



Evaluierungsbericht 2023

Autor: Joachim Haeusler

TIPICO CO. LTD.

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

Tel: +356 2570 7000
info@tipico.com
www.tipico.com

MFSA Registration Number: C 34286
VAT Registration Number: MT25934015
Remote Gaming License: MGA/CL2/180/2004

Bank of Valletta International p.l.c.
IBAN: MT53VALL22013000000040015390435
BIC/SWIFT: VALLMTMT

Inhalt

1.	Einleitung	4
1.1	Zielsetzung des Evaluierungsberichtes	4
1.2	Reichweite des Evaluierungsberichtes	4
2.	Ressourcen für Spielerschutz	6
3.	Kooperation mit Forschung, Beratung und Hilfe	10
4.	Schulung	11
5.	Kontrollen und Testkäufe	12
6.	Konsumentenwahrnehmung	13
7.	Identitätsverifikation und Authentifizierung.....	15
8.	Limiterhöhungsprozess	17
8.1	Prozessdarstellung	17
8.2	Beschreibung der Kunden mit erhöhten Limits	19
8.3	Spielermonitoring für Kunden mit erhöhten Limits	22
9.	Verhaltensbeobachtung	27
9.1	Gesamtzustand der Kundenbasis	27
9.2	Verhaltensbeobachtungen im stationären Vertrieb.....	29
10.	Interventionen	32
10.1	Automatisierte Interventionen	32
10.2	Spielerschutzgespräche	33
11.	Universalprävention	36
12.	Selektivprävention.....	38
12.1	Limits	38
12.2	24-Stunden-Sofortsperrre	39
13.	Indizierte Prävention	40
13.1	Nutzung von Spielersperrren	40
13.2	OASIS-Abfragen.....	42
13.3	OASIS-Marketing-Abfragen.....	44
14.	Zusammenfassung	45

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. Einleitung

1.1 Zielsetzung des Evaluierungsberichtes

Vertrauen ist eines der bedeutsamsten Kriterien in Konsumententscheidungen. Tipico wird seiner Rolle als Marktführer auch in dem neu geschaffenen, regulierten Markt gerecht: Die Kunden schenken Tipico ihr Vertrauen. Es ist unser Ziel, ihnen im Rahmen der rechtlichen Vorgaben das Produkt anzubieten, das sie sich wünschen. Dabei gilt jedoch: Darauf zu hoffen, dass etwas so funktionieren wird, wie man sich das vorstellt, ist nicht gut genug. Es benötigt Evidenz in Form einer Evaluierung.

Eine Evaluierung lebt davon, dass von Anfang an klar ist, woran der Erfolg bemessen wird. Ansonsten kann eine Objektivität der Evaluierung nicht sichergestellt werden. Daher haben wir uns schon im Rahmen unseres Erlaubnisverfahrens dazu bekannt, welche Kriterien wir evaluieren werden. In diesem Bericht lösen wir dies ein.

1.2 Reichweite des Evaluierungsberichtes

Der Bericht umfasst die Evaluierungskriterien bundesweit für den Online-Vertrieb und nach Bundesland aufgeteilt für das stationäre Geschäft in Wettvermittlungsstätten. Auf diese Art lassen sich Schlussfolgerungen über die Umsetzung der Maßnahmen des Spielerschutzkonzeptes ebenso wie dessen landesspezifischer Modifikationen ziehen.

Für den Online-Vertrieb von Sportwetten wurde Tipico am 9. Oktober 2020 eine bundesweite Erlaubnis erteilt, welche mit Bescheid vom 9. Dezember 2022 bis Ende 2027 verlängert wurde. Für das Veranstalten von virtuellen Automaten spielen wurde Tipico am 6. Oktober 2022 eine Erlaubnis erteilt.

Im stationären Vertrieb ist die Situation weiterhin komplex. Einerseits bewegen sich die Länder in deren Erlaubnisprozess auf unterschiedlichen Zeitschienen: Während einige Länder den Erlaubnisprozess schon abgeschlossen und mitunter sogar schon Verlängerungsanträge entgegengenommen und beschieden haben, haben andere Länder bisher noch keine Erlaubnisse erteilt bzw. nur einen Bruchteil der eingereichten Anträge bearbeitet.

Andererseits muss zusätzlich zur vorhandenen Veranstaltererlaubnis jede Wettvermittlungsstätte einzeln erlaubt werden. Das bedeutet, dass auch in einem Land, in dem der Erlaubnisprozess schon vor langem begonnen wurde, nicht zwangsläufig allen oder einem Großteil der Wettvermittlungsstätten bereits eine Erlaubnis erteilt wurde.

Der Erlaubnisprozess wurde über das Jahr 2023 weiter fortgesetzt. Abbildung 1 zeigt den Status der 16 Länder im Erlaubnisprozess.

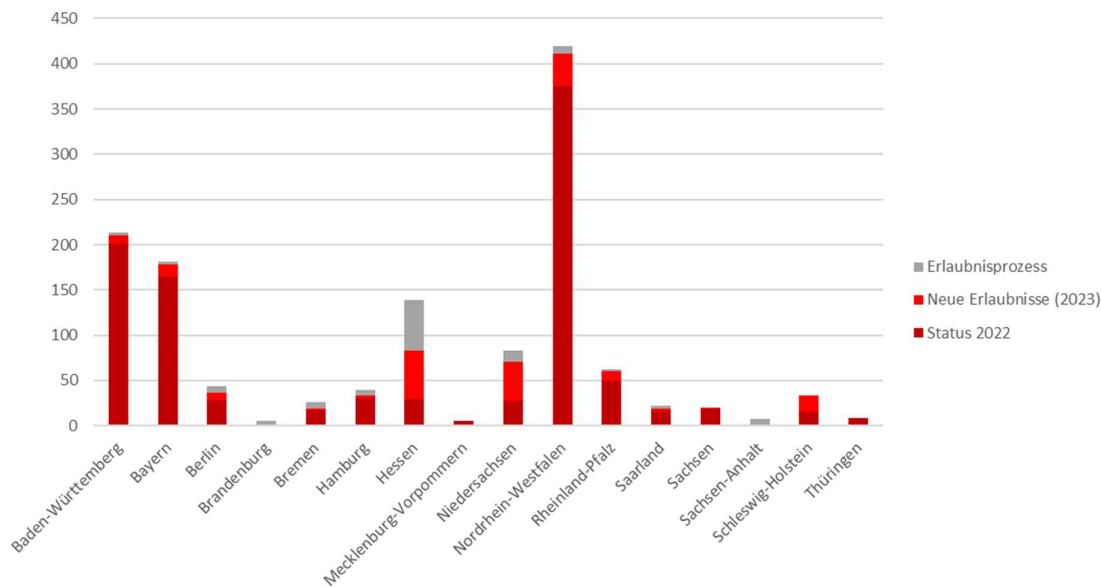


Abbildung 1: Status des Erlaubnisprozesses für das stationäre Vertriebsnetzwerk.

Ende 2023 kann der Erlaubnisprozess der Wettvermittlungsstätten nun schließlich als weitestgehend abgeschlossen angesehen werden. Es gibt zwar weiterhin Bundesländer, die noch keine Erlaubnisse erteilt haben. Abgesehen davon kann aber in jeder Wettvermittlungsstätte sichergestellt werden, dass bedeutsame Mittel des Spielerschutzes, wie zum Beispiel der Anschluss an die Sperrdatenbank OASIS auch behördlich ermöglicht werden. Vier Jahre nachdem gesetzlich ermöglicht wurde, Erlaubnisse für Wettvermittlungsstätten zu vergeben sind nun etwa 90 % der beantragten Wettvermittlungsstätten beurteilt und genehmigt worden, und wir können den stationären Markt als weitestgehend reguliert ansehen. Aus diesem Grund wird dieses Kapitel in diesem Bericht zum letzten Mal aufscheinen.

2. Ressourcen für Spielerschutz

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.

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

Aufgabe des Spielerschutzkonzeptbeauftragten ist die Erstellung des Spielerschutzkonzepts. Ebenso umfasst die Rolle die Evaluierung der Wirksamkeit des Spielerschutzkonzeptes anhand geeigneter Indikatoren sowie das regelmäßige Berichten dieser Daten an den Unternehmensvorstand. Auf der Grundlage der Erkenntnisse wird er auch die fortlaufende Weiterentwicklung des Konzepts betreiben. Der Spielerschutzkonzeptbeauftragte identifiziert und bestimmt strategische Ziele im Spielerschutz und koordiniert die Anstrengungen interner (z. B. Spielerschutz-Team) und externer (z. B. Spielerschutzverantwortliche der Partner) Ressourcen.

Weiters hat Tipico drei Spielerschutzverantwortliche, deren Aufgabe darin besteht, die operative Umsetzung des Spielerschutzkonzeptes sicherzustellen und zu dokumentieren. Das Konsumentenschutz-Team unterstützt sie in dieser Aufgabe und bearbeitet alle Kundenkontakte, die sich mit Spielerschutz-Themen befassen. Dieses Team umfasst zurzeit 16 Vollzeit-Planstellen.

Spielerschutzkonzeptbeauftragter für das Tipico Digital-Angebot

Name	Michael Schindler
Adresse	Tipico Tower Vjal Portomaso St. Julian's STJ 4011 Malta

Spielerschutzverantwortlicher für das Tipico Digital-Angebot

Name	Christian Bajada
Adresse	Tipico Tower Vjal Portomaso St. Julian's STJ 4011 Malta

Spielerschutzkonzeptbeauftragte für das stationäre Tipico Angebot

Name	Anna Simon
Adresse	Amalienbadstraße 41b 76227 Karlsruhe Deutschland

Spielerschutzverantwortlicher der Tipico Shop Agencies

Name	Daniel Goldemann
Adresse	Nagelsweg 12 20097 Hamburg Deutschland

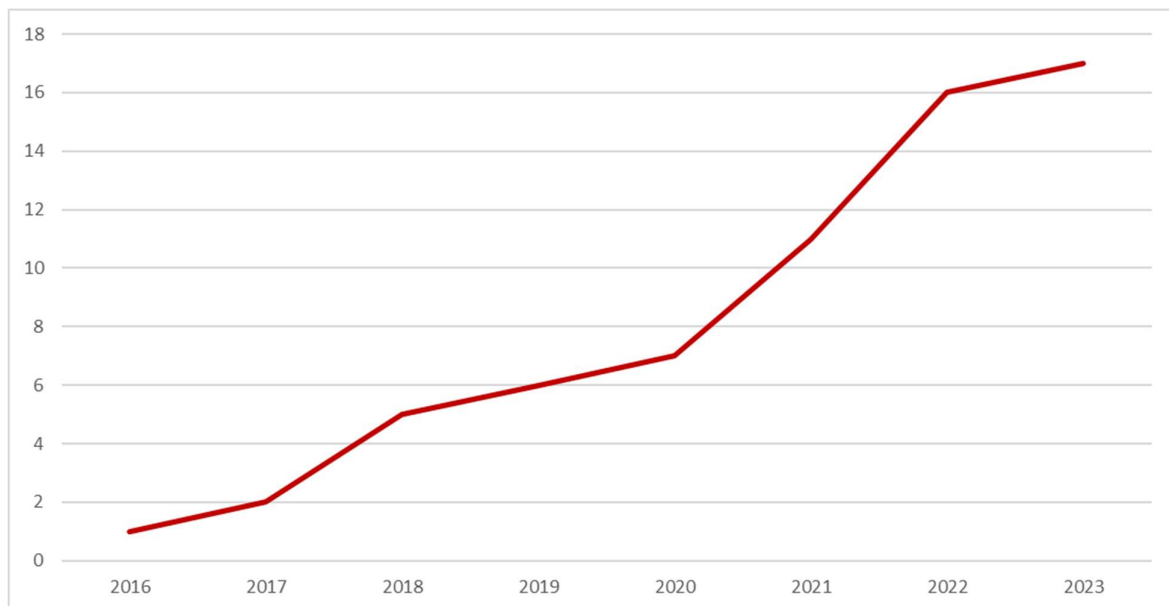


Abbildung 2: Entwicklung des operativen Konsumentenschutz-Teams seit 2016. Spielerschutzkonzeptbeauftragter und Spielerschutzverantwortliche sind dabei nicht berücksichtigt.

Beim stationären Angebot ist jeder Franchisepartner (Wettvermittler) verpflichtet, ebenfalls einen Spielerschutzverantwortlichen 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.

Abbildung 3 zeigt die pro Bundesland nominierten Spielerschutzverantwortlichen. Diese Verteilung ist seit 2021 weitestgehend konstant geblieben. Unterschiede zwischen den Bundesländern ergeben sich einerseits aus der Anzahl der zu betreuenden Wettvermittlungsstellen. Andererseits muss aber auch die Struktur des Netzwerkes bedacht werden. Bundesländer mit sehr vielen Partnern, die jeweils nur eine Wettvermittlungsstätte betreiben, werden zu einer relativ hohen Anzahl von Spielerschutzverantwortlichen führen, die aber nur einen Teil ihrer Arbeitszeit für diese Funktion aufwenden. Bundesländer mit sehr wenigen Partnern, die aber jeweils größere Netzwerke haben, werden zu einer relativ geringen Anzahl von Spielerschutzverantwortlichen führen, die aber ausschließlich in dieser Funktion tätig sind.

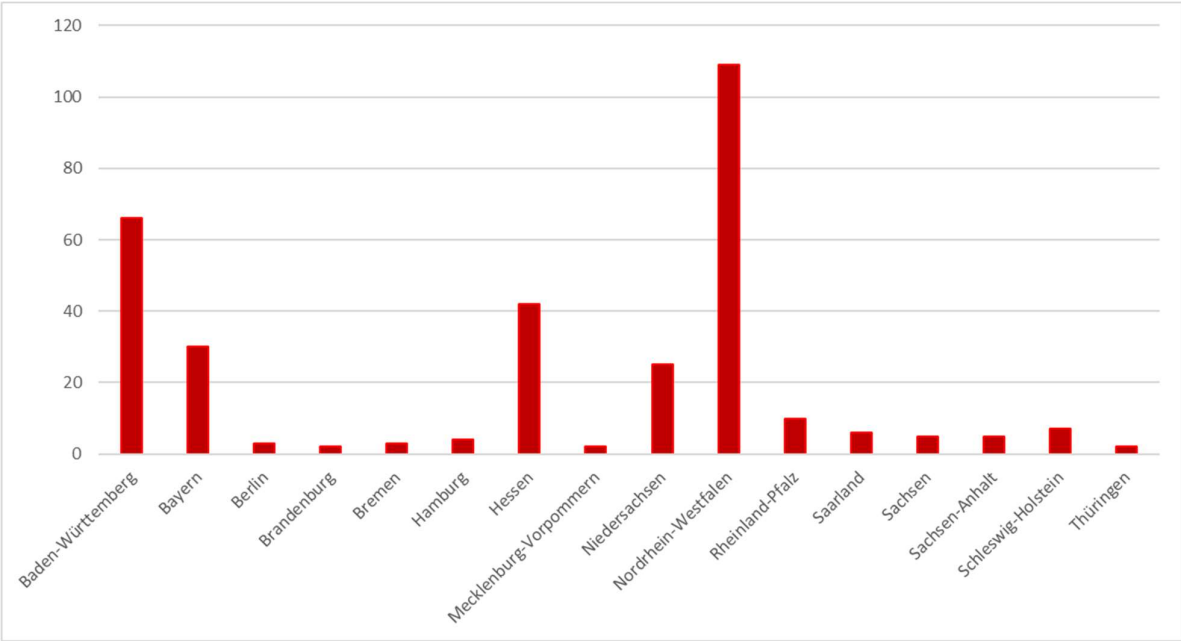


Abbildung 3: Anzahl der Spielerschutzverantwortlichen im stationären Vertriebsnetzwerk.

Im Jahr 2023 hat Tipico für technische Implementierungen zur Verbesserung des Konsumentenschutzes insgesamt etwa 7.900 Arbeitstage für IT-Entwickler in einem Gegenwert von etwa EUR 8,7 Millionen investiert. Diese Schätzung inkludiert lediglich die technische Umsetzung. Hinzu kommen die Planung und Evaluierung der Maßnahmen oder Aufwände im operativen Geschäft.

3. Kooperation mit Forschung, Beratung und Hilfe

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

Derzeit kooperiert Tipico für den deutschen Markt mit den folgenden Hilfs- und Beratungsanbietern:

Spielerambulanz des IFT München

- Betrieb von spielerambulanz.de
- 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

Weiters werden folgende Kontakte für Hilfe und Beratung auf unseren Produkt-Webseiten bzw. in Werbematerialien im Einklang mit den Nebenbestimmungen genannt:

www.bundesweit-gegen-gluecksspielsucht.de, www.check-dein-spiel.de

4. Schulung

Wo immer Abläufe nicht vollständig automatisiert werden können, kommt Mitarbeitern eine zentrale Bedeutung im Sinn der Einhaltung der Vorgaben zum Spielerschutz zu. Dies betrifft insbesondere die Interaktion mit Endkunden.

Als Veranstalter beschäftigt Tipico 170 Mitarbeiter, die sich im direkten Kontakt zu Online-Kunden befinden. 100 % dieser Mitarbeiter haben die Spielerschutzschulung vollständig durchlaufen.

Im stationären Vertrieb macht Tipico den Wettvermittlern akkreditierte Spielerschutz-Schulungsangebote zugänglich. 2023 wurden insgesamt etwa 16.100 Personenstunden an Präsenzs Schulungen durchgeführt.

Abbildung 4 zeigt wie viele Mitarbeiter Präsenzs Schulungen und zusätzliche Online-S Schulungen erhalten haben.

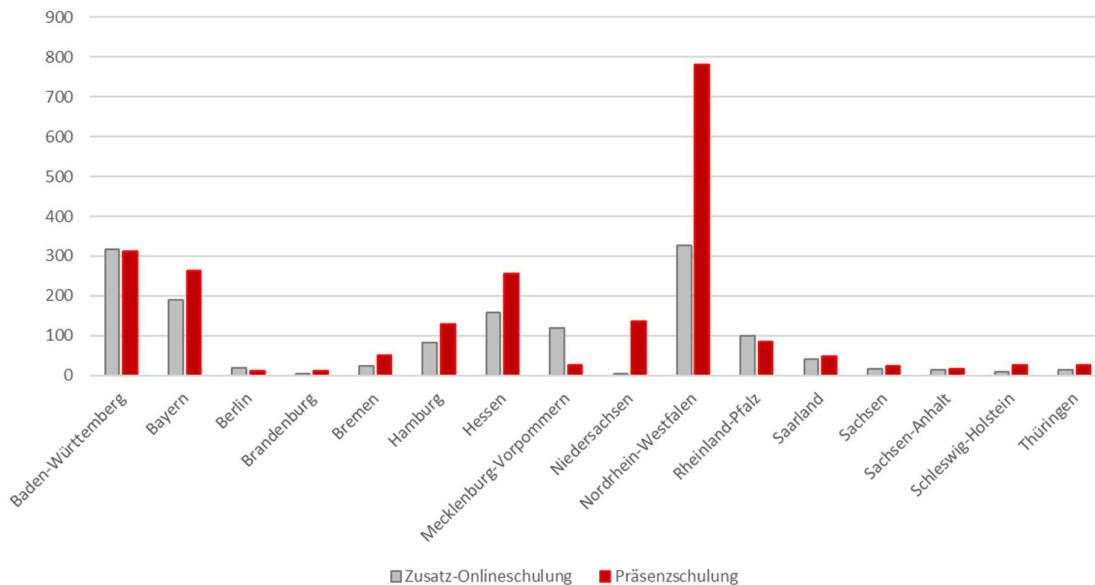


Abbildung 4: Schulungen von Kassenpersonal im stationären Vertrieb.

Im rollierenden Schulungszyklus haben 53 % der Spielerschutzverantwortlichen in 2023 an weiteren Fortbildungen zum Thema Spielerschutz teilgenommen.

5. Kontrollen und Testkäufe

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 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, werden vertragliche Sanktionen erteilt, und es wird häufiger und vertiefend geprüft. Diese Überprüfungen werden durch die Qualitätssicherungsabteilung und durch Compliance durchgeführt.

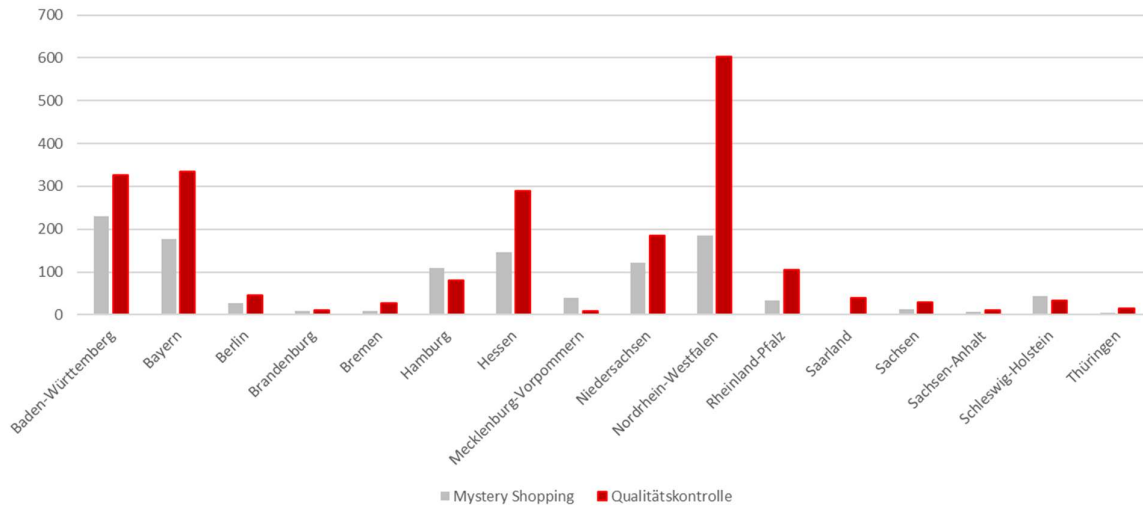


Abbildung 5: Durchgeführte Kontrollen im stationären Vertriebsnetzwerk.

2023 konnte die Kontrolldichte weiter deutlich erhöht werden. Die gesamte Anzahl der Kontrollen wurde um 24 % erhöht. Mit der Erhöhung einher ging eine Verlagerung des Schwerpunkts auf Qualitätskontrollen einher, die leichter standardisierbar sind und mit denen eine höhere Kontrolldichte erreicht werden kann. So kann sichergestellt werden, dass kein Wettvermittler sich unbeobachtet fühlt. Gemeinsam mit den im Spielerschutzkonzept vorgegebenen, vom Wettvermittler zu Eigen gemachten und von den Servicemitarbeitern unterschriebenen Arbeitsanweisungen führt das dazu, dass potenziell riskante Vorgehensweisen korrigiert werden können.

6. Konsumentenwahrnehmung

Spielerschutz ist nicht nur eines der Ziele des Glücksspielstaatsvertrages. Spielerschutz zielt ebenfalls darauf ab, für Konsumenten eine merkliche Verbesserung der Bedingungen zu erwirken. Die Frage, ob der Spielerschutz im regulierten Markt von Konsumenten als Vorteil empfunden wird, hat daher auch direkte Auswirkungen auf das Kanalisierungsziel.

Aus diesem Grund führt Tipico mindestens jährlich Befragungen zur Kundenwahrnehmung des Spielerschutzes durch. Basierend auf einer Stichprobe von etwa 1.500 befragten Kunden wurden folgende Wahrnehmungen berichtet.

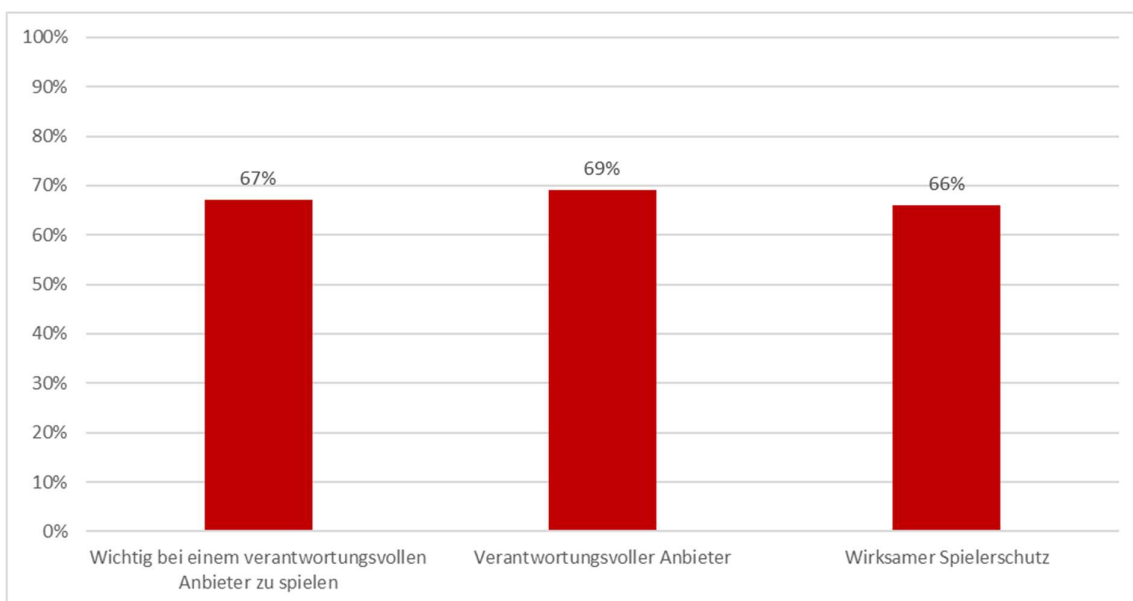


Abbildung 6: Kunden-Wahrnehmung von Tipicos Spielerschutz.

Insbesondere die Beurteilung der Wirksamkeit gibt natürlich Grund zur Überlegung, warum nicht alle Kunden den Spielerschutz für wirksam halten. Wir haben daher genauer nachgefragt und dabei insbesondere nach der Balance des Eingriffs. Dabei wurden die Kunden befragt, ob sie die Maßnahmen des Spielerschutzes als unzureichend, genau richtig oder bevormundend ansehen. Die Hälfte der Kunden empfindet den implementierten Spielerschutz als passend. Die verbliebene Hälfte, die ihn als nicht passend empfindet, tendiert aber stark dazu, den implementierten Spielerschutz als zu bevormundend wahrzunehmen.

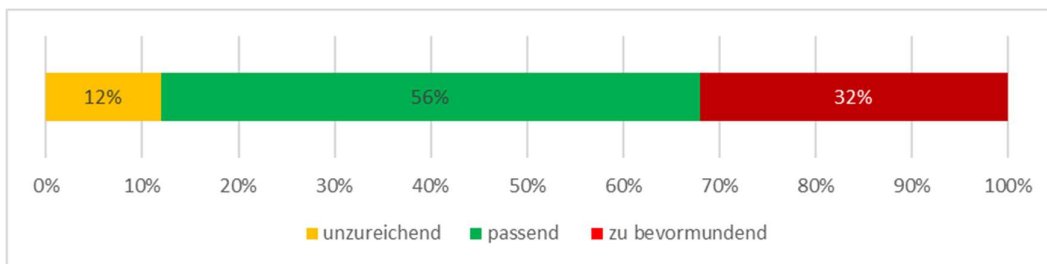


Abbildung 7: Vom Kunden wahrgenommene Balance des Eingriffs durch die implementierten Spielerschutzmaßnahmen.

Der vorwiegende Grund dafür, dass unser Spielerschutz nicht als wirksam beurteilt wird, liegt daher darin, dass Kunden die Maßnahmen als zu bevormundend empfinden. Diese Antworten geben Anlass zur Befürchtung, dass die implementierten Maßnahmen des Spielerschutzes von Kunden als zu restriktiv und daher nicht als Vorteil des regulierten Marktes wahrgenommen werden.

7. Identitätsverifikation und Authentifizierung

Der Jugendschutz im Online-Vertrieb ergibt sich direkt aus der Alters- und Identitätsverifikation, die innerhalb der ersten drei Tage stattfinden müssen. Abbildung 8 zeigt, zu welchem Zeitpunkt die Identitätsverifikation bezogen auf die Registrierung stattgefunden hat. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Anteil der Verifikationen, die noch am selben Tag abgeschlossen werden können, weiter - von 68 % auf 77 % - erhöht. Die Zahl derer, die das 3-Tage-Zeitfenster verpassen, hat sich im Gegenzug von 16 % auf 12 % reduziert.

Wenn in diesem Prozess festgestellt wird, dass ein Kunde minderjährig ist und sich mit verfälschten Identitätsdaten registriert hatte, so wird ein Konto nicht errichtet bzw. umgehend deaktiviert. Aus den 2023 durchgeführten Identitäts- und Alterskontrollen wurden rund 2,0 % als Minderjährige erkannt. Ihre vorläufigen Spielkonten wurden unverzüglich deaktiviert.

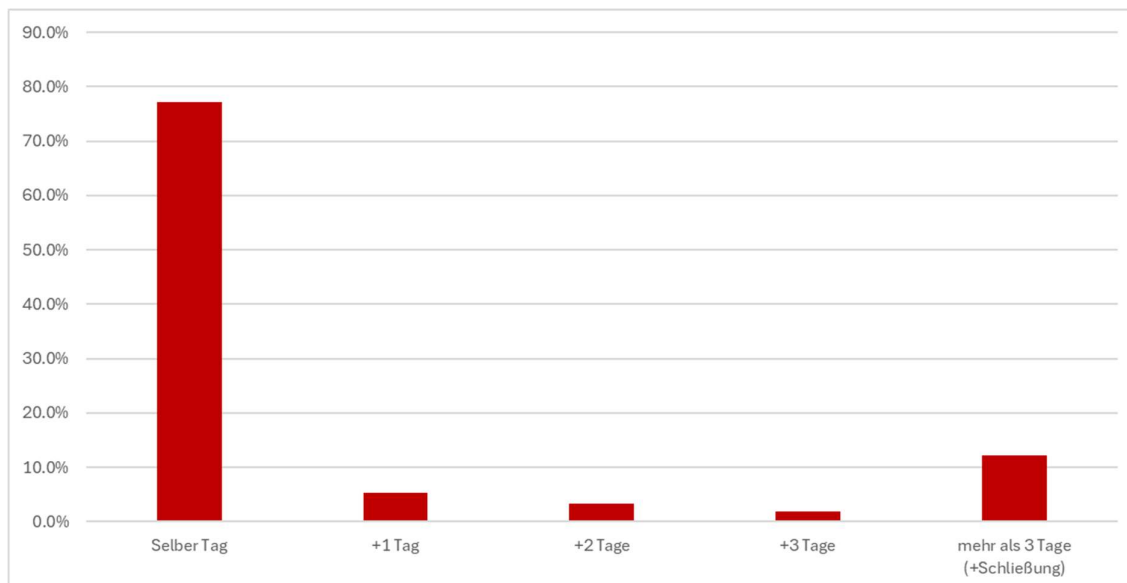


Abbildung 8: Zeitpunkt der Identitätsverifikation nach der Registrierung im Online-Vertrieb.

Der Jugendschutz im stationären Vertrieb basiert auf den Kontrollen der Mitarbeiter. In der Vergangenheit waren das typischerweise Sichtkontrollen und Ausweisüberprüfungen bei Kunden, die visuell jünger als 22 Jahre wirken. Seit der Einführung physischer Zutrittsbarrieren hat sich die Art der Kontrollen verändert. Nun handelt es sich mehrheitlich um Kontrollen von Personen, die die Barriere nicht mit einer Kundenkarte freischalten.

2023 wurden über 380.000 solcher Kontrollen durchgeführt. Damit hat sich die Kontrolldichte seit dem Vorjahr um weitere 45 % erhöht.

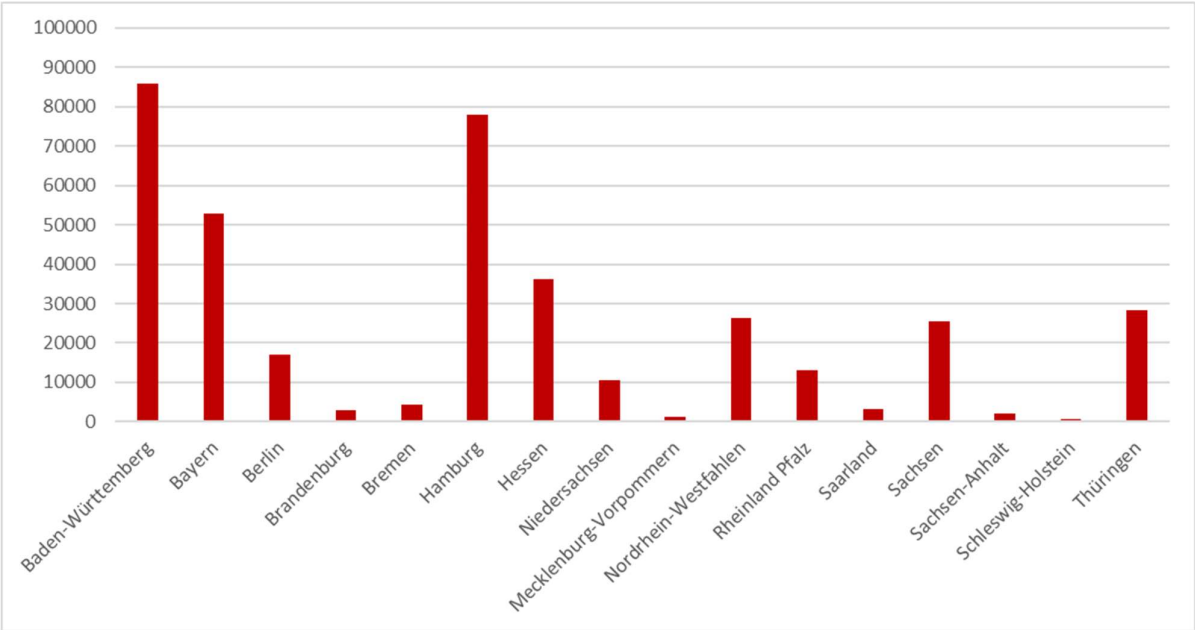


Abbildung 9: Anzahl der Ausweiskontrollen durch Mitarbeiter pro Bundesland. In Bundesländern mit verpflichtender Kundenkarte ist die Anzahl der Ausweiskontrollen geringer, da die Kundenkarte die Identitätsdaten liefert.

Im Rahmen der Kontrollen wurden insgesamt über 25.000 Personen angesprochen und mussten als Konsequenz dieser Ansprache aus dem Shop verwiesen werden. Abbildung 10 stellt die verschiedenen Gründe für den Verweis aus der Wettvermittlungsstätte dar.

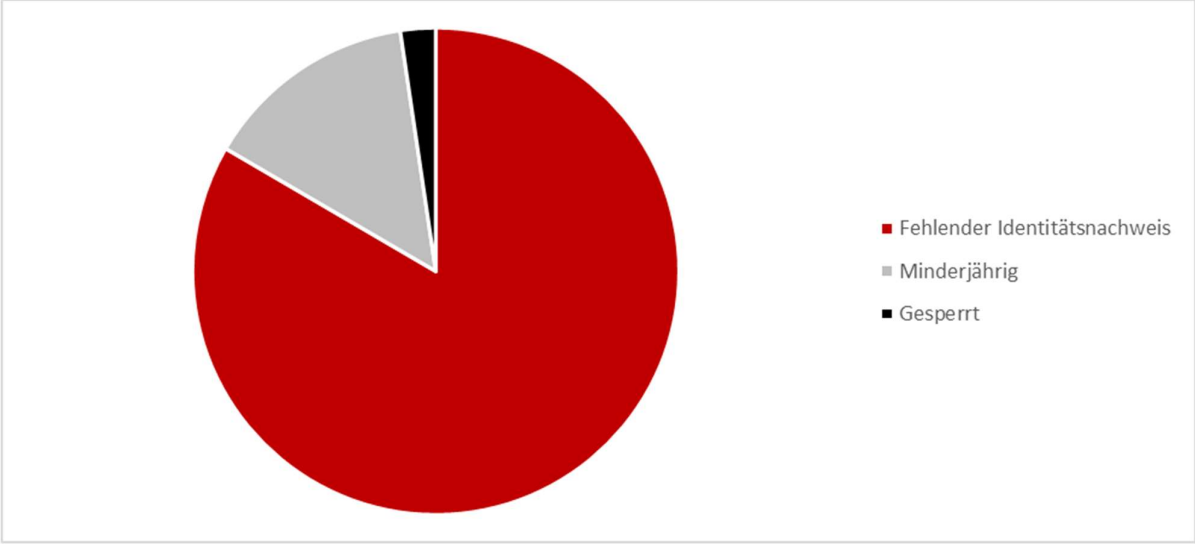


Abbildung 10: Gründe für Verweis aus dem Shop.

8. Limiterhöhungsprozess

8.1 Prozessdarstellung

Alle Limiterhöhungen über das Standard-Einzahlungslimit von EUR 1.000 folgen bei der Sportwette einem festen Prozess; bei virtuellen Automaten Spielen gab es im Jahr 2022 noch keine Möglichkeit zur Limiterhöhung. Da ein solcher Prozess ein entsprechendes Maß an Kundenkenntnis voraussetzt, damit er risikoangemessen gestaltet ist, setzt auch die Limiterhöhung entsprechende Daten voraus. 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 dabei glücksspielbezogene Risiken zu erhöhen. Solange hingegen wenig über einen Kunden bekannt ist oder dieses Wissen auf frühere oder existierende Risikoverhaltensweisen bzw. finanzielle Probleme hindeutet, ist das Standardlimit oder ein reduziertes Limit angemessen.

Stufe 0: Standardlimit von EUR 1.000

Für jedes Online-Konto ist als Standard das gesetzliche Einzahlungslimit von EUR 1.000 pro Monat voreingestellt. Da dieses Standardlimit – wie jedes gesetzlich gegriffene Limit – nicht individuell zugeschnitten sein kann und deshalb für die meisten Kunden nicht angemessen ist, wird der Kunde im Verlauf der Registrierung aufgefordert, ein seinen finanziellen Möglichkeiten entsprechendes Limit einzugeben. Dieses angepasste Limit wird an LUGAS übermittelt.

Sollte der Kunde zu irgendeinem Zeitpunkt hingegen Limits beantragen, die oberhalb des Standardlimits von EUR 1.000 liegen, so unterliegt dies einem wie folgt definierten Prüfprozess.

Stufe 1: Limiterhöhungen von EUR 1.000 bis 10.000

Eine Erhöhung der Standardlimits ist nur auf expliziten Kundenwunsch möglich und nur dann denkbar, wenn es bei dem Kunden keine Hinweise auf glücksspielbezogene Vulnerabilitäten gibt. Ebenso benötigt Tipico ein klares, realistisches Verständnis von der finanziellen Leistungsfähigkeit des Kunden. 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 (die schlechteste Bonität hat einen Score von 1; die bestmögliche Bonität hat einen Score von 10.000) wird die Limiterhöhung zugestanden. Ebenfalls dürfen bei der Schufa keinerlei Negativdaten über den Kunden vorliegen.

Zudem wird der Kunde noch einmal über Spielsucht informiert und darüber belehrt, dass die Erhöhung seiner Limits auch das Risiko glücksspielbezogener Probleme erhöht. Der Kunde wird zudem auf die Spielerschutzseite von Tipico hingewiesen.

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

Einschub: Zur Validität der Schufa Glücksspielauskunft

Im Juli 2022 wurde an einer Stichprobe von N=2.972 Tipico Kunden, die sich um eine Limiterhöhung über das Standardlimit von EUR 1.000 bemüht hatten, sowohl die Schufa Glücksspielauskunft als auch eine Dokumentation der Mittelherkunft eingeholt. Ziel der Untersuchung war es zu prüfen, ob die Schufa Glücksspielauskunft in der Lage ist, zwischen Kunden mit hoher und niedriger finanzieller Leistungsfähigkeit zu unterscheiden. Die Daten zeigen, dass eine solche Unterscheidung sehr gut möglich ist. Zwischen der Gruppe, die die Schufa Glücksspielabfrage besteht (Schufa Score ≥ 9.500) und jener Gruppe, die sie nicht besteht (Schufa Score < 9.500), ist hoch signifikant ($p < 0,001$), wobei sich eine mittlere Effektstärke ergibt ($s=0.5$). Diese ersten Validierungsdaten zeigen daher, dass die Schufa Glücksspielabfrage geeignet ist, um die Bonität des Kunden in einem ersten non-invasiven Schritt zu erheben.

Darüberhinausgehend kann der Schufa Score mit Spielverhaltensdaten „angereichert werden“, so dass der Score nur mehr eine Einflussgröße in einem komplexeren Modell darstellt. Eine Untersuchung an N=1.699 Kunden im Jahr 2022 konnte zeigen, dass sich damit die durch eine Bankkontoauskunft festgestellte finanzielle Leistungsfähigkeit mit größerer Validität feststellen lässt.

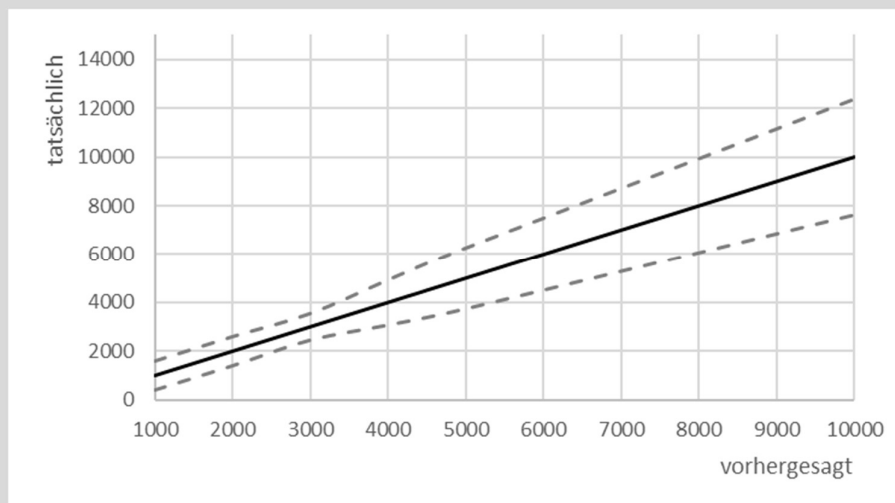
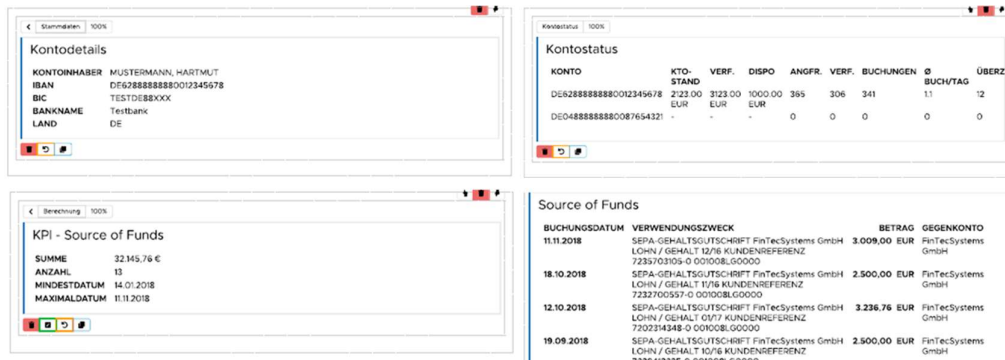


Abbildung 11: Fehlerkorridor für die Vorhersage der tatsächlichen finanziellen Leistungsfähigkeit basierend auf Schufa Score und Transaktionsdaten aus dem Spiel- und Zahlungsverhalten.

Insbesondere im Bereich von Limits bis zu EUR 5.000 stellt der angereicherte Schufa Score eine sehr zuverlässige Alternative zum Blick ins Bankkonto dar. Im Bereich höherer Limits kann es in vielen Fällen angemessen sein, zusätzlich zur Schufa Glücksspielabfrage auch eine Dokumentation der finanziellen Leistungsfähigkeit und Mittelherkunft einzuholen.

Stufe 2: Limiterhöhungen von über EUR 10.000 bis 30.000

Wenn der Kunde eine Erhöhung seines Einzahlungslimits über EUR 10.000 hinaus beantragt, so muss zusätzlich noch weitere Dokumentation erbracht werden. Diese kann entweder erfolgen, indem der Kunde selbst Dokumente vorlegt (z. B. Kontoauszug oder Gehaltszettel) oder alternativ Tipico die Erlaubnis gibt, relevante Elemente seines Online-Bankings einsehen zu können.



The screenshot displays four panels from a banking application:

- Kontodetails:** Account holder: MUSTERMANN, HARTMUT; IBAN: DE6288888888012345678; BIC: TEST0188XXX; Bankname: Testbank; Land: DE.
- Kontostatus:** Table showing account balances and transactions.
- KPI - Source of Funds:** Summary of funds source with a total of 22,345.76 €.
- Source of Funds:** Detailed list of transactions with dates and amounts.

KONTO	KTO-STAND	VERF.	DISPO	ANGFR.	VERF.	BUCHUNGEN	Ü	ÜBERZ
DE6288888888012345678	EUR	323.00	1000.00	365	306	341	11	12
DE0488888888087654321	EUR	-	-	0	0	0	0	0

BUCHUNGSDATUM	VERWENDUNGSZWECK	BETRAG	GEGENKONTO
11.11.2018	SEPA-GEHALTSGÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 12/16 KUNDENREFERENZ 7235703105-0 001008.G0000	3.009,00 EUR	FinTecSystems GmbH
18.10.2018	SEPA-GEHALTSGÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 12/16 KUNDENREFERENZ 7232700557-0 001008.G0000	2.500,00 EUR	FinTecSystems GmbH
12.10.2018	SEPA-GEHALTSGÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 09/17 KUNDENREFERENZ 7202314348-0 001008.G0000	3.236,76 EUR	FinTecSystems GmbH
19.09.2018	SEPA-GEHALTSGÜTSCHRIFFT FinTecSystems GmbH LOHN / GEHALT 10/16 KUNDENREFERENZ 7236419156-0 001008.G0000	2.500,00 EUR	FinTecSystems GmbH

Abbildung 12: Beispielausgabe einer Auskunft über die finanzielle Leistungsfähigkeit eines Kunden

Basierend auf der nachgewiesenen finanziellen Leistungsfähigkeit erhält der Kunde eine individuelle Grenze für sein Einzahlungslimit, die aber EUR 30.000 nicht übersteigen darf.

Generell wird eine Limiterhöhung über EUR 10.000 nur Kunden ermöglicht, die das 21. Lebensjahr vollendet haben. Ebenso wird sie nur insgesamt 1 % der Kundenbasis gestattet, so dass höchstens 1 % der Kunden – bezogen auf die durchschnittliche Anzahl der aktiven Kunden in den vergangenen drei Monaten – mehr als EUR 10.000 pro Kalendermonat einzahlen können.

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

8.2 Beschreibung der Kunden mit erhöhten Limits

2023 haben 47.549 Kunden zumindest in einem Monat ein erhöhtes Limit genutzt und mehr als EUR 1.000 eingezahlt. Wie schon die Daten aus 2022 angedeutet hatten, bedeutet ein erhöhtes Limit allerdings nicht, dass ein Kunde regelmäßig exorbitante Summen einzahlt und verliert. Aus dem Kundenverhalten kann eher erschlossen werden, dass ein erhöhtes Limit die Möglichkeit bietet, sehr hohe Beträge einzuzahlen – diese Möglichkeit wird von Kunden aber nur zu speziellen Anlässen genutzt. Abbildung 13 stellt die durchschnittlichen monatlichen Glücksspielbezogenen Kosten der Kunden mit erhöhten Limits 2023 dar.

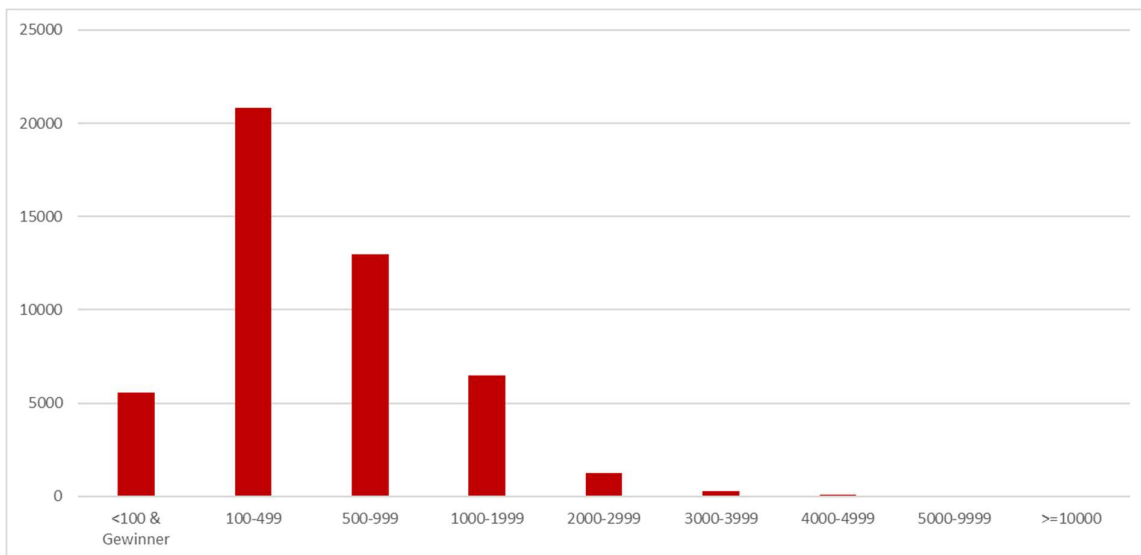


Abbildung 13: Häufigkeiten für verschiedene Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen Glücksspielbezogenen Kosten in 2023.

Ebenfalls bestätigt sich der schon 2022 festgestellte Trend, dass Kunden mit erhöhten Limits tendenziell älter sind. Abbildung 14 vergleicht das Durchschnittsalter in der Gesamtpopulation mit verschiedenen Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, wieder geschichtet nach den Glücksspielbezogenen Kosten.

Jede Limiterhöhung basiert auf einem Nachweis der finanziellen Leistungsfähigkeit. Dafür werden in der Praxis zwei Methoden eingesetzt, wie in Kapitel Limiterhöhungsprozess beschrieben. Tabelle 1 gibt den durchschnittlichen Score der Schufa Glücksspielabfrage für Kunden in der jeweiligen Schicht an. Die Grenze zwischen Schufa Glücksspielabfrage und dokumentenbasiertem Mittelherkunfts nachweis ist in der Praxis aber deutlich fließender. So werden risikobasiert in der Regel schon Mittelherkunfts nachweise erfordert, lange bevor ein Kunde die EUR 10.000-Grenze erreicht. Tabelle 1 stellt ebenfalls den Anteil der dokumentenbasierten Mittelherkunfts nachweise in jeder Gruppe dar.

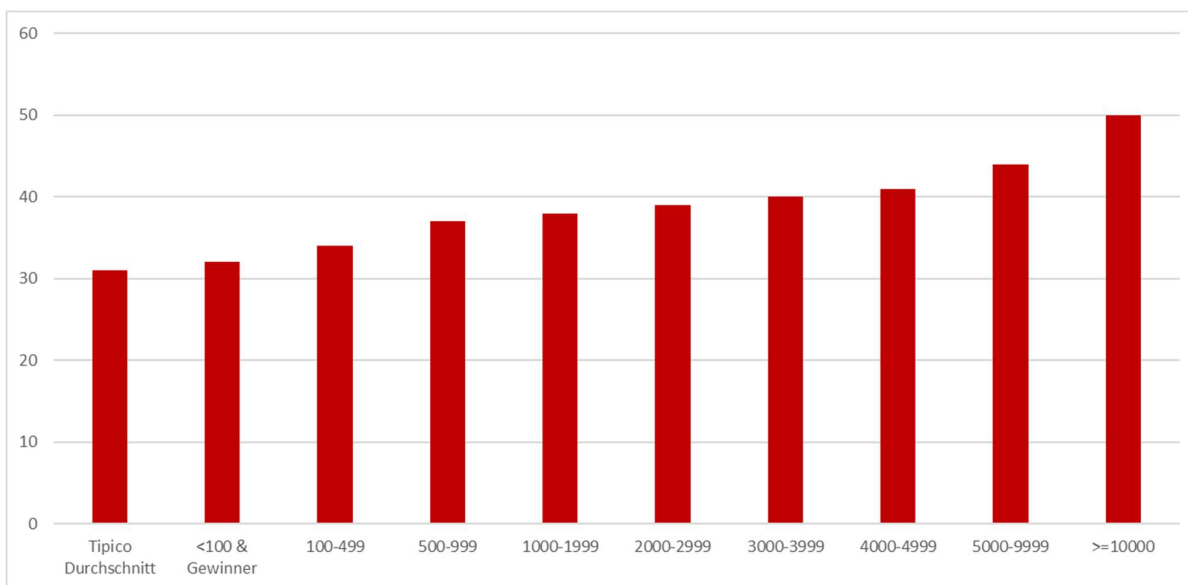


Abbildung 14: Durchschnittsalter in Jahren in der Sportwetten Gesamtpopulation im Vergleich zu verschiedenen Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen glücksspielbezogenen Kosten in 2023.

Tabelle 1: Kenndaten zum Nachweis der finanziellen Leistungsfähigkeit in verschiedenen Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen glücksspielbezogenen Kosten im Jahr 2023.

Gruppe	Durchschnittlicher Score in der Schufa Glücksspielabfrage	Anteil an dokumentenbasierten Mittelherkunftsnachweisen
< 100 & Gewinner	9863	25 %
100-499	9862	29 %
500-999	9872	31 %
1.000-1.999	9877	27 %
2.000-2.999	9881	29 %
3.000-3.999	9877	37 %
4.000-4.999	9885	48 %
5.000-9.999	9907	60 %
>= 10.000	9957	100 %

Bei Kunden mit Einzahlungslimits von EUR 10.000 und mehr ist die dokumentenbasierte Feststellung der Mittelherkunft selbstverständlich verpflichtend. Allerdings schon in den Kundengruppen, die monatliche glücksspielbezogene Kosten von über EUR 3.000 eingehen, ist der Anteil deutlich erhöht. Die Annahme, dass Kunden systematisch nur aufgrund einer Schufa-Abfrage regelmäßige Kosten bis zu EUR 10.000 ermöglicht würden, ist daher unrichtig. Sehr viel mehr führt eine Ausschöpfung des EUR 10.000-Limits zu weiteren Überprüfungen, die auch den dokumentenbasierten Mittelherkunftsnachweis beinhalten können.

Zuletzt lässt sich die Wahrscheinlichkeit der Selbst- bzw. Fremdsperre gegenüberstellen. Bei populationsbasierten Vergleichen kann man in der Regel feststellen, dass Gruppen mit erhöhtem finanziellen Involvement auch ein erhöhtes Risiko glücksspielbezogener Probleme haben. Auch wenn diese Tendenz für eine einzelfallbasierte Vorhersage zu schwach ist, würden wir unter den Kunden mit erhöhten Limits auch ein erhöhtes Risiko für Spielersperren erwarten. Es war aber bis dato unklar, wie groß dieses Risiko tatsächlich ist. Tabelle 2 stellt verschiedene Gruppen mit erhöhten Limits dem Tipico Durchschnitt gegenüber.

Tabelle 2: Anteil der Kunden, die sich 2023 gesperrt haben, in der Tipico Sportwettenpopulation und in verschiedenen Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen glücksspielbezogenen Kosten im Jahr 2023.

Gruppe	Anteil von Spielersperren in der Gruppe	Anteil von Panic Buttons in der Gruppe
Tipico Durchschnitt	1.0 %	8.8 %
< 100 & Gewinner	5.2 %	8.1 %
100-499	5.2 %	7.7 %
500-999	3.1 %	7.8 %
1.000-1.999	2.5 %	8.2 %
2.000-2.999	2.2 %	7.8 %
3.000-3.999	2.3 %	8.2 %
4.000-4.999	0.0 %	14.1 %
5.000-9.999	0.0 %	11.3 %
>= 10.000	0.0 %	0.0 %

Es überrascht nicht, dass die Wahrscheinlichkeit einer Spielersperre bei Kunden mit erhöhten Limits erhöht ist. Allerdings ist die Schichtung kontraintuitiv. Während man erwarten würde, dass die Spielersperren bei der höchsten Aktivität am höchsten sind, deuten die Daten auf das genaue Gegenteil hin. Die Sperren sind am wahrscheinlichsten bei den niedrigsten der erhöhten Limits und bei Kunden, die ihre Limits kaum ausschöpfen. Dies könnte dadurch erklärt werden, dass die Gruppen mit hohen monatlichen Kosten auch eine gewisse Konstanz aufweisen, während die Gruppen mit durchschnittlichen Kosten unter EUR 1.000 auch Kunden enthalten, die vielleicht einmalig ein erhöhtes Limit tatsächlich nutzen und dann feststellen, dass sie sich das auf Dauer nicht leisten können oder wollen.

8.3 Spielermonitoring für Kunden mit erhöhten Limits

In 2023 wurde für Spieler mit erhöhten Einzahlungslimits ein gesondertes Monitoring nach Kriterien durchgeführt, die ursprünglich noch vom Regierungspräsidium Darmstadt formuliert wurden, um ein potenziell selbstgefährdendes Verhalten möglichst frühzeitig zu erkennen.

Diese Kriterien umfassen:

- Anzahl der gesetzten Limits
- Höhe der gesetzten Limits
- Ausschöpfung der gesetzten Limits
- Anzahl der aktiven Tage pro Monat
- Variation in der Einsatzhöhe
- Verhalten nach überdurchschnittlichen Verlusten (Proxy für das Nachjagen bzw. Wettmachen von Verlusten)
- Anzahl der Limiterhöhungen
- Anzahl der gescheiterten Einzahlungen
- Anzahl der Auszahlungen
- Anzahl der vom Kunden widerrufenen Auszahlungen
- Anzahl der verwendeten Zahlungsinstrumente
- Durchschnittliche tägliche Zeit im Produktangebot
- Durchschnittliche tägliche Zeit im Produktangebot zwischen 00:00 und 06:00

Zusätzlich wurden regelbasiert mitberücksichtigt:

- Risikowert des Früherkennungsmodells, das für jeden Kunden angewandt wird
- Einzahlungssumme im aktuellen Monat

Da die Kriterien für diesen Verwendungszweck und in dieser Zusammenstellung nicht zuvor empirisch validiert worden sind, wurde eine Auswertemethode verwendet, die keine – notwendigerweise hoch spekulativen – festen Grenzwerte formuliert, sondern stattdessen auf einem laufenden Vergleich mit der Grundgesamtheit der Tipico Kunden basiert und Verhaltensmuster auswählt, die gegenüber dem Verhalten von rund 1,5 Millionen Kunden als besonders ungewöhnlich hervorstechen. Die Ungewöhnlichkeit des Verhaltensmusters alleine bedeutet zwar auf keinen Fall eine Spielsuchtgefährdung. Allerdings ist Ungewöhnlichkeit in jedem Fall ein guter Anlass, das Verhalten zu untersuchen und weitere Fragen zu stellen.

Basierend auf diesem Modell wurden 2023 insgesamt 1.048 Personen mit erhöhten Limits einer Untersuchung unterzogen. Im Rahmen der Untersuchung wurde jeweils entschieden, ob:

- Keine weiteren Schritte notwendig sind
- Ein Spielerschutzgespräch notwendig ist
- Ein Spielerschutzgespräch und ein erweiterter Mittelherkunftsnachweis notwendig ist

Der erweiterte Mittelherkunftsnachweis dient dazu, eine optimale Datenqualität bei der Abschätzung der finanziellen Leistungsfähigkeit sicherzustellen. Er verwendet dazu einen dokumentenbasierten Prozess, wie er für Kunden auf der Limitstufe 2 vorgesehen ist, schon für Kunden auf der Limitstufe 1.

Tabelle 3: Prozesse, die als Reaktion auf eine Auffälligkeit beim Monitoring von Kunden mit erhöhten Limits eingesetzt wurde.

Prozess	Anzahl
Falluntersuchung	250
und Spielerschutzgespräch	249
und erweiterter Mittelherkunftsnachweis	549

Da das Monitoring kein Selbstzweck ist, muss jeder der eingesetzten Prozesse auch eine Konsequenz haben. Die Ausgangslage aus dem Monitoring ist, dass wir bei einem Kunden Auffälligkeiten sehen, die ein Hinweis auf erhöhte Risiken sein könnten. Wenn diese initiale Befürchtung verworfen werden kann, dann würde die Untersuchung ohne weitere Intervention abgeschlossen werden. Wenn die initiale Befürchtung verworfen werden kann, es aber Anzeichen dafür gibt, dass das bestehende Limit für den Kunden zu hoch ist, dann wird dieses reduziert. Entweder auf das Standardlimit oder auf einen anderen Wert (der niedriger als des momentane Limit ist), der aufgrund der vorliegenden Unterlagen angemessen ist. In letzter Konsequenz, nämlich dann, wenn sich die Befürchtungen nicht verwerfen lassen, kommt es zu einer Deaktivierung des Spielkontos. Die Deaktivierung kann mit einer Spielersperre in OASIS einhergehen, wenn im Rahmen der Untersuchung Hinweise auf glücksspielbezogene Probleme gefunden werden. Sie kann aber auch ohne OASIS stattfinden, wenn der Kunde z. B. schlicht die Zusammenarbeit verweigert hat und entsprechende Nachweise nicht vorlegen wollte.

Tabelle 4: Konsequenzen aus den Untersuchungen, die durch das Monitoring von Kunden mit erhöhten Limits ausgelöst werden.

Konsequenz	Anzahl
Keine Intervention	283
Limit reduziert	318
Konto deaktiviert	447

Prinzipiell kann jeder Untersuchungsprozess zu jeder Konsequenz führen. In der Praxis besteht allerdings eine gewisse Kontingenz zwischen Prozessen und Konsequenzen. Diese wird in Tabelle 5 dargestellt.

Tabelle 5: Kontingenz zwischen Untersuchungsprozess und daraus erwachsender Konsequenz.

Konsequenz	Falluntersuchung		Spielerschutzgespräch		Erweiterter Mittelherkunftsnachweis	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
Keine Intervention	169	68 %	75	30 %	39	7 %
Limit reduziert	74	30 %	123	49 %	121	22 %
Konto deaktiviert	7	2 %	51	21 %	389	71 %

Zuletzt kann noch untersucht werden, wie viel die unterschiedlichen Prädiktoren zur Vorhersage beigetragen haben. Selbstverständlich kann dieses Vorgehen keinerlei Aussage zur Validität der Prädiktoren machen. Allerdings kann so aber zumindest festgestellt werden, ob bestimmte Prädiktoren z. B. aufgrund von Verteilungseigenschaften im relevanten Bereich keine Varianz haben und daher zur Klassifizierung nicht geeignet sind.

Ein Beispiel: Der Prädiktor „Anzahl der gesetzten Limits“ wäre auffällig, wenn ein Kunde sich deutlich weniger Limits setzt als alle anderen Kunden. Dieser Ansatz wird dann problematisch, wenn die überwiegende Mehrheit der Kunden sich genau die minimal erlaubte Zahl an verschiedenen Limits gesetzt hat. Wenn über 80 % der Kunden nur die minimal erlaubte Zahl an Limits gesetzt haben, dann ist die Tatsache, dass ein bestimmter Kunde nur die minimal erlaubte Zahl an Limits gesetzt hat, nicht auffällig, sondern stattdessen erwartungsgemäß. Der Prädiktor ist daher nicht nützlich.

Tabelle 6: Anteil der verschiedenen Indikatoren an den detektierten Indikator-Mustern, die eine Untersuchung ausgelöst haben, und an Indikator-Mustern, die nicht für eine Untersuchung ausgereicht haben.

Indikator	Anteil unter detektierten Fällen	Anteil unter nicht-detektierten Fällen	Odds Ratio
Anzahl der gesetzten Limits	0 %	0 %	1,0
Höhe der gesetzten Limits	36 %	5 %	10,7
Ausschöpfung der gesetzten Limits	34 %	8 %	5,9
Anzahl der aktiven Tage pro Monat	6 %	5 %	1,2
Variation in der Einsatzhöhe	44 %	20 %	3,1
Verhalten nach über-durchschnittlichen Verlusten	2 %	1 %	2,0
Anzahl der Limiterhöhungen	17 %	2 %	10,0
Anzahl der gescheiterten Einzahlungen	22 %	7 %	3,7
Anzahl der Auszahlungen	0 %	0 %	1,0
Anzahl der vom Kunden widerrufenen Auszahlungen	37 %	13 %	3,9
Anzahl der verwendeten Zahlungsinstrumente	13 %	5 %	2,8
Durchschnittliche tägliche Zeit im Produktangebot	17 %	6 %	3,2
Durchschnittliche tägliche Zeit im Produktangebot zwischen 00:00 und 06:00	17 %	5 %	3,9

Diese Auswertung ist nicht ausreichend, um die Validität eines Indikators darzustellen. Die Validität würde sich unter anderem daraus ergeben, ob ein Indikator gut zwischen Kunden, die Probleme entwickeln, und Kunden, die das nicht tun, diskriminieren kann.

Hier wird hingegen nur angegeben, wie viel ein Indikator zur Gesamtaussage des Modells beiträgt. Indikatoren, die stark zwischen detektierten und undetektierten Fällen diskriminieren (hohes Odds-Ratio), tragen stärker zum Modell bei als solche, die das nicht tun. Aus diesen Daten kann aber nicht bestimmt werden, ob das Modell als solches eine Vorhersagekraft zur Erkennung glücksspielbezogener Risiken hat.

Das hier beschriebene Monitoring wird mit 01.04.2024 durch ein neues, bislang unerprobtes Monitoring ersetzt, dessen Kriterien von der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder definiert wurden. Zukünftige Evaluierungen werden einen Vergleich der Methoden ermöglichen.

9. Verhaltensbeobachtung

9.1 Gesamtzustand der Kundenbasis

Eine Herangehensweise, die Sicherheit des Spielangebots und Veränderungen des Kundenverhaltens zu beurteilen, ist über das objektive Verhaltensmonitoring möglich. Dieses liegt Tipico zu jedem Zeitpunkt vor und gruppiert die Kundenbasis in vier Risikostufen.

Stufe 0 repräsentiert Kunden mit durchschnittlicher und unterdurchschnittlicher Involviertheit. Insbesondere durch die Schiefe der Verteilung sind dies Kunden, die sehr moderat um geringe Beträge spielen und für die keine sichtbaren Risiken beschrieben werden können.

Stufe 1 beschreibt Kunden mit leicht erhöhter Involviertheit. Während alles dafürspricht, dass diese Kunden völlig in der Lage sind, verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, muss unserer Meinung nach sichergestellt sein, dass diese Kunden vollumfänglich informiert sind, welche Möglichkeiten Tipico zum Spielerschutz anbietet. Wir wollen uns nicht darauf verlassen, dass diese Kunden die Informationen selbst auf der Spielerschutzseite nachschlagen. Aus diesem Grund werden diese Kunden regelmäßig mit zusätzlicher Information zu Möglichkeiten des Spielerschutzes versorgt.

Stufe 2 beschreibt Kunden mit erhöhter Involviertheit. Während das keinesfalls bedeutet, dass diese Kunden glücksspielbezogene Probleme erleben, muss davon ausgegangen werden, dass sie erhöhten Risiken ausgesetzt sind. Daher erhalten diese Kunden regelmäßige Erinnerungs-Pop-ups, die das Spielverhalten hinterfragen und auf den Selbsttest verweisen.

Stufe 3 beschreibt Kunden, die potenziell die Auswirkungen einer glücksspielbezogenen Störung erleben. Jeder dieser Fälle muss einzeln untersucht werden. Wo sich die Befürchtungen nicht entkräften lassen, wird ein Spielerschutzgespräch angebahnt.

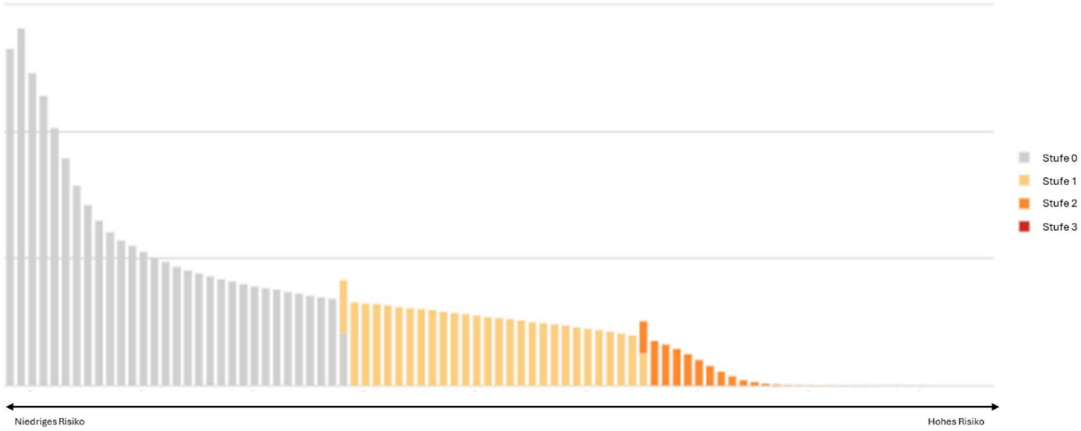


Abbildung 15: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden. Weniger als 0,1 % der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.

Das ist allerdings nur eine Momentaufnahme. Jede Woche wird das Risikolevel für alle Kunden, die während dieser Woche aktiv waren, neu berechnet. Da durch eine Woche Inaktivität für einen Kunden das Risiko nicht ansteigen kann, sind diese in die Berechnung nicht miteingeschlossen. Über den Verlauf der wöchentlichen Berechnungen können auch Veränderungen über das Jahr hinweg abgebildet werden (vgl. Abbildung 16).

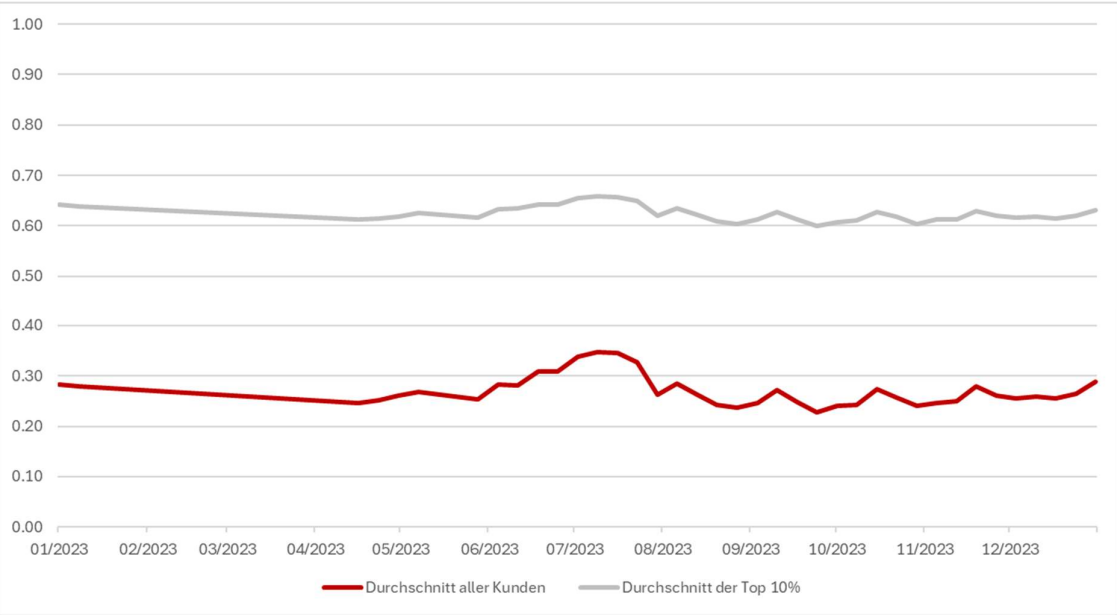


Abbildung 16: Zeitlicher Verlauf des Kundenrisikos auf einer z-Skala (Werte liegen in der Regel zwischen -3 und +3) für den Durchschnitt der Tipico Kunden und für den Durchschnitt der 10 % mit den höchsten Risiken.

Das Risiko eines Systems lässt sich sehr gut über die extremen Fälle in diesem System repräsentieren. Aus diesem Grund verwenden wir das 90. Perzentil (Risikowert der 10 % Kunden mit dem höchsten Risiko) um glücksspielbezogene Risiken in unserer Kundengruppe zu überwachen. Dieser Wert ist 2023 konstant geblieben.

9.2 Verhaltensbeobachtungen im stationären Vertrieb

Den Servicekräften im stationären Vertrieb kommt eine besondere Bedeutung zu, weil sie noch die direkte Beobachtung des Kundenverhaltens beim Wetten als zusätzliche Informationsquelle heranziehen können. Aus diesem Grund wurde ein Berichtssystem ausgerollt, das solche Beobachtungen in Echtzeit verarbeiten kann.

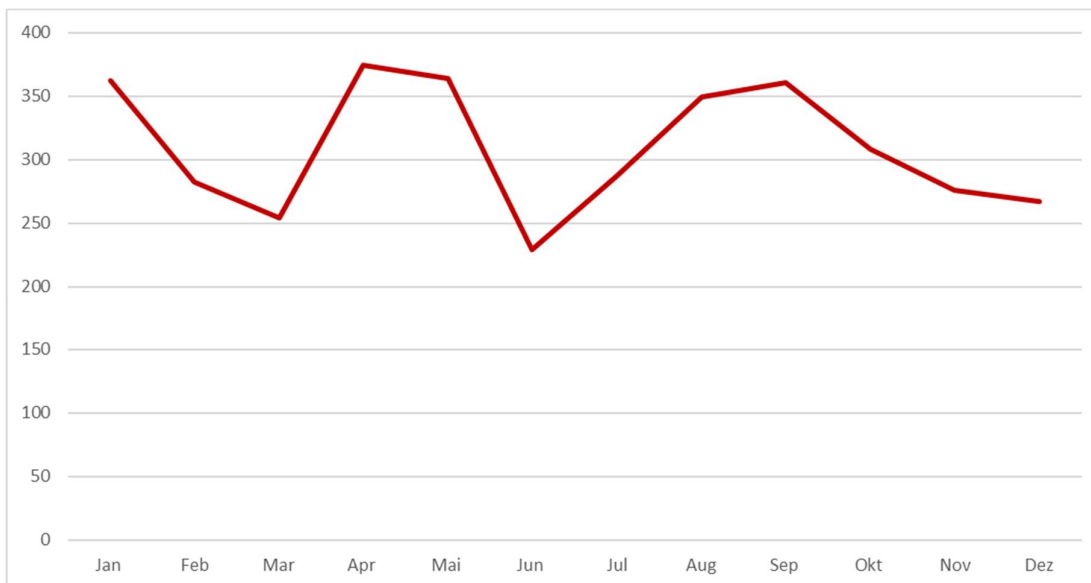


Abbildung 17: Gemeldete Spierschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.

2023 wurden insgesamt 3.713 Spierschutz-Beobachtungen dokumentiert. Das sind rund 24 % mehr als im Vorjahr. Das dokumentiert, dass die Mitarbeiter in den Shops dank Auswahl- und Schulungsprozessen ihre Aufgabe in angemessener Form wahrnehmen, um Auffälligkeiten zu erkennen und adäquat zu reagieren.

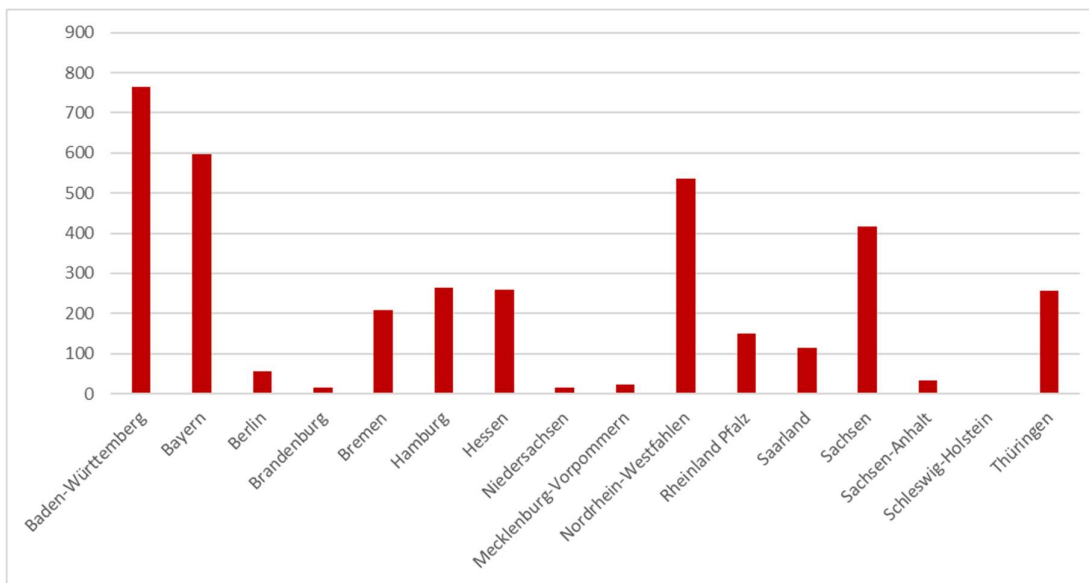


Abbildung 18: Gemeldete Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb pro Bundesland.

Aufbauend auf den Vorabergebnissen des letzten Jahres, soll noch einmal geprüft werden, welche Indikatoren häufig berichtet werden, bzw. welche keine hinreichende Trennschärfe besitzen.

Im letzten Bericht hatten wir spekuliert, dass moderate Anzeichen sehr frühzeitig und einfach beobachtbar sind, während Anzeichen, die als schwerwiegend beurteilt werden, eher seltener beobachtet werden. Aufgrund der Verteilung und Häufigkeit der verschiedenen Beobachtungen können wir diese Annahme nun bestätigen (siehe Abbildung 19).

Ebenfalls zeigen die Ergebnisse das Resultat einer stärkeren Sensibilisierung der Shop-Mitarbeiter. Die überwiegende Mehrzahl der gemeldeten Beobachtungen bezieht sich auf weniger eklatante Verhaltensweisen oder offene Eingeständnisse manifester Probleme. Wir können das Berichtssystem daher als geeignet und praktikabel ansehen.

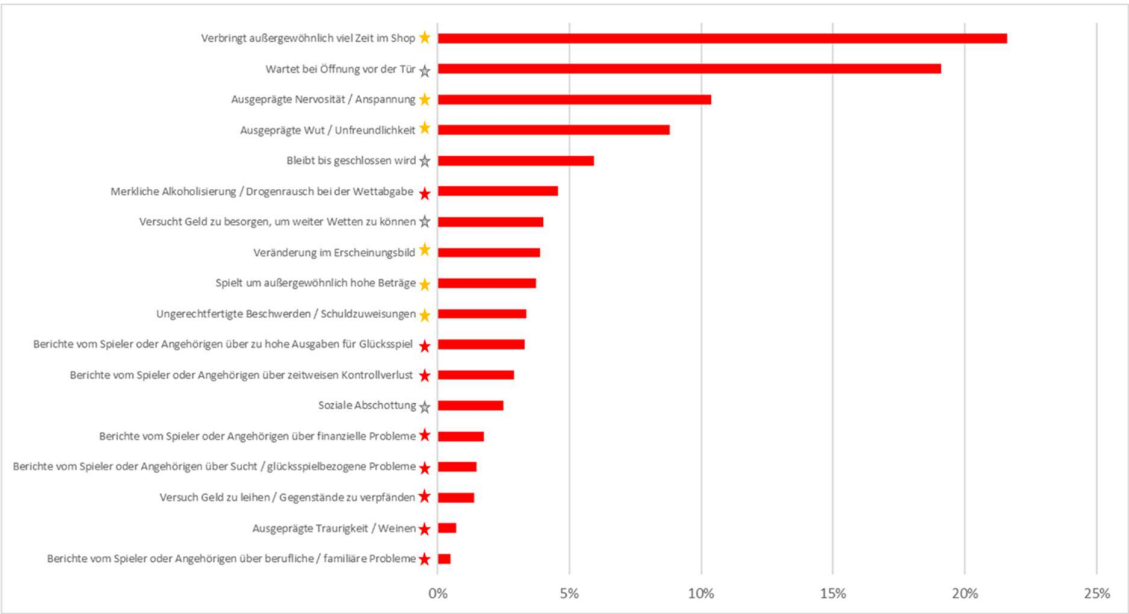


Abbildung 19: Themen der Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb. Graue Sterne kennzeichnen moderate Indikatoren, orange Sterne kennzeichnen mittelschwere Indikatoren, rote Sterne kennzeichnen schwerwiegende Indikatoren.

10. Interventionen

10.1 Automatisierte Interventionen

Automatisierte Interventionen haben in der Regel eine viel größere Reichweite als Interventionen, die den direkten Kontakt zwischen dem Kunden und einem Mitarbeiter benötigen. Daher bieten sie sich dafür an, sehr frühzeitig für eine große Anzahl von Kunden eingesetzt zu werden.

Oft wird argumentiert, dass automatisierte Maßnahmen nur für den Online-Vertriebsweg geeignet sind. Das ist so nicht richtig. Maßnahmen können genauso gut an Kunden im stationären Vertrieb gerichtet werden und z. B. am Terminal angezeigt werden. Beide nachstehend beschriebenen Maßnahmen richten sich sowohl an Kunden im Online- als auch an Kunden im stationären Vertrieb.

Beide automatisierten Interventionen basieren auf dem in Kapitel 9 beschriebenen Verhaltensmonitoring. Basierend auf der Risikobemessung kann eine Intervention ausgelöst werden.

Spielerschutz-E-Mail

Das Spielerschutz-E-Mail wird schon beim geringsten Verdacht auf Risikoverhaltensweisen eingesetzt. Das bedeutet, dass die weit überwiegende Mehrzahl der Kunden, die diese Maßnahme erhalten, gar keine Intervention bräuchte, um sicher zu spielen.

Das E-Mail stellt sicher, dass auch Kunden, die sich selbst nicht mit Spielerschutz-Maßnahmen befasst haben, einen Einblick in die Risiken erhalten und verstehen, wie sie sich bei Bedarf schützen können.

2023 wurden etwa 590.000 Spielerschutz-E-Mails versandt. Das entspricht einer Zunahme von rund 120 %. Diese Erhöhung ist ein fortgesetzter Effekt der Rekalibrierung im Verlauf des Jahres 2022. Das Modell reagiert dadurch sensibler auf Auffälligkeiten und löst deutlich früher Interventionen aus.

Die ausgesendeten E-Mails haben eine Öffnungsrate von 44 %. Das ist vergleichbar zur Öffnungsrate 2022. Wir können daher davon ausgehen mit dieser Maßnahme im Jahr 2023 etwa 260.000 Kunden effektiv erreicht zu haben.

Pop-up

Bei einem etwas stärkeren Verdacht auf Risikoverhalten interveniert das System direkt im Spielablauf. Aber auch diese Maßnahme erreicht noch überwiegend Kunden, die gar keine Intervention bräuchten. Sie ist aber nichtsdestotrotz wichtig, um sicherzustellen, dass Kunden, die von einer Intervention profitieren könnten, diese auch sicher erhalten.

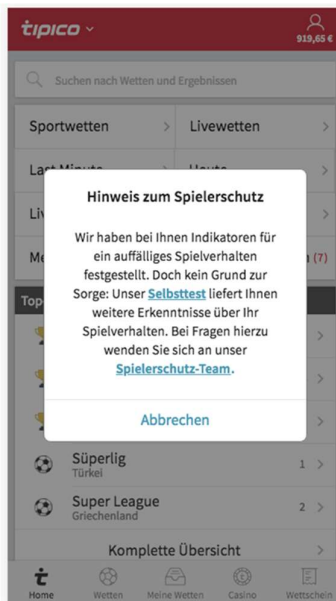


Abbildung 20: Beispiel für die Level 2-Intervention.

Ziel der Maßnahmen ist es, direkt im Spielfluss zu intervenieren und dem Kunden einen Selbsttest anzubieten.

Das Pop-up wurde 2023 etwa 75.000 Mal angezeigt. Damit liegt die Anzahl in einer vergleichbaren Größenordnung wie im Vorjahr. 23 % der angezeigten Pop-ups führen dazu, dass der Kunde ein Opt-out wählt, bei dem diese Warnung in Zukunft nicht mehr angezeigt wird. Für alle anderen Zwecke wertet das Modell diesen Spieler weiterhin aus.

10.2 Spielerschutzgespräche

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.

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 von ihm abzuwenden.

Im Online-Vertrieb nimmt das Spielerschutzgespräch selbstverständlich eine andere Form an. Die Konversation ist generell schriftlich und so ist auch das Spielerschutzgespräch schriftlich. Das verändert zwar die Methode, wie man sich z. B. einem Thema nähert, es verändert aber nicht die oben genannten Ziele. Abbildung 21 zeigt die verschiedenen Pfade, die das Spielerschutzgespräch nehmen kann und stellt die Konsequenzen dar, in die es mündet.

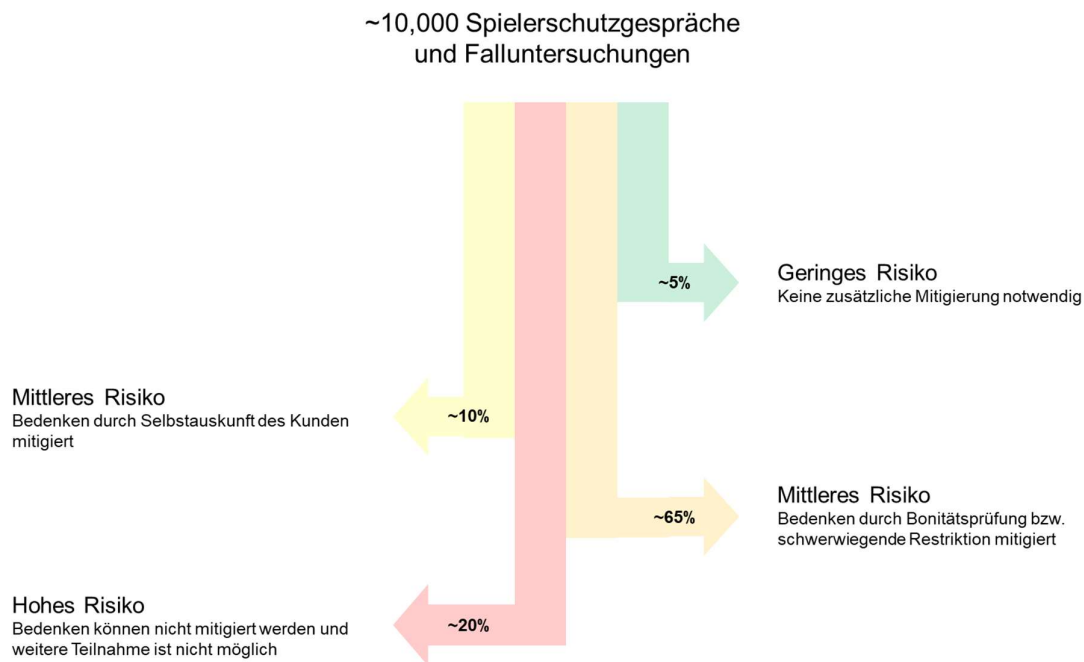


Abbildung 21: Ablauf und Entscheidungen in Spielerschutzgesprächen und Falluntersuchungen, wie sie 2023 für den Online-Vertrieb getroffen wurden.

Ein Teil der deutlich feststellbaren Erhöhung zum Vorjahr ist, dass nun auch Falluntersuchungen, die direkt zu einer Konsequenz für den Kunden führen, erfasst und berichtet werden können. Die Anteile der verschiedenen Mitigationsstrategien sind aber sehr vergleichbar. Die Verschiebung hin zu Bonitätsprüfungen und Mittelherkunftsnachweisen hat sich bewährt, weil es sich hier um zuverlässige und objektive Informationsquellen handelt, die direkt mit dem bisherigen Verhalten in Relation gesetzt werden können.

Im stationären Vertrieb ist das Spielerschutzgespräch natürlich eher ein Gespräch im herkömmlichen Sinne. Der Spielerschutzverantwortliche – aber auch jede Servicekraft – ist dazu verpflichtet ein Spielerschutzgespräch zu beginnen, sollte eine Beobachtung das erforderlich machen. Spielerschutzgespräche werden stets in der Situation durchgeführt, in der die Beobachtung gemacht wird.

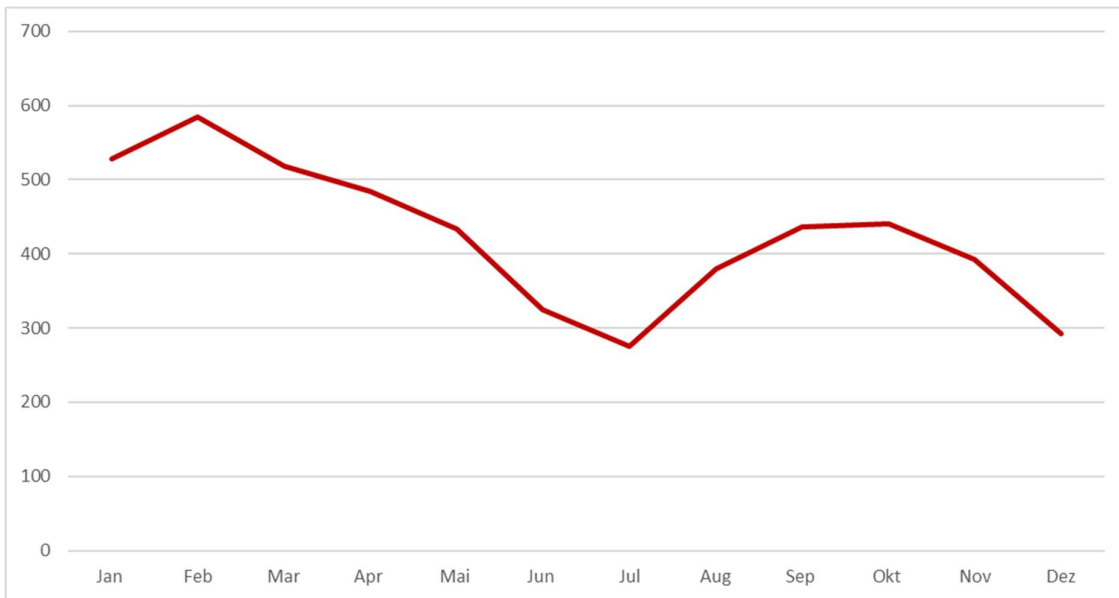


Abbildung 22: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.

2023 kam es nach der dramatischen Erhöhung der Anzahl der Spielerschutzgespräche zu einem nochmaligen Anstieg. Es wurden 5.090 Spielerschutzgespräche in Wettvermittlungsstätten durchgeführt. Das ist ein Anstieg um 10 % gegenüber dem Vorjahr. Das zeigt deutlich, dass die von Tipico im Rahmen von regelmäßigen Schulungen gesetzten Sensibilisierungsmaßnahmen greifen und Spielerschutz-Prozesse in den Wettvermittlungsstätten aktiv gelebt werden.

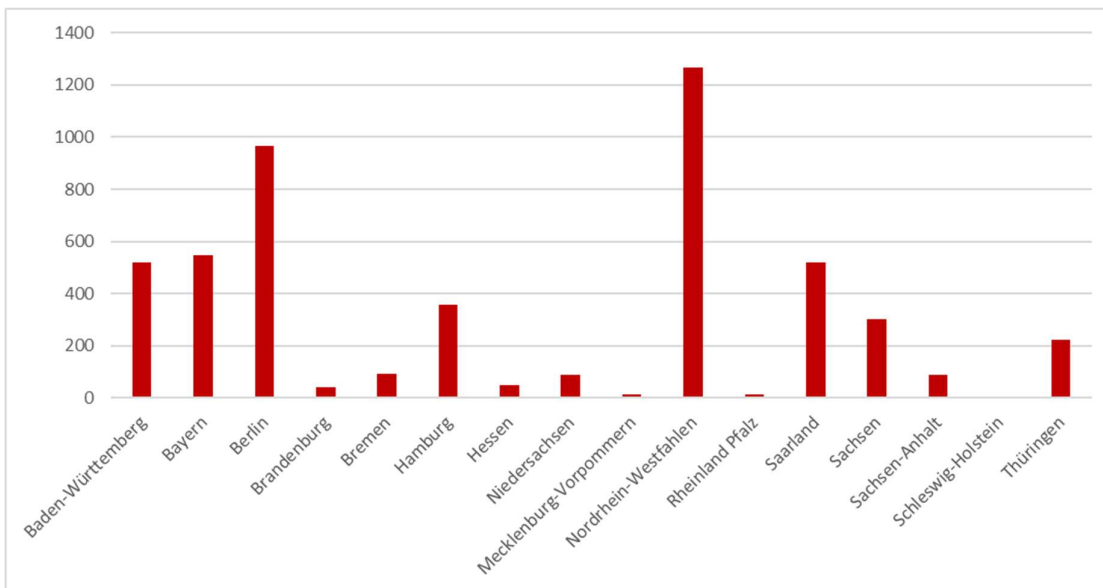


Abbildung 23: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb pro Bundesland.

11. Universalprävention

Das Ziel der Universalprävention im Spielerschutz ist es, sicherzustellen, dass kein Informationsungleichgewicht zwischen Anbieter und Kunden besteht. Es ist daher unser Ziel, Kunden alle Informationen über glücksspielbezogene Risiken und Methoden zum Schutz in einer leicht auffindbaren wie auch leicht verständlichen Form nahezubringen.

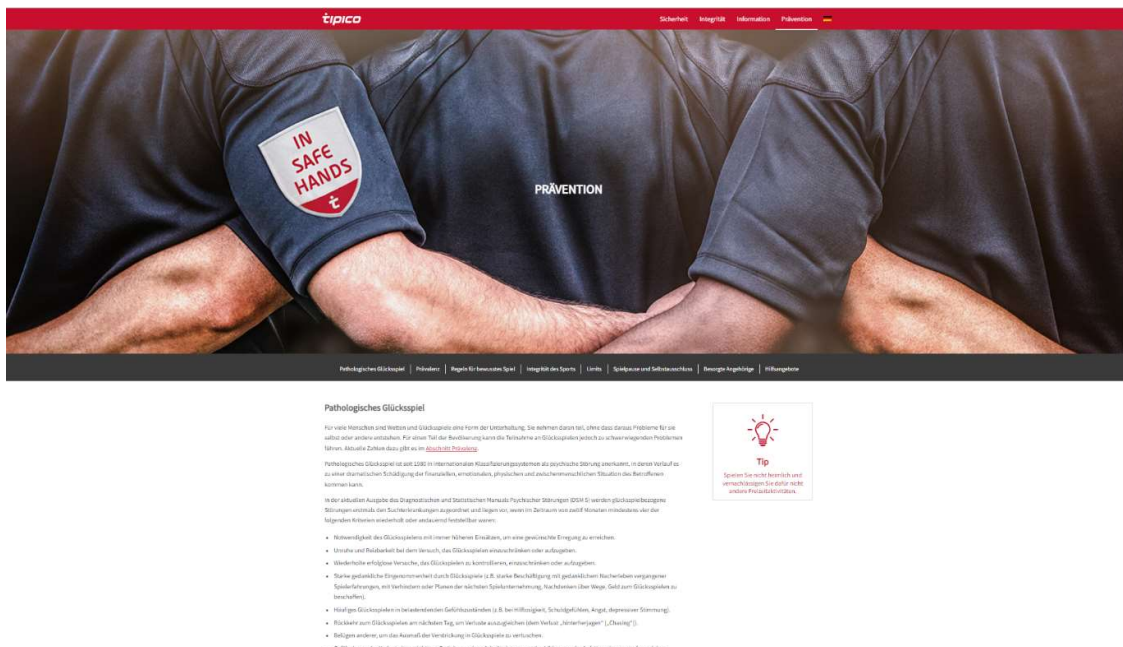


Abbildung 24: Startseite der Spielerschutz-Seite.

Tipico betreibt die Spielerschutzseite risk-in-safe-hands.com. Diese ist direkt aus der Fußzeile des Online-Angebots erreichbar. Ebenfalls ist sie direkt erreichbar mittels eines QR-Codes, den der Kunde in der Wettvermittlungsstätte z. B. vom Spielerschutzposter scannen kann.

Insgesamt wurde die Spielerschutzseite im Jahr 2023 von etwa 74.000 Kunden besucht. Das ist gegenüber dem Vorjahr eine weitere Steigerung von 12 %. Die Spielerschutzseite ist damit weiterhin der meistgeklickte Link in der Fußzeile der Tipico Webseite.

In der Wettvermittlungsstätte existieren zusätzlich noch Drucksorten zur Information von Kunden. Nach der sehr großen initialen Lieferung im Jahr 2022 wurden 2023 weitere rund 2.000 Spielerschutz-Flyer an die Wettvermittlungsstätten nachgeliefert.



Abbildung 25: Spielschutz-Poster in einer Wettvermittlungsstelle.



Abbildung 26: Innenseite des Spielschutz-Flyers.

12. Selektivprävention

12.1 Limits

Limits sind eine relativ gut untersuchte Maßnahme, die Verantwortung zwischen Kunde und Anbieter aufzuteilen. Während der Kunde ein angemessenes Limit festlegt, stellt der Anbieter durch eine externe Kontrollmaßnahme sicher, dass dieses nicht überschritten werden kann. Limits werden allerdings über LUGAS kontrolliert. Vollständige Informationen über Nutzung, Höhe und Ausschöpfung durch Tipico Kunden liegen Tipico daher nicht vor. Allerdings ist es möglich, die Einzahlungsversuche, die von LUGAS akzeptiert wurden, jenen gegenüberzustellen, die verweigert wurden.

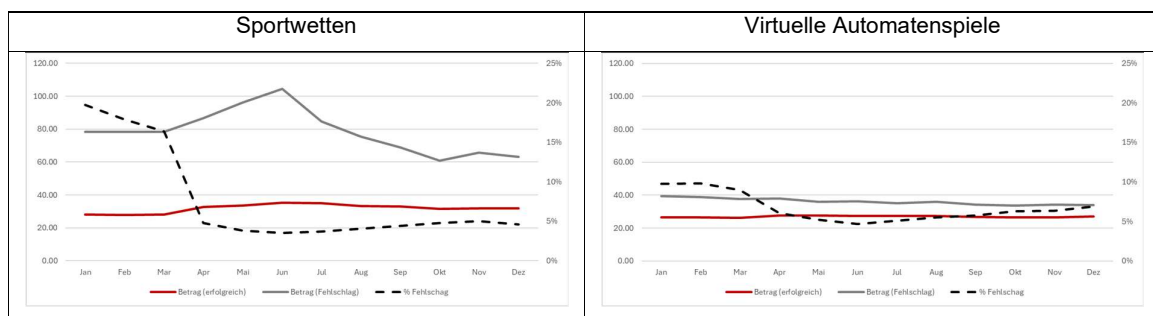


Abbildung 27: Durchschnittliche Höhe der erfolgreichen und von LUGAS abgelehnten Einzahlungen und Anteil der abgelehnten Einzahlungen (rechte Y Achse).

2023 wurden für Sportwetten 42 Millionen und für virtuelles Automaten Spiel etwa 7 Millionen Limitabfragen in LUGAS durchgeführt. Ein Anteil dieser Abfragen scheitert, weil der Kunde sein Limit bereits ausgeschöpft hat. Abbildung 27 zeigt eine Gegenüberstellung erfolgreicher und von LUGAS abgelehnter Einzahlungen.

Wie erwartet, hat sich in Q1 eine stabile Baseline eingestellt. Rund 5 % der Einzahlungsversuche scheitern. Während sich bei Games erfolgreiche und abgelehnte Einzahlungsversuche in der Höhe nur geringfügig unterscheiden, sind diese Unterschiede bei Sportwetten ausgeprägter. Eine plausible Erklärung hierfür ist, dass es in Bezug auf die erhöhten Limits in LUGAS sehr leicht zu Situationen kommen kann, die für Kunden sehr verwirrend sind. Wenn beispielsweise die Registrierung bei einem Anbieter von virtuellem Automaten Spiel dazu führt, dass ein bestehendes erhöhtes Limit ohne Information an den Kunden überschrieben wird, dann ist davon auszugehen, dass dieser Kunde mehrfach versuchen wird in dem Rahmen einzuzahlen, der nach seinem Wissenstand noch gültig ist.

12.2 24-Stunden-Sofortsperr

Die 24-Stunden-Sofortsperr wurde im Juli 2021 als schnelle, unbürokratische Spielerschutzmaßnahme eingeführt, die es dem Kunden erlauben soll, sich mit einem Klick und ohne weitere Erklärungen oder Bestätigungen für einen Zeitraum von 24 Stunden von der Spielteilnahme auszuschließen. Diese Sperr wird über OASIS auch an alle anderen angeschlossenen Anbieter weitergegeben.

Aufgrund der überschaubaren Konsequenzen der Sperr wurde diese von Anfang an sehr häufig genutzt. Es ist dabei nicht auszuschließen, dass Kunden sie auch einfach nur ausprobieren wollten. Inzwischen kann man ein stabiles Niveau bei der Nutzung der 24-Stunden Sofortsperr annehmen. Bei virtuellen Automatenspielen ist es über den Jahresverlauf konstant; bei Sportwetten folgt es der Saisonalität des Produktes.

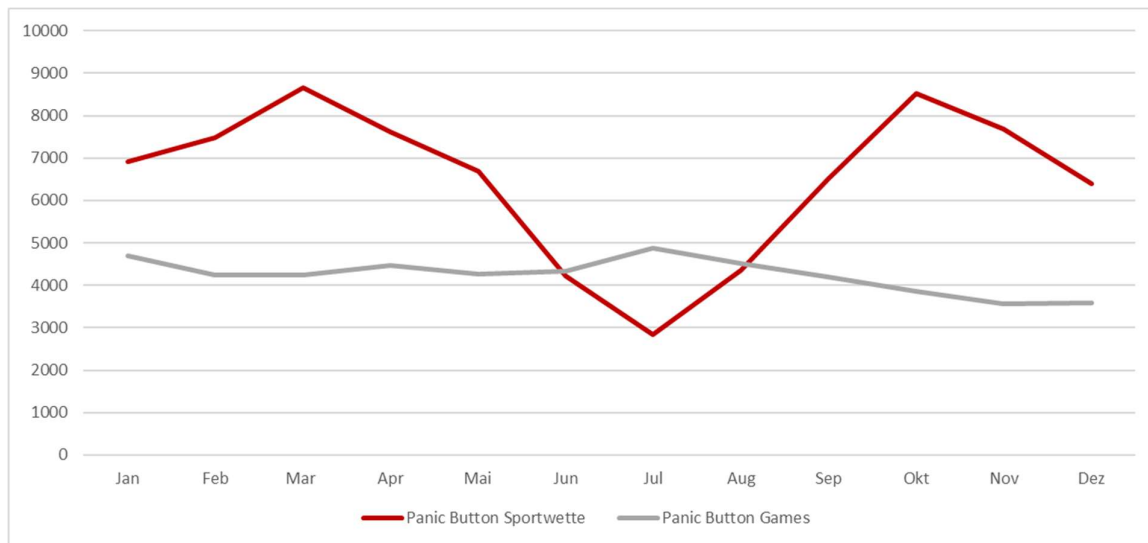


Abbildung 28: Nutzung der 24-Stunden Sofortsperr im zeitlichen Verlauf.

13. Indizierte Prävention

13.1 Nutzung von Spielersperren

Tipico stellt Kunden die Spielersperre in der Form einer Selbstsperre über die Webseite, als formlosen Antrag beim Kundendienst, am Wettterminal und als Sperrformular zur Verfügung. Darüber hinaus können Tipico-Kunden sich auch über Sperranträge bei Mitbewerbern oder der Aufsichtsbehörde sperren – darüber liegen Tipico aber keine Zahlen vor. Die Nutzung der Selbstsperre kann generell als Indikator dafür angesehen werden, wie niedrigschwellig die Schutzfunktion dem Kunden angeboten wird. Je einfacher und je weniger schambesetzt die Selbstsperre angeboten wird, desto frühzeitiger werden Kunden sich sperren und damit eine Selbstschädigung vermeiden.

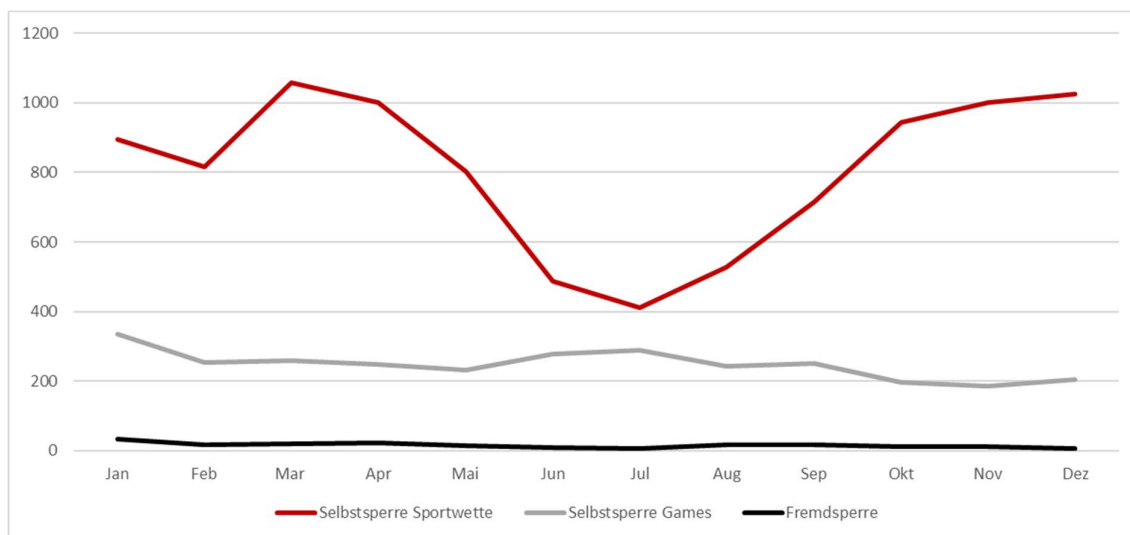


Abbildung 29: Verlauf der Nutzung von Selbstsperre und Fremdsperre in Online-Vertrieb.

Die Nutzbarkeit der Fremdsperre hat sich hingegen verringert. Durch die dramatischen Auswirkungen einer Fremdsperre ist eine Durchsetzung gegen den Willen und Einspruch des Kunden nur möglich, wenn eine relativ klare Beweislage vorliegt. Besteht aber z. B. ein Verdacht und der Kunde verweigert ein Spielerschutzgespräch, so kann eine solche Beweislage nie erlangt werden. Tipico kann zwar dem Kunden den Zugang zum Wettangebot verweigern; eine belastbare Rechtfertigung für eine Fremdsperre ist jedoch nicht gegeben: Wenn zum Beispiel ein Kunde die Nutzung von empfohlenen Schutzmaßnahmen verweigert, so mag das ausreichen, dass Tipico den Kunden nicht mehr akzeptieren kann – für eine Fremdsperre reicht das aber nicht aus, da ja kein Verdacht untermauert werden konnte.

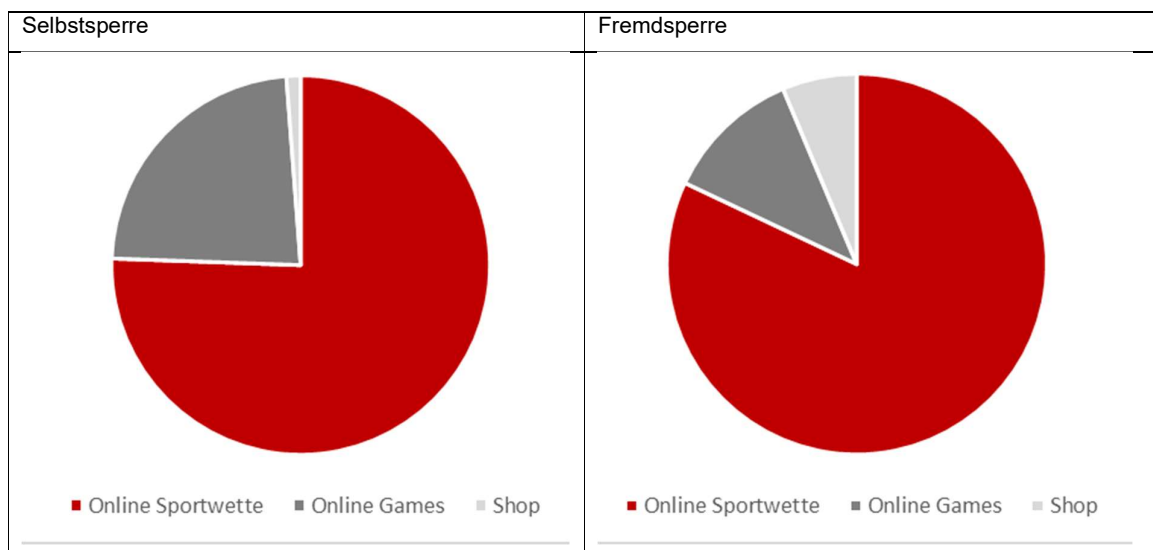


Abbildung 30: Verteilung von Selbst- und Fremdsperren auf die verschiedenen Vertriebskanäle und Produktkategorien.

Im stationären Vertrieb ist die Hemmschwelle zur Spielersperre traditionell sehr hoch. Insbesondere wenn Sperrformulare nur öffentlich aufliegen, der Prozess kompliziert ist und viel Interaktion mit den Mitarbeitern benötigt. Um dem entgegenzuwirken hat Tipico auch die Möglichkeit zur Vornahme einer Selbstsperre am Terminal eingeführt, die ebenso wie die Online-Selbstsperre mit wenigen Klicks zu einer Sperreintragung in OASIS führt. Seit Einführung kann beobachtet werden, dass die Selbstsperre auch im stationären Vertrieb deutlich häufiger und früher verwendet wird. Dies ist allerdings nur möglich, wenn auch am Terminal eine Authentifizierung des Kunden (z. B. mittels Kundenkarte) erfolgt. In Bundesländern, in denen das Terminal ausschließlich zur Wettvorbereitung verwendet werden kann, ist dies nicht der Fall. Daher ist ein Angebot zur papierlosen Selbstsperre dort nicht ohne weiteres möglich.

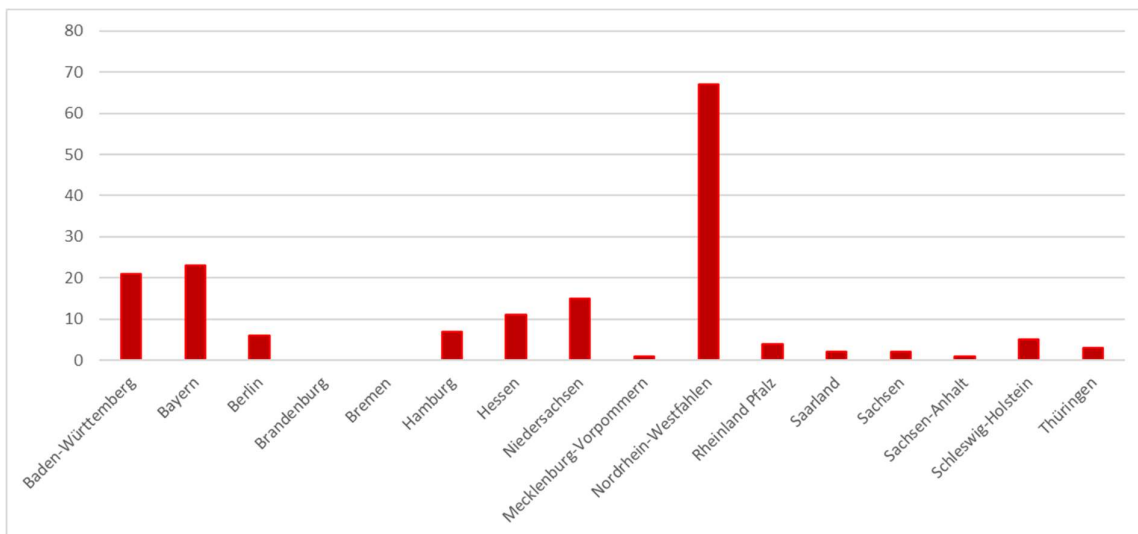


Abbildung 31: Nutzung der Sperrung im stationären Vertrieb.

13.2 OASIS-Abfragen

Die Abfrage der Sperrdatenbank OASIS ist die Grundvoraussetzung für die Wirksamkeit der Sperrung. Der Zeitpunkt der Abfrage muss so gewählt sein, dass der Kunde nur Zugang zum Produktangebot erhalten kann, nachdem er zuvor abgefragt wurde.

Abfragen finden im Online-Vertrieb beim Login statt und blockieren dadurch folgende Funktionen:

- Erstellung eines neuen Spielerkontos
- Login vor Einzahlung oder Wettabgabe/Spielaktivität

Abfragen finden im stationären Vertrieb bei folgenden Funktionen statt:

- Physische Zugangsbarriere
- Registrierung einer neuen Kundenkarte
- Einzahlung auf Kundenkarte
- Wettabgabe mit Kundenkarte

Insgesamt hat Tipico 2023 über 400 Millionen OASIS-Abfragen durchgeführt. Aus diesen Abfragen ergeben sich rund 220.000 Treffer. Diese können aus Selbstsperrungen, Fremdsperrungen oder der 24-Stunden-Sofortsperrung bei anderen an OASIS angeschlossenen Anbietern stammen. Die Trefferrate lag damit bei etwa 0,05 % der Abfragen. Der Anstieg der Trefferrate deutet auf Verbesserungen der Datengrundlage und Datenqualität in OASIS hin.

Hierbei ist zu beachten, dass OASIS-Abfragen, die händisch über OASIS WEB durchgeführt werden, nicht Teil dieses Berichts sind. Deren Anzahl ist aber vernachlässigbar im Vergleich zu den automatisch durchgeführten Sperrabfragen.

In vielen Fällen kann eine Person mehrere Abfragen über den Verlauf eines Tages auslösen. Um einen besseren Blick auf die gesellschaftliche Breite der OASIS-Abfragen durchzuführen, haben wir diese Zahl in wöchentlich-einzigartige Abfragen umgewandelt. Jeder in OASIS abgefragte Kunde wird pro Kalenderwoche nur einmal gezählt, auch wenn er in Wirklichkeit an jedem Tag mehrfach abgefragt wurde. Das führt zu einer Kenngröße von rund 10 Millionen wöchentlich-einmaligen OASIS-Abfragen über das gesamte Jahr hinweg.

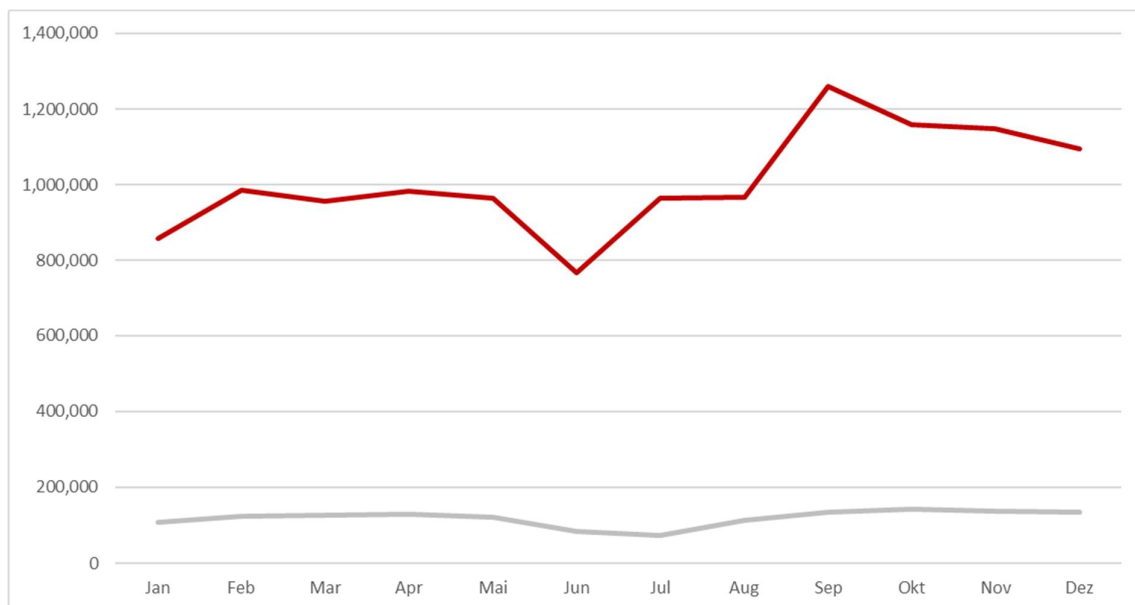


Abbildung 32: Verlauf der wöchentlich einzigartigen OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb (rot) und im stationären Vertrieb (grau). Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.

Die Dichte der OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb ist im Jahr 2023 leicht angestiegen (17 %) und folgt vorwiegend der Saisonalität, dem das Sportwettenangebot unterliegt.

Die Dichte der OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb ist im Vergleich zu 2022 um weitere 32 % angestiegen. Der Treiber hinter dieser Entwicklung ist weiterhin der Erlaubnisprozess, durch den eine zunehmende Anzahl von Wettvermittlungsstätten die Erlaubnis erhalten haben, an OASIS angeschlossen zu werden.

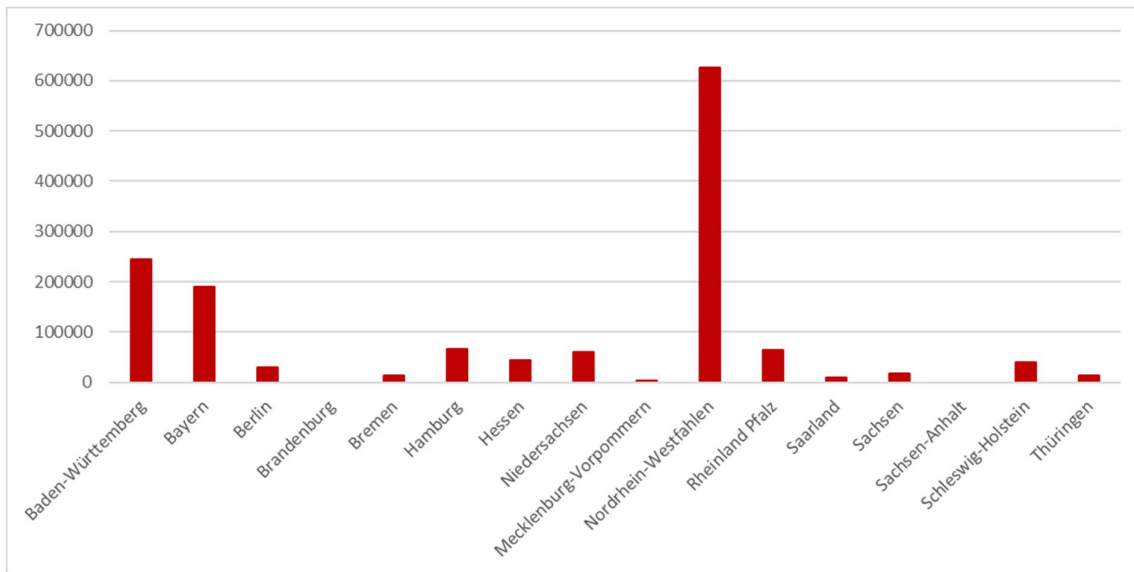


Abbildung 33: Wöchentlich einzigartige OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.

13.3 OASIS-Marketing-Abfragen

Ebenfalls ist eine OASIS-Abfrage vor der Durchführung von Maßnahmen der Marktkommunikation und der Vergabe von Boni und Rabatten notwendig. Daher werden die in OASIS aufgefundenen Kunden aus der Kundenauswahl gefiltert. Etwa 0,6 % der rund 290 Millionen Abfragen hat zu Treffern in OASIS geführt. Das bedeutet, dass etwa 1,5 Millionen Werbeaussendungen nicht versandt wurden, um Personen zu schützen, die zu diesem Zeitpunkt einen OASIS Eintrag hatten oder erst unlängst ihre Sperre aufgehoben hatten.

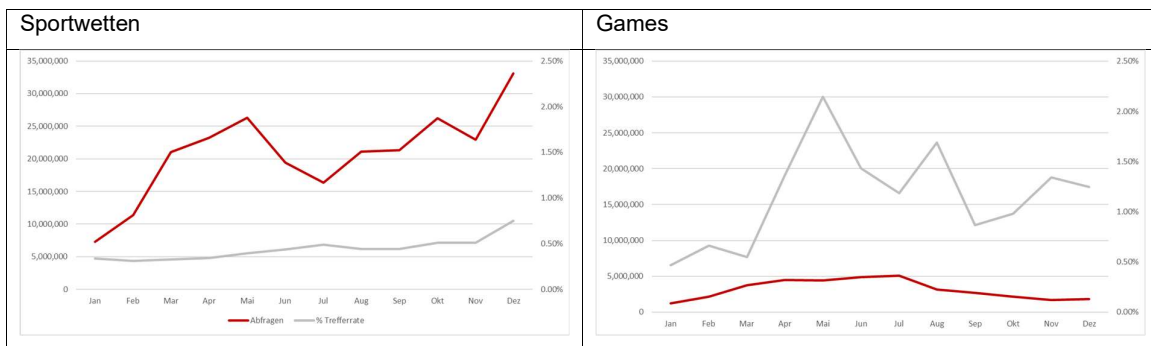


Abbildung 34: OASIS-Abfragen zur Kundenselektion von gezielten werblichen Aktionen für Sportwetten und virtuelle Automaten Spiele.

14. Zusammenfassung

- Im dritten Evaluierungsbericht seit Erlaubniserteilung können nun erstmals Veränderungen zwischen den Jahren dargestellt und kommentiert werden.
- Der Anschluss an OASIS ist weitestgehend abgeschlossen. Lücken ergeben sich nur in jenen Bundesländern, die weiterhin keine Erlaubnisse für stationäre Wettvermittlungsstätten vergeben haben.
- Eine getrennte Auswertung nach Bundesländern ist daher möglich und geeignet, um die Evaluierungspflichten nach den jeweiligen Landesgesetzen zu erfüllen.
- Die im Spielerschutzkonzept beschriebenen Methoden werden eingesetzt und von den Kunden weitestgehend akzeptiert, allerdings von etwa einem Drittel der Kunden als zu bevormundend kritisiert.
- Die Risikozumessung in der Kundenbasis von Tipico ist seit dem Vorjahr gleichgeblieben. Keine Schritte zur Rekalibrierung des Modells mussten vorgenommen werden.
- Indikatoren, die für Spielerschutzbeobachtungen im stationären Vertrieb verwendet werden, sind nützlich und trennscharf.
- Der Prozess der Limiterhöhung stellt eine valide Selektion derer Kunden dar, die sich die erhöhten Ausgaben leisten können und die nötige Reife haben, sich über die Konsequenzen dieser Ausgabenentscheidung bewusst zu sein.
- Eine erste, detaillierte Beschreibung von Kunden mit erhöhten Limits, deren Verhalten und deren Risiken konnte in dieser Evaluierung gegeben werden. Dabei zeigt sich, dass Kunden mit erhöhten Limits kein homogener Block sind, sondern auch innerhalb Abstufungen zu finden sind (z.B. höheres Alter bei jenen, die die erhöhten Limits stärker ausschöpfen).
- Zudem zeigt sich, dass die Schufa Glücksspielabfrage in der Regel nur der Einstieg zu erhöhten Limits ist. Bei Kunden, die diese aber auch ausschöpfen liegt in der Regel aber auch zusätzlich ein detaillierter Nachweis der Einkünfte vor.
- Ebenfalls wurde das Monitoring für Spieler mit erhöhten Limits beschrieben, das 2023 erstmalig und letztmalig durchgeführt wurde. Insgesamt wurden über 1.000 Kunden mit erhöhten Limits als auffällig rückgemeldet. Entsprechend wurden Spielerschutzgespräche und weitere Schutzmaßnahmen mit diesen Spielern durchgeführt. Die Implementierung gibt ein Beispiel dafür, wie Modelle, die auf unwahrscheinliche Verhaltensmuster reagieren auch erfolgreich mit Indikatoren arbeiten können, die keine sehr hohe Validität aufweisen.
- Das Kundenverhalten bezüglich LUGAS hat sich insoweit stabilisiert, dass etwa 5% der versuchten Einzahlungen von LUGAS verweigert werden. Bei der Sportwette sind die abgelehnten Einzahlungsbeträge deutlich höher als die akzeptierten – das weist darauf hin, dass Tippfehler eine wichtige Ursache für nicht genehmigte Einzahlungen sind.
- Oasis Nutzungsverhalten ist weitestgehend stabil – allerdings sind erstmals Vergleiche zwischen Sportwetten und Virtuellen Automaten spielen möglich. Die höheren Trefferraten bei Virtuellen Automaten spielen könnten ein Hinweis darauf sein, dass hier weiterhin eine große Gruppe gesperrter Spieler aktiv nach Angeboten sucht, die nicht an OASIS angebunden sind. Die Wirksamkeit von OASIS ergibt sich daher direkt aus einer wirksamen Schwarzmarktbekämpfung.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Status des Erlaubnisprozesses für das stationäre Vertriebsnetzwerk.....	5
Abbildung 2: Entwicklung des operativen Konsumentenschutz-Teams seit 2016. Spielerschutzkonzeptbeauftragter und Spielerschutzverantwortliche sind dabei nicht berücksichtigt.....	8
Abbildung 3: Anzahl der Spielerschutzverantwortlichen im stationären Vertriebsnetzwerk.	9
Abbildung 4: Schulungen von Kassenpersonal im stationären Vertrieb.....	11
Abbildung 5: Durchgeführte Kontrollen im stationären Vertriebsnetzwerk.	12
Abbildung 6: Kunden-Wahrnehmung von Tipicos Spielerschutz.	13
Abbildung 7: Vom Kunden wahrgenommene Balance des Eingriffs durch die implementierten Spielerschutzmaßnahmen.	14
Abbildung 8: Zeitpunkt der Identitätsverifikation nach der Registrierung im Online-Vertrieb.....	15
Abbildung 9: Anzahl der Ausweiskontrollen durch Mitarbeiter pro Bundesland. In Bundesländern mit verpflichtender Kundenkarte ist die Anzahl der Ausweiskontrollen geringer, da die Kundenkarte die Identitätsdaten liefert.	16
Abbildung 10: Gründe für Verweis aus dem Shop.	16
Abbildung 11: Fehlerkorridor für die Vorhersage der tatsächlichen finanziellen Leistungsfähigkeit basierend auf Schufa Score und Transaktionsdaten aus dem Spiel- und Zahlungsverhalten.....	18
Abbildung 12: Beispielausgabe einer Auskunft über die finanzielle Leistungsfähigkeit eines Kunden.....	19
Abbildung 13: Häufigkeiten für verschiedene Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen glücksspielbezogenen Kosten in 2023.....	20
Abbildung 14: Durchschnittsalter in Jahren in der Sportwetten Gesamtpopulation im Vergleich zu verschiedenen Gruppen von Kunden mit erhöhten Limits, geschichtet nach durchschnittlichen monatlichen glücksspielbezogenen Kosten in 2023.....	21
Abbildung 15: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden. Weniger als 0,1 % der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.....	28
Abbildung 16: Zeitlicher Verlauf des Kundenrisikos auf einer z-Skala (Werte liegen in der Regel zwischen -3 und +3) für den Durchschnitt der Tipico Kunden und für den Durchschnitt der 10 % mit den höchsten Risiken.	28
Abbildung 17: Gemeldete Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.....	29
Abbildung 18: Gemeldete Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb pro Bundesland.....	30
Abbildung 19: Themen der Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb. Graue Sterne kennzeichnen moderate Indikatoren, orange Sterne kennzeichnen mittelschwere Indikatoren, rote Sterne kennzeichnen schwerwiegende Indikatoren.	31
Abbildung 20: Beispiel für die Level 2-Intervention.	33
Abbildung 21: Ablauf und Entscheidungen in Spielerschutzgesprächen und Falluntersuchungen, wie sie 2023 für den Online-Vertrieb getroffen wurden.	34
Abbildung 22: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.....	35
Abbildung 23: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb pro Bundesland.....	35
Abbildung 24: Startseite der Spielerschutz-Seite.....	36
Abbildung 25: Spielerschutz-Poster in einer Wettvermittlungsstelle.	37
Abbildung 26: Innenseite des Spielerschutz-Flyers.	37

Abbildung 27: Durchschnittliche Höhe der erfolgreichen und von LUGAS abgelehnten Einzahlungen und Anteil der abgelehnten Einzahlungen (rechte Y Achse).....38

Abbildung 28: Nutzung der 24-Stunden Sofortsperrung im zeitlichen Verlauf.39

Abbildung 29: Verlauf der Nutzung von Selbstsperrung und Fremdsperrung in Online-Vertrieb.40

Abbildung 30: Verteilung von Selbst- und Fremdsperrungen auf die verschiedenen Vertriebskanäle und Produktkategorien.....41

Abbildung 31: Nutzung der Spielersperre im stationären Vertrieb.42

Abbildung 32: Verlauf der wöchentlich einzigartigen OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb (rot) und im stationären Vertrieb (grau). Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.43

Abbildung 33: Wöchentlich einzigartige OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.44

Abbildung 34: OASIS-Abfragen zur Kundenselektion von gezielten werblichen Aktionen für Sportwetten und virtuelle Automaten Spiele.....44