

Dezember 2025

20. Jahrg.

71732

Seite 417-528

ZfWG

Zeitschrift für Wett- und Glücksspielrecht
European Journal of Gambling Law

6

- Prof. Dr. Stefan Korte und Alina Albering*
417 Zu viel Regelung ist zu viel des Guten? – Stellungnahme des GLÜG zum AG
GlüStV-E NRW
Prof. Dr. Tilman Becker
418 Wie es zu der Gründung der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder kam:
der Bericht eines Zeitzeugen
Prof. Dr. Julianne Hilf und Klaus Umbach
434 Neue EuGH-Rechtsprechung zum Glücksspielrecht
Dr. Lennart Brüggemann
440 Online-Glücksspiel im Jahr 2024
Dr. Carsten Bringmann und Ines Mittermeier
451 Bedeutung der DocMorris-Entscheidung des BGH für das Glücksspielwesen
Konrad Landgraf
454 Streetwork.Gambling: ein innovativer Ansatz in der Suchthilfe
Hannah Wettstein und Dr. Dörte Petit
457 Geldspielwerbung in der Schweiz – ihre Wirkung auf Jugendliche und die
gesetzliche Lage
463 Unionsrechtliche Zulässigkeit von Mindestabständen für Glücksspieleinrichtungen
EuGH, Urt. v. 16.10.2025 – C-718/23 – Anesar-CV u. a.
472 Stellungnahme des BGH auf das Ersuchen des EuGH im Vorlageverfahren
Rs. C-530/24
BGH, Beschl. v. 31.7.2025 – I ZR 90/23
475 Zur Rechtmäßigkeit werbebezogener Nebenbestimmungen in
glücksspielrechtlicher Erlaubnis für Online-Glücksspiele
OVG Sachsen-Anhalt, Beschl. v. 23.7.2025 – 3 M 56/25
498 Hinreichende Bestimmtheit einer Zwangsgeldandrohung zur Durchsetzung eines
Zahlungsmittelwirksungsverbotes betreffend unerlaubte Glücksspielangebote
OVG Sachsen-Anhalt, Beschl. v. 29.7.2025 – 3 M 53/25
503 Verstoß gegen die Verpflichtung zur Verhinderung der Mehrfachbespielung von
Geldspielgeräten kann Unzuverlässigkeit begründen
OVG Nordrhein-Westfalen, Beschl. v. 14.8.2025 – 4 A 1761/22
505 Aufsteller von (Geld-)Spielgeräten wird unmittelbar aus § 6 Abs. 5 SpielV zur
Verhinderung der Mehrfachbespielung verpflichtet
OVG Nordrhein-Westfalen, Beschl. v. 14.8.2025 – 4 B 768/24
507 Voraussetzungen der aktiven Duldung einer formell illegal betriebenen
Wettvermittlungsstelle
OVG Nordrhein-Westfalen, Beschl. v. 29.9.2025 – 4 B 1386/23
510 Mindestabstandsgebot für Wettvermittlungsstellen untereinander in NRW ist mit
höherrangigem Recht vereinbar
VG Düsseldorf, Urt. v. 21.8.2025 – 16 K 1182/22
Sonderbeilage 2/2025:
Staatshaftung wegen Verwendung des Schufa-G-Verfahrens bei Limiterhöhungen
nach § 6c Abs. 1 S. 3 GlüStV 2021

Herausgeber

Prof. Dr. Johannes Dietlein
Prof. Dr. Jörg Ennuschat
Prof. Dr. Ulrich Haltern, LL.M.
Prof. Dr. Christian Koenig, LL.M.
RA Prof. Dr. Markus Ruttig

Schriftleiter

VorsRiVG Dr. Felix B. Hüskens

für gesetzgeberische Maßnahmen, die mehr oder weniger „historisch gewachsen“ sind und für die bislang keinerlei aussagekräftige Datenlage existiert. Dies betrifft beispielsweise die Trennungsgebote³⁷ und Mindestabstandsregelungen³⁸ im terrestrischen Spielbetrieb. Daneben müssen sich jedoch auch Maßnahmen der Glücksspielaufsicht an den von dem BGH aufgestellten Maßstäben messen lassen. Hierzu zählen insbesondere die auf behördlicher Ebene erlassenen Nebenbestimmungen, die die Glücksspielaufsicht vor allem im Bereich der Glücksspielwerbung auf Grundlage abgestimmter Musternebenbestimmungen in den Glücksspielerlaubnissen der Glücksspielanbieter verfügt haben. Da zahlreiche Anbieter verwaltungsgerichtliche Klagen gegen die Beschränkungen ihrer Werbemöglichkeiten inklusive der Gewährung von Boni und Rabatten eingereicht haben, ist zu erwarten, dass sich die damit befass-

ten Verwaltungsgerichte künftig zu den Anforderungen des BGH positionieren werden.

Summary

In its ruling of 17 July 2025, the Federal Court of Justice made a groundbreaking decision on the requirements for the justification of interference with fundamental freedoms under EU law. The decision of the BGH has far-reaching implications that also extend to the justification of interventions in the fundamental freedoms of gambling providers.

³⁷ Vgl. etwa § 21 Abs. 2 GlüStV 2021, wonach in einem Gebäude oder Gebäudekomplex, in dem sich eine Spielhalle oder eine Spielbank befindet, keine Sportwetten vermittelt werden dürfen.

³⁸ Gemeint sind Mindestabstandsregelungen nach den Spielhallenregulierungen der Länder, etwa gemäß § 16 Abs. 3 AG GlüStV NRW.

Konrad Landgraf, München*

Streetwork.Gambling: ein innovativer Ansatz in der Suchthilfe

Die fortschreitende Digitalisierung hat in den vergangenen Jahrzehnten nahezu alle Lebensbereiche tiefgreifend verändert – auch das Glücksspiel bildet hierbei keine Ausnahme. Digitale Technologien haben dazu geführt, dass Glücksspiele heute nahezu jederzeit und an nahezu jedem Ort verfügbar sind. Obwohl das Online-Glücksspiel in Deutschland erst mit Inkrafttreten des Glücksspielstaatsvertrags 2021 (in Bezug auf Sportwetten bereits mit der Vergabe der ersten Lizenzen im Jahr 2020) umfassend legalisiert wurde, war es bereits zuvor in großem Umfang – wenn auch illegal – zugänglich. Mit der Verlagerung des Glücksspielgeschehens in den digitalen Raum verändern sich auch die Herausforderungen im Bereich der Prävention und Hilfe. Neue Ansätze sind erforderlich, um dieser veränderten Lebensrealität gerecht zu werden. Das Projekt Streetwork.Gambling stellt einen solchen innovativen Versuch dar, digitale Lebenswelten in der suchtpräventiven Arbeit gezielt zu adressieren.

I. Online-Glücksspiele

Die Bruttospielerträge auf dem legalen Online-Glücksspielmarkt in Deutschland betragen laut der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder (GGL) im Jahr 2024 3,5 Mrd. EUR.¹ Hinzu kommen geschätzte 500 bis 600 Mio. EUR im illegalen Glücksspielmarkt.² Die Anzahl der verfügbaren Glücksspielwebseiten ist immens. Werden die Kriterien „in deutscher Sprache“, „in Deutschland verfügbar“ und „Euro als Währung“ zugrunde gelegt, handelt es sich um über 800 Webseiten.³ Neben der sehr hohen Verfügbarkeit wird die Sichtbarkeit des Online-Glücksspiels zudem durch hohe Werbeausgaben gesteigert. So betragen die Werbeausgaben der Glücksspielbranche in Deutschland im Jahr 2024 rund 609 Mio. EUR. Im Jahr zuvor sogar rund 639 Mio. EUR.⁴ Damit rangiert die Glücksspielbranche, was die Werbeausgaben angeht, in den Top Ten aller Branchen.

Eine relevante, jedoch schwer zu kontrollierende Form der Glücksspielwerbung stellt das Live-Streaming von Glücks-

spielaktivitäten durch sogenannte Influencer:innen dar. Auf Plattformen wie YouTube, Twitch (durch Regeländerungen des Plattformbetreibers ist die Problematik dort zurückgegangen) oder der jüngeren Plattform Kick präsentieren diese Akteur:innen ihre Glücksspielhandlungen – oftmals in Kooperation mit nicht lizenzierten oder in bestimmten Jurisdiktionen illegalen Glücksspielanbietern, von denen sie finanzielle Zuwendungen erhalten.

Diese Form der werblichen Kommunikation ist besonders problematisch, da sie subtil und für Rezipient:innen häufig nicht als solche erkennbar ist. Insbesondere Kinder und Jugendliche, die zu den Hauptnutzenden dieser Plattformen zählen, werden dadurch regelmäßig mit Glücksspielinhalten konfrontiert. Die wiederholte Exposition gegenüber solchen Inhalten kann zur schlechenden Normalisierung von Glücksspielverhalten beitragen und potenziell risikobehaftete Einstellungen gegenüber Glücksspielen fördern.

Zudem ist zu beobachten, dass sich Diskussionen über Glücksspiel – einschließlich potenzieller Gewinne, Wettsysteme, aber auch über Verluste und problematisches Spielverhalten – zunehmend in digitale Kommunikationsräume wie Foren und Kommentarspalten sozialer Medien verlagern. Diese Diskurse tragen zur sozialen Verankerung des Themas bei und können die Wahrnehmung von Glücksspiel als alltägliche Freizeitbeschäftigung weiter verstärken.

Die wachsende Bedeutung des Online-Glücksspiels im gesamten Glücksspielmarkt macht sich auch in den Suchtbe-

* Auf Seite III erfahren Sie mehr über den Autor.

1 Gemeinsame Glücksspielbehörde der Länder (Hg.) (2025), Tätigkeitsbericht 2024.

2 Gemeinsame Glücksspielbehörde der Länder (Hg.) (2025), Tätigkeitsbericht 2024.

3 Bickl/Walz/Pitzschel/Hoch/Schwarzkopf (2025), Online-Glücksspielangebot in Deutschland.

4 Nielsen Werbetrend (2025), online verfügbar unter: <https://www.nielsen.com/data-center/top-ten-deutschland/>, zuletzt aktualisiert am 28.1.2025, zuletzt geprüft am 28.1.2025.

ratungsstellen bemerkbar. Beim Blick auf die Hauptglücksspielform dominierten bis vor wenigen Jahren noch deutlich die terrestrischen Glücksspiele und hier vor allem Geldspielgeräte. Das hat sich signifikant in Richtung Online-Glücksspiele verschoben. Laut der Deutschen Suchthilfestatistik nannten 2023 in den ambulanten Beratungsstellen bereits 47,3 Prozent ein Online-Glücksspiel als Hauptspielform.⁵

Vor diesem Hintergrund hat die Landesstelle Glücksspielsucht in Bayern (LSG) ihr digitales Hilfeangebot erweitert, ergänzende aufsuchende Maßnahmen initiiert und eine strategische Präsenz in sozialen Medien etabliert, um eine zielgerichtete Ansprache von Personen mit Glücksspielnutzung zu gewährleisten.

II. Streetwork: off- und online

In Deutschland entstanden in den 1970er-Jahren die ersten Streetwork-Projekte in der Sozialen Arbeit, inspiriert durch internationale Entwicklungen, insbesondere aus den USA und den Niederlanden. Diese Projekte konzentrierten sich zunächst auf die Arbeit mit Menschen, die von einer Drogenabhängigkeit oder von Wohnungslosigkeit betroffen waren, da sich die Wirksamkeit institutioneller und bürokratischer Hilfeformen in diesen Bereichen zuvor als nicht ausreichend erwiesen hatten. Streetwork etablierte sich als niedrigschwelliger, lebensweltorientierter Ansatz, der den direkten Kontakt zu den Betroffenen im öffentlichen Raum suchte und damit neue Wege der Hilfe erschloss.

Laut der Bundesarbeitsgemeinschaft Streetwork/Mobile Jugendarbeit e. V. ist Streetwork eine „aufsuchende, niedrigschwellige, anwaltschaftliche und parteiliche, an die Adressat*innen und deren Lebenswelten orientierte“ Tätigkeit, „welche spezifische Methoden und Arbeitsprinzipien der Sozialen Arbeit in einem sozialpädagogischen Handlungskonzept“⁶ vereint. Da sich die Lebenswelt der Menschen zunehmend in den virtuellen Raum verlagert, ist es nur konsequent, dieses Prinzip auch auf den Online-Bereich auszuweiten. Demnach ist Online-Streetwork oder auch digitale Streetwork ein internetbasiertes, aufsuchendes und leicht zugängliches Beratungs- und Unterstützungsangebot. Sie hat das Ziel, „Menschen in prekären Lebenslagen in deren Lebens- und Sozialraum anzutreffen, proaktiv anzusprechen und niedrigschwellige Hilfestellung anzubieten“.⁷

Grundsätzlich können zwei unterschiedliche Ansätze von Online-Streetwork unterschieden werden, die „non-content-based“ und die „content-based“ Streetwork.⁸ Die erste Variante ist durch ein proaktives Interventionsverhalten gekennzeichnet, bei dem Fachkräfte gezielt in kommunikative Prozesse innerhalb der Zielgruppe eingreifen, um relevante Informationen zu vermitteln und bedarfsgerechte Unterstützungsangebote zu unterbreiten. Demgegenüber verfolgt die content-based Streetwork einen eher indirekten, medienvermittelten Ansatz, bei dem durch die strategische Platzierung zielgruppenaffiner Inhalte Aufmerksamkeit generiert und ein niedrigschwelliger Zugang zu den Fachkräften als Ansprechpartner*innen ermöglicht wird.

III. Streetwork der LSG

Im Januar 2023 startete die LSG gemeinsam mit Suchtberater*innen ihrer Fachstellen für Glücksspielsucht das in-

novative Projekt Streetwork.Gambling. Vorausgegangen waren erste vielversprechende Feldversuche in Online-Foren, in denen sich Glücksspieler*innen über ihre Erfahrungen austauschen. Ziel des Projekts ist es, Menschen mit riskantem, problematischem oder pathologischem Glücksspielverhalten dort zu erreichen, wo sie sich tatsächlich aufhalten: im digitalen Raum.

Das Projekt verfolgt einen präventiven und zugleich unterstützenden Ansatz. Einerseits sollen Nutzer*innen über die Risiken und potenziellen Gefahren von Glücksspielen aufgeklärt werden. Andererseits bietet Streetwork.Gambling eine niedrigschwellige Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit professionellen Berater*innen. Bei Bedarf erfolgt eine weiterführende Vermittlung in das reguläre Hilfesystem. Damit leistet das Projekt einen wichtigen Beitrag zur Früherkennung und Prävention von Glücksspielbezogenen Störungen sowie zur Unterstützung beim Ausstieg aus problematischem Spielverhalten.

Ein zentrales Merkmal des Projekts ist die Freiwilligkeit und Anonymität des Angebots. Die Kontaktaufnahme erfolgt direkt auf den Plattformen, die von der Zielgruppe bevorzugt genutzt werden. Dabei handelt es sich sowohl um soziale Netzwerke als auch um spezialisierte Foren. Aufgrund der häufig unzureichenden Datenschutzstandards auf diesen Plattformen wird den Nutzer*innen die Möglichkeit angeboten, das Gespräch auf die datenschutzkonforme und kostenfreie Beratungsplattform PlayChange der LSG zu verlagern. Wird dieser Wechsel abgelehnt, entscheidet schlussendlich der/die Nutzer:in über den „Ort“ der Beratung. Der LSG ist es in diesen Fällen lediglich wichtig, dass den entsprechenden Personen eine eventuell bestehende Datenschutzproblematik bewusst gemacht wird.

Aktuell sind zwölf Berater*innen aus den Fachstellen für Glücksspielsucht der LSG sowie zwei Mitarbeiterinnen der LSG-Geschäftsstelle aktiv in das Projekt eingebunden. Wie oben beschrieben erfolgt die digitale Streetwork in zwei unterschiedlichen Ansätzen:

- Content-based Streetwork: Hierbei werden gezielt Inhalte wie Posts, Reels oder Stories auf Plattformen wie Instagram, Facebook und TikTok erstellt und verbreitet, um Aufmerksamkeit zu generieren und zur Interaktion einzuladen.
- Non-content-based Streetwork: Dieser Ansatz konzentriert sich auf die direkte Ansprache in Foren und Communitys wie Discord, Jodel, YouTube sowie auf spezialisierten Plattformen wie GambleJoe, Gutefrage und Spielsucht Soforthilfe.

Um die Glaubwürdigkeit und fachliche Kompetenz der Streetworker*innen zu unterstreichen, wurden ihnen auf einigen Plattformen spezielle Kennzeichnungen oder Rollen durch die Betreiber*innen zugewiesen. Dies erleichtert die Identifikation als professionelle Ansprechpersonen und fördert das Vertrauen der Nutzer*innen.

5 Murawski/Riemerschmid/Schwarzkopf (2024), DEUTSCHE SUCHTHILFESTATISTIK 2023, alle Bundesländer, Tabellenband für Typ 1: Ambulante Einrichtungen.

6 Bundesarbeitsgemeinschaft Streetwork/Mobile Jugendarbeit e. V. (Hg.) (2018), Fachstandards_BAG_2018.

7 Hagemeyer/Stüber (2020), Online Streetwork.

8 Neuburg/Kühne/Reicher (2020), in: Diebäcker/Wild (Hg.), Streetwork und Aufsuchende Soziale Arbeit im öffentlichen Raum, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 167–181.

Die Koordination des Projekts liegt bei der LSG-Geschäftsstelle. Sie sorgt für die organisatorischen Rahmenbedingungen, begleitet die fachliche Weiterentwicklung und stellt durch kontinuierliches Monitoring sowie durch den engen Austausch unter den Beteiligten eine hohe Qualität der Arbeit sicher. Die enge Vernetzung mit anderen Akteur:innen im Bereich der digitalen Streetwork ermöglicht zudem eine stetige Optimierung der eingesetzten Methoden und Strategien.

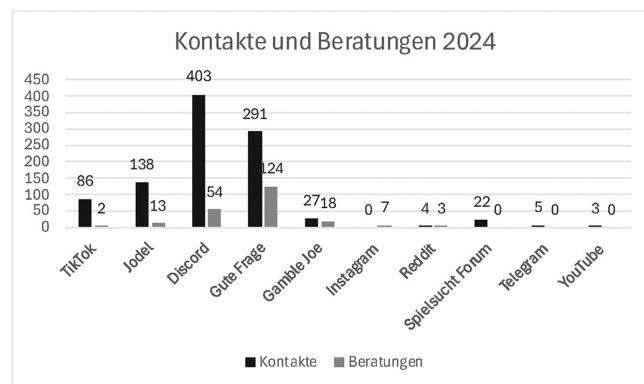
Seit Juli 2023 wird Streetwork.Gambling im Rahmen des bayernweiten Kooperationsprojekts „Digitale Streetwork im Netz (DigiStreet)“ durch das Bayerische Staatsministerium für Gesundheit, Pflege und Prävention gefördert. Die Förderung umfasst zusätzliche 0,5 Personalstellen und stärkt damit die nachhaltige Umsetzung des Projekts. Neben der LSG sind weitere Träger wie Condrobs e. V., das ANAD Versorgungszentrum Essstörungen des AWO Bezirksverbands Oberbayern e. V., die Drogenhilfe Schwaben gGmbH, mudra e. V. sowie mindzone an DigiStreet beteiligt.

IV. Ergebnisse

Die initiale Auswertung der Aktivitäten im Jahr 2024 zeigt, dass die LSG mit ihrem innovativen Ansatz der aufsuchenden Online-Streetwork eine breite Zielgruppe erreicht. Über verschiedene Online-Plattformen hinweg wurden insgesamt 221 Beratungsgespräche geführt. Diese verteilten sich auf 61 von einer Glücksspielproblematik betroffene Personen, vier Angehörige sowie eine am Thema interessierte Person. Darüber hinaus wurden 979 (Kurz)kontakte mit einer Dauer von unter zehn Minuten dokumentiert (siehe Abbildung 1). In 31 Fällen konnte eine gezielte Vermittlung in weiterführende Online- oder terrestrische Beratungsangebote erfolgen.

Die Wirksamkeit und Reichweite des Kontaktangebots variierten dabei deutlich in Abhängigkeit von der jeweiligen Plattform.

Abb. 1: Kontakte und Beratungen 2024



Im Berichtszeitraum wurden Beiträge der Streetworker:innen insgesamt 289-mal mit „Gefällt mir“-Angaben oder Kommentaren versehen. Auch wenn nicht jeder Beitrag zu einem direkten Beratungskontakt oder anderen Reaktionen führt, ist die stille Rezeption durch mitlesende Personen ein bedeutsamer Aspekt der digitalen Reichweite. So wurde ein einzelner TikTok-Beitrag von Streetwork.Gambling beispielsweise 27.600-mal angesehen. Insgesamt verzeichneten die Inhalte im Jahr 2024 plattformübergreifend 118.579 Aufrufe (siehe Abbildungen 2 und 3). Die tatsächliche Reichweite liegt jedoch noch höher, da nicht alle Plattfor-

men eine Auswertung der View-Zahlen ermöglichen. Die Fachkräfte der LSG konnten somit eine breite Zielgruppe erreichen – insbesondere über Plattformen, die sich für eine direkte Kontaktaufnahme bislang als weniger geeignet erwiesen haben.

Abb. 2: Ansicht/Views von Beiträgen 2024

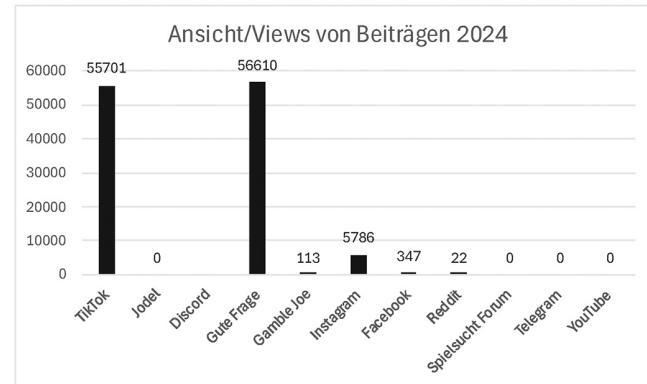
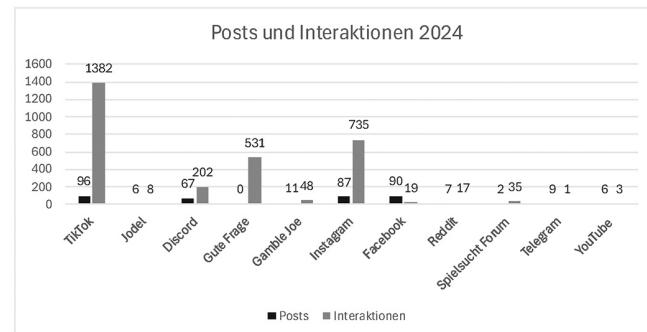


Abb. 3: Posts und Interaktionen 2024



Das Interesse sowie die Akzeptanz seitens der Nutzer:innen und der Betreiber:innen bzw. Moderator:innen digitaler Plattformen erweisen sich als bemerkenswert hoch. So wurden auf den Plattformen Gutefrage und Jodel gezielt die dort aktiven Streetworker:innen eingeladen, ein sogenanntes „Ask Me Anything“ (AMA) – ein themenspezifisches, interaktives Frage-Antwort-Format – durchzuführen. Allein auf Jodel beteiligten sich 79 Personen aktiv mit eigenen Fragen; die Zahl der passiv Mitlesenden lässt sich nicht exakt beiführen, dürfte jedoch deutlich darüber liegen.

V. Gelingende Online-Streetwork

Die nachfolgend zitierten Einschätzungen zweier Fachberater:innen veranschaulichen beispielhaft zentrale Erfolgsfaktoren und Herausforderungen der Online-Streetwork:

„Am wichtigsten erscheint es mir, neugierig zu sein und offen für die User, die oft noch weit entfernt davon sind, ein Beratungsanliegen zu haben. Sich auf deren Realität einzulassen und den einen oder anderen Denkanstoß zu geben. Gut ist es nach meinem Eindruck außerdem, häufig präsent zu sein, damit man in der Community bekannt wird.“

„Ich würde sagen, Online-Streetwork gelingt, wenn wir den Menschen auf Augenhöhe begegnen und über das Thema rund um Glücksspielsucht informieren, ohne aufdringlich zu sein.“

Die erfolgreiche Implementierung von Online-Streetwork setzt maßgeblich die Akzeptanz durch die jeweilige digitale

Community voraus. Streetworker:innen agieren in diesen virtuellen Räumen nicht als neutrale Beobachtende, sondern als externe Akteur:innen mit einem sozialarbeiterischen Mandat. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit eines reflexiven, kultursensiblen und partizipativen Zugangs, der sich durch Authentizität, Feinfühligkeit und einer konsequent auf Augenhöhe stattfindenden Kommunikation auszeichnet.

Zentral für den Aufbau tragfähiger Vertrauensverhältnisse sind transparente Rollenklärheit, institutionelle Verortung sowie ein professionelles Auftreten. Nutzer:innen müssen nachvollziehen können, welche Funktion die Streetworker:innen einnehmen, für welche Einrichtung sie tätig sind und welche Ziele mit ihrer Präsenz verfolgt werden. Gleichzeitig ist der Schutz der eigenen Anonymität – insbesondere im Kontext potenziell vulnerabler Zielgruppen – ein integraler Bestandteil professioneller Praxis im digitalen Raum.

Neben diesen sozial-kommunikativen Anforderungen bedarf es spezifischer medienpädagogischer und technischer Kompetenzen, ausreichender zeitlicher Ressourcen sowie einer hohen Frustrationstoleranz. Digitale Beziehungsarbeit ist ein prozesshaftes Geschehen, das häufig mit kleinen, schwer messbaren Fortschritten einhergeht. Wie eine Praktikerin es formuliert:

„Ich finde es wichtig, sich darauf einzustellen, teilweise vielleicht auch erstmal nur kleine Brötchen zu backen und nicht die breite Masse anzusprechen.“

Erfahrungswerte aus der Praxis zeigen zudem, dass eine frühzeitige Kontaktaufnahme mit Plattformbetreiber:innen oder Moderator:innen die Wirksamkeit digitaler Streetwork erheblich steigern kann. Idealerweise erfolgt eine explizite Befürwortung oder zumindest eine formale Zustimmung zur Tätigkeit. Fehlt diese Rückendeckung, kann dies nicht nur die Reichweite und Sichtbarkeit einschränken, sondern auch die Legitimität der Intervention infrage stellen.

VI. Fazit

Mit dem Projekt *Streetwork.Gambling* wurde ein innovativer Ansatz in der Suchthilfe etabliert, der digitale Zugänge nutzt, um zielgruppennah und flexibel zu agieren. Es zeigt

eindrucksvoll, wie sich Methoden der Sozialen Arbeit und Suchtberatung erfolgreich in digitale Lebenswelten übertragen lassen. Durch das aufsuchende Online-Angebot konnte ein niedrigschwelliger Zugang zur Suchthilfe für eine bislang schwer erreichbare Zielgruppe geschaffen werden. Zahlreiche Menschen mit Glücksspielkonsum wurden frühzeitig präventiv und interventiv erreicht, viele weitere über Risiken und Hintergründe aufgeklärt. Für die Landesstelle Glücksspielsucht in Bayern und ihre Streetworker:innen ist das Projekt mittlerweile ein unverzichtbarer Bestandteil der Hilfe- und Präventionslandschaft. Online-Streetwork erweist sich als zeitgemäße und wirksame Ergänzung zum bestehenden Hilfesystem – nicht als Konkurrenz. Der digitale Raum eröffnet der Sozialen Arbeit insgesamt vielfältige Chancen, insbesondere junge Menschen adäquat zu erreichen und zu unterstützen.

Summary

Streetwork.gambling is an innovative project of the Bavarian Coordination Center for Gambling Addiction (LSG) that transfers the classic streetwork approach to digital spaces. The program is designed for individuals struggling with problematic gambling behavior and utilizes social networks and online forums to deliver anonymous and accessible support. Two approaches are employed: the dissemination of targeted content and direct contact in online communities. The project has received financial support since 2023 as part of the DigiStreet program, which is a statewide initiative in Bavaria. In 2024, a wide range of individuals were reached through online outreach initiatives and streetwork efforts. The posts garnered over 118,000 views, and over 220 consultations were held. The implementation on the platforms Discord, GuteFrage, Jodel, TikTok and Instagram has yielded particularly favorable outcomes. The factors contributing to success included an authentic approach, clear role definition, and cooperation with platform operators. Online streetwork has been demonstrated as a promising addition to conventional addiction recovery methodologies, particularly for populations that are typically difficult to reach.

Wissenschaftliche Assistentin Hannah Wettstein, St. Gallen, und Projektleiterin Senior, Dr. Dörte Petit, Lausanne*

Geldspielwerbung in der Schweiz – ihre Wirkung auf Jugendliche und die gesetzliche Lage

Seit der Legalisierung von Online-Geldspielen 2019 in der Schweiz, werden diese aktiv beworben. Geldspielwerbung begegnet Jugendlichen heute überall – auf dem Handy, im Sportstadion oder über Influencerinnen und Influencer. Durch das ständige Sehen von Geldspielwerbung wird Geldspiel normalisiert – und insbesondere Personen, die bereits risikoreich spielen, dadurch zu noch riskanterem Geldspielverhalten animiert. Sport ist eine beliebte Plattform für

Geldspielwerbung. Dabei hinken die in der Schweiz geltenden Werberegulierungen, gerade bezüglich Jugendschutz, internationalen Standards hinterher, während Länder wie Belgien zeigen, wie es auch ginge. Dieser Beitrag basiert auf einem Bericht, den die Autorinnen im Mai 2024 veröffentlicht haben: 10.58758/rech169.

* Auf Seite III erfahren Sie mehr über die Autorinnen.