gefragt, die die Ausführungen des Kunden belegen.
7) Gelingt es dem Kunden alle Hinweise und Beobachtungen zu erklären und alle Zweifel an seiner Fähigkeit, verantwortungsvoll zu spielen, auszuräumen, wird das Konto reaktiviert.
8) Ist das nicht der Fall, wird eine Fremdsperre basierend auf den Hinweisen und Tipico-internen Beobachtungen verhängt.

6.9.4 Erkennung gesperrter Spieler

Auch wenn eine Sperre noch darüber hinausgehende positive Auswirkungen haben kann (Blaszczynski, Ladouceur & Nower, 2007; Tremblay, Boutin & Ladouceur, 2008), so ist die wirksame Umsetzung des Spielverbotes für gesperrte Spieler eine zentrale Komponente. Da der Spieler durch die Sperre selbst eingeräumt hat, dass er befürchtet, nicht immer die Kontrolle über sein Spielverhalten zu haben, liegt die Verantwortung für die Einhaltung dieses Teilnahmeverbotes vollständig beim Glücksspielanbieter (Brooks & Sparrow, 2015). In der Umsetzung der Sperre muss der Anbieter verlässlich sicherstellen, dass diese auch gewährleistet ist, wenn der gesperrte Spieler versucht die Sperre zu umgehen.

Tipico prüft aus diesem Grund bei Registrierung bzw. Nutzung von Kundenkarte oder Kundenkonto (z. B. zur Wettabgabe) stets auch gegen Sperrlisten. Bei Abgabe von Wetten ohne Verwendung einer Kundenkarte wird vom Kunden ein Ausweis verlangt, der ebenfalls gegen die OASIS Datenbank (siehe Kapitel 6.9.5) geprüft wird. Wird der Spieler auf einer Sperrliste aufgefunden, so wird die Kundenkarte oder das Kundenkonto deaktiviert, und Spieltransaktionen mit Ausnahme der Auszahlung verbleibender Gelder verweigert. Im stationären Vertrieb wird der Kunde zudem der Wettvertriebsstätte verwiesen.

6.9.5 OASIS: Anbieterübergreifende Sperrdatenbank

Die Wirksamkeit einer Sperre ist sehr beschränkt, wenn diese nur für einen Anbieter gilt. Aus diesem Grund wird von Experten häufig empfohlen, möglichst breit angelegte nationale, spielformübergreifende und anbieterübergreifende Sperrdatenbanken zur Umsetzung der Spielsperre zu verwenden (Hayer et al., 2018; Fiedler, 2014; Kotter et al., 2019; Meyer & Hayer, 2010; Nowatzki & Williams, 2002).

Die Sperrdatenbank OASIS geht einen Schritt in diese Richtung, erfüllt diese Voraussetzungen jedoch nicht vollständig. So ist es einem Betroffenen, der sich in einer Wettannahmestelle oder einer Spielbank gesperrt hat, weiterhin möglich sich mit Lotterieprodukten bzw. in einer Spielhalle fortgesetzt selbst zu schädigen.

Tipico nutzt eine OASIS Anbindung seit 2017 für geduldete Wettvertriebsstätten und seit 2018 für den Online- und stationären Vertrieb in Schleswig-Holstein. Die Genehmigung der technischen Schnittstelle zu OASIS WS zur Abfrage und zum Eintragen von Sperren wurde Tipico 2018 erteilt. Ab dem Zeitpunkt der Lizenzerteilung wird sowohl das stationäre als auch das Online Angebot von Tipico lückenlos an OASIS angeschlossen werden.

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb verwendet jede angeschlossene Wettvermittlungsstätte einen eigene Betriebsstättenkennung, mittels derer sie sich in OASIS einloggt und durch die erfasst werden kann, welche OASIS Abfragen bzw. Eintragungen oder Änderungen von Sperren durch welche Wettvermittlungsstätte durchgeführt wurden.

Die OASIS Abfrage kann aus drei Anlässen durchgeführt werden:

- Registrierung einer Kundenkarte
- Abgabe einer Wette mit Kundenkarte
- Abgabe einer Wette ohne Kundenkarte, wo dies erlaubt ist (durch den Mitarbeiter via OASIS WEB)
- Nach Vorgabe im jeweiligen Landesgesetz

Ist ein Spieler in OASIS gesperrt, so wird der Status übernommen, und der Mitarbeiter darauf aufmerksam gemacht. Dieser zahlt daraufhin etwaige Restbeträge aus und deaktiviert die Kundenkarte. Der Spieler wird daraufhin über Hilfsangebote informiert und der Wettannahmestelle verwiesen.
Ebenso werden Spielsperren, die der Kunde in der Wettannahmestelle beantragt, direkt in das Web Portal von OASIS eingetragen.

6.9.6 Überleitung zu Hilfsorganisationen

Während die Spielsperre dazu dient, das Risiko einer fortgesetzten Selbstschädigung zu reduzieren und Betroffenen den notwendigen Abstand zu geben, um rationale Entscheidungen bezüglich ihres zukünftigen Spielverhaltens zu treffen, kann sie eine Behandlung nicht ersetzen. In der Praxis nimmt allerdings nur ein sehr geringer Teil der Personen mit glücksspielbezogenen Problemen – ungefähr 10 % (Meyer et al., 2011) – tatsächlich ein Angebot professioneller Hilfe wahr. Oftmals ist die Situation des Betroffenen zu diesem Zeitpunkt schon sehr dramatisch (Spielsuchthilfe, 2019).

Es ist daher von großer Bedeutung, dass der Betroffene im Rahmen der Spielsperre über Hilfsangebote beraten wird. Ebenfalls sollte nach Möglichkeit zwischen dem Ort der Spielteilnahme und dem Ort der Beratung kein Medienbruch bestehen.

Insbesondere das Aufrechterhalten der Motivation zur Veränderung kann für den Betroffenen schwierig sein, wenn der Prozess Hilfe zu erhalten umständlich ist oder lange Wartezeiten auf einen Termin beinhaltet.
Tipico arbeitet daher mit Hilfs- und Beratungsorganisationen zusammen, um dem Spieler einen möglichst schnellen und reibungslosen Zugang zu Beratungsangeboten zu ermöglichen. Siehe dazu auch Kapitel 4.1.3.

Stationärer Vertrieb

Spielerschutzordner und Sperrformular enthalten Kontaktdaten zu Beratungs-Hotlines, die mit dem Betroffenen ein SBIRT Gespräch (Screening, Brief Intervention and Referral to Treatment) durchführen können.

Die Mitarbeiter werden den Spieler gerne auch über Beratungs- und Hilfsangebote in der näheren Umgebung seines Wohnortes informieren. Es ist Aufgabe des Spielerschutzbeauftragten vor Ort mit den lokalen Betreibern von Hilfs- und Beratungsangeboten in Dialog zu treten, deren Informationsmaterialien bereitzustellen und sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter dazu befähigt sind, Kunden umfänglich über lokale Hilfsangebote zu informieren.

6.9.7 Wiedereröffnung nach Spielsperre

Zeitlich unbegrenzte Spielsperren haben kein in der Sperrvereinbarung festgelegtes Enddatum. Sie gelten daher beliebig lange, sofern der gesperrte Spieler keine bewusste Anstrengung unternimmt, um Tipico aktiv zu kontaktieren und die Sperre zu widerrufen.

Ein solcher Widerruf kann frühestens nach einer Sperrdauer von mindestens zwölf Monaten stattfinden und unterliegt einer Prüfung durch Tipico. Eine Aufhebung der Sperre kann nicht garantiert werden. Sie ist nur möglich, wenn der Spieler glaubhaft darlegt, warum die Risiken, die ursprünglich zur Sperre geführt haben, nicht mehr fortbestehen.
Jedenfalls wird vom Spieler erwartet, dass er Tipico darlegt, wie er zukünftig vorhat zu spielen. Den Vorschlägen von Hayer et al. (2018) folgend wird im Rahmen dieser Planung der Spieler aufgefordert, sich ein angemessenes monatliches Limit zu setzen, das niedriger ist als das Standardlimit und das er zukünftig nur nach Rücksprache mit Tipico erhöhen kann (vgl. Kapitel 6.8.3).

Dieses Limit wird nur dann akzeptiert, wenn es deutlich niedriger ist als die Verluste vor Antritt der Sperre (bei 20 – 25 % der früheren Verluste). Sollte der Spieler ein höheres Limit vorschlagen (vergleichbar mit den Verlusten, die ursprünglich schon zu Problemen geführt hatten), so wird der Widerruf zurückgewiesen, und die Sperre bleibt bestehen. So ist sichergestellt, dass die finanziellen Auswirkungen der erneuten Teilnahme an Glücksspielen deutlich moderater sind, als sie es vor der Sperre waren.

Wird der Widerruf der Sperre akzeptiert, so gilt aber trotzdem eine Wartezeit von mindestens sieben Tagen ab Antrag auf Widerruf, bis dem Spieler tatsächlich wieder Zugriff auf das Angebot gewährt wird. Auf diese Art erhält der Spieler eine weitere Bedenkfrist und kann gegebenenfalls rechtzeitig seine Sperre erneuern.

7. LITERATURVERZEICHNIS

Abarbanel, B.L., & Bernhard, B. (2012). Chicks with decks: The female lived experience in poker. International Gambling Studies, 12, 367-385.

Abbott, M., Hodgins, D.C., Bellringer, M., Vandal, A.C., Palmer Du Preez, K., Landon, J., & Feigin, V. (2018). Brief telephone interventions for problem gambling: a randomized controlled trial. Addiction, 113, 883-895. http://doi.org/10.1111/add.14149

Adami, N., Benini, S., Boschetti, A., Canini, L., Maione, F., & Temporin, M. (2013). Markers of unsustainable gambling for early detection of at-risk online gamblers. International Gambling Studies, 13, 188-204. http://doi.org/10.1080/14459795.2012.754919

Afifi, T.O., LaPlante, D.A., Taillieu, D.D., & Shaffer, H.J. (2014). Gambling involvement: Considering frequency of play and the moderating effects of gender and age. International Journal of Mental Health and Addiction, 12, 238-294. http://doi.org/10.1007/s11469-013-9452-3

Anderson, P., Memmert, D., & Popowicz, E. (2009). Forecasting outcomes of the World Cup 2006 in football: Performance and confidence of bettors and laypeople. Psychology of Sport and Exercise, 10, 116-123. http://doi.org/10.1016/j.psychsport.2008.07.008

Auer, M., & Griffiths, M.D. (2013). Voluntary Limit Setting and Player Choice in Most Intense Online Gamblers: An Empirical Study of Gambling Behaviour. Journal of Gambling Studies, 29, 647-660. http://doi.org/10.1007/s10899-012-9332-y

Auer, M., Reiestad, S.H., & Griffiths, M.D. (2018). Global Limit Setting as a Responsible Gambling Tool: What Do Players Think? International Journal of Mental Health and Addiction. http://doi.org/10.1007/s11469-018-9892-x

Baggio, S., Dupuis, M., Berchtold, A., Spilka, S., Simon, O., Studer, J. (2017). Is gambling involvement a confounding variable for the relationship between Internet gambling and gambling problem severity? Computers in Human Behavior, 71, 148-152. http://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.004

Banz, M., & Lang, P. (2017). Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland. Ergebnisse des Surveys 2017 und Trends. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. http://doi.org/10.17623/BZGA:225-GS-SY17-1.0

Becker, T. (2009). Glücksspielsucht in Deutschland. Frankfurt: Lang.

Beuth, P. (2019). Die Eckpfeiler einer an Qualität orientierten Glücksspielregulierung in Deutschland. Beiträge zum Glücksspielwesen.
https://www.gluecksspielwesen.de/2019/07/01/die-eckpfeiler-einer-an-qualitaet-orientierten-gluecksspielregulierung-in-deutschland/

Bernhard, B.J., & Preston, F.W. (2004). On the Shoulders of Merton: Potentially Sobering Consequences of Problem Gambling Policy. American Behavioral Scientist, 47, 1395-1405.
http://doi.org/10.1177/0002764204265340

Blaszczynski, A., Collins, P., Fong, D., Ladouceur, R., Nower, L., Shaffer, H.J., Tavares, H., & Venisse, J.L. (2011). Responsible Gambling: General Principles and Minimal Requirements. Journal of Gambling Studies, 27, 565-573. http://doi.org/10.1007/s10899-010-9214-0

Blaszczynski, A., Gainsbury, S.M., & Karlov, L. (2014). Blue gum gaming machine: an evaluation of responsible gambling features. Journal of Gambling Studies, 30, 697–712. http://doi.org/10.1007/s10899-013-9378-5

Blaszczynski, A., Ladouceur, R. and Nower, L. (2007). Self-exclusion: A Proposed Gateway to Treatment Model. International Gambling Studies, 7, 59-71. http://doi.org/10.1080/14459790601157830

Blaszczynski, A., Ladouceur, R., Nower, L., & Shaffer, H.J. (2008). Informed Choice and Gambling: Principles for Consumer Protection. Journal of Gambling Business and Economics, 2, 103-118.
http://doi.org/10.5750/jgbe.v2i1.527

Blaszczynski, A., Ladouceur, R., & Shaffer, H. J. (2004). A science-based framework for responsible gambling: the Reno model. Journal of Gambling Studies, 20, 301–317.
http://doi.org/10.1023/B:JOGS.0000040281.49444.e2

Blaszczynski, A., & Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. Addiction, 97, 487-499. http://doi.org/10.1046/j.1360-0443.2002.00015.x

Blaszczynski, A., Russell, A., Gainsbury, S., Hing, N. (2016). Mental Health and Online, Land-Based and Mixed Gamblers. Journal of Gambling Studies, 32, 261-275. http://doi.org/10.1007/s10899-015-9528-z

Braverman, J., LaPlante, D. A., Nelson, S. E., & Shaffer, H. J. (2013). Using Cross-Game Behavioral Markers for Early Identification of High-Risk Internet Gamblers. Psychology of Addictive Behaviors, 27, 868-877.
http://doi.org/10.1037/a0032818

Braverman, J., & Shaffer, H. J. (2012). How do gamblers start gambling: Identifying behavioral markers for high-risk Internet gambling. European Journal of Public Health, 22, 273-278.
http://doi.org/10.1093/eurpub/ckp232

Braverman, J., Tom, M.A., & Shaffer, H.J. (2014). Accuracy of Self-Reported Versus Actual Online Gambling Wins and Losses. Psychological Assessment, 26, 865-877. http://doi.org/10.1037/a0036428

Broda, A., LaPlante, D. A., Nelson, S.E., LaBrie, R.A., Bosworth, L.B., & Shaffer, H.J. (2008). Virtual harm reduction efforts for Internet gambling: effects of deposit limits on actual Internet sports gambling behavior. Harm Reduction Journal, 5, 27. http://doi.org/10.1186/1477-7517-5-27

Brosowski, T., Meyer, G., & Hayer, T. (2012). Analyses of multiple types of online gambling within one provider: an extended evaluation framework of actual online gambling behaviour. International Gambling Studies, 12, 405-419. http://doi.org/10.1080/14459795.2012.698295

Brooks, G., & Sparrow, P. (2016). Bookmakers and a Duty of Care: Customers' Views in England. Journal of Gambling Studies, 32, 737-747. http://doi.org/10.1007/s10899-015-9544-z

Bühringer, G., Braun, B., Kräplin, A., Neumann, M., & Sleczka, P. (2013). ALICE RAP Policy Brief 2 – Gambling: Two sides of the same coin. Dresden: Technische Universität Dresden.

Bühringer, G., Kotter, R., Czernecka, R., & Kräplin, A. (2018). Beyond Reno II: Who cares for vulnerable gamblers? Sucht, 64, 325-334. http://doi.org/10.1024/0939-5911/a000566

Bühringer, G., Kotter, R., Kräplin, A. (2017). Ätiologie von Glücksspielstörungen – Implikationen für den Verbraucherschutz. In H. Krüper (Hrsg.), Zertifizierung und Akkreditierung als Instrumente qualitativer Glücksspielregulierung (S. 35-57). Tübingen: Mohr Siebeck.

Caillon, J., Grall-Bronnec, M., Perrot, B., Leboucher, J., Donnio, Y., Romo, L., & Challet-Bouju, G. (2019). Effectiveness of At-Risk Gamblers' Temporary Self-Exclusion from Internet Gambling Sites. Journal of Gambling Studies, 35, 601-615. http://doi.org/10.1007/s10899-018-9782-y

Cantinotti, M., Ladouceur, R., & Jacques, C. (2004). Sports betting: Can gamblers beat randomness? Psychology of Addictive Behaviors, 18, 143-147. http://doi.org/10.1037/0893-164X.18.2.143

Carbonneau, R., Vitaro, F., Brendgen, M., & Tremblay, R.E. (2015). Variety of gambling activities from adolescence to age 30 and association with gambling problems: a 15-year longitudinal study of a general population sample. Addiction, 110, 1985-93. http://doi.org/10.1111/add.13083

Carlbring, P., Degerman, N., Jonsson, J., & Andersson, G. (2012). Internet-based treatment of pathological gambling with a three-year follow-up. Cognitive Behaviour Therapy, 41, 321-334. http://doi.org/10.1080/16506073.2012.689323

Choliz, M. (2010). Experimental analysis of the game in pathological gamblers: Effect of the immediacy of the reward in slot machines. Journal of Gambling Studies, 26, 249-256. http://doi.org/10.1007/s10899-009-9156-6

Clark, L., Lawrence, A.J., Astley-Jones, F., & Gray, N. (2009). Gambling near-misses enhance motivation to gamble and recruit win-related brain circuitry. Neuron, 61, 481-490. http://doi.org/10.1016/j.neuron.2008.12.031

Cotte, J., & Latour, K.A. (2008). Blackjack in the kitchen: Understanding online versus casino gambling. Journal of Consumer Research, 35, 742-758. http://doi.org/10.1086/592945

Currie, S.R. (2018). A research plan to define Canada's first low-risk gambling guidelines. Health Promotion International. http://doi.org/10.1093/heapro/day074

Currie, S.R. Hodgins, D.C., Casey, D.M., el-Guebaly, N., Smith, G.J., Williams, R.J., & Schopflocher, D.P. (2017). Deriving low-risk gambling limits from longitudinal data collected in two independent Canadian studies. Addiction, 112, 2011-2020. http://doi.org/10.1111/add.13909

Currie, S.R., Hodgins, D.C., Wang, J., el-Guebaly, N., Wynne, H., & Chen, S. (2006). Risk of harm among gamblers in the general population as a function of level of participation in gambling activities. Addiction, 101, 570-580. http://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2006.01392.x

Currie, S.R., Hodgins, D.C., Wang, J., el-Guebaly, N., & Wynne, H. (2008). In Pursuit of Empirically Based Responsible Gambling Limits. International Gambling Studies, 8, 207-227. http://doi.org/10.1080/14459790802172265

D'Astous, A., & Di Gaspero, M. (2015). Heuristic and Analytic Processing in Online Sports Betting. Journal of Gambling Studies, 31, 455-470. http://doi.org/10.1007/s10899-013-9438-x

De Bruin, D.E., Leenders, F.R.J., Fris, M., Verbraeck, H.T., Braam, R.V., & van de Wijngaart, G.F. (2001). Visitors of Holland Casino: Effectiveness of the policy for the prevention of problem gambling. Utrecht: Addictions Research Institute, CVO University of Utrecht.

Delfabbro, P., King, D., & Derevensky, J. (2016). Adolescent gambling and problem gambling: Prevalence, current issues and concerns. Current Addiction Reports, 3, 268-274. http://doi.org/10.1007/s40429-016-0105-z

Delfabbro, P., Falzon, K., & Ingram, T. (2005). The effects of parameter variations in electronic gambling simulations: Results of laboratory-based pilot investigation. Journal of the National Association of Gambling Studies, 17, 7-25.

Delfabbro, P., King, D.L., & Griffiths, M.D. (2012). Behavioural profiling of problem gamblers: a summary and review. International Gambling Studies, 12, 349-366. http://doi.org/10.1080/14459795.2012.678274

Delfabbro, P., King, D., & Griffiths, M.D. (2014). From adolescent to adult gambling: an analysis of longitudinal gambling patterns in South Australia. Journal of Gambling Studies, 30, 547-563. http://doi.org/10.1007/s10899-013-9384-7

Delfabro, P. H., & Winefield, A. H. (2000). Predictors of irrational thinking in regular slot machine gamblers. The Journal of Psychology, 134, 117-128. http://doi.org/10.1080/00223980009600854

Dickerson, M.G., & O'Connor, J (2006). Gambling is an Addictive Disorder: Impaired Control, Harm Minimisation, Treatment and Prevention. Cambridge. International Research Monographs in the Addictions.

Dixon, M. R. (2000). Manipulating the illusion of control: Variations in gambling as a function of perceived control over chances outcomes. The Psychological Record, 50, 705-719. http://doi.org/10.1007/BF03395379

Dixon, M.J., Larche, C.J., Stange, M., Graydon, C., Fugelsang, J.A. (2018). Near-Misses and Stop Buttons in Slot Machine Play: An Investigation of How They Affect Players, and May Foster Erroneous Cognitions. Journal of Gambling Studies, 34, 161-180. http://doi.org/10.1007/s10899-017-9699-x

Dragicevic, S., Percy, C., Kudic, A., & Parke, J. (2015). A Descriptive Analysis of Demographic and Behavioral Data from Internet Gamblers and Those Who Self-exclude from Online Gambling Platforms. Journal of Gambling Studies, 31, 105-132. http://doi.org/10.1007/s10899-013-9418-1

European Commission (2012). A European Consumer Agenda - Boosting confidence and growth. Brussels: European Commission.

Falkai, P., & Wittchen, H.U. (2015). Diagnostisches und Statistisches Manual Psychischer Störungen – DSM-5. Göttingen: Hogrefe.

Ferris, J., & Wynne, H. (2001). The Canadian problem gambling index: Final report. Submitted for the Canadian Centre on Substance Abuse.

Fiedler, I. (2014). Evaluierung des Sperrsystems in deutschen Spielbanken. Hamburg: Universität Hamburg.

Fiedler, I., & Krumma, I. (2013). Das Selbstlimitierungssystem für Sportwetter nach dem neuen Glücksspiel-staatsvertrag. Zeitschrift für Wett- und Glücksspielrecht, 02.13, 82-87.

Gainsbury, S. (2011). Player account-based gambling: potentials for behaviour-based research methodologies. International Gambling Studies, 11, 153-171. https://doi.org/10.1080/14459795.2011.571217

Gainsbury, S. M. (2014). Review of self-exclusion from gambling venues as an intervention for problem gambling. Journal of Gambling Studies, 30, 229-251. http://doi.org/10.1007/s10899-013-9362-0

Gainsbury, S.M. (2015). Online Gambling Addiction: the Relationship Between Internet Gambling and Disordered Gambling. Current Addiction Reports, 2, 185-193. http://doi.org/10.1007/s40429-015-0057-8

Gainsbury, S., Parke, J., & Suhonen, N. (2013). Consumer attitudes towards Internet gambling: Perceptions of responsible gambling policies, consumer protection, and regulation of online gambling sites. Computers in Human Behaviour, 29, 235-245. http://doi.org/10.1016/j.chb.2012.08.010

Gainsbury, S.M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., & Blaszczynski, A. (2013). The impact of internet gambling on gambling problems: A comparison of moderate-risk and problem Internet and non-Internet gamblers. Psychology of Addictive Behaviors, 27, 1092-1101. http://doi.org/10.1037/a0031475

Gebauer, L., LaBrie, R.A., Shaffer, H.J. (2010). Optimizing DSM IV classification accuracy: a brief bio-social screen for detecting current gambling disorders among gamblers in the general household population. Canadian Journal of Psychiatry , 55, 82-90. http://doi.org/10.1177/070674371005500204

Gray, H. M., LaPlante, D. A., & Shaffer, H. J. (2012). Behavioral characteristics of Internet gamblers who trigger corporate responsible gambling interventions. Psychology of Addictive Behaviors, 26, 527-535. http://doi.org/10.1037/a0028545

Griffiths, M.D. (1999). Gambling technologies: prospects for problems gambling. Journal of Gambling Studies, 15, 265-283. https://doi.org/10.1023/A:1023053630588

Griffiths, M.D., Wardle, H., Orford, J., Sproston, K., & Erens, B. (2009). Sociodemographic correlates of internet gambling: findings from the 2007 British gambling prevalence survey. Cyberpsychology and Behavior, 12, 199-202. http://doi.org/10.1089/cpb.2008.0196

Griffiths, M., & Whitty, M. (2010). Online behavioural tracking in Internet gambling research: Ethical and methodological issues. International Journal of Internet Research Ethics, 3, 104-117.

Guttentag, D., Harrigan, K., & Smith, S. (2012). Gambling by Ontario casino employees: Gambling behaviours, problem gambling and impacts of the employment. International Gambling Studies,12, 5-22. http://doi.org/10.1080/14459795.2011.605069

Hancock, L., & Smith, G. (2017). Replacing the Reno Model with a Robust Public Health Approach to "Responsible Gambling": Hancock and Smith's Response to Commentaries on Our Original Reno Model Critique. International Journal of Mental Health and addiction, 15, 1209-1220. http://doi.org/10.1007/s11469-017-9836-x

Hanewinkel, R., Clemens, F., Walther, B., & Morgenstern, M. (2015). Glücksspielgesetzgebung in Deutschland und Glücksspielverhalten der Bevölkerung. Sucht, 61, 19-27. http://doi.org/10.1024/0939-5911.a000345

Harris, A., & Griffiths, M.D. (2017). The Impact of Speed of Play in Gambling on Psychological and Behavioural Factors: A Critical Review. Journal of Gambling Studies, 34, 393-412. http://doi.org/10.1007/s10899-017-9701-7

Häfeli, J., Lischer, S., & Häusler, J. (2015). Communications-based early detection of gambling-related problems in online gambling. International Gambling Studies, 15, 23-38. http://doi.org/10.1080/14459795.2014.980297

Häfeli, J., Lischer, S., & Schwarz, J. (2011). Early detection items and responsible gambling features for online gambling. International Gambling Studies, 11, 273-288. http://doi.org/10.1080/14459795.2011.604643

Häfeli, J. & Schneider, C. (2005). Identifikation von Problemspielern im Kasino – Ein Screeninginstrument (ID-PS). Luzern: Hochschule für Soziale Arbeit.

Häusler, J. (2016). Follow the money: using payment behaviour as predictor for future self-exclusion. International Gambling Studies, 16, 246-262. http://doi.org/10.1080/14459795.2016.1158306

Häusler, J. (2019). Responsible Gambling: From an international gambling industry stakeholder perspective. In H. J. Shaffer, A. Blaszczynski, R. Ladouceur, D. Fong, & P. Collins (Eds.), Responsible gambling: primary stakeholder perspectives: Oxford University Press.

Haucap, J., Nolte, M., & Stöver, H. (2017). Faktenbasierte Evaluierung des Glücksspielstaatsvertrags. Köln: deutsche Sporthochschule Köln.

Hayer, T., Kalke, J., Buth, S., & Meyer, G. (2014). Die Früherkennung von Problemspielerinnen und Problemspielern in Spielhallen: Entwicklung und Validierung eines Screening-Instrumentes. Bremen: Universität Bremen.

Hayer, T., & Meyer, G. (2003). Das Suchtpotenzial von Sportwetten. Sucht, 49,212-220. http://doi.org/10.1024/suc.2003.49.4.212

Hayer, T., Turowski, T., von Meduna, M., Brosowski, T., & Meyer, G. (2018). Studie zur Wirkung und Optimierung von Spielersperren und Sozialkonzepten in Spielhallen in Hessen. Abschlussbericht an das Hessische Ministerium für Soziales und Integration. Bremen: Universität Bremen.

Hing, N., Russell, A., & Hronis, A., (2018). A definition and set of principles for responsible consumption of gambling. International Gambling Studies, 18, 359-382. http://doi.org/10.1080/14459795.2017.1390591

Kotter, R., Kräplin, A., & Bühringer, G. (2018). Casino Self- and Forced Excluders' Gambling Behavior Before and After Exclusion. Journal of Gambling Studies, 34, 597-615. http://doi.org/10.1007/s10899-017-9732-0

Kotter, R., Kräplin, A., Pittig, A., & Bühringer, G. (2019). A systematic review of land-based self-exclusion programs: Demographics, gambling behavior, gambling problems, mental symptoms, and mental health. Journal of Gambling Studies 35, 267-394. https://doi.org/10.1007/s10899-018-9777-8

Kwak, D.H. (2016). The Overestimation Phenomenon in a Skill-Based Gaming Context: The Case of March Madness Pools. Journal of Gambling Studies, 32, 107-123. http://doi.org/10.1007/s10899-015-9520-7

Kwak, D.H., Lim, C.H., Lee, W.Y., & Mahan, J, (2010). How confident are you to win your fantasy league: Exploring the antecedents and consequences of winning expectancy. Journal of Sport Management, 24, 416-433. http://doi.org/10.1123/jsm.24.4.416

LaBrie, R.A. & Shaffer, H.J. (2011). Identifying behavioral markers of disordered Internet sports gambling. Addiction Research & Theory, 19, 56-65. http://doi.org/10.3109/16066359.2010.512106

Ladouceur, R., Blaszczynski, A., & Lalande, D.R. (2012). Pre-commitment in gambling: a review of the empirical evidence. International Gambling Studies, 12, 215-230. http://doi.org/10.1080/14459795.2012.658078

Ladouceur, R., Blaszczynski, A., Shaffer, H. J., & Fong, D. (2016). Extending the RENO model: responsible gambling evaluation guidelines for gambling operators, public policymakers, and regulators. Gaming Law Review and Economics, 20, 1-8. http://doi.org/10.1089/glre.2016.2074

Ladouceur, R., & Sevigny, S. (2005). Structural Characteristics of Video Lotteries: Effects of a Stopping Device on Illusion of Control and Gambling Persistence. Journal of Gambling Studies, 21, 117-131. http://doi.org/10.1007/s10899-005-3028-5

Ladouceur, R., & Sevigny, S. (2006). The impact of video lottery game speed on gamblers. Journal of Gambling Issues. http://doi.org/10.4309/jgi.2006.17.12

Ladouceur, R., Shaffer, P., Blaszczynski, A., & Shaffer, H.J. (2017). Responsible gambling: A synthesis of the empirical evidence. Addiction Research & Theory, 25, 225-235. http://doi.org/10.1080/16066359.2016.1245294

Ladouceur, R., Sylvain, C., & Gosselin, P. (2007). Self-exclusion program: A longitudinal evaluation study. Journal of Gambling Studies, 23, 85-94. http://doi.org/10.1007/s10899-006-9032-6

Lalande, D.R., & Ladouceur, R. (2011). Can cybernetics inspire gambling research? A limit-based conceptualization of self-control. International Gambling Studies, 11, 237-252. http://doi.org/10.1080/14459795.2011.598540

LaPlante, D.A., Gray, H.M., Williams, P.M., & Nelson, S.E. (2018). An empirical review of gambling expansion and gambling-related harm. Sucht, 64, 295-306. http://doi.org/10.1024/0939-5911/a000563

LaPlante, D.A., Nelson, S.E., LaBrie, R.A., & Shaffer, H.J. (2008). Stability and Progression of Disordered Gambling: Lessons From Longitudinal Studies. Canadian Journal of Psychiatry, 53, 52-60. http://doi.org/10.1177/070674370805300108

LaPlante, D.A., Nelson, S.E., LaBrie, R.A., & Shaffer, H.J. (2011). Disordered gambling, type of gambling and gambling involvement in the British Gambling Prevalence Survey 2007. European Journal of Public Health, 21, 532-537. http://doi.org/10.1093/eurpub/ckp177

LaPlante, D.A., Schumann, A., LaBrie, R.A., & Shaffer, H.J. (2008). Population trends in Internet sports gambling. Computers in Human Behavior, 24, 2399-2414. http://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.015

LaPlante, D.A., & Shaffer, H.J. (2007). Understanding the Influence of Gambling Opportunities: Expanding Exposure Models to Include Adaptation. American Journal of Orthopsychiatry, 77, 616-623. http://doi.org/10.1037/0002-9432.77.4.616

Lesieur, H.R., & Blume, S.B. (1987). The South Oaks Gambling Screen (SOGS): a new instrument for the identification of pathological gamblers. American Journal of Psychiatry, 144, 1184-1188. http://doi.org/10.1176/ajp.144.9.1184

Linnet, J., Thomsen, K. R., Møller, A., & Callesen, M. B. (2010). Event frequency, excitement and desire to gamble, among pathological gamblers. International Gambling Studies, 10, 177-188. http://doi.org/10.1080/14459795.2010.502181

Lischer, S. (2018). Das Gefährdungspotenzial von Internet-Glücksspielen und Möglichkeiten des Spielerschutzes. Zeitschrift für Wett- und Glücksspielrecht, 13, 2-21.

Lloyd, J., Doll, H., Hawton, K., Dutton, W.H., Geddes, J.R., Goodwin, G.M., & Rogers, R.D. (2010). Internet Gamblers: A Latent Class Analysis of Their Behaviours and Health Experiences. Journal of Gambling Studies, 26, 387-399. http://doi.org/10.1007/s10899-010-9188-y

Martinez, F., Le Floch, V., Gaffe, B., & Villejoubert, G. (2011). Reports of Wins and Risk Taking: An Investigation of the Mediating Effect of the Illusion of Control. Journal of Gambling Studies, 27, 271-285. http://doi.org/10.1007/s10899-010-9204-2

McCormick, A.V., Cohen, I.M., & Davies, G. (2018). Differential Effects of Formal and Informal Gambling on Symptoms of Problem Gambling During Voluntary Self-Exclusion. Journal of Gambling Studies, 34, 1013-1031. http://doi.org/10.1007/s10899-018-9743-5

Meyer, C., Rumpf, H.J., Kreuzer, A., de Brito, S., Glorius, S., Jeske, C., Kastirke, N., Porz, S., Schön, D., Westram, A., Klinger, D., Goeze, C., Bischof, G., & John, U. (2011). Pathologisches Glücksspielen und Epidemiologie (PAGE): Entstehung, Komorbidität, Remission und Behandlung. Endbericht an das Hessische Ministerium des Innern und für Sport. Greifswald: Universitätsmedizin Greifswald.

Meyer, G. (2001). Glücksspiele im Internet: Eine Herausforderung für die Suchtprävention. Suchtreport, 3, 29-36.

Meyer, G., & Hayer, T. (2005). Das Gefährdungspotenzial von Lotterien und Sportwetten – Eine Untersuchung von Spielern aus Versorgungseinrichtungen. Bremen: Universität Bremen.

Meyer, G., & Hayer, T. (2008). Die Identifikation von Problemspielern in Spielstätten. Prävention & Gesundheitsförderung, 3, 67-74. http://doi.org/10.1007/s11553-008-0101-9

Meyer, G., Hayer, T. (2010). Die Effektivität der Spielsperre als Maßnahme des Spielerschutzes - Eine empirische Untersuchung von gesperrten Spielern. Frankfurt: Peter Lang.

Meyer, G., Häfeli, J., Mörsen, C., & Fiebig, M. (2010). Die Einschätzung des Gefährdungspotentials von Glücksspielen. Sucht, 56, 405-414. http://doi.org/10.1024/0939-5911/a000057

Meyer, G., Kalke, J., & Hayer, T. (2018). The impact of supply reduction on the prevalence of gambling participation and disordered gambling behaviour: A systematic review. Sucht, 64, 283-293. http://doi.org/10.1024/0939-5911/a000562

Nelson, S.E., Kleschinsky, J.H., LaBrie, R.A., Kaplan, S., & Shaffer, H.J. (2010). One decade of selfexclusion: Missouri casino self-excluders four to ten years after enrollment. Journal of Gambling Studies, 26, 129-144. http://doi.org/10.1007/s10899-009-9157-5

Nelson, S.E., LaPlante, D.A., Peller, A.J., Schumann, A., LaBrie, R.A., & Shaffer, H. J. (2008). Real limits in the virtual world: Self-limiting behavior of Internet gamblers. Journal of Gambling Studies, 24, 463-477. http://doi.org/10.1007/s10899-008-9106-8

Nowatzki, N.R., & Williams, R.J. (2002). Casino self-exclusion programmes: A review of the issues. International Gambling Studies, 2, 3-25. http://doi.org/10.1080/14459790208732297

O'Hare, C. (2004). Self-exclusion - Concept vs. reality. Gaming Law Review, 8, 189-191. http://doi.org/10.1089/1092188041427300

Pachur, T., & Biele, G. (2007). Forecasting from ignorance: the use and usefulness of recognition in lay predictions of sports events. Acta Psychologica, 125, 99-116. http://doi.org/10.1016/j.actpsy.2006.07.002

Parke, A., Griffiths, M.D., & Irwing, P. (2004). Personality traits in Pathological Gambling: Sensation Seeking, Deferment of Gratification and Competitiveness as Risk Factors. Addiction Research & Theory, 12, 201-212. http://doi.org/10.1080/1606635310001634500

Parke, J., & Griffiths, M.D. (2006). The psychology of the fruit machine: The role of structural characteristics (revisited). International Journal of Mental Health and Addiction, 4, 151-179. http://doi.org/10.1007/s11469-006-9014-z

Peller, A.J., LaPlante, D.A., & Shaffer, H.J. (2008). Parameters for Safer Gambling Behavior: Examining the Empirical Research. Journal of Gambling Studies, 24, 519-534. http://doi.org/10.1007/s10899-008-9097-5

Petry, N.M. (2005). Pathological gambling – Etiology, comorbidity and treatment. Washington, DC: American Psychological Association.

Petry, N.M., Rash, C.J. & Alessi, S.M. (2017). A randomized controlled trial of brief interventions for problem gambling in substance use treatment patients. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 84, 874-886. http://doi.org/10.1037/ccp0000127

Philander, K.S. (2014). Identifying high-risk online gamblers: a comparison of data mining procedures. International Gambling Studies, 14, 53-63. http://doi.org/10.1080/14459795.2013.841721

Philander, K.S., & MacKay,T.L. (2014). Online gambling participation and problem gambling severity: is there a causal relationship? International Gambling Studies, 14, 214-227. http://doi.org/10.1080/14459795.2014.893585

Premper, V., Schwickerath, J., Missel, P., Feindel, H., Zemlin, U., & Petry, J. (2014). Multizentrische Katamnese zur stationären Behandlung von Pathologischen Glücksspielern. Sucht, 60, 331-344. http://doi.org/10.1024/0939-5911.a000335

Rockloff, M.J., & Greer, N. (2011). Audience Influence on EGM Gambling: The Protective Effects of Having Others Watch You Play. Journal of Gambling Studies, 27, 443-451. http://doi.org/10.1007/s10899-010-9213-1

Rockloff, M.J., Greer, N., & Fay, C. (2011). The Social Contagion of Gambling: How Venue Size Contributes to Player Losses. Journal of Gambling Studies, 27, 487-497. http://doi.org/10.1007/s10899-010-9220-2

Samuel, S. (2010, December 11). Conservatives warn against online gambling bill. The Christian Post. https://www.christianpost.com/news/conservatives-warn-against-online-gambling-bill.html

Saß, H., Wittchen, H.U., & Zaudig, M. (1996). Diagnostisches und Statistisches Manual psychischer Störungen. DSM-IV. Göttingen: Hogrefe.

Schellinck, T. & Schrans, T. (2004). Identifying problem gamblers at the gambling venue: Finding combinations of high confidence indicators. Journal of the National Association of Gambling Studies, 16, 8-24.

Schultz, W. (2006). Behavioral theories and the neurophysiology of reward. Annual Review of Psychology, 57, 87-115. http://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070229

Shaffer, H.J., & Korn, D.A. (2002). Gambling and related mental disorders: A public health analysis. Annual Review of Public Health, 23, 171-212. http://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.23.100901.140532

Shaffer, H.J., Ladouceur, R., Blaszczynski, A., & Whyte, K. (2016). Extending the RENO Model: Clinical and Ethical Applications. American Journal of Orthopsychiatry, 86, 297-309. http://doi.org/10.1037/ort0000123

Shaffer, H.J., & Martin, R. (2011). Disordered Gambling: Etiology, Trajectory, and Clinical Considerations. Annual Review of Clinical Psychology, 7, 483-510. http://doi.org/10.1146/annurev-clinpsy-040510-143928

Shaffer, H.J., Peller, A.J., LaPlante, D.A., Nelson, S.E., & LaBrie, R.A. (2010). Toward a paradigm shift in Internet gambling research: From opinion and self-report to actual behaviour. Addiction Research and Theory, 18, 270-283. http://doi.org/10.3109/16066350902777974

Shaffer, H.J., & Shaffer, P.M. (2014). Psychiatric Epidemiology, Nosology, and Treatment: Considering Internet Gambling. Psychiatric Annals, 44, 371-378. http://doi.org/10.3928/00485713-20140806-04

Shaffer, H.J., Vander Bilt, J., & Hall, M.N. (1999). Gambling, drinking, smoking, and other health risk activities among casino employees. American Journal of Industrial Medicine, 36, 365-378. http://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0274(199909)36:3<365::AID-AJIM4>3.0.CO;2-I

Sharpe, L., Walker, M., Coughlan, M. J., Enersen, K., & Blaszczynski, A. (2005). Structural changes to electronic gaming machines as effective harm minimization strategies for non-problem and problem gamblers. Journal of Gambling Studies, 21, 503-520. http://doi.org/10.1007/s10899-005-5560-8

Slutske, W.S. (2006). Natural Recovery and Treatment-Seeking in Pathological Gambling: Results of Two U.S. National Surveys. American Journal of Psychiatry, 163, 297-302. http://doi.org/10.1176/appi.ajp.163.2.297

Spielsuchthilfe (2019). Jahresbericht 2018. Tätigkeits- und Forschungsdaten 2018. Wien: Ambulante Behandlungseinrichtung Spielsuchthilfe.

Steinberg, M.A. (2008). Ongoing evaluation of a self-exclusion program. Conference contribution presented at the 22nd National Conference on Problem Gambling. Long Beach, California, USA.

Towfigh, E., Glöckner, A. (2011). Game Over: Empirical Support for Soccer Bets Regulation. Psychology Public Policy and Law, 17, 475-506. http://doi.org/10.1037/a0023402

Tremblay, N., Boutin, C., & Ladouceur, R. (2008). Improved Self-exclusion Program: Preliminary Results. Journal of Gambling Studies, 24, 505-518. http://doi.org/10.1007/s10899-008-9110-z

Wardle, H., Moody, A., Griffiths, M., Orford, J., & Volberg, R. (2011). Defining the online gambler and patterns of behaviour integration: evidence from the British Gambling Prevalence Survey 2010. International Gambling Studies, 11, 339-356. http://doi.org/10.1080/14459795.2011.628684

Welte, J.W., Barnes, G.M., Tidwell, M.C., Hoffman, J.H. (2009). The association of form of gambling with problem gambling among American youth. Psychology of Addictive Behaviors, 23, 105-112. http://doi.org/10.1037/a0013536

Williams, R.J., Volberg, R.A., & Stevens, R.M.G. (2012). The Population Prevalence of Problem Gambling: Methodological Influences, Standardized Rates, Jurisdictional Differences, and Worldwide Trends. Report prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre and the Ontario Ministry of Health and Long Term Care. http://hdl.handle.net/10133/3068

Wong, I. L. K., & Lam, P. S. (2013). Work stress and problem gambling among Chinese casino employees in Macau. Asian Journal of Gambling Issues and Public Health, 3, 1-16. http://doi.org/10.1186/2195-3007-3-7

Wood, R.T., & Griffiths, M.D. (2007). Online guidance, advice, and support for problem gamblers and concerned relatives and friends: An evaluation of the Gam-Aid pilot service. British Journal of Guidance and Counselling, 35, 373-389. http://doi.org/10.1080/03069880701593540

Wood, R., & Williams, R. (2007). Internet gambling: Past, present and future. In G. Smith, D. Hodgins, & R. J. Williams (Eds.), Research and measurement issues in gambling studies (pp. 491-514).
San Diego: Elsevier Publishing.

Wood, R., & Williams, R.J. (2009). Internet gambling: Prevalence, patterns, problems, and policy options. Final Report prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre; Guelph, Ontario.

Wood, R.T., & Wood, S. (2009). An evaluation of two UK online support forums designed to help people with gambling issues. Journal of Gambling Issues, 23. http://doi.org/10.4309/jgi.2009.23.1

Xuan, Z., & Shaffer, H.J. (2009). How Do Gamblers End Gambling: Longitudinal Analysis of Internet Gambling Behaviors Prior to Account Closure Due to Gambling Related Problems. Journal of Gambling Studies, 25, 239-252. http://doi.org/10.1007/s10899-009-9118-z

8. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der Gesamtbevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017).....14

Abbildung 2: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der glücksspielenden Bevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017).....15

Abbildung 3: Anteil der problematischen und pathologischen Spieler unter den Nutzern verschiedener Formen des Glücksspiels basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017).....17

Abbildung 4: Epidemiologisches Dreiecksmodell angewandt auf glücksspielbezogene Störungen. Quelle: Peller, LaPlante & Shaffer (2008).....18

Abbildung 5: Nutzungsverhalten minderjähriger Spieler für ausgewählte Arten des kommerziellen Glücksspiels (privat organisierte Glücksspiele wurden ausgeklammert).....35

Abbildung 6: Variante eines Informationsplakats zum Jugendschutz in der Wettvertriebsstätte.....36

Abbildung 7: Sichtprüfung des Kassierers in der Wettvermittlungsstelle nach Einloggen der Kundenkarte.....37

Abbildung 8: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung einer durchgeführten Alterskontrolle beim Einlass.....37

Abbildung 9: Public Health Modell mit präventiven Strategien und Schutzzielen für verschiedene Gruppen von Spielern.....40

Abbildung 10: Verlauf der nationalen Prävalenzzahlen für pathologisches und problematisches Glücksspiel in Großbritannien.....42

Abbildung 11: Geglättete Verlaufskurven der Prävalenz problematischen und pathologischen Glücksspiels über die Zeit. Quelle: Williams, Volberg & Stevens (2012).....43

Abbildung 12: Zusammenhang zwischen Schutzniveau und Kanalisierung. Gangbare Kompromisse zwischen diesen gleichwertigen Zielen ergeben sich durch Individualisierung des Spielerschutzes.....44

Abbildung 13: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung von Spielerschutz-Beobachtungen.....47

Abbildung 14: ROC Kurve, die alle möglichen Kompromisse zwischen Sensibilität und Spezifität des Tipico Modells zur Früherkennung glücksspielbezogener Probleme angibt....49

Abbildung 15: Interventionsstufe 2 Feedback....50

Abbildung 16: Zusammenführung von Spielverhaltens- und Kommunikationsbeobachtungen über eine bestimmte Person aus online- und stationärem Vertrieb auf einer darüberliegenden Persona-Ebene....51

Abbildung 17: Verschiedene Szenarien und deren Auswirkungen auf die Risikobeurteilung eines Kunden....51

Abbildung 18: Regelkreis zur Steuerung des Kundenverhaltens in eine moderate Richtung....53

Abbildung 19: Leitfaden für Mitarbeiter für Gespräche mit Kunden....55

Abbildung 20: Spielerschutz Poster in der Wettvermittlungsstelle....57

Abbildung 21: Tipico Infoportal – Auswahl verschiedener Sprachversionen der Spielerschutz Broschüre....57

Abbildung 22: Selbsttest in der Spielerschutz Broschüre....58

Abbildung 23: Eindrücke Tipico Wettvermittlungsstellen Konzept....60

Abbildung 24: Vereinfachte Verwaltungsoberfläche für Limits und Kundenkarten-Schließung am Wett-Terminal....66

Abbildung 25: Formular für Spielsperre....68

Vorderseite: wavebreakmedia/shutterstock.com

Seite 6: PhoNNN/shutterstock.com

Seite 12: wavebreakmedia/shutterstock.com

Seite 24: Pressmaster/shutterstock.com

Seite 34: sirtravelalot/shutterstock.com

Seite 38: Steve Hiscock/shutterstock.com

9. TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Selbstberichtete Ursachen für Problemverhalten von Personen in Behandlung. Quelle: Premper et al. (2014), S. 337 16

Tabelle 2: Verschiedene Studien zur Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Ereignisfrequenz und Persistenz des Spielverhaltens bei Spielautomaten 20

Tabelle 3: Schema zur Erfassung von Spielverhalten und Kundeninteraktion über verschiedene Vertriebskanäle 23

Tabelle 4: Sicherzustellende zeitliche Ressourcen in Abhängigkeit der Anzahl zu betreuender Wettvertriebsstätten 26

Tabelle 5: Gestaffeltes Schulungskonzept für verschiedene Mitarbeitergruppen 32

Tabelle 6: Verschiedene Arten von Kontrollen und Überprüfungen im Tipico Wettvermittlungsstellen-Netzwerk 33

Tabelle 7: Anteile verschiedener Spielverhalten an der Population der Spieler in Deutschland 2017 nach Angaben der BZgA 39

Tabelle 8: Risiko-Kategorisierung des Spieler-Monitorings und dahinterliegende Strategie 45

Tabelle 9: Beobachtungen in der Kundeninteraktion und deren Risikobewertung 46

Tabelle 10: Indikatoren, die im Vorhersagemodell verwendet werden 49