



tipico



SPIELERSCHUTZ-
KONZEPT

TIPICO GROUP

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

corporate.responsibility@tipico.com
www.tipico-group.com

Konzession zum Veranstellen 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 5.0

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 und Online-Games.....	16
3.3.1	Kontrollillusion.....	19
3.3.2	Ereignisfrequenz	20
3.4	Besonderheiten der Vertriebskanäle.....	21
3.4.1	Verfügbarkeit.....	22
3.4.2	Anonymität	23
3.4.3	Soziale Kontrolle.....	23
3.4.4	Modell für den Vertrieb über mehrere Kanäle.....	23
4.	Rahmenwerk für Jugendschutz und Spielerschutz.....	26
4.1	Ressourcen	26
4.1.1	Personelle Ressourcen	26
	Spielerschutzkonzeptbeauftragter.....	26
	Spielerschutz-Verantwortliche.....	26
	Spielerschutz-Team.....	27
	Qualitätssicherungs-Team	27
4.1.2	Strukturelle Ressourcen	28
4.1.3	Partnerschaften und Kooperationen.....	29
4.1.4	Evaluierung	30

4.2	Schulung.....	31
4.2.1	Arbeitsanweisungen	31
4.2.2	Schulung für Mitarbeiter in Wettvermittlungsstellen	31
4.2.3	Schulung für Mitarbeiter im Unternehmen.....	32
4.3	Kontrollmaßnahmen.....	33
4.3.1	Compliance-Überprüfungen	33
5.	Jugendschutz.....	36
5.1	Information	36
5.2	Initiale Identitäts- und Altersverifikation.....	37
5.3	Regelmäßige Identitätsverifikation	41
5.4	Identitätsverifikation bei Verwendung eines neuen elektronischen Zahlungsinstruments	41
6.	Spielerschutz	43
6.1	Public Health-Modell als Ausgangspunkt.....	43
6.2	Grundkonzept der Spielerschutzstrategie der Tipico.....	45
6.3	Adaptation als Präventionsziel bei Tipico.....	45
6.4	Individualisierung des Spielerschutzes als Methode.....	48
6.5	Früherkennung und Risikomanagement.....	48
6.5.1	Beurteilung der Risikoneigung der Kunden	49
6.5.2	Monitoring der Kommunikation	49
6.5.3	Monitoring des Spielverhaltens.....	52
6.5.4	Risikobewertung über das gesamte Verhalten des Kunden	55
6.6	Spielerschutzgespräch	57
6.7	Universalprävention.....	60
6.7.1	Information & Risikobewusstsein	60

6.7.2	Selbsttest.....	63
6.7.3	Kundenkonto-Auszug.....	65
6.7.4	Anzeige der Uhrzeit.....	66
6.7.5	Spielumfeld.....	66
6.7.6	Spielangebot	68
6.7.7	Wettprogramm.....	69
6.7.8	Aktivitätsabgleich mit anderen konzessionierten Anbietern	69
6.7.9	Wechsel zwischen Produktangeboten.....	69
6.7.10	Kontoschließung.....	70
6.7.11	Produkt-Design der Sportwette	71
6.7.12	Technische Beschränkungen für virtuelles Automatenglücksspiel.....	72
6.7.13	Verantwortungsvolle Werbung	73
6.8	Selektive Prävention	74
6.8.1	Kreditverbot.....	74
6.8.2	Finanzielle Limits	74
6.8.3	Limitabgleich mit anderen konzessionierten Anbietern	77
6.8.4	Aktives Risikomanagement durch finanzielle Limits	77
6.8.5	Automatische Auszahlung	80
6.8.6	Kurzfristige Sperre / Paniktaste.....	81
6.9	Indizierte Prävention.....	81
6.9.1	Selbstsperre.....	81
6.9.2	Fremdsperre.....	81
6.9.3	Umgang mit Hinweisen Dritter	85
6.9.4	Erkennung gesperrter Spieler.....	85

6.9.5	OASIS: Anbieterübergreifende Sperrdatenbank	86
6.9.6	Überleitung zu Hilfsorganisationen	87
6.9.7	Filterung von gezielten werblichen Aussendungen inkl. Kommunikation zu Bonus- und Rabattangeboten ...	88
6.9.8	Wiedereröffnung nach Spielersperre	88
7.	Literaturverzeichnis	90
8.	Abbildungsverzeichnis	103
9.	Tabellenverzeichnis	106

Diversität ist für Tipico Teil seiner Identität. Tipico fördert Vielfalt, Integration und Gleichberechtigung. Die in diesem Konzept durchgängig verwendete männliche Form ist als nicht geschlechtsspezifisch zu betrachten und 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 für alle Unternehmensbereiche, inklusive interner und externer Kommunikation, ableiten. Für Tipicos Franchise-Partner im stationären Sportwettbereich ist das Spielerschutzkonzept als Teil des Franchise-Vertrags verankert. Sie machen sich das Konzept zu eigen und 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 besonders 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 und über alle konzessionierten Produktparten hinweg. 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 wird.

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

Das Konzept der informierten Entscheidung gehört zu den Kernprinzipien des Konsumentenschutzes (Europäische Kommission, 2012). In zahlreichen Wirtschaftssektoren, darunter auch solchen, 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 Konsumententscheidungen 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.

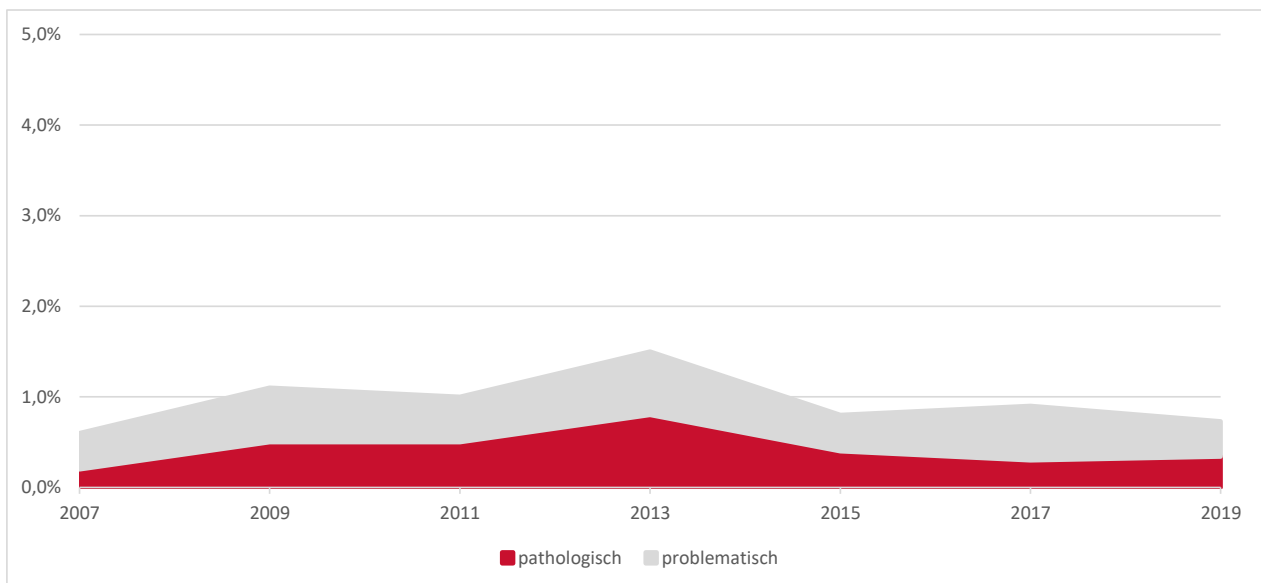


Abbildung 1: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der Gesamtbevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz, 2019)

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.

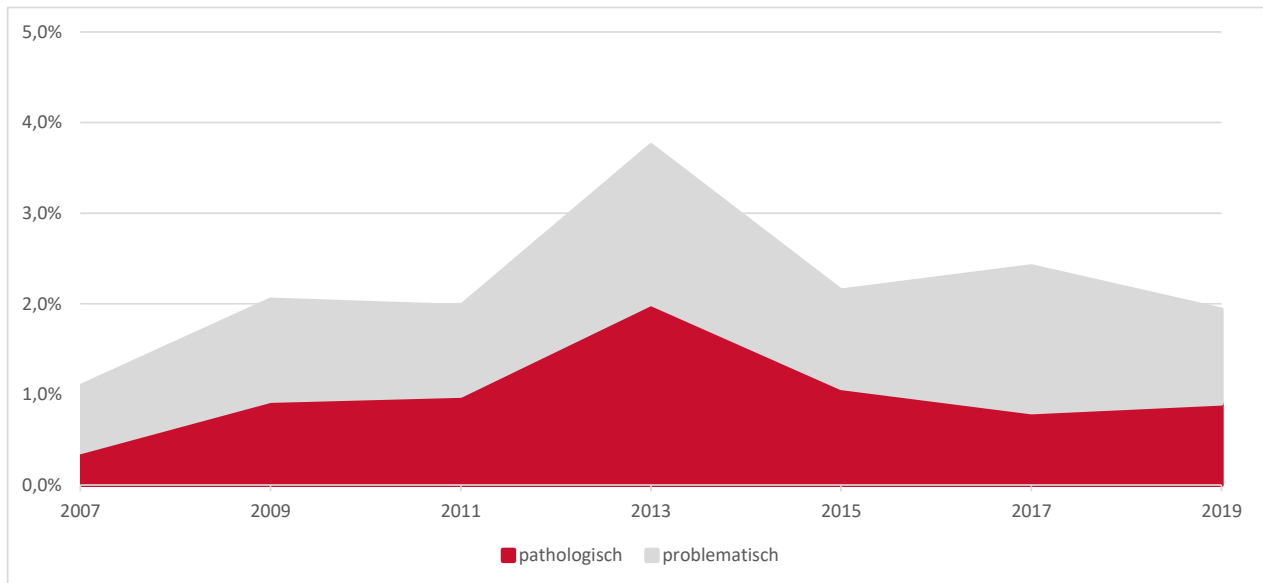


Abbildung 2: Kumulierter Verlauf von problematischem und pathologischem Glücksspiel als Anteil der glücksspielenden Bevölkerung in Deutschland seit 2007 basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz, 2019)

In dieser Darstellung hingegen ist ein tendenzieller Anstieg der Risiken für Teilnehmer an Glücksspielen, glücksspielbezogene Probleme zu entwickeln, zu erkennen. 2019 lag dieses Risiko zuletzt bei etwa 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 und Online-Games

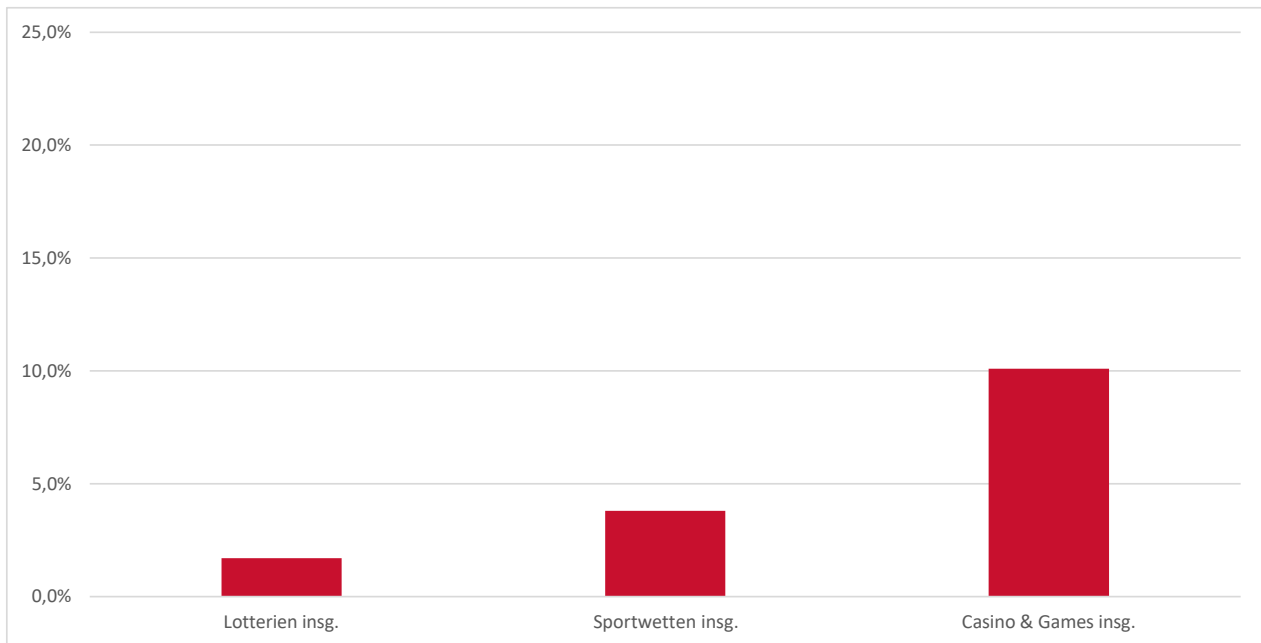
Erste Untersuchungen mit dem Ziel, die Suchtpotenziale verschiedener Formen des Glücksspiels zu beleuchten, beruhten auf der Befragung von Betroffenen (Becker, 2009; Premper et al., 2014), Therapeuten (Meyer & Hayer, 2005) oder Experten (Meyer et al., 2010). Die konventionelle Perspektive der Suchtpotenziale verschiedener Spiele ergibt sich aus diesen und ähnlichen Studien. Diese Studien weisen generell auf ein erhöhtes Risikopotenzial von Geldspielautomaten in Spielhallen 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. Bei diesen Studien wird allerdings das Problem 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 (inkl. Online-Games)	31	7,5 %
Andere	20	4,8 %

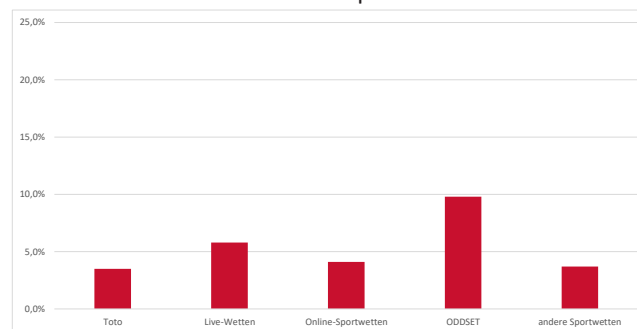
Tabelle 1: Selbstberichtete Ursachen für Problemverhalten von Personen in Behandlung.

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).



Detailansicht Sportwetten



Detailansicht Casino & Games

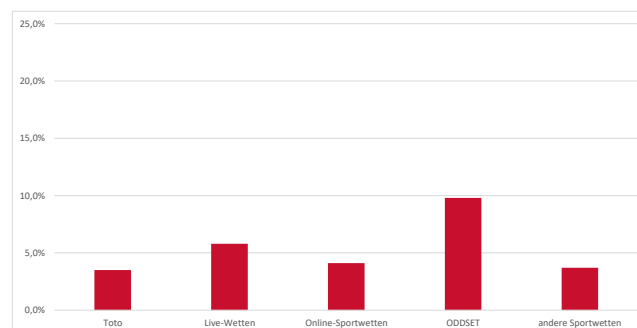


Abbildung 3: Anteil der problematischen und pathologischen Spieler unter den Nutzern verschiedener Formen des Glücksspiels basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017; Banz, 2019)
Anmerkung: Die überblicksmäßige Aufschlüsselung bezieht sich auf 2015-2019, die beiden detaillierten Aufschlüsselungen beziehen sich auf 2015-2017, da das Format für diese in der aktuellen Studie der BZgA verändert worden war.

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 (inkl. Online-Games) (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).

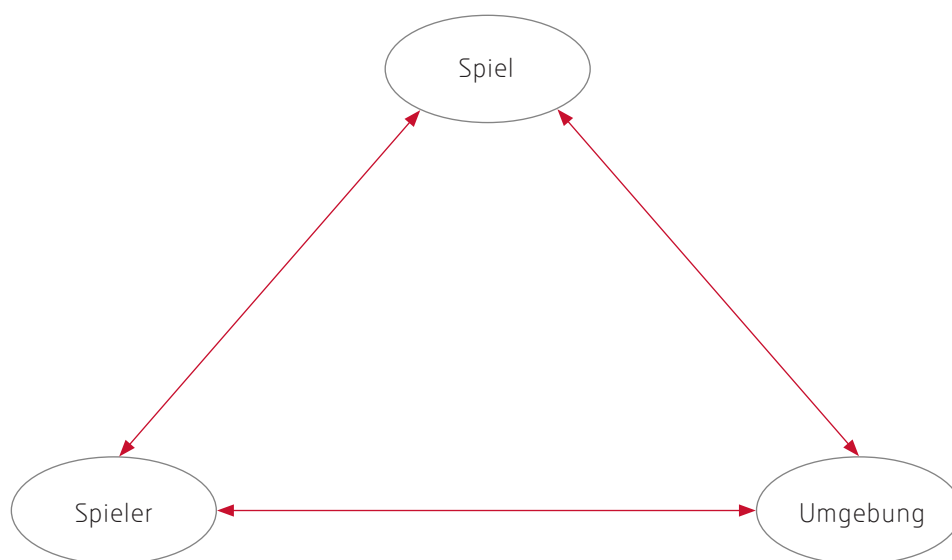


Abbildung 4: Epidemiologisches Dreiecksmodell angewandt auf glücksspielbezogene Störungen.
Quelle: Peller, LaPlante & Shaffer (2008)

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 und Games hat daher nicht das Ziel, ein spekulatives Suchtpotenzial verschiedener Spiele gegeneinander darzustellen, sondern besser zu verstehen, welche Vulnerabilitäten durch das Typico 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 allerdings 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).

Virtuelle Automaten Spiele sind vollkommen zufallsabhängig. Der Spieler trifft keine taktischen Entscheidungen, die den Spielablauf beeinflussen, und die Interaktion mit dem Spiel ist auf das Minimum – typischerweise die Wahl der Einsatzhöhe und die Entscheidung diesen Betrag einzusetzen reduziert. Um keine Kontrollillusionen zu fördern, stellen sich die Spiele auch genau so dar. Jede Interaktion des Spielers mit dem Spiel hat einen eindeutigen, klar beschriebenen Zweck. Es gibt keine Interaktionsmöglichkeiten, bei denen dem Spieler die Möglichkeit gegeben wird über deren Effekt zu spekulieren und Fantasien zu entwickeln. Auch die Rückmeldung ist objektiv. Da der Spieler keine taktischen Entscheidungen treffen kann und vergangene Ergebnisse keine Auswirkung auf zukünftige Ergebnisse haben, werden dem Spieler vergangene Ergebnisse nur einmal zurückgemeldet. Eine Darstellung z. B. der letzten 10 Ergebnisse wird vermieden, weil der Spieler daraus eine fehlgeleitete Kontrollillusion entwickeln könnte.

Bei der Sportwette ist die Trennung zwischen Zufall und eigener Leistung 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 6.7.11).

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 Lösungsresistenz des gelernten Verhaltens.

Aus dem Grundgedanken eines Glücksspiels ergibt sich notwendigerweise ein zufälliges Verstärkermuster, welches generell sehr lösungsresistent 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 Spin-Dauer bei Spielautomaten (sei es bei physischen oder virtuellen) spielt sich tatsächlich in diesem Bereich ab. Die oben genannten Studien könnten daher eine Verlängerung der Spin-Dauer zwischen zwei und drei Sekunden begründen. Ob eine Erhöhung auf die gesetzlich festgelegte Minstdauer von fünf Sekunden zu einer besseren Schutzwirkung führt, ist wissenschaftlich hingegen nicht belegt.

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 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 6.7.11).

3.4 Besonderheiten der Vertriebskanäle

Typico nutzt im Rahmen der gesetzlichen Zulässigkeit Online- 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; Blaszczyński 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 und Online-Games spielen, 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 im Bereich der Sportwette 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. Es gilt insoweit nichts anderes als bei der Ausweitung des Angebotes auf andere Glücksspielformen (von der Sportwette auf die Games). Die übergreifende Beobachtung und Erfassung des Spielverhaltens über seine Erscheinungsformen hinweg ermöglicht stärker individualisierten und damit wirksameren Spielerschutz.



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 Prozessen 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 Spielerschutzkonzeptes. 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 betreibt er auch die fortlaufende Weiterentwicklung dieses Konzeptes.

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

Beim stationären Angebot ist jeder Franchise-Partner 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 auffälliges 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.

Auf Seiten von Tipico sind drei weitere vollzeitbeschäftigte Spielerschutz-Verantwortliche tätig:

- » Spielerschutz-Verantwortlicher für den Online-Vertrieb
- » Spielerschutz-Verantwortlicher für die Tipico Shop Agencies
- » Spielerschutz-Verantwortlicher für das Franchise-Partner-Netzwerk

Spielerschutz-Team (10 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. disziplinar 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. Diese werden intern durch ein hierarchisches System aus Policies (z. B. Spielerschutz-Policy), aus denen sich konkrete Prozessbeschreibungen (z. B. Umgang mit Wünschen zum Widerruf der Spielersperre) ableiten.

In der Zusammenarbeit mit den Franchise-Partnern werden diese durch konkrete Arbeitsanweisungen kommuniziert, die der Partner sich gemeinsam mit diesem Spielerschutzkonzept zu eigen macht. Dieser Vorgang ist durch den Franchise-Vertrag vorgegeben. Gegenüber anderen Geschäftspartnern werden Spielerschutzthemen in den mit ihnen abgeschlossenen Verträgen zum Gegenstand der Vereinbarung gemacht, wo diese die Zusammenarbeit betreffen.

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 leitenden Mitarbeitern und Mitarbeitern, die sich direkt mit der Umsetzung des Spielerschutzes befassen, ab.

Mitarbeiter, die sich direkt mit der Umsetzung des Spielerschutzes befassen, umfassen namentlich:

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

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.

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, 2013). 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 Spielersperre 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 des Instituts für Therapieforschung (IFT) München

- » Betrieb von spielerambulanz.de
- » Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige
- » Hotline

Spielsuchthilfe

- » Betrieb von spielsuchthilfe.at
- » Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige
- » Hotline

Gambling Therapy

- » Betrieb von gamblingtherapy.org
- » 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 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 und

- » fördert die Erforschung von Themen des Spielerschutzes finanziell;
- » unterstützt innovative Forschungsvorhaben durch Daten oder die Möglichkeit zur Erprobung von innovativen Spielerschutzmethoden;
- » evaluiert kontinuierlich Spielverhalten und Wirksamkeit von Spielerschutzmaßnahmen und stellt den zuständigen Aufsichtsbehörden alle zwei Jahre bzw. am Ende der Laufzeit der Sportwettkonzession einen Bericht darüber zur Verfügung;
- » stellt der Aufsichtsbehörde ebenfalls durch kontinuierliches Berichtswesen (z. B. XML-Reporting) anonymisierte Daten zum Zweck der Spielsuchtforschung zur Verfügung.

Eine zentrale Anforderung an jede seriöse Evaluierung ist es, die zu berichtenden Indikatoren vorab zu definieren.

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, so dass 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.

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 bei 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 Kunden 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

Die Tipico-Unternehmensgruppe hat eine sehr vielfältige Mitarbeiterstruktur: Ein Kundendienst-Mitarbeiter hat eine Rolle, die – insbesondere in Bezug auf die Erkennung glücksspielbezogener Probleme – sehr ähnlich zur Rolle des Kassenpersonals 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. Nichtsdestotrotz 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 Mitarbeitertraining.

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	Verwaltung von Spielerschutz-Maßnahmen Spielerschutz-Prozesse Grundlagen Gesprächsführung Erkennung von Risikoverhaltensweisen und Problemen Grundlagen Gesprächsführung	Face-to-Face Einschulung e-Learning alle zwei Jahre
3	Spielerschutz-Team	Fortlaufende Weiterbildung (Stand der Forschung, Gesprächsführung & Deeskalationsmanagement, etc.) fortlaufende Verbesserung der Prozesse Psychohygiene	Workshop (16 Stunden jährlich) Fallsupervision jede zweite Woche

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	> 1.000
Testkäufe		Qualitätssicherungs-Team	> 300
Audit	detaillierte Überprüfung der Prozesse und deren Dokumenta- tion (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:

- » Vertragsstrafen pro festgestelltem Mangel
- » kostenpflichtige Nachschulungen betroffener oder aller Mitarbeiter, wenn der Mangel ursächlich auf ein Fehlverhalten von einem oder mehreren Mitarbeitern zurückzuführen war
- » 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 (2019) haben in diesem Jahr rund 14.5 % der befragten Minderjährigen (Alter 16-17 Jahre) Glücksspielangebote genutzt.

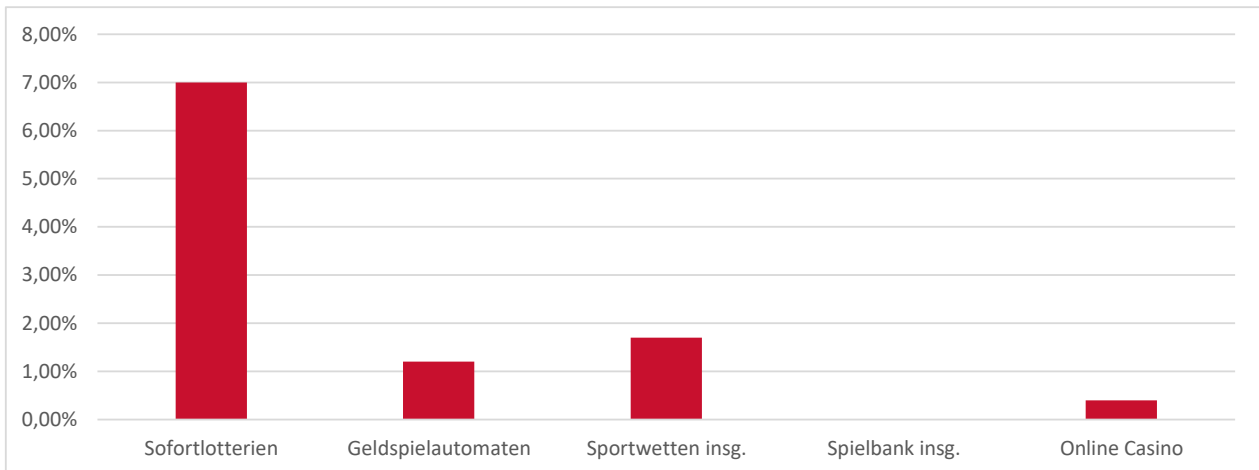


Abbildung 5: Nutzungsverhalten minderjähriger Spieler für ausgewählte Arten des kommerziellen Glücksspiels (privat organisierte Glücksspiele wurden ausgeklammert)

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 dieser Befund der Grund, weshalb Tipico sich dazu bekennt, die Glücksspielteilnahme durch Minderjährige besonders wirkungsvoll zu unterbinden und die Effektivität der Prozesse zum Jugendschutz regelmäßig zu evaluieren. Hierzu gehören zahlreiche Maßnahmen, darunter insbesondere auch Testkäufe, um sicherzustellen, dass die verwendeten technischen Maßnahmen und Prozesse zur Verhinderung der Teilnahme Minderjähriger ordnungsgemäß funktionieren und wirksam sind.

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.



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

Abbildung 6: Informationsplakat zum Jugendschutz in der Wettvertriebsstätte

Online-Vertrieb

Auch im Online-Vertrieb wird der Kunde an mehreren Stellen auf das Teilnahmeverbot für Minderjährige aufmerksam gemacht.

1. Die Fußzeile jeder Seite des Online Produkts zeigt das ‚18+‘ Logo, das auf weiterführende Informationen zum Thema Jugendschutz verlinkt.
2. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen weisen auf das Teilnahmeverbot für Minderjährige hin.
3. Als Teil des Registrierungsprozesses bestätigt der Neukunde, dass er volljährig ist.
4. Die Spielerschutz Seite hat einen Abschnitt über den Schutz Minderjähriger. Es werden dort u. a. auch Hinweise gegeben, wie man einen Computer gegen die Nutzung von Glücksspielangeboten absichern kann (z. B. Blocking Software).

5.2 Initiale 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 anhand des Ausweisfotos, das auf dem der Kundenkarte zugeordneten Konto hinterlegt ist. 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.

Für jeden Kunden, der eine Wettvermittlungsstätte betritt, wird im Zuge des Zutritts eine Identitäts- und Alterskontrolle durchgeführt. Dabei wird basierend auf der festgestellten Identität auch eine OASIS-Überprüfung durchgeführt.

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

Online-Vertrieb

Im Online-Vertrieb besteht bei der Identitätsverifikation kein direkter Kundenkontakt. Andererseits gewährleistet das Kundenkonto eine gute Grundlage der Identitätsverifikation. Um eine hohe Sicherheit der Verifikation zu erreichen, empfiehlt es sich, zusätzlich andere Mittel hinzuzuziehen. In der Summe wird so dieselbe Sicherheit erreicht wie bei einer persönlichen Identitätsüberprüfung.

Während der Registrierung wird eine Abfrage in der Schufa QBIT Datenbank durchgeführt, deren Daten wiederum ausschließlich auf face-to-face durchgeführten Identitätsverifikationen basieren.

Ist eine positive Verifikation gegen diese Datenbank möglich, so wird ein vorläufiges Konto mit einer begrenzten Gültigkeit von 72 Stunden, einer Begrenzung der Einzahlungen auf EUR 100 und keiner Möglichkeit zur Auszahlung, erstellt.

Ist keine positive Verifikation möglich, so bleibt das vorläufige Konto inaktiv. In diesem Fall kann der Kunde bis zum Abschluss der vollständigen Identitätsverifikation keine Wetten platzieren bzw. Einzahlungen oder Auszahlungen durchführen.

Das vorläufige Konto hingegen gibt dem Kunden die Möglichkeit, sich innerhalb dieser 72 Stunden selbst einzuteilen, wann er die Identitätsverifikation, die manchmal etwas zeitaufwändig sein kann, vervollständigen will. Gelingt die Identitätsverifikation innerhalb dieser Zeit nicht, so wird das vorläufige Konto geschlossen.

Zur vollständigen Identitätsverifikation (Customer Due Diligence) wird ein von IDNow angebotenes Videoident-Verfahren herangezogen, welches die Anforderungen an Videoident-Verfahren gemäß Rundschreibens 3/2017 (GW) der BAFIN erfüllt. Videobasierte Methoden der Identitätsverifikation simulieren den physischen Verifikationsprozess. Besonders relevant ist es dabei, bei der Prüfung der Echtheit des Ausweisdokumentes denselben Standard zu erreichen wie bei einer physischen Verifikation. Aus diesem Zweck ist es notwendig, mit dem Kunden in Echtzeit zu interagieren, um gemeinsam mit ihm die notwendigen Schritte zur Echtheitsprüfung durchzuführen (z. B. Kipptest).

Wenn die registrierte Identität visuell mit dem Ausweisdokument abgeglichen werden konnte, und die Echtheitsprüfung bestanden wurde, gilt die Identität des Kunden als verifiziert. Ergibt sich an irgendeiner Stelle im Prozess, dass der Kunde minderjährig ist, so wird das Konto deaktiviert, und alle Transaktionen werden rückabgewickelt (Einzahlungen werden wieder ausgezahlt), sodass eine Schädigung des Minderjährigen ausgeschlossen ist.

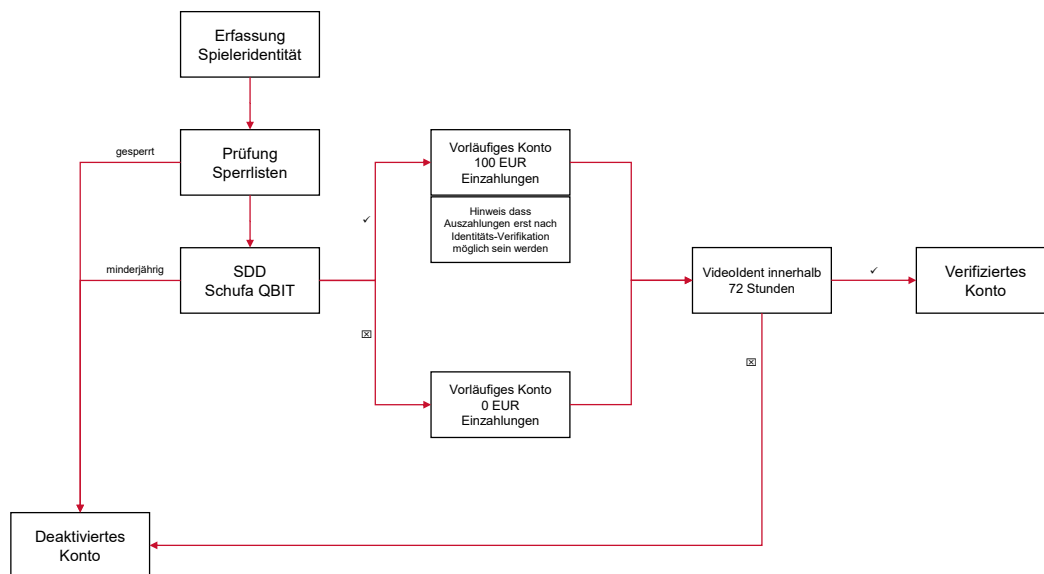


Abbildung 9: Schematischer Ablauf der Identitätsverifikation im Online-Vertrieb

Tipico arbeitet laufend im Sinne der bestmöglichen Kanalisierung an der Zulassung weiterer bewilligter Verfahren zur Identitätsverifikation.

Automatisierte Videoidentifikation (z.B. IDnow Autoident)

Klassische Methoden der Videoidentifikation sind nicht skalierbar und erreichen damit rasch Kapazitätsgrenzen. Dadurch treten immer mehr automatisierte Verfahren der Personenerkennung in den Vordergrund, wie sie z. B. auch bei den Ausweiskontrollen in Flughäfen verwendet werden. Der zentrale Unterschied zur Videoidentifikation ist, dass die Erkennung des Kunden nicht unsystematisch von einem trainierten Mitarbeiter durchgeführt wird, sondern systematisch anhand biometrischer Merkmale der Gesichtsform. Die KJM hat Ende 2019 ihre Anforderungen angepasst, um derartige Verfahren zuzulassen und 2020 erste Verfahren positiv beurteilt.

Physische Verifikation (z. B. in der Tipico Wettvermittlungsstelle)

Die physische (face-to-face) Verifikation der Identität des Kunden im stationären Vertrieb ist der Standard, an dem sich die im Internet verwendeten Methoden messen. In der Tipico Wettvermittlungsstätte ist eine physische Verifikation möglich. Die Identitätsdaten des Kunden werden vom Ausweisdokument eingelesen (z. B. mittels Schrifterkennung). Der Mitarbeiter an der Kasse überprüft die Richtigkeit der Daten und die Echtheit des Dokuments.

Zahlungsbasierte Methoden (z. B. Sofort-Ident)

Zahlungsbasierte Methoden der Identitätsverifikation zielen darauf ab, die Identität des Kunden auf eine zuvor durchgeführte physische Verifikation bei einem Bankinstitut zurückzuführen. Damit dies möglich ist, muss der Kunde authentifizieren, dass er diese zuvor verifizierte Person ist. Dies kann beispielsweise geschehen, indem er seinen Online-Banking Zugang nutzt, um eine Überweisung durchzuführen („1-Cent-Überweisung“). Der Datenstrom, der die Überweisung begleitet, ermöglicht einen Abgleich mit den Registrierungsdaten. Gelingt dieser, so hat der Kunde nachgewiesen, dass er die Person ist, deren Identität ursprünglich in einem physischen Verifikationsprozess von einem Bankinstitut festgestellt wurde.

eID-basierte Methoden (z. B. Authada)

Der elektronische Personalausweis ist theoretisch die ideale Lösung der Identitätsverifikation. Die Identitätsdaten können via NFC aus dem Chip ausgelesen werden. Durch Eingabe des PIN authentifiziert sich der Nutzer als der tatsächliche Besitzer des elektronischen Personalausweises. Allerdings hat sich eID in Deutschland noch nicht flächendeckend durchgesetzt. Erst seit 2018 ist der elektronische Personalausweis standardmäßig bei jedem neu ausgestellten Dokument aktiviert. Jedoch verwenden lediglich wenige Bundesbürger ihren PIN regelmäßig (z. B. bei Bürgerterminals).

5.3 Regelmäßige Identitätsverifikation

Da sich Identitätsdaten ändern können und Ausweisdokumente ablaufen, ist es wichtig die im System hinterlegten Daten aktuell zu halten. Zu diesem Zweck wird zumindest einmal pro Jahr geprüft, ob die Daten noch aktuell sind oder eine erneute Identitäts-Verifikation notwendig ist. Hierzu wird der Kunde aufgefordert, seine Identitätsdaten zu bestätigen oder gegebenenfalls zu korrigieren. Für die Überprüfung der Angaben werden dem Kunden im Online- wie im stationären Vertrieb dieselben Verfahren angeboten wie zur Erstverifikation.

5.4 Identitätsverifikation bei Verwendung eines neuen elektronischen Zahlungsinstruments

Generell akzeptiert Tipico nur elektronische Zahlungsinstrumente, die dem jeweiligen Kontoinhaber gehören.

Bei der erstmaligen Verwendung eines neuen elektronischen Zahlungsinstrumentes muss daher der Inhaber dieses Zahlungsinstrumentes verifiziert werden. Zu diesem Zweck werden vom Zahlungsdienstleister mit den Transaktionsdaten auch die Identitätsdaten des Inhabers mitgesendet. Diese Daten werden mit den Daten des Kontoinhabers abgeglichen. Sind sie nicht identisch, so schlägt die Verifikation des Zahlungsinstrumentes fehl, und die Transaktion wird zurückgewiesen.

Werden vom Zahlungsdienstleister keine Identitätsdaten des Inhabers mitgesendet, so muss der Kontoinhaber nachweisen, dass er der Inhaber des Zahlungsinstrumentes ist.



6. SPIELERSCHUTZ

6.1 Public Health Modell als Ausgangspunkt

Basierend auf jüngsten deutschen Glücksspielprävalenz-Untersuchungen (Banz, 2019) liegt die 12 Monate Prävalenz der Teilnahme an Glücksspielen bei 37,7 % der volljährigen Bevölkerung. Bezogen auf die Gesamtbevölkerung zeigen 0,34 % der Bevölkerung ein pathologisches und 0,39 % ein problematisches Spielverhalten. Darüber hinaus zeigen etwa 3,52 % 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	88,8 %
auffälligem Verhalten	9,3 %
problematischem / pathologischen Verhalten	1,9 %

Tabelle 7: Anteile verschiedener Spielverhalten an der Population der Spieler in Deutschland 2019 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 10). 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.

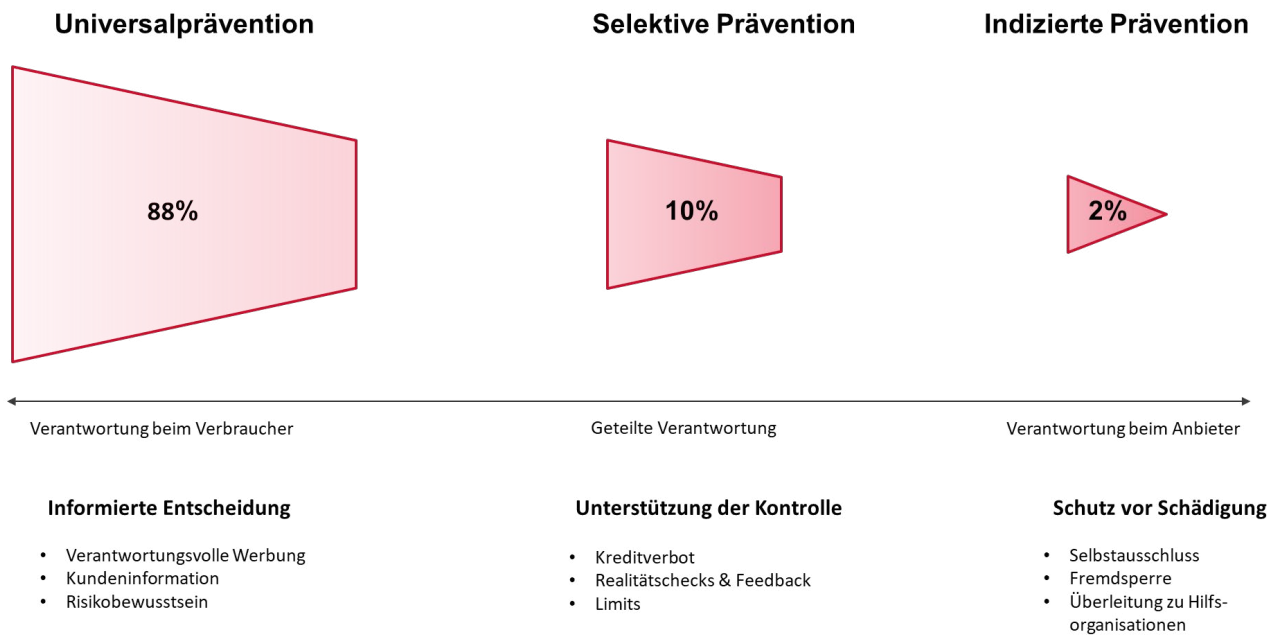


Abbildung 10: Public Health-Modell mit präventiven Strategien und Schutzzielen für verschiedene Gruppen von Spielern

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 eben dieses Ziel. Spielerschutz-Maßnahmen, die an die Mehrheit der risikoarmen Kunden gerichtet werden, sollten daher primär darauf abzielen, Kunden über das Produkt, 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).

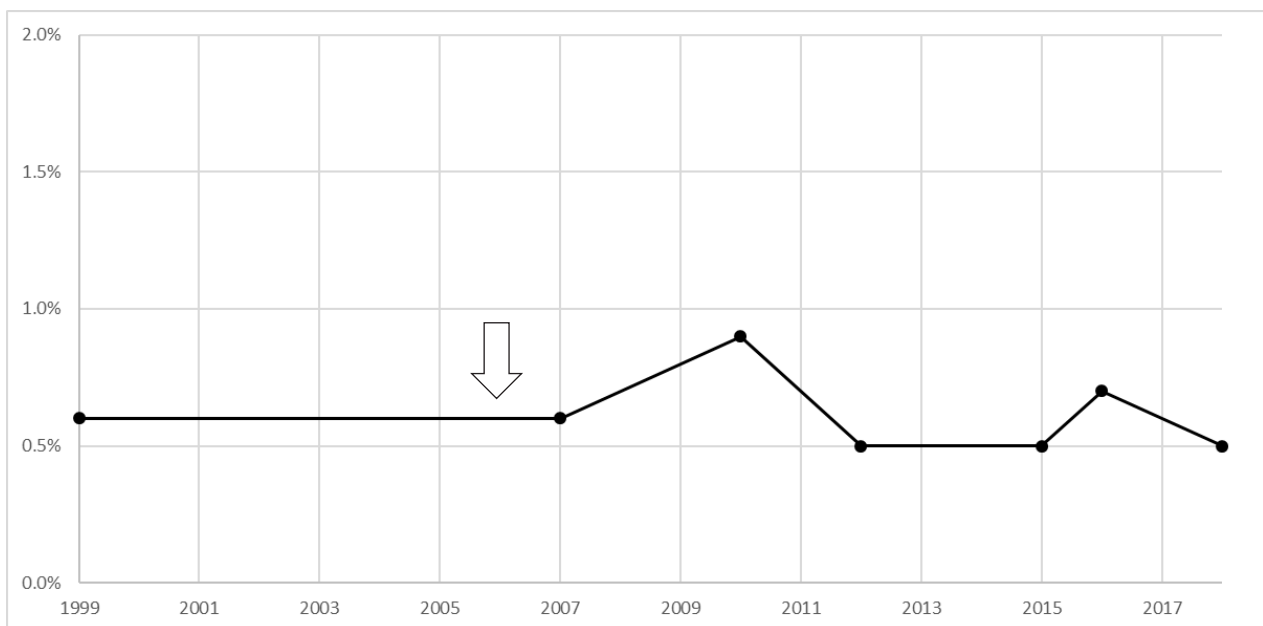


Abbildung 11: Verlauf der nationalen Prävalenzzahlen für pathologisches und problematisches Glücksspiel in Großbritannien

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).

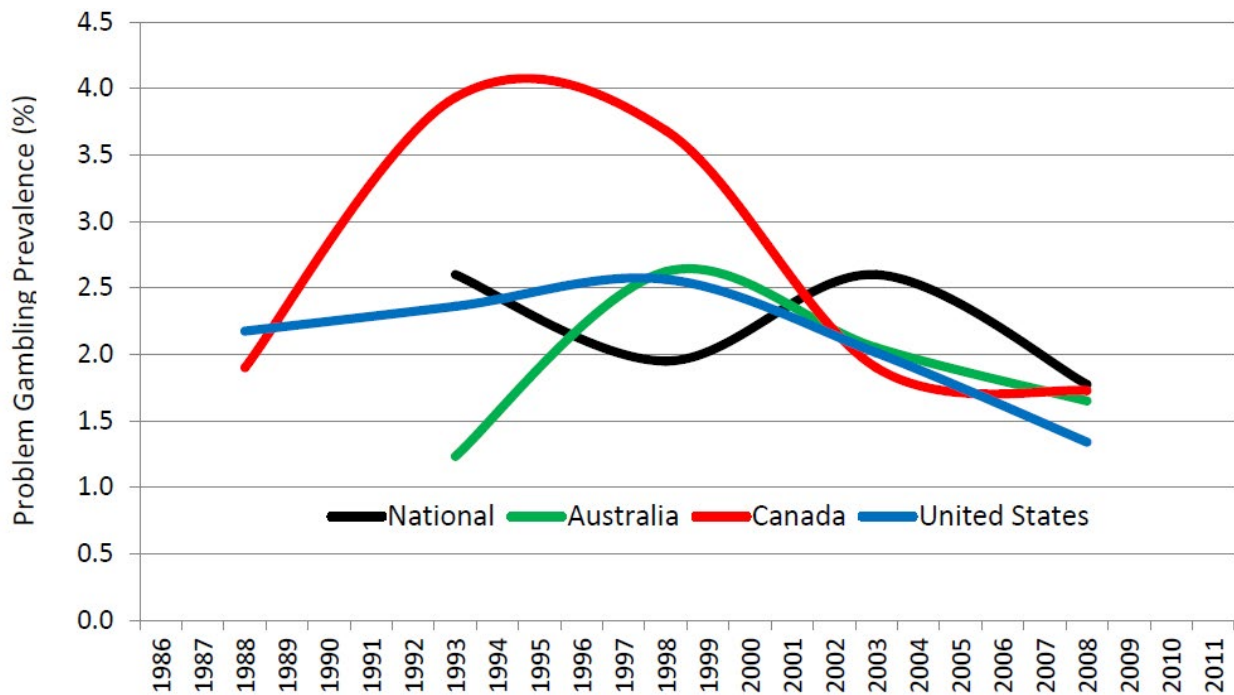


Abbildung 12: Geglättete Verlaufskurven der Prävalenz problematischen und pathologischen Glücksspiels über die Zeit. Quelle: Williams, Volberg & Stevens (2012)

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) **Transparenz, Information & Klarheit**, 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 13).

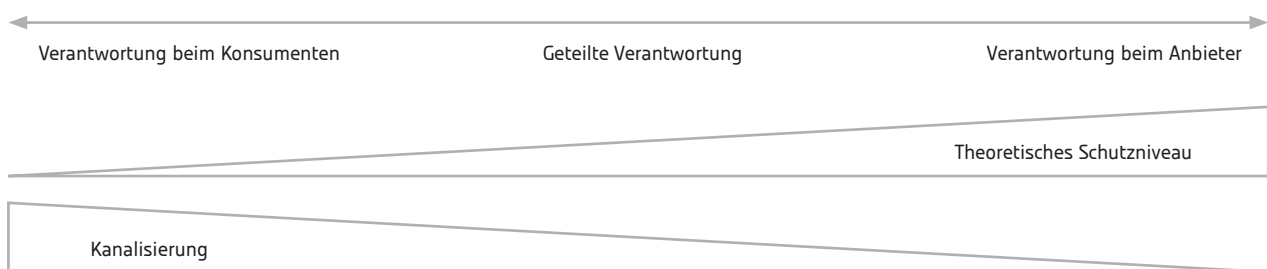


Abbildung 13: Zusammenhang zwischen Schutzniveau und Kanalisierung. Gangbare Kompromisse zwischen diesen gleichwertigen Zielen ergeben sich durch Individualisierung des Spielerschutzes.

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 Angebot 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 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.

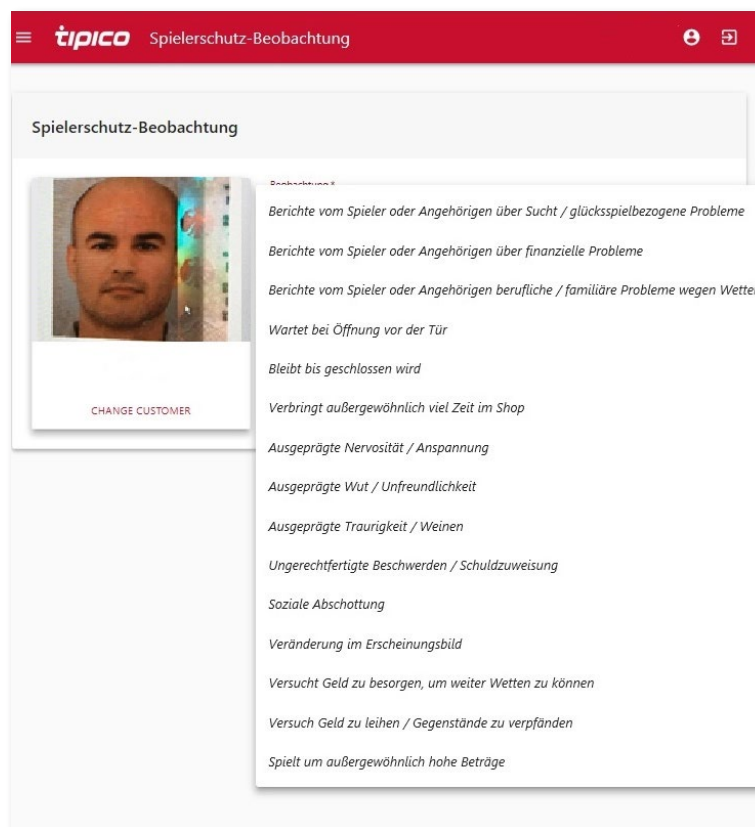
Die nachfolgende Tabelle verschafft einen Überblick über Beispiele der Beobachtung und die ihnen zugeordneten Risikobewertungen:

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 Ausgaben für Glücksspiel	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über finanzielle Probleme	hoch
Berichte vom Spieler oder Angehörigen über berufliche / familiäre Probleme wegen Glücksspiel	hoch
Merkliche Alkoholisierung / Drogenrausch bei der Wettabgabe	hoch
wartet häufig bei Öffnung vor der Tür der Wettvermittlungsstelle	moderat
bleibt häufig, bis Wettvermittlungsstelle geschlossen wird	moderat
verbringt außergewöhnlich viel Zeit in der Wettvermittlungsstelle oder am Bildschirm	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.



Spierschutz-Beobachtung

Berichte vom Spieler oder Angehörigen über Sucht / glücksspielbezogene Probleme

Berichte vom Spieler oder Angehörigen über finanzielle Probleme

Berichte vom Spieler oder Angehörigen berufliche / familiäre Probleme wegen Wetten

Wartet bei Öffnung vor der Tür

Bleibt bis geschlossen wird

Verbringt außergewöhnlich viel Zeit im Shop

Ausgeprägte Nervosität / Anspannung

Ausgeprägte Wut / Unfreundlichkeit

Ausgeprägte Traurigkeit / Weinen

Ungerechtfertigte Beschwerden / Schuldzuweisung

Soziale Abschottung

Veränderung im Erscheinungsbild

Versucht Geld zu besorgen, um weiter Wetten zu können

Versuch Geld zu leihen / Gegenstände zu verpfänden

Spielt um außergewöhnlich hohe Beträge

Abbildung 14: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung von Spierschutz-Beobachtungen

Die so gemeldeten Beobachtungen werden direkt in die Kundenakte eingetragen, führen zu einer Neubewertung des Kundenrisikos und geben – falls notwendig – dem Mitarbeiter sofort eine Handlungsanweisung basierend auf dieser Bewertung (z. B. ein Spierschutzgespräch durchzuführen). Die kontinuierliche Dokumentation dient dem Zweck, Rückschlüsse auf das Spielverhalten, die Entstehung von problematischem oder pathologischem Spielverhalten zu ziehen sowie den Erfolg der durchgeführten Maßnahmen zu bewerten.

Online-Vertrieb

Im Online-Vertrieb stammen Beobachtungen zum Kommunikationsverhalten stets aus Chat und E-Mail und sind dadurch schon dokumentiert. Die Aufgabe des Spierschutz-Teams ist es daher, diese Beobachtungen zu bewerten. Basierend auf dieser Bewertung kann es zu einer Verschiebung des von Tipico wahrgenommenen

Kundenrisikos kommen. Ist das der Fall, initiiert das Spielerschutz-Team eine angemessene Schutzmaßnahme (z. B. ein Spielerschutzgespräch durchzuführen).

Die Praxis zeigt hier, dass gerade das Nebeneinander der Beobachtungen aus dem Online- und dem stationären Vertrieb mehr mögliche Informationsquellen für eine Früherkennung ermöglicht und so zu einem wirksamerem Spielerschutz beiträgt.

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 Glücksspiele
Tiefe des Involvements	Anzahl der Spieltage pro Monat
Spielintensität	durchschnittliche Anzahl der Einsätze pro Tag
Spielvolumen	durchschnittliche Einsatzhöhe
Reaktivität	Varianz der Einsatzhöhe
Risikoneigung	durchschnittliche Quote
Nachlegen	Frequenz der Einzahlungen

Tabelle 10: Indikatoren, die im Vorhersagemodell verwendet werden

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 15), die sich aus dem Modell ergibt, können verschiedene solche Kompromisse getroffen werden, an die wiederum die verschiedenen Interventionen geknüpft werden.

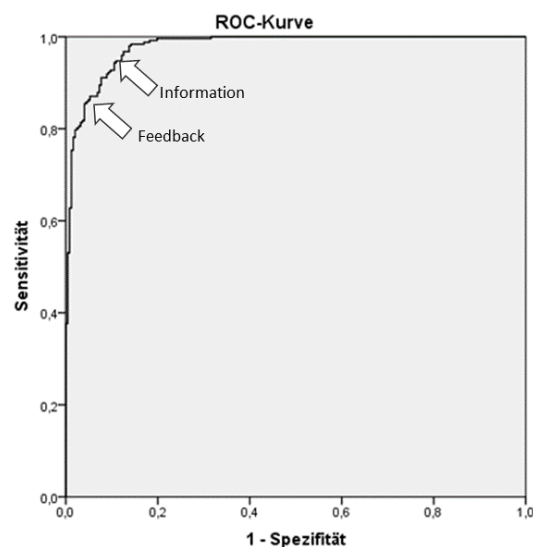


Abbildung 15: ROC-Kurve, die alle möglichen Kompromisse zwischen Sensibilität und Spezifität des Tipico Modells zur Früherkennung glücksspielbezogener Probleme angibt

Die Erfassung dieser Daten und die Verarbeitung zum Zweck des Spielerschutzes wird vom Kunden im Rahmen unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. der Datenschutzrichtlinie akzeptiert.

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.

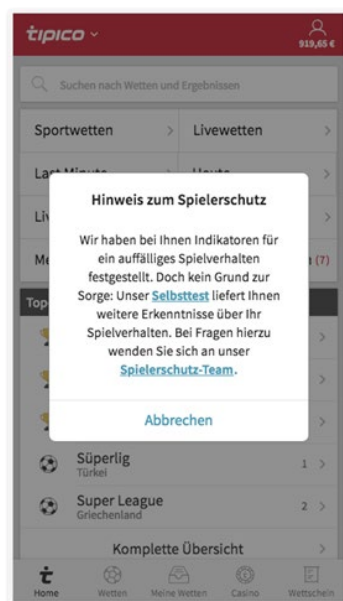


Abbildung 16: Interventionsstufe 2 Feedback

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 17).

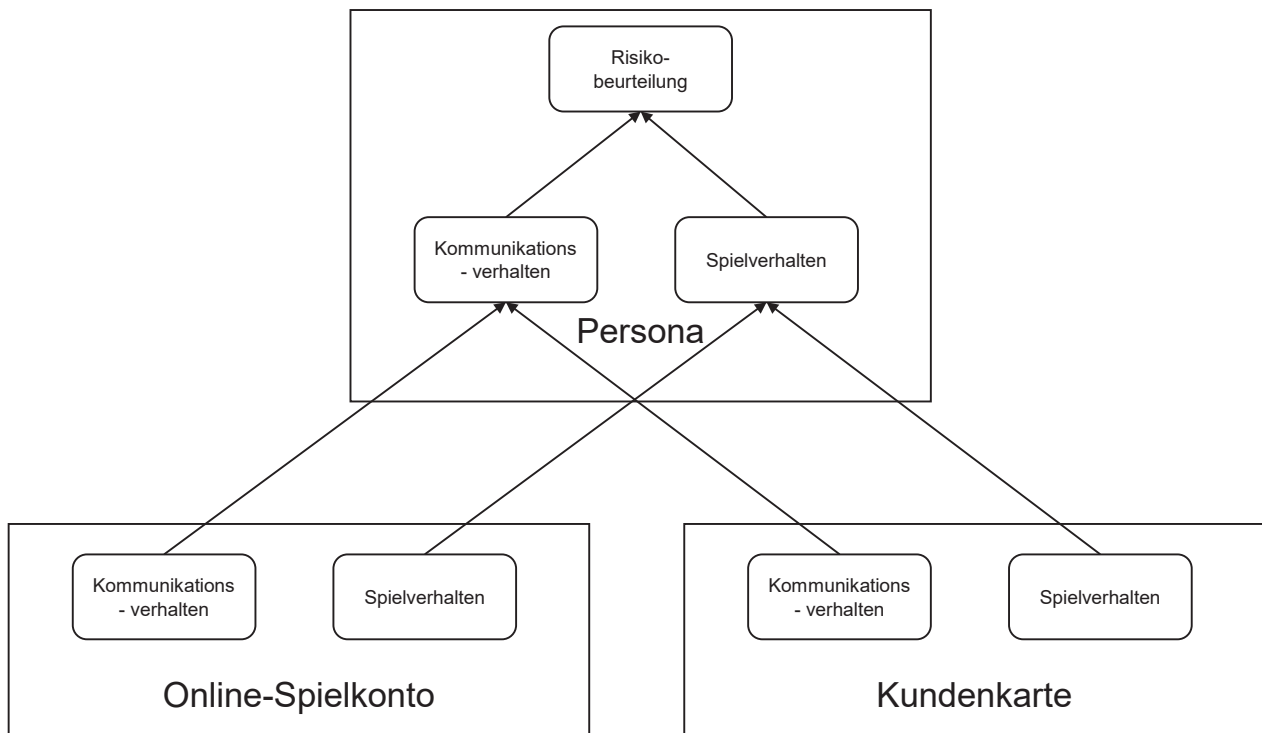
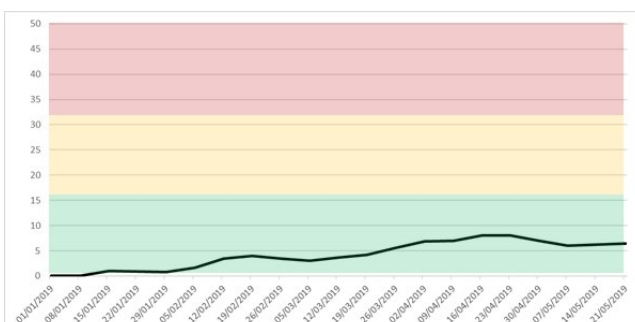


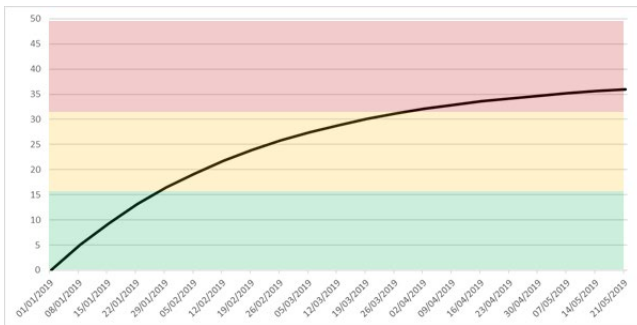
Abbildung 17: Zusammenführung von Spielverhaltens- und Kommunikationsbeobachtungen über eine bestimmte Person aus Online- und stationärem Vertrieb auf einer darüberliegenden Persona-Ebene

Die Risikobeurteilung basiert daher immer auf der Gesamtheit des Verhaltens eines Kunden bei Tipico. Wie aus Abbildung 17 ersichtlich wird, kann sich eine erhöhte Risikobewertung sowohl durch Beobachtungen der Kommunikation als auch aus Beobachtungen des Spielverhaltens ergeben.



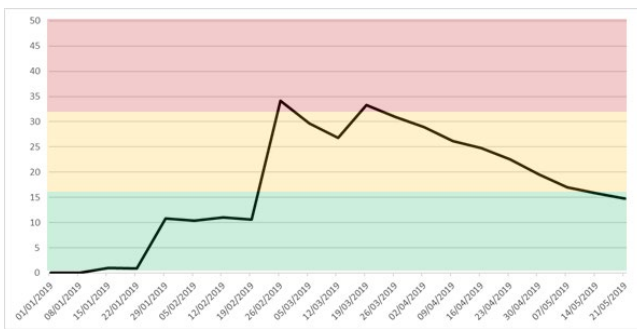
Unauffälliges Spielverhalten; keine gemeldeten Beobachtungen

- » Das statistische Modell trägt jede Woche in geringem Ausmaß zur Risikobewertung 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 substantiell 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 18: 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 19 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 Plattform.

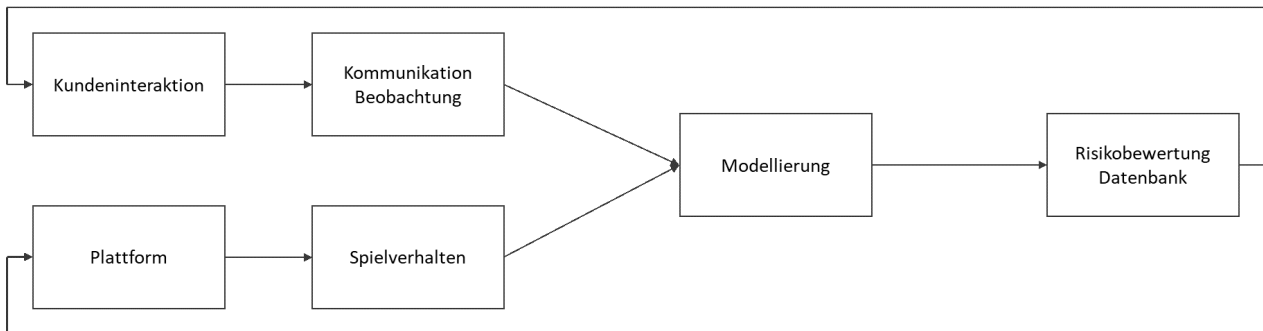


Abbildung 19: Regelkreis zur Steuerung des Kundenverhaltens in eine moderate Richtung

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
 - » 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

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 über kurze 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 Wartezone
- Beim Kaffee holen
- In der Raucherzone
- Beim Betreten oder Verlassen der Wettvertriebsstätte

1/2

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 Wertscheins
- 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 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 20: 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). Die kontinuierliche Dokumentation der durchgeführten Maßnahmen dient weiters dazu, Rückschlüsse auf die Auswirkungen der jeweils angebotenen Glücksspiele auf das Spielverhalten und auf die Entstehung von problematischem oder pathologischem Spielverhalten sowie zur Beurteilung des Erfolgs der durchgeführten Maßnahmen zu ziehen.

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.

Online-Vertrieb

Im Online-Vertrieb wird ein Spielerschutzgespräch mittels elektronischer Medien durchgeführt. Das Kundenkonto wird zur Untersuchung vorübergehend deaktiviert und der Spieler angeschrieben, mit den Beobachtungen konfrontiert und gebeten dazu Stellung zu nehmen. Dieser Dialog wird so lange fortgesetzt, bis das Spielerschutz-Team eine hinreichend klare Vorstellung von der Situation des Spielers hat und notwendige Nachweise (z. B. finanzielle Leistungsfähigkeit) erbracht wurden. Während der Korrespondenz erhaltene Information über Risikoverhaltensweisen wird ebenfalls 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:

- » Zutrittsverbot für Minderjährige
- » Hinweis auf Videoüberwachung

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

- » Information zum Betreiber der Wettvertriebsstätte
- » Informationen zur ausgestellten Erlaubnis
- » 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 auf:

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

Abbildung 21: 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 aufgelegt werden.



Abbildung 22: Tipico Spielerschutz-Broschüre

Online-Vertrieb

Die Fußzeile jeder Seite der Tipico Wettplattform enthält Informationen bzw. Links zu den folgenden Themen:

- » Informationen zum Unternehmen (Geschäftssitz, Registrierungsnummer)
- » Informationen zur ausgestellten Erlaubnis
- » Allgemeine Geschäftsbedingungen
- » Datenschutzrichtlinie
- » Teilnahmeverbot für Minderjährige
- » Hinweis auf Suchtrisiken
- » Kontakt
- » Spielerschutzseite

Die Spielerschutzseite, die man von dort erreichen kann, enthält weitere detaillierte Informationen zu den folgenden Themen:

- 1) Sicherheit
 - » Regulatorische Aufsicht
 - » Spielerschutzkonzept
 - » Kontosicherheit
 - » Schutz Minderjähriger
 - » Datenschutz
- 2) Integrität
 - » Sicherheit der Einzahlungen und Gewinne
 - » AGB, Beschwerden und Streitschlichtung
 - » Integrität des Sports
- 3) Information
 - » Kontoinformationen
 - » Gewinnwahrscheinlichkeit
 - » Spielregeln
- 4) Prävention
 - » Pathologisches Glücksspiel
 - » Prävalenz von pathologischem Glücksspiel
 - » Regeln für bewusstes Spiel
 - » Selbsttest
 - » Finanzielle Limits
 - » Panikknopf und Selbstausschluss
 - » Informationen für besorgte Angehörige
 - » Hilfs- und Beratungsangebote inkl. einer bundesweit einheitlichen Telefonnummer

In der Fußzeile jedes Themenbereiches der Spielerschutzseite befinden sich direkte Links zu den wichtigsten Spielerschutzmaßnahmen (z. B. Limits oder Spielersperre).

Die Regeln jedes virtuellen Automatenspiels sind direkt aus dem Spiel verfügbar und enthalten Informationen zu Spielregeln, Gewinnkombinationen und Gewinntabelle. Ebenfalls werden Angaben zur Zertifizierung des Zufallszahlenalgorithmus sowie die statistische Auszahlungsquote aller Spiele zur Verfügung gestellt.

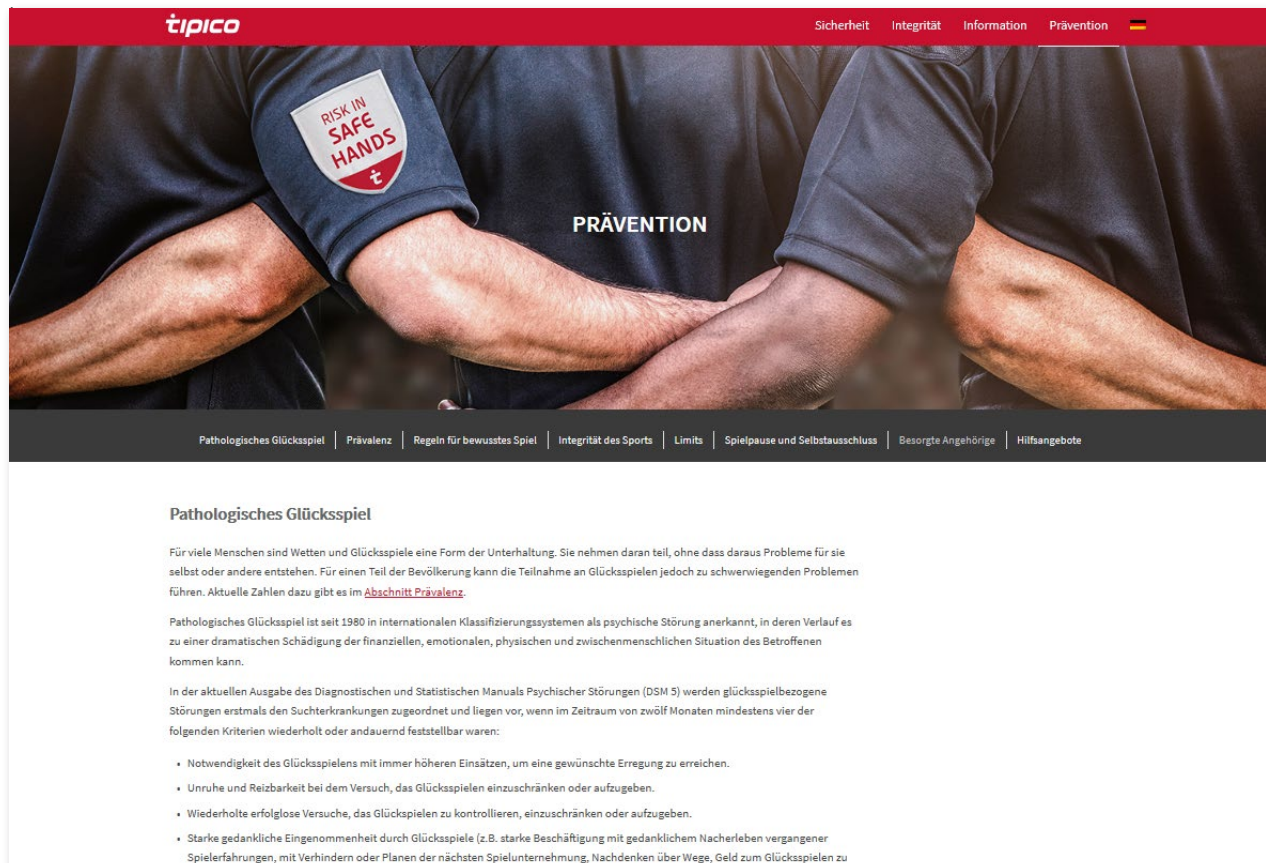


Abbildung 23: Ausschnitt aus der Spielerschutz-Webseite

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 (Carlbbring 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.



Abbildung 24: Selbsttest in der Spielerschutz-Broschüre

Online-Vertrieb

Der Selbsttest kann auf folgende Arten durchgeführt werden:

- 1) Der Kunde besucht die Spielerschutzseite und startet den Selbsttest von dort.
- 2) Der Kunde erhält im Rahmen des Spielverhaltensmonitorings Feedback über sein Spielverhalten (Interventionsstufe 2). Durch den Link im Pop-up startet er den Selbsttest von dort (siehe Kapitel 6.5.3).
- 3) Wo eine Erhöhung des Standardlimits zulässig ist und der Kunde eine solche beantragt (Stufe 1), ist der Selbsttest Teil des Informationspaketes (siehe Kapitel 6.8.3).

Abbildung 25: CGPI Selbsttest auf der Tipico Online-Plattform

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.

Zusätzlich dazu wird dem Kunden täglich nach dem ersten Login proaktiv eine Transaktionsübersicht über die vergangenen 30 Tage angezeigt.

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.

Online-Vertrieb

Auch im Online-Vertrieb ist die Uhrzeit ins Produkt integriert. Unabhängig von der Nutzung auf Computer oder Mobiltelefon ist sichergestellt, dass eine Anzeige der Uhrzeit stets auf der Webseite sichtbar ist.

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 26: 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 schnellstem Weg 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.

Online-Vertrieb

Die Gestaltung der Tipico Webseite orientiert sich am klaren und aufgeräumten Erscheinungsbild der Wettvermittlungsstellen. Auch hier steht die Begeisterung für Sport im Mittelpunkt. Klarheit, Transparenz und einfache Bedienung zeichnen den alle zulässigen Produkte umfassenden Online-Auftritt aus.

Ein Warnhinweis bzgl. glücksspielbezogener Risiken sowie das Verbot der Teilnahme Minderjähriger ist in der Fußzeile jeder Seite klar ersichtlich. Die Spielerschutzseite ist ebenfalls aus der Fußzeile von überall erreichbar. Dort finden Kunden mehr zu Tipicos Haltung zu Jugend- und Spielerschutz sowie zu Schutzmaßnahmen und Hilfsangeboten (siehe Kapitel 6.7.1).

Die Bereiche für Sportwetten und virtuelle Automaten Spiele werden auf unterschiedlichen Bereichen angeboten, sind also visuell klar getrennt und leicht unterscheidbar.

6.7.6 Spielangebot

Geldspielgeräte, wie sie in Spielhallen und Gaststätten aufgestellt werden, passen nicht zur Atmosphäre einer Wettvertriebsstätte, in der das gemeinsame Mitfeiern 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.

Online-Vertrieb

Dasselbe gilt für die Tipico Webseite. Sportwetten werden strikt getrennt von Games auf unterschiedlichen Bereichen angeboten. Ein Wechsel zwischen Sportwetten und Games ist zwar möglich, allerdings muss beim Wechsel eine Spielpause von einer Minute eingelegt werden. Während dieser Pause werden Spielerschutz-Informationen angezeigt. Sportwetten und Games verfügen über voneinander getrennte „Wallets“, in denen die Einzahlungen und Gewinne der Spieler aus der jeweiligen Produktparte aufbewahrt werden. Einzahlungen oder Gewinne aus der Sportwette können nicht für Games verwendet werden. Einzahlungen oder Gewinne aus Games können nicht für Sportwetten verwendet werden. Ein Verschieben von Geldern von einer Produktparte zur anderen wird dem Kunden nicht ermöglicht. Sollte sich dies in Zukunft ändern, wird jedenfalls sichergestellt sein, dass Gewinne aus einem Produktbereich erst nach 60 Minuten im anderen Produktbereich als Einsätze zur Verfügung stehen können.

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 1. Fußball-Bundesliga 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.

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 Aktivitätsabgleich mit anderen konzessionierten Anbietern

Im Bereich landgestützter Spielhallen wird das Verbot des gleichzeitigen Bespielens mehrerer Spielautomaten durch einen Mindestabstand von einem Meter und einer Sichtblende zwischen den Automaten durchgesetzt, weil der Spieler so gezwungen wäre, vor jedem Spin einen kleinen Schritt von einem Gerät zum anderen zu machen.

Im Internet wird die hingegen durch eine anbieterübergreifende Aktivitätsdatei umgesetzt. Tipico fragt die Datei ab, bevor dem Kunden Zugang zum Spielangebot gewährt wird. Nur wenn der Kunde zurzeit als inaktiv geführt wird, wird der Zugang gestattet. Allerdings wird der Kunde dabei von Tipico auf „aktiv“ gesetzt, so dass ihm Spieltransaktionen auf einer anderen konzessionierten Webseite unmöglich gemacht werden.

Erst wenn der Kunde sich selbst ausloggt oder automatisch ausgeloggt wird, wird er von Tipico auf „inaktiv“ gesetzt, so dass er nach einer Wartezeit von fünf Minuten bei einem anderen konzessionierten Anbieter Spieltransaktionen tätigen kann.

6.7.9 Wechsel zwischen Produktangeboten

Sportwetten und virtuelle Automaten Spiele sind in separaten, klar unterscheidbaren Bereichen untergebracht. In den jeweiligen Bereichen findet sich keine Werbung oder Spielaufforderung für den jeweils

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

anderen Bereich. Beim Wechsel zwischen diesen Bereichen kommt es stets zu einer verpflichtenden Pause von mindestens einer Minute. Während dieser Pause wird die Transaktionsübersicht angezeigt, die auch beim Login angezeigt wird. Zusätzlich wird ein Warnhinweis vorgehalten, der dem Kunden einen direkten Link auf die Spielerschutzseite anbietet, wo dieser weiterführende Informationen zum Spielerschutz finden kann.

Der Kunde muss diesen Hinweis aktiv bestätigen, indem er auf „Ok“ klickt. Dies ist aber erst möglich, wenn zumindest eine Minute seit der letzten Spieltransaktion vergangen ist.

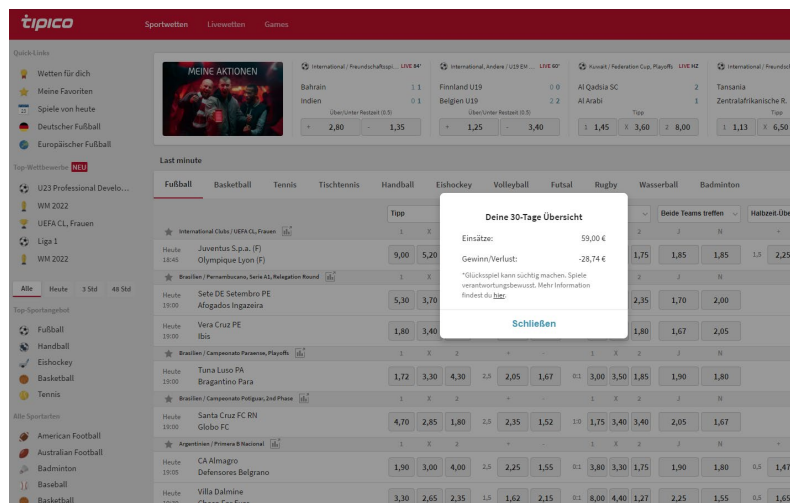


Abbildung 27: Pop-up beim Wechsel zwischen Produktangeboten

6.7.10 Kontoschließung

Kunden haben jederzeit das Recht, ihr Spielkonto zu schließen und damit die Vertragsbeziehung mit Tipico zu beenden. Dabei geht es nicht um Suchtprävention – stattdessen wird eine grundsätzliche Anforderung des Konsumentenschutzes erfüllt.

Die Kontoschließung tritt dabei nicht in Konkurrenz zur Spielersperre, sondern richtet sich an eine andere Kundengruppe mit anderen Bedürfnissen. Eine Beschreibung der Spielersperre findet sich in Kapitel 6.9.1.

Um sicherzustellen, dass ein Kunde, der eigentlich eine Spielersperre wünscht, nicht versehentlich nur sein Konto schließt, werden die beiden Funktionen auf der Spielplattform sichtbar getrennt präsentiert. Insbesondere im Bestätigungsschreiben wird der Kunde noch einmal auf die Möglichkeit zur Spielersperre aufmerksam gemacht.

Im Gegensatz zur Spielersperre wird der Kunde bei der Kontoschließung nicht davor geschützt, seine Meinung zu ändern:

Die Kontoschließung führt zu keinem OASIS-Eintrag und der Kunde wird nicht an einer Neuregistrierung gehindert, sollte er das wünschen.

Die Kontoschließung kann widerrufen werden, falls der Kunde das möchte.

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb kann das der Kundenkarte hinterlegte Spielkonto direkt am Terminal oder auf Nachfrage beim Kassierer geschlossen werden. Während der Geltungsdauer einer Kontoschließung ist es dem Kunden nicht möglich, die Kundenkarte zu nutzen. Restbeträge werden bei der Schließung ausgezahlt.

Online-Vertrieb

Im Online-Vertrieb kann der Spieler sein Spielkonto jederzeit auf der Plattform schließen. Um zu vermeiden, dass ein sperrwilliger Kunde nicht versehentlich eine Kontoschließung vornimmt, wird während des Vorgangs explizit auf die Möglichkeit zur Spielersperre hingewiesen. Im Bestätigungsmail wird noch ein weiteres Mal auf die Möglichkeit zur Spielersperre hingewiesen. Es kann daher mit Sicherheit davon ausgegangen werden, dass die Kontoschließung nicht in Konkurrenz mit der Spielersperre tritt. Alternativ kann der Kunde auch über Anfrage beim Kundendienst eine Kontoschließung verlangen.

Während der Geltungsdauer einer Kontoschließung ist es dem Spieler nicht möglich am Angebot teilzunehmen oder Gelder auf ein Kundenkonto einzuzahlen. Allerdings kann der Spieler sich weiterhin verbleibende Restbeträge auszahlen und aus Transparenzgründen die Übersicht vergangener Transaktionen (Kontoauszug) anzeigen lassen.

6.7.11 Produkt-Design der Sportwette

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 handelsüblichen 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.

Online-Vertrieb

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

Schritt 1 - Auswahl der Wette: Der Kunde wählt aus dem Wettprogramm eine Wette aus, die auf seinem Wettschein platziert wird.

Schritt 2 - Auswahl des Wetteinsatzes: Der Kunde wählt einen angemessenen Wetteinsatz und erhält eine Vorschau auf die mögliche Gewinnsumme.

Schritt 3 - Abgabe der Wette: Der Kunde prüft den Wettschein und entscheidet, ob er ihn abgeben will.

The screenshot shows a betting slip interface with the following details:

- Title:** Wettschein (1)
- Bet Type:** Einzel (selected), Kombi, System
- Event:** Euro 2020
- Bet Selection:** ☒ Sieg Deutschland at odds of 7.50
- Action:** [Alle löschen](#)
- Bonus:** Bonus anzeigen? ☐
- Stake:** Einsatz 5.00
- Potential Win:** Möglicher Gewinn: 37.50
- Button:** 5,00 € Wette abgeben

Abbildung 28: Zusammenstellung eines Wettscheins

6.7.12 Technische Beschränkungen für virtuelles Automatenspiel

Im Gegensatz zum Glücksspiel in Spielbanken unterliegen virtuelle Automatenspiele technischen Einschränkungen:

- 1) Im virtuellen Automatenspiel werden nur Simulationen von Spielautomaten angeboten.
- 2) Simulationen von Tischspielen werden nicht angeboten. Um diese in der Benennung abzugrenzen, wird von „Games“ gesprochen.
- 3) Die virtuellen Automatenspiele unterliegen einer Einsatzbegrenzung von EUR 1 pro Spiel.
- 4) Die Mindestdauer jedes Spiels beträgt durchschnittlich fünf Sekunden. Diese Dauer beginnt in dem Moment, in dem der Spieler das Spiel durch eine aktive Handlung startet und endet zu dem Zeitpunkt, zu dem dem Spieler das Ergebnis angezeigt wird. Durch diese gezielte Verlangsamung des Spielablaufes werden besondere Suchtanreize durch schnelle Wiederholung beim virtuellen Automatenspiel unterbunden.

- 5) Das gleichzeitige Spielen von mehr als einem Spiel ist technisch unterbunden. Sobald ein Spieler ein zweites Spiel öffnet, wird automatisch das erste geschlossen.

6.7.13 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 gestaltet.



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.

Basierend darauf hat Tipico für die Sportwette ein Werbekonzept erstellt, welches am 23. April 2021 bewilligt wurde.

Abbildung 29: Beispielhafte Darstellung Tipico Printinserat

6.8 Selektive Prävention

6.8.1 Kreditverbot

Einsätze auf Kredit 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.

Online-Vertrieb

Die Funktionalität der Tipico Plattform wurde so konzipiert, dass jede Art von Kreditwette verhindert wird. Jede Wette, durch die der Kontostand eines Kunden negativ würde, wird automatisch abgelehnt. Auf diese Art ist es technisch unmöglich, Gelder zu verspielen, die man nicht zuvor eingezahlt hat.

6.8.2 Finanzielle Limits

Wie in anderen Sektoren setzt sich die Mehrzahl der Kunden 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/Spiele 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.

Einzahlungslimit:

Das Einzahlungslimit begrenzt die Summe der Gelder, die ein Kunde pro gewählter Zeitperiode (z. B. pro Monat) auf das (u. U. auch mit einer Kundenkarte verknüpfte) Spielkonto eingezahlt werden kann. Auszahlungen werden hierbei nicht gegenverrechnet. Würde bei einer Einzahlung das Limit überschritten, so können keine weiteren Gelder eingezahlt 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 Einsätze den innerhalb der Zeitperiode erhaltenen Gewinnen gegenübergestellt. Würde bei einem Einsatz das Limit überschritten, wird dieser nicht mehr angenommen.

Einsatzlimit:

Das Einsatzlimit begrenzt die Summe der Gelder, die ein Kunde pro gewählter Zeitperiode (z. B. pro Monat) einsetzen kann. Gewinne werden hierbei nicht gegenverrechnet. Würde bei einem Einsatz das Limit überschritten, wird dieser nicht mehr angenommen.

Generell 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 Kassenpersonal 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:

- » Einzahlungslimits (pro Monat / Woche / Tag)
- » Verlustlimits (pro Monat / Woche / Tag)
- » Einsatzlimits (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.

LIMITS & SCHLISSUNG ZURÜCK HOME

i Limiterhöhungen werden erst nach 7 Tagen aktiv.

Einsatzlimit
Das Einsatzlimit begrenzt die finanziellen Mittel, die Sie pro Gültigkeitsperiode (täglich, wöchentlich oder monatlich) für Einsätze auf Sportwetten mit dieser Kundenkarte verwenden dürfen.

Betrag in €	Gültigkeit
0,00	monatlich

[Edit](#)

Einsatzlimit

Verlustlimit

Kartenschliessung

Spielsperre

Abbildung 30: Vereinfachte Verwaltungsoberfläche für Limits, Kundenkarten-Schließung und Spielersperre am Wett-Terminal

Online-Vertrieb

Ein Standard-Einzahlungslimit von EUR 1.000 pro Monat wird für jeden Kunden bei der Registrierung festgelegt (siehe Kapitel 6.8.3). Da dieses Standardlimit nicht für jeden Kunden angemessen ist, wird der Kunde noch während des Registrierungsprozesses aufgefordert, sich ein seinen finanziellen Möglichkeiten angemessenes Limit zu setzen.

Darüber hinausgehend kann der Kunde jederzeit ein neues Limit setzen oder ein bestehendes verändern. Dieses kann direkt auf der Webseite durchgeführt oder beim Kundendienst angefragt werden.

Im Online-Vertrieb sind folgende Limits verfügbar:

- » Einzahlungslimits (pro Monat / Woche / Tag)
- » Verlustlimits (pro Monat / Woche / Tag)
- » Einsatzlimits (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.

Die Verzögerung von sieben Tagen wird technisch so umgesetzt, dass beim Stellen des Antrags auf Limiterhöhung Datum und Uhrzeit gemeinsam mit der gewünschten Höhe des Limits abgespeichert werden. Ist die Schutzfrist von sieben Tagen verstrichen, so wird die Limiterhöhung aktiv.

6.8.3 Limitabgleich mit anderen konzessionierten Anbietern

Limits dienen dazu, Kunden vor ungewollten oder unverhältnismäßigen Glücksspielausgaben zu schützen. Um zu verhindern, dass Limits umgangen werden, indem ein Spieler sein Budget über mehrere Online-Anbieter verteilt, wurde eine anbieterübergreifende Limitdatei geschaffen. Durch diese wird technisch sichergestellt, dass ein Spieler seine Limits nur noch bei landgestützten Glücksspielangeboten übersteigen kann.

Die Limitdatei verwaltet das monatliche Einzahlungslimit des Kunden und wird vor jeder Einzahlung abgefragt. Würde die Einzahlung – zusammen mit den zuvor im Kalendermonat getätigten Einzahlungen – das Limit übersteigen, so wird die Einzahlung abgelehnt. Ansonsten wird die Einzahlung verbucht und schöpft das monatliche Einzahlungslimit des Kunden weiter aus.

Möchte ein Kunde sein monatliches Einzahlungslimit verändern und liegt der Limitwunsch im Rahmen der gesetzlichen Grenzen, so wird dieser an die Limitdatei weitergegeben. Eine Limit-Erhöhung wird nur mit einer Verzögerung von sieben bis acht Tagen zu Mitternacht aktiv. Eine Limit-Verringerung wird hingegen sofort aktiv.

6.8.4 Aktives Risikomanagement durch finanzielle Limits

Auferlegte (Standard-)Limits zur Spielsuchtprävention basieren auf der Annahme eines risikofreien Glücksspielausmaßes (Currie et al., 2006, Currie et al., 2016). Innerhalb dieses Bereichs sei Glücksspiel für alle potenziellen Kunden frei von Risiken – erst darüber würden manche Kunden (etwa 2 %) Probleme entwickeln.

Weitere Forschung in diesen Ansatz zeigte, dass es allerdings sehr schwierig ist, einheitliche Grenzen festzulegen, die auf alle Kunden anwendbar sind. Aus diesem Grund wurde von befragten Experten eine für jeden Kunden individuelle, einkommensbezogene Schwelle empfohlen (Currie et al., 2008). Die Zielsetzung dieses Ansatzes ist es sicherzustellen, dass Kunden über die zusätzlichen Risiken informiert sind, wenn sie sich für ein Spielverhalten entscheiden, das diesen risikoarmen Bereich übersteigen würde (Currie, 2018). Ebenso kann so die Aufsicht des Anbieters gestärkt werden, unverhältnismäßige glücksspielbezogene Ausgaben zu verhindern. Von Tipico festgelegte Limits können dabei ein Werkzeug sein, das es ermöglicht die Risiken im Zusammenhang mit Kunden aktiv zu begrenzen. Ein von Tipico festgelegtes Limit funktioniert so, dass es eine obere Grenze für den Bereich festlegt, innerhalb dessen ein Kunde sich selbst sein Limit setzen kann. Der Kunde kann sich natürlich jederzeit ein geringeres Limit setzen als das für ihn festgelegte Maximal-Limit.

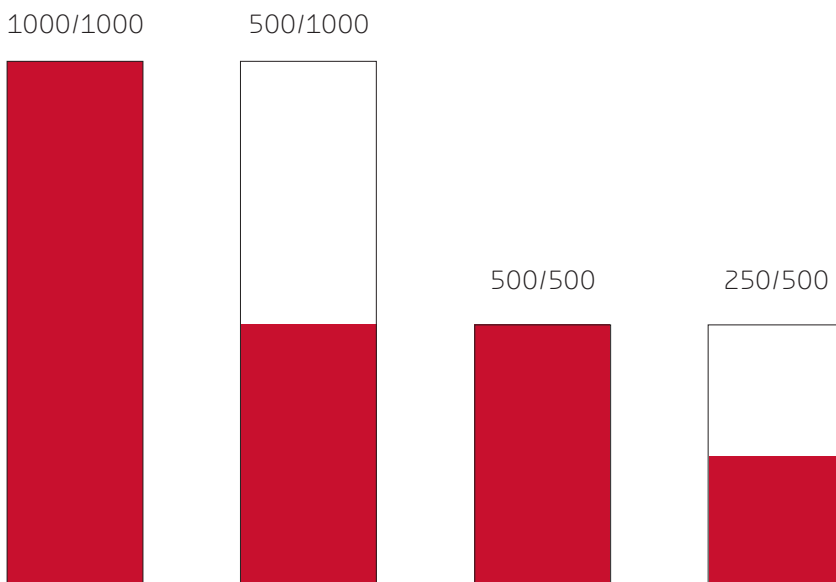


Abbildung 31: Beispiele für Limit-Konfigurationen

(v. l. n. r.)

Kunde verwendet das Standardlimit;

Kunde hat sich ein eigenes Limit gesetzt, um das Standardlimit zu verringern;

das Maximallimit wurde für einen Kunden verringert;

das Maximallimit wurde für einen Kunden verringert, und er hat sich selbst ein noch niedrigeres Limit gesetzt.

Je mehr Tipico über einen Kunden weiß, und je mehr dieses Wissen die finanziellen Möglichkeiten des Kunden untermauert, desto eher kann Tipico einem Kunden höhere Limits einräumen, ohne dass dabei glücksspielbezogene Risiken bestünden. Solange hingegen wenig über einen Kunden bekannt ist, oder dieses Wissen auf frühere oder existierende Risikoverhaltensweisen bzw. finanzielle Probleme hindeutet, wird das Standardlimit verwendet oder durch Tipico nach eingehender Analyse gegebenenfalls sogar reduziert.

Für jene Bereiche der Glücksspielregulierung, wo dies rechtlich möglich ist, folgt Tipico mit diesem Ansatz den Empfehlungen von Fiedler und Krumma (2013), finanzielle Limits im Sinne eines liberalen Paternalismus

zu implementieren und statt verpflichtender, fester Limits einen für viele der Spieler sinnvollen Wert von EUR 1.000 als Standard vorzugeben und gesetzlich zulässige Erhöhungen nur auf aktive Nachfrage des Spielers und nach hinreichender Überprüfung der Risiken zuzulassen. Für alle anderen Bereiche findet der ab hier beschriebene Prozess keine Anwendung.

Im Rahmen des Limitprozesses ist es die Rolle des Spieler-Monitorings sicherzustellen, dass nur Spielern, deren Spiel- und Kommunikationsverhalten keine Risikoindikatoren aufweist, eine Limiterhöhung gestattet wird und Spieler mit schon erfolgten Limiterhöhungen engheriger zu überwachen.

Für jedes Online-Konto wird daher bei der Registrierung ein Einzahlungslimit von EUR 1.000 pro Monat eingerichtet. Dieses Limit ist – wie jedes willkürlich vorgegebene Limit – für viele Kunden nicht angemessen. Daher werden Kunden bei der Registrierung aufgefordert, dieses Standardlimit zu prüfen und an ihre persönlichen Bedürfnisse anzupassen.

Beantragt der Kunde für Produkte, wo dies gesetzlich zulässig ist, hingegen höhere Limits, so unterliegen diese einem wie folgt definierten Prüfprozess. Eine detaillierte Beschreibung des Prüfprozesses findet sich im gesonderten Antrag gemäß § 4 Abs. 5 Nr. 2 Satz 2 GlüStV zu den Limits.

Stufe 1:

Eine Erhöhung der Standardlimits ist nur auf expliziten Kundenwunsch möglich und nur dann denkbar, wenn Tipico ein klares, realistisches Verständnis vom Kunden hat. Zu diesem Zweck wird eine Schufa Glücksspielauskunft zur Erfassung der finanziellen Leistungsfähigkeit des Kunden eingeholt. Nur ausgewählten Personen mit einem Schufa-Score von 9.500 oder höher (Skala von 0 bis 10.000) wird die Limiterhöhung zugestanden. Ebenfalls dürfen keinerlei Negativdaten über den Kunden vorliegen.

Zudem wird der Kunde über Spielsucht informiert und darüber belehrt, dass er durch Erhöhung seiner Limits auch das Risiko glücksspielbezogener Probleme erhöht. Mit weiterführenden Informationsmaterialien und einem Selbsttest (siehe Kapitel 6.7.2) wird ihm ermöglicht zu einer realistischen Risikoabschätzung zu kommen.

Ebenfalls wird der Kunde über etwaige Vorfälle glücksspielbezogener Probleme in der Vergangenheit befragt. Zuletzt stimmt der Kunde zu, Tipico unverzüglich über etwaige Veränderungen seiner Situation zu informieren.

Kann aufgrund der vom Kunden gemachten Angaben davon ausgegangen werden, dass die Erhöhung des Limits nicht zu glücksspielbezogenen Problemen führen wird, so wird diese wie vom Kunden gewünscht umgesetzt.

Stufe 2:

Wenn der Kunde eine Erhöhung seines Einzahlungslimits über 10.000 Euro hinaus beantragt, so müssen seine Angaben extern geprüft werden. Hierzu wird – mit Einverständnis des Kunden – eine zweite Auskunft über die finanzielle Leistungsfähigkeit des Kunden durchgeführt.

The screenshot displays a financial statement interface with four main sections:

- Kontodetails:**
 - KONTINHABER: MUSTERMANN, HARTMUT
 - IBAN: DE6288888888002345678
 - BIC: TESTDE88XXX
 - BANKNAME: TestBank
 - LAND: DE
- Kontostatus:**

KONTO	KTO-STAND	VERF.	DISPO	ANGFR.	VERF.	BUCHUNGEN	Ø BUCH/TAG	ÜBERZ
DE6288888888002345678	2122.00 EUR	1000.00 EUR	365	306	341	11	12	
DE04888888880087654321	-	-	0	0	0	0	0	
- KPI - Source of Funds:**
 - SUMME: 22.145,76 €
 - ANZAHL: 13
 - MINDESTDATUM: 14.01.2018
 - MAXIMALDATUM: 11.11.2018
- Source of Funds:**

BUCHUNGSdatum	VERWENDUNGSZWECK	BETRAG	GEGENKONTO
11.11.2018	SEPA-GEHALTSÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 12/16 KUNDENREFERENZ 7239703105-0 001008L.G0000	3.009,00 EUR	FinTecSystems GmbH
18.10.2018	SEPA-GEHALTSÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 11/16 KUNDENREFERENZ 7232700557-0 001008L.G0000	2.500,00 EUR	FinTecSystems GmbH
12.10.2018	SEPA-GEHALTSÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 09/17 KUNDENREFERENZ 7202314348-0 001008L.G0000	3.236,76 EUR	FinTecSystems GmbH
19.09.2018	SEPA-GEHALTSÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 10/16 KUNDENREFERENZ 7239403105-0 001008L.G0000	2.500,00 EUR	FinTecSystems GmbH

Abbildung 32: Beispielausgabe einer Auskunft über die finanzielle Leistungsfähigkeit eines Kunden

Im Rahmen dieser Prüfung wird durch vom Kunden vorgebrachte Nachweise zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit entschieden, ob das vom Kunden angefragte Limit geeignet ist, um die Kanalisierung sicherzustellen, ohne den Kunden dabei zu gefährden. Gelingt es dem Kunden nachzuweisen, dass das von ihm angestrebte Limit innerhalb seiner finanziellen Möglichkeiten liegt, so wird die von ihm beantragte Limiterhöhung wie vom Kunden gewünscht umgesetzt. Erscheint das Limit hingegen zu hoch, um dem Kunden ein risikoarmes Wetten zu ermöglichen, so wird der Antrag abgelehnt und gemeinsam mit dem Kunden ein geeignetes Limit festgelegt. Obschon dieser Prozess darauf abzielt, die Kanalisierung der Kundennachfrage in den regulierten Markt zu fördern, steht die Sicherheit des Kunden bei dieser Entscheidung stets im Vordergrund. Sollte die detaillierte Untersuchung der finanziellen Möglichkeiten eines Spielers zum Beispiel ergeben, dass schon sein derzeitiges Limit nicht geeignet ist, so wird dieses stattdessen und entgegen den Wünschen des Kunden herabgesetzt (vgl. dazu Kapitel 6.6).

Generell wird eine Limiterhöhung über 10.000 Euro nur Kunden ermöglicht, die das 21. Lebensjahr vollendet haben. Ebenso wird sie nur insgesamt 1 % der Kundenbasis gestattet.

Eine Herabsetzung der Limits eines Kunden durch Tipico ist entlang dieses Prozesses auch zu jedem späteren Zeitpunkt möglich, wenn dies durch das Verhaltensmonitoring (vgl. Spielerschutzkonzept Kapitel 6.5) bzw. durch Informationen aus Spielerschutzgesprächen (vgl. Spielerschutzkonzept Kapitel 6.6) angemessen erscheint. Ebenfalls kann auch der Kunde selbst jederzeit seine Limits wieder absenken. Jede Verringerung des Limits wird unverzüglich umgesetzt.

6.8.5 Automatische Auszahlung

Ähnlich zur Funktion der Selbstlimitierung soll Spielern im Online-Vertrieb die Möglichkeit gegeben werden, Gewinne davor zu schützen, wieder verspielt zu werden. Zu diesem Zweck kann der Spieler beantragen, dass für Gewinne ab einer vom Spieler festgelegten Höhe automatisch und ohne Zutun des Spielers ein Auszahlungsauftrag getätigt wird.

Übersteigt ein Gewinn diesen Betrag, so wird ein Zahlungsauftrag über die Gewinnhöhe getätigt, in dessen Rahmen die Zahlungssumme umgehend vom Spielkonto abgebogen wird.

Die Zahlung unterliegt aber denselben Beschränkungen und Prozessen wie jede andere, manuell vom Spieler beauftragte Zahlung. So gilt beispielsweise das Verbot von einem unverifizierten, vorübergehenden Spielkonto Zahlungen durchzuführen selbstverständlich auch für Zahlungen, die durch den automatischen Prozess ausgelöst wurden.

6.8.6 Kurzfristige Sperre / Paniktaste

Um wirksam zu sein, ist die Spielersperre (vgl. Kapitel 6.9.1) für den Kunden mit schwerwiegenden und langfristigen Konsequenzen verbunden. Das kann für Kunden sehr abschreckend sein, was wiederum zu einer niedrigen Nutzung führen und dadurch die Wirksamkeit der Maßnahme unterminieren könnte.

Das Ziel der kurzfristigen Sperre im Online-Vertrieb ist daher ergänzend zur Spielersperre eine niedrighwelligere Lösung anzubieten. Dies ist nur dadurch zu erreichen, dass die Konsequenzen nicht so weitreichend sind wie bei der Spielersperre. Im Gegenzug muss die kurzfristige Sperre dafür weniger gegen Bedienungsfehler abgesichert sein.

Die Paniktaste befindet sich in der Fuß- oder Kopfzeile der Wett- und Spielwebseite und ist dadurch von jedem Wett- oder Spieleangebot aus für Kunden sichtbar und erreichbar. Nach Betätigung der Paniktaste wird umgehend und ohne weitere Nachfrage eine Sperrung des Spielkontos vorgenommen und diese in die anbieterübergreifende Sperrdatenbank OASIS (vgl. Kapitel 6.9.5) eingetragen. In ihren Auswirkungen ist diese kurzzeitige Sperre identisch zur Spielersperre. Im Gegensatz zur Spielersperre wird diese aber ohne Zutun des Kunden nach 24 Stunden automatisch wieder aufgehoben. Ebenfalls führt die Nutzung der Paniktaste zu keinen über die kurzfristige Sperre hinausgehenden Konsequenzen für den Kunden.

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 Spielersperre 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 (Blaszczynski, Ladouceur & Nower, 2008). Die Spielersperre 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 Spielersperre 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 Spielersperre 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 Spielersperre 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 Spielersperre trifft allerdings nur auf diejenigen Betroffenen zu, die tatsächlich eine Spielersperre 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 Spielersperre möglichst niedrighschwellig 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 Spielersperre 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.

Typico bietet dem Kunden daher eine zeitlich unbegrenzte Spielersperre mit einer Mindestdauer von 12 Monaten an. Der Kunde kann ebenso eine davon abweichende Mindestdauer auswählen, welche nicht kürzer als 3 Monate sein darf.

Alle Spielersperrungen gelten grundsätzlich für einen unbegrenzten Zeitraum, sie können aber vom Spieler nach Ablauf der Mindestdauer widerrufen werden, falls er das möchte (siehe Kapitel 6.9.7). Durch Wahl einer entsprechend langen Mindestdauer kann der Kunde auch einen Sperrwunsch umsetzen, der praktisch nicht widerrufen werden kann.

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb wird in aufliegenden Informationsordnern unter anderem auf die Möglichkeit der Spielersperre aufmerksam gemacht. Sperrformulare liegen in der Wettvermittlungsstelle auf.

ANTRAG AUF SPIELSPERRE

Lieber Kunde, liebe Kundin,
du hast um eine Spielersperre in einem Tipico-Shop
gebeten. Bitte fülle den vorliegenden Antrag wahrheitsgemäß
aus, damit wir die Sperre bestmöglich umsetzen können.

Hiermit erteilen wir dir, Herr/Frau

Name Geburtsdatum
Straße / Hausnummer 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
☐ andere Mindestdauer (größer 3 Monate)

Eine Spielersperre hat die im Folgenden dargelegten Konsequenzen, zu denen du dich mit nachfolgender Unterschrift einverstanden erklärst.

- Mit der Spielersperre geht ein Hausverbot einher. Es ist dir nicht gestattet, an den Angeboten von Tipico weiter teilzunehmen.
- Du gibst uns alle erforderlichen Daten, damit eine Sperre sichergestellt werden kann. Diese Daten beinhalten ein Lichtbild (Ausweis o.ä.), und den unterschriebenen Sperrantrag.
- Die Sperre gilt nur für den oben angegebenen Tipico-Shop. Solltest du dich auch in anderen Vermittlungsstellen oder auch online sperren wollen, möchten wir dich bitten dich an den betreffenden Shop und/oder an unseren Kundendienst (www.tipico.de/de/kontakt/) zu wenden.
- Deine Daten werden in eine interne Sperrdatei eingefügt. Darüber hinaus werden bei der zeitlich unbegrenzten Sperre deine persönlichen Daten in die Sperrdateiabank OASIS eingetragen. Diese wird vom Regierungspräsidium Darmstadt für ganz Deutschland verwaltet und hat den Zweck, deine Spielersperre bei Spielbanken, Spielhallen, Sportwettanbietern und einigen Lotteriespielen umzusetzen.
- Deine vorhandenen Kundenkarten werden deaktiviert und das verbliebene Guthaben ausgezahlt.
- Die Sperre hat die oben angegebene Mindestdauer. Erst nach Ablauf der Mindestdauer kann ggf. ein Antrag auf Entsperrung gestellt werden. Dazu wendest du dich direkt an die für die Führung der Sperrdatei zuständige Behörde, die dann über den OASIS-Eintrag entscheidet oder bistest Tipico oder den Betreiber deiner Wettvermittlungsstelle dies für dich zu veranlassen.
- Mit diesem Antrag willigst du in die Erhebung, Speicherung und Verarbeitung deiner personenbezogenen Daten zur Durchsetzung der Spielersperre ein.

Unterschrift Kunde Ort, Datum
Unterschrift Mitarbeiter

Abbildung 33: Formular für Spielersperre

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 Spielersperre beantragen. Das erleichtert die Spielersperre für Betroffene, die es als beschämend empfinden würden, mit einem Mitarbeiter über die Spielersperre sprechen zu müssen.

Während der Geltungsdauer einer Spielersperre 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. Danach wird er von Tipico nicht mehr aktiv kontaktiert werden.

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

Online-Vertrieb

Auf der Spielerschutzseite wird der Kunde über die Möglichkeit zur Panikknopf oder Spielersperre informiert. Er kann diese direkt auf der Wettplattform beantragen. Hayer & Meyer (2010) stellen fest, dass die Selbstsperre online in der Regel frühzeitiger ergriffen wird. Das kann dadurch erklärt werden, dass der „unpersönlichere“ Vorgang online für Betroffene weniger einschüchternd bzw. schambesetzt ist und damit die Hemmschwelle niedriger liegt (Wood & Griffiths, 2007; Wood & Wood, 2009).

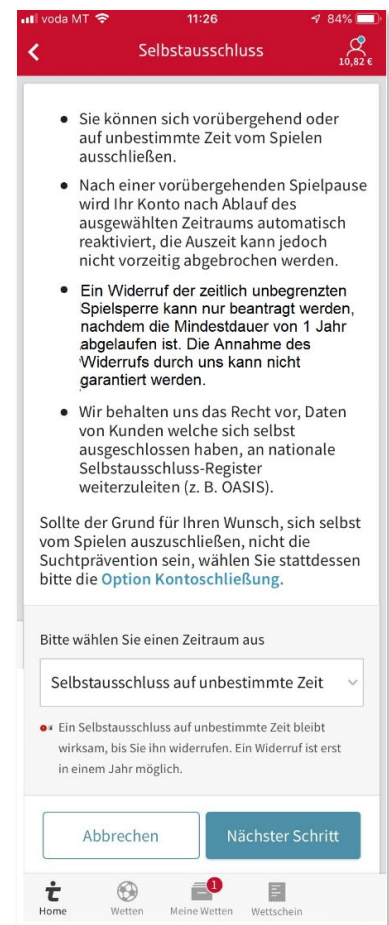
Abbildung 34: Funktionalität der Spielersperre

Es ist daher wichtig, dass der Ablauf der Sperre möglichst unkompliziert, transparent und geradlinig ist. Je umständlicher und langwieriger der Ablauf für den Kunden, desto größer das Risiko, dass ein Betroffener sich doch nicht zur Selbstsperre durchringen kann.

Während der Geltungsdauer einer Spielersperre ist es dem gesperrten Spieler nicht möglich am Angebot teilzunehmen oder Gelder auf ein Kundenkonto einzuzahlen. Allerdings kann der Spieler weiterhin verbleibende Restbeträge auszahlen und aus Transparenzgründen die Übersicht vergangener Transaktionen (Kontoauszug) anzeigen lassen.

Ebenfalls sind gesperrte Spieler von jeglicher gezielten Marktkommunikation ausgeschlossen. Der Kunde erhält eine Bestätigung der Sperre. Diese dient als Beleg für den Kunden, erklärt noch einmal die Bedingungen und informiert über Beratungsangebote. Danach wird er von Tipico nicht mehr aktiv kontaktiert werden.

Ebenso wird dem Spieler die Registrierung eines neuen Kundenkontos oder einer neuen Kundenkarte 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. Im Spielerschutzgespräch wird dem Kunden auch nach § 8a (3) die Gelegenheit zur Stellungnahme und zum Vorbringen von Dokumenten gegeben, die belegen, dass der Kunde im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten spielt. 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 substantiieren 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. Spielersperre) 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 nach § 8a (3) die Gelegenheit zur Stellungnahme und zum Vorbringen von Dokumenten gegeben, die belegen, dass der Kunde im Rahmen seiner Möglichkeiten spielt. Die Stellungnahme des Kunden wird geprüft.
- 7) Gelingt es dem Kunden alle Hinweise und Beobachtungen zu widerlegen und alle Zweifel an seiner Fähigkeit, verantwortungsvoll und im Rahmen seiner Möglichkeiten 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. Jedenfalls bei Betreten der Wettvermittlungsstelle wird vom Kunden eine Kundenkarte oder ein Ausweis verlangt, der 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 Spielersperre 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 und erfüllt diese Voraussetzungen, sobald alle Teilnehmer des deutschen Glücksspielmarktes an die Datenbank abgeschlossen sein werden.

Tipico nutzt eine OASIS Anbindung seit 2017 für geduldete bzw. mittlerweile erlaubte Wettvertriebsstätten, seit 2018 für den Online- und stationären Vertrieb in Schleswig-Holstein und seit 2020 für den Online-Vertrieb unter der Sportwettkonzession. Die Genehmigung der technischen Schnittstelle zu OASIS WS zur Abfrage und zum Eintragen von Sperren wurde Tipico 2018 erteilt.

Stationärer Vertrieb

Im stationären Vertrieb verwendet jede angeschlossene Wettvermittlungsstätte eine 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. Für jeden Kunden, der eine Wettvermittlungsstätte betritt, wird im Zuge des Zutritts eine OASIS-Abfrage durchgeführt.

Die OASIS-Abfrage kann zusätzlich aus folgenden Anlässen durchgeführt werden:

- » Registrierung einer Kundenkarte
- » Abgabe einer Wette mit Kundenkarte

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 Spielersperren, die der Kunde in der Wettannahmestelle beantragt, direkt in das Web Portal von OASIS eingetragen.

Online-Vertrieb

Der Online-Vertrieb verwendet eine separate Betriebsstättenkennung für OASIS Abfragen. Da für jede Spieltransaktion ein Kundenkonto benötigt wird, für das wiederum eine erfolgreiche Identitätsverifikation durchgeführt wurde, ist die OASIS Abfrage direkt an die Nutzung des Kundenkontos gebunden.

Die OASIS Abfrage kann aus folgenden Anlässen durchgeführt werden:

- » Registrierung des Kundenkontos
- » Bei jedem Login

Wird der Spieler als gesperrt aufgefunden, so wird der Status in sein Kundenkonto übernommen. Daraufhin ist keine Teilnahme mehr möglich. Ebenfalls sind Einzahlungen oder Änderungen an den Kontodaten nicht mehr möglich. Der Kunde kann allerdings verbleibende Gelder auf seinem Konto auszahlen. Auf der Spielerschutzseite erhält er Informationen über Hilfsangebote.

Sollte der Kunde eine zeitlich unbegrenzte Spielersperre auf der Webseite oder über den Tipico Kundendienst beantragen, so wird diese Sperre automatisch in OASIS eingetragen.

6.9.6 Überleitung zu Hilfsorganisationen

Während die Spielersperre 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 Spielersperre 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, Spielerschutz-Flyer 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. Eine entsprechende Liste wird in den Wettvermittlungsstellen bereitgehalten. Es ist Aufgabe des Spielerschutzverantwortlichen 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.

Online-Vertrieb

Spielerschutz-Webseite und Bestätigungs-E-Mail der Spielersperre enthalten Kontaktdaten von Beratungs-Hotlines, die mit dem Betroffenen ein SBIRT Gespräch (Screening, Brief Intervention and Referral to Treatment) durchführen können. Das Spielerschutz-Team wird den Spieler auch über Beratungs- und Hilfsangebote in der näheren Umgebung seines Wohnortes informieren.

6.9.7 Filterung von gezielten werblichen Aussendungen inkl. Kommunikation zu Bonus- und Rabattangeboten

Nach der Zusammenstellung der Kundengruppe für eine werbliche Aussendung wird diese Selektion gefiltert. Zuerst werden alle Kunden entfernt, die sich von solcher Kommunikation abgemeldet hatten, und solche, die nach unserem Wissensstand gesperrt sind.

Die verbleibende Kundenauswahl wird gegen das OASIS Interface für Boni und Rabatte geprüft. Alle Kunden, die als gesperrt zurückgemeldet werden (das inkludiert auch Kunden, die ihre Sperre vor weniger als einem Monat widerrufen haben), werden aus der Selektion entfernt.

Nur die verbleibenden Kunden können mit den werblichen Materialien beschickt werden.

6.9.8 Wiedereröffnung nach Spielersperre

Zeitlich unbegrenzte Spielersperrungen 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 (Selbstsperre oder Fremdsperre) kann frühestens nach der ursprünglich festgelegten Sperrdauer (z. B. 12 Monate) stattfinden und unterliegt einer Prüfung.

Dazu wendet sich der Kunde direkt an die für die Sperrdatei zuständige Behörde oder Tipico gibt den Widerrufswunsch des Kunden nach Verstreichen der regulatorisch festgelegten Mindestdauer (mindestens drei Monate) an die Aufsichtsbehörde weiter, die dann über den OASIS-Eintrag entscheidet. Erst wenn eine Sperre aufgehoben wurde, ist eine Reaktivierung des Spielkontos möglich.

Im Rahmen der Reaktivierung des Spielkontos erwartet Tipico, dass der Spieler 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.

Selbst nach bewilligtem Widerruf der Sperre verbleibt der Kunde vorübergehend von der Zusendung werblicher Angebote ausgeschlossen (siehe Kapitel 6.7.10). Dies wird durch Abfrage der OASIS Marketing Datenbank sichergestellt, welche vor Aussendung gezielter werblicher Kommunikation durchgeführt wird.

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. (2019). Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland. Ergebnisse des Surveys 2019 und Trends. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
<http://doi.org/10.17623/BZGA:225-GS-SY19-1.0>

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., & Slecza, 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/10.1586/erp.12.67>
- 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 Glücksspielstaatsvertrag. *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/gltre.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/ccp0000127A>

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](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, 2019).....	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, 2019).....	15
Abbildung 3: Anteil der problematischen und pathologischen Spieler unter den Nutzern verschiedener Formen des Glücksspiels basierend auf Untersuchungen der BZgA (Banz & Lang, 2017; Banz, 2019).....	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).....	36
Abbildung 6: Informationsplakat zum Jugendschutz in der Wettvertriebsstätte.....	37
Abbildung 7: Sichtprüfung des Kassierers in der Wettvermittlungsstelle nach Einloggen der Kundenkarte...	38
Abbildung 8: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung einer durchgeführten Alterskontrolle beim Einlass.....	38
Abbildung 9: Schematischer Ablauf der Identitätsverifikation im Online-Vertrieb.....	40
Abbildung 10: Public Health-Modell mit präventiven Strategien und Schutzziele für verschiedene Gruppen von Spielern.....	44
Abbildung 11: Verlauf der nationalen Prävalenzzahlen für pathologisches und problematisches Glücksspiel in Großbritannien.....	46
Abbildung 12: Geglättete Verlaufskurven der Prävalenz problematischen und pathologischen Glücksspiels über die Zeit. Quelle: Williams, Volberg & Stevens (2012).....	47
Abbildung 13: Zusammenhang zwischen Schutzniveau und Kanalisierung. Gangbare Kompromisse zwischen diesen gleichwertigen Zielen ergeben sich durch Individualisierung des Spielerschutzes.....	48
Abbildung 14: Berichtsformular für Wettvermittlungsstellen-Mitarbeiter – hier insbesondere die Meldung von Spielerschutz-Beobachtungen.....	51

Abbildung 15: ROC-Kurve, die alle möglichen Kompromisse zwischen Sensibilität und Spezifität des Tipico Modells zur Früherkennung glücksspielbezogener Probleme angibt.....	53
Abbildung 16: Interventionsstufe 2 Feedback.....	54
Abbildung 17: Zusammenführung von Spielverhaltens- und Kommunikationsbeobachtungen über eine bestimmte Person aus online- und stationärem Vertrieb auf einer darüberliegenden Persona-Ebene.....	55
Abbildung 18: Verschiedene Szenarien und deren Auswirkungen auf die Risikobeurteilung eines Kunden....	56
Abbildung 19: Regelkreis zur Steuerung des Kundenverhaltens in eine moderate Richtung.....	57
Abbildung 20: Leitfaden für Mitarbeiter für Gespräche mit Kunden.....	59
Abbildung 21: Spielerschutz-Poster in der Wettvermittlungsstelle.....	61
Abbildung 22: Tipico Spielerschutz-Broschüre.....	61
Abbildung 23: Ausschnitt aus der Spielerschutz-Webseite.....	63
Abbildung 24: Selbsttest in der Spielerschutz-Broschüre.....	64
Abbildung 25: CGPI-Selbsttest auf der Tipico Online-Plattform.....	65
Abbildung 26: Eindrücke Tipico Wettvermittlungsstellen-Konzept.....	67
Abbildung 27: Pop-up beim Wechsel zwischen Produktangeboten.....	70
Abbildung 28: Zusammenstellung eines Wettscheins	72
Abbildung 29: Beispielhafte Darstellung Tipico Printinserat.....	73
Abbildung 30: Vereinfachte Verwaltungsoberfläche für Limits, Kundenkarten-Schließung und Spielersperre am Wett-Terminal.....	76
Abbildung 31: Beispiele für Limit-Konfigurationen.....	78
Abbildung 32: Beispielausgabe einer Auskunft über die finanzielle Leistungsfähigkeit eines Kunden.....	80
Abbildung 33: Formular für Spielersperre.....	83

Abbildung 34: Funktionalität der Spielersperre.....84

Vorderseite: wavebreakmedia/shutterstock.com

Seite 6: PhoNNN/shutterstock.com

Seite 12: wavebreakmedia/shutterstock.com

Seite 25: Pressmaster/shutterstock.com

Seite 35: sirtravelalot/shutterstock.com

Seite 42: 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.....	21
Tabelle 3: Schema zur Erfassung von Spielverhalten und Kundeninteraktion über verschiedene Vertriebskanäle.....	24
Tabelle 4: Sicherzustellende zeitliche Ressourcen in Abhängigkeit der Anzahl zu betreuender Wettvertriebsstätten.....	27
Tabelle 5: Gestaffeltes Schulungskonzept für verschiedene Mitarbeitergruppen.....	33
Tabelle 6: Verschiedene Arten von Kontrollen und Überprüfungen im Typico Wettvermittlungsstellen-Netzwerk.....	34
Tabelle 7: Anteile verschiedener Spielverhalten an der Population der Spieler in Deutschland 2019 nach Angaben der BZgA.....	43
Tabelle 8: Risiko-Kategorisierung des Spieler-Monitorings und dahinterliegende Strategie.....	49
Tabelle 9: Beobachtungen in der Kundeninteraktion und deren Risikobewertung.....	50
Tabelle 10: Indikatoren, die im Vorhersagemodell verwendet werden.....	53

