



# DIE STRATEGIEN VON GLÜCKSSPIELBETREIBERN DURCH DEN MARKETING-MIX DER 4 PS ENTSCHLÜSSELN

## EINFÜHRUNG

In der Schweiz legt das Geldspielgesetz die Altersgrenze für Glücksspiele auf 18 Jahre fest. Studien zeigen jedoch, dass Jugendliche im Alter von 16 Jahren ihren ersten Spieleinsatz tätigen. Zugegeben, die Marketingkampagnen der Glücksspielindustrie sind ausgesprochen aggressiv. Indem Sie dieses Thema mit Ihren Schülerinnen und Schülern durch die Brille der Werbung betrachten, werden Sie deren Kenntnisse erweitern und ihren kritischen Geist entwickeln, sodass sie besser in der Lage sind, den überzeugenden Botschaften der Spieleindustrie widerstehen.

## KENNZAHLEN

**192'000** Die Anzahl der von exzessivem Spielen betroffenen Personen in der Schweiz \*

**16** Das Durchschnittsalter beim ersten Spieleinsatz

**10** Der Multiplikationsfaktor: Zwischen 2014 und 2018 ist der Anteil von Jugendlichen mit riskantem und problematischem Spielverhalten von 0,4 % auf 4,5 % \*\* gestiegen

<sup>1</sup> Die Instrumente, die einem Unternehmen zur Verfügung stehen, um seine Ziele in seinem Zielmarkt zu erreichen (Kotler & Dubois).

\* Sucht Schweiz, Schweizer Suchtpanorama, 2021

\*\* Sucht Schweiz, Schweizer Suchtpanorama, 2020



## ZIEL

Dieses Arbeitsblatt zum Marketing der Geld- und Glücksspielbetreiber umfasst Themen und Übungen im Zusammenhang mit dem Marketing-Mix<sup>1</sup> der 4 Ps (product, price, place, promotion). Dabei werden unterschiedliche Ziele verfolgt:

- das Bewusstsein für die Strategien der Spielindustrie erhöhen, die verfolgt wurden, um Jugendliche anzuziehen und sie zum Spielen zu ermutigen;
- den Menschen die wirklichen Gewinnchancen bei Glücksspielen vor Augen führen;
- über den Begriff der Arbeit und des verdienten Geldes nachdenken.



## ZIELPUBLIKUM

Dieses Arbeitsblatt ist für Lehrkräfte bestimmt, die in ihren Unterrichtsstunden die Möglichkeit haben, Marketingaspekte zu behandeln, insbesondere:

- Lehrkräfte für Allgemeinbildung
- Lehrkräfte im Fach Wirtschaft und Gesellschaft
- Lehrkräfte im Fach Wirtschaft
- Lehrkräfte im Fach Marketing und Vertrieb
- Berufsbildnerinnen und Berufsbildner

## PRODUCT / DAS PRODUKT

Glücksspielbetreiber entwickeln Produkte, die auf Jugendliche zugeschnitten sind. Wir wissen, dass das Risiko, langfristig eine Glücksspielproblematik zu entwickeln, bei 15- bis 19-Jährigen drei- bis viermal höher liegt.

Überlegungen zur Studie «**Internet-Geldspiel in der Schweiz**»

**Tabelle 22, S. 70:** Der Anteil der gemässigten oder problematischen Spielerinnen und Spieler ist bei jungen Menschen deutlich höher: etwa 19,8 % bei den 18- bis 29-Jährigen verglichen zu 4,4 % bei den 50- bis 59-Jährigen. Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil an problematischen Spielerinnen und Spielern deutlich ab.

## ÜBERLEGUNGEN

### Wie sprechen die Betreiber Jugendliche an?

Initiieren Sie eine Diskussion mit der ganzen Klasse, bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, abwechselnd zu antworten, oder teilen Sie sie in kleine Gruppen ein und bitten Sie sie, ihre Ideen zu notieren. Fassen Sie anschliessend die Ergebnisse zusammen.

### Ein paar Anregungen

- Einsatz von dynamischem Design in Spielbanken und Werbekampagnen
- Verwendung von Fotos von Jugendlichen
- Werbung, die Jugendliche auf den sozialen Netzwerken anspricht
- Lockangebote zur Anmeldung, wie Bonusaktionen, kostenlose Spiele, attraktive Wettbewerbe usw.
- Entwicklung von Spielen, die sich insbesondere an Jugendliche richten: Sportwetten, Online-Poker
- Idealisierung des Lebens von kaufkräftigen Jugendlichen

### Konkrete Beispiele

- Die Websites sind farbenfroh, das Design der Spiele ähnelt dem von Cartoons oder Video-Games.
- Preise, die bei Wettbewerben angezeigt werden: neues iPhone, Nintendo-Konsole, Flachbildschirm, Traumreise, Auto usw.
- Bonus: Die Bedingungen, um die versprochenen Boni zu erhalten, sind oft schwierig zu erfüllen (z. B.: Bonus einmalig gültig für die dritte Einzahlung, wenn die Höhe bei mindestens 100 Franken liegt).
- Gigantische Beträge: «193 Millionen zu gewinnen»
- Traumhafte Inszenierung

### Beispiele für Websites

|                     |                           |
|---------------------|---------------------------|
| <b>jackpots.ch</b>  | Grand casino Baden        |
| <b>mycasino.ch</b>  | Grand Casino Luzern       |
| <b>casino777.ch</b> | Casino Davos              |
| <b>starvegas.ch</b> | Casino Interlaken         |
| <b>7melons.ch</b>   | Grand casino Kursaal Bern |
| <b>jeux.loro.ch</b> | Loterie Romande           |

## PRICE / PREIS

Spielen kostet viel Geld. Vier von fünf regelmässigen Spielerinnen und Spielern sind noch in der Ausbildung, und nicht selten sind es Schulden, die Jugendliche zum Glücksspiel treiben. Obwohl die meisten Spiele Erwachsenen vorbehalten sind, liegt das Durchschnittsalter für den ersten Einsatz bei 16 Jahren. Ein paar Erläuterungen:

- Bei Online-Spielen sind Klicks einfach und Anreize reichlich vorhanden. Hier fliesst das Geld schnell.
- Es wird vorgespiegelt, dass ein Gewinn zum Greifen nahe ist.
- Sobald die Kreditkarte registriert ist, wird das Geld eingesetzt, ohne dass sich die Spielerin/der Spieler dessen wirklich bewusst ist.
- Es gibt viele Zahlungsmethoden in Online-Casinos: Karten, Twint usw.

## ÜBERLEGUNGEN

### Stellen Sie mithilfe der Maslowschen Pyramide Überlegungen zu den Bedürfnissen an.

Die Hierarchie der Bedürfnisse ändert sich je nach Situation, in der sich eine Spielerin/ein Spieler befindet:

- ob sie/er die Miete nicht mehr bezahlen kann,
- ob sie/er die Familie anlügt,
- ob sie/er sich Geld leiht.

Problematisches Spielen hat eine Reihe negativer finanzieller, familiärer, beruflicher, sozialer und psychologischer Folgen.

Entdecken Sie die **10 goldenen Regeln** der Caritas, die Ihnen helfen, Ihre täglichen Finanzen zu verwalten

### Übungen

- Machen Sie eine Übung zur Budgetverwaltung (markieren Sie fixe und variable Kosten **Du spielst**).
- Listen Sie Freizeitaktivitäten auf und besprechen Sie das Freizeitbudget. Spielen ist Teil dieses Betrags.

### Überlegungen zur Studie «Online-Geldspiele: Eine Problematik mit wachsender Relevanz, auch wegen dem Verfliessen der Grenzen zu E-Game»

#### Ansehen

- **Tabelle 21, S. 69:** Junge Leute (18 – 29) geben im Schnitt 159 Franken monatlich für Online-Spiele aus, der Medianwert liegt jedoch bei 15 Franken. Wie erklären Sie sich das?  
(Wir können daraus schliessen, dass wir mit dem Begriff «Durchschnitt» vorsichtig umzugehen haben, denn es genügt, dass ein Jugendlicher eine besonders hohe Summe einsetzt, um den Durchschnitt nach oben zu treiben. Der Medianwert hilft, dies zu korrigieren.)
- **Abbildung 10, S. 72:** Der Anteil der Ausgaben gemässigter/problematischer Spielerinnen/Spieler variiert stark je nach Spiel. Während sie nur 16,7 % der Rubbellos-Spielerinnen und -spieler ausmachen, machen sie bei Poker 75,2 %, bei anderen Casino-Spielen 74 % und bei Sportwetten 51,7 % aus.

## PLACE / VERTRIEB, VERKAUF

Die Schweiz zählt 21 Spielbanken (Casinos). Seit dem Jahr 2019 entwickeln die Schweizer Casinos ihre eigenen Online-Casino-Internetplattformen. In der Westschweiz bietet die Loterie Romande Rubbelspiele in Kiosken, bestimmten Geschäften, aber auch online auf ihrer Website an. Zudem verwaltet sie elektronische Lotteriemaschinen, die in Cafés und Bars installiert sind.

### ÜBUNG

**Bitten Sie die Schülerinnen und Schüler, die Orte zu notieren, von denen sie wissen, dass dort Spiele gespielt werden.**

Gespielt werden kann ganz einfach und jederzeit, rund um die Uhr und die ganze Woche, über die verschiedenen digitalen Medien oder Einrichtungen.

#### Online-Casinos

- Die Startseiten von Websites werben mit der Verlockung des leichten Geldes, aber das stimmt nicht.
- Alles geht schneller als in einem traditionellen Casino, da es automatisiert ist. Hier teilt kein Croupier die Karten aus.
- Dabei kann man leicht die Zeit vergessen.
- Nicht nötig, sich zum Ausgehen herzurichten oder eine Fahrt (mit dem Auto, öffentlichen Verkehrsmitteln usw.) zu unternehmen.

#### Online-Spiele, live

Online-Casinos bieten Live-Spiele auf allen Endgeräten (Tablet, Telefon, Computer usw.) an, und zwar für eine breite Palette von Spielen:

- Dadurch wird das Spiel mit dem Croupier, den anderen Spielerinnen und Spielern usw. realistischer.
- Die Teilnehmenden tauchen ganz ein.

#### Sportwetten

- 50 % der Sportwettenspielerinnen und -spieler geben an, weniger als 15 Minuten pro Spielsitzung aufzuwenden<sup>3</sup>. Dennoch sind die Risiken aufgrund des einfachen Zugangs zum Spiel und der permanenten Verfügbarkeit über die digitalen Medien vorhanden.

**Denken Sie im Zusammenhang mit Geld- und Glücksspielen daran:**

- In den meisten Fällen verlieren wir.
- Das Ergebnis ist vom Zufall abhängig, es ist unkontrollierbar.
- Die Gewinnchancen stehen immer zu unseren Ungunsten.

<sup>3</sup> Al Kurdi C, Notari L, Kuendig H. Ein quantitativer, qualitativer und prospektiver Blick auf das Online-Geldspiel und seine Konvergenz mit Videospiele, 2019.

## PROMOTION / KOMMUNIKATION

Immer mehr Kampagnen im Bereich der Geld- und Glücksspiele richten sich an Jugendliche. Zwischen 2014 und 2018 hat sich der Anteil der Jugendlichen mit gemässigtem oder problematischem Risikoverhalten verzehnfacht, nämlich von 0,4 % auf 4,5 %<sup>4</sup>. Die Spieleindustrie investiert grosse Summen in die Gestaltung der Kommunikation. Auf der anderen Seite sind die Mittel, die für die Prävention aufgewendet werden, lächerlich gering, so dass es für die Präventionskreise schwierig ist, zu konkurrieren. Darüber hinaus sind die Botschaften der Spielindustrie ansprechender als die einer Social-Marketing-Kampagne (so wird eine Anzeige der Spielindustrie, die einen Gewinn von 192 Millionen Franken verspricht, reizvoller sein als eine Aufklärungskampagne einer Einrichtung zur Suchtprävention).

## ÜBERLEGUNGEN – ÜBUNGEN

### Zeigen Sie Werbungen von Glücksspielbetreibern und eröffnen Sie die Diskussion.

Was zieht die Aufmerksamkeit der Jugendlichen auf sich? Welcher Kanäle bedienen sich die Betreiber, um ihre Botschaften zu verbreiten? Warum gerade diese?

#### Werbe-Kampagnen von Swisslos: Ansehen

#### Kampagne «Spielen ist auch unterstützen» (Romandie):

#### Kaffeepause im Büro - Ansehen

#### Mädchen-Brunch - Ansehen

#### Valentinstag - Ansehen

- Die Clips richten sich an ein junges Publikum. Dies wird klar durch die Umgebung, die Schauspieler und Schauspielerinnen und die Situation, in der sie sich befinden.
- Der Eindruck, durch den Erwerb eines Rubbelloses Wohltätigkeitsorganisationen zu unterstützen, ist irreführend. Der Anteil, der an diese Organisationen geht, ist verschwindend gering.

#### Übung: SWOT\*-Analyse

Legen Sie den Schülerinnen und Schülern eine leere SWOT-Tabelle vor und bitten Sie sie, die Tabelle zur Entwicklung einer Präventionskampagne zur Aufklärung von Jugendlichen über die Gefahren der Geld- und Glücksspiele auszufüllen.

\* Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen), Threats (Gefahren)

- Die Werbungen betonen Spass, Geselligkeit und leicht verdientes Geld. Dabei werden nicht selten Prominente eingesetzt (Beispiel: Cristiano Ronaldo und Neymar für PokerStars).

### Warum gibt es Ihres Erachtens nach Mitgliedskarten in Casinos?

- Sie vermitteln dem Kunden das Gefühl, privilegiert zu sein.
- Das Casino arbeitet mit einem Belohnungssystem in Form von Treuepunkten.
- Das Casino kann Informationen über die Gewohnheiten der Kunden sammeln.

- Den Leuten wird vorgegaukelt, dass Spielen dasselbe ist wie Spenden.

#### Wessen sollten wir uns grundsätzlich bewusst sein?

- Influencerinnen und Influencer werden dafür bezahlt, in sozialen Netzwerken, auf YouTube usw. Werbung für Spiele zu betreiben.
- Sportwetten-Vorhersagen versprechen den Gewinn von leicht verdientem Geld.
- Überzeugende Kommunikationsstrategien verheissen Gewinne, Boni oder Zusatzspiele.
- Die Betreiber bedienen sich eines aggressiven Systems von Benachrichtigungen, die zum Spielen anregen.

#### Stärken

- Freiheit bei der Gestaltung der zu verbreitenden Botschaften
- Gesundheitsförderung und Prävention bei Jugendlichen
- Usw.

#### Schwächen

- Geringer Bekanntheitsgrad (Präventionseinrichtungen sind weniger bekannt als Betreiber wie die Loterie Romande oder Casinos)
- Geringer finanzieller Spielraum im Vergleich zur Glücksspielindustrie
- Spielsucht ist weniger ein Thema als andere Süchte wie Alkohol, Drogen oder Tabak
- Usw.

#### Chancen

- Der Spielmarkt wächst: immer mehr Spiele online
- Neue digitale Medien: Möglichkeit, online zu spielen, auf Smartphone, Tablet, Laptop usw.
- Usw.

#### Gefahren

- Das Geldspielgesetz: Sind Spielerinnen und Spieler ausreichend geschützt?
- Usw.

## AUS WELCHEM GRUND SPIELEN WIR?

- Zur Unterhaltung, um Geld zu verdienen, um vor Problemen zu fliehen, um Langeweile zu vertreiben usw.
- Geld- und Glücksspiele werden von Jugendlichen als Unterhaltung und kaum als Suchtmittel angesehen.

## Einige offene Fragen, die zur weiteren Diskussion anregen sollen:

- Haben Sie schon einmal eine Werbung für Geld- und Glücksspiele gesehen? Was hielten Sie davon? Wie sind diese Werbungen gestaltet?
- Warum könnten Sie in Versuchung geraten, zu spielen?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit Geld- und Glücksspielen gemacht?
- Sind Sie der Ansicht, dass Geld- und Glücksspiele gefährlich sein können? Welche Risiken sind damit verbunden?
- Bei welcher(n) Gelegenheit(en) würden Sie am ehesten spielen?

## Social-Marketing-Kampagnen

**Wallis:** [duspielst.ch](http://duspielst.ch) (auf Französisch: [tujoues.ch](http://tujoues.ch))

**Genf:** [leclidetrop](http://leclidetrop)

## ANREGUNGEN FÜR FRAGEN ZUM EINFÜHRUNGSQUIZ (WAHR/FALSCH)

**Mit einem Glücksbringer in der Tasche gewinnen Sie Ihr Pokerspiel garantiert.**

**Falsch.** Aberglaube animiert Spielerinnen und Spieler zum Spielen, erhöht aber nicht die Gewinnchancen

**Das Durchschnittsalter beim ersten Einsatz bei Geld- und Glücksspielen liegt bei 16 Jahren.**

**Richtig.**

**Minderjährige können online Geld- und Glücksspiele spielen.**

**Falsch.** In der Schweiz ist es nur Erwachsenen (ab 18 Jahren) gestattet, Online-Geldspiele zu spielen.

**Zwischen 2014 und 2018 hat sich der Anteil Jugendlicher mit gemässigtem oder problematischem Risikoverhalten verzehnfacht.**

**Richtig.** (siehe Schweizer Suchtpanorama)

**Glücksspielsucht hat es schon immer gegeben.**

**Richtig.** Richtig. Die schädlichen Auswirkungen haben sich seit dem Aufkommen der Spiele entwickelt und es wurde schon jeher davor gewarnt. (Link zum Arbeitsblatt Geschichte)