

Positionspapier zur Sportwettenwerbung im Umfeld von Sportgroßveranstaltungen

Risiken der Sportwettenwerbung und politische Handlungsbedarfe

04.06.2026

Vom 11. Juni bis 19. Juli 2026 findet in Kanada, Mexiko und den USA die FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2026 statt. Bereits bei der Europameisterschaft der UEFA 2024 stellte die Forschungsstelle Glücksspielsucht der Universität Hohenheim¹ eine massive Bewerbung von Sportwetten in direktem Zusammenhang mit den Spielen fest. Besonders auffällig war die Aktivität von Sportwettanbietern auf Social-Media-Plattformen, die besonders jüngere Personen ansprechen. Gerade diese sogenannte „organische Werbung“ ist in der Regel nicht als Werbung erkennbar, da sie augenscheinlich Informationen verbreitet, die nicht direkt auf Sportwetten hinweisen. Deshalb enthalten diese Beiträge auch deutlich weniger Warnhinweise bzw. Hinweise auf Altersbeschränkungen. Neutrale Informationen (z. B. Spielergebnisse, Spieltermine oder Informationen über Mannschaften und einzelne Sportler:innen) werden dabei genutzt, um den Bekanntheitsgrad des Anbieters zu erhöhen und indirekt das Wettangebot zu bewerben.

Neben dieser „organischen Werbung“ fand zusätzlich eine massiv ausgeweitete klassische Werbung rund um die im Fernsehen übertragenen Spiele statt, beispielsweise durch Werbeclips oder Bandenwerbung. Es ist davon auszugehen, dass bei der kommenden Fußball-Weltmeisterschaft 2026 der Werbeaufwand der Wettanbieter mindestens ebenso hoch sein wird wie im Jahr 2024.

Die allgemein zunehmende Bewerbung von Sportwetten, insbesondere aber im Zusammenhang mit Sportgroßveranstaltungen und deren Umfeld, suggeriert einen selbstverständlichen und normalisierten Zusammenhang von Sport und Sportwetten.

Vor allem junge, sportbegeisterte Menschen laufen Gefahr, zunehmend riskante Sportwetten abzuschließen. Die Meinung, sich in einer Sportart so gut auszukennen, dass Sportwetten lediglich ein zusätzlicher Weg sind, mit diesem Wissen schnelles Geld zu verdienen, ist weit verbreitet. Besonders sozioökonomisch schwächere Gesellschaftsgruppen sind zunehmend davon betroffen.²

Die massive Bewerbung, eine hohe Verfügbarkeit – besonders online –, ein früher Kontakt aufgrund unzureichender Alterskontrollen, interessenorientierte Inhalte sowie die Aussicht auf schnelle Geldgewinne verschärfen das Risiko einer frühen

¹ Vgl. SINGER, Johannes: Glücksspielwerbung während der UEFA Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland, 2025.

² Schütze, C., Kalke, J. Möller, V., Turowski, T., Hayer, T. (2023). Glücksspielatlas Deutschland 2023: Zahlen, Daten, Fakten. Institut für interdisziplinäre Sucht- und Drogenforschung, Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen, Arbeitseinheit Glücksspielforschung der Universität Bremen: Hamburg/Hamm/Bremen.

Suchtentwicklung. Die möglichen Folgen sind unter anderem hohe Verschuldung, soziale Isolation, familiäre Probleme, Kriminalität und psychische Erkrankungen – und dies bereits in einem frühen Erwachsenenalter, in dem eigentlich der Aufbau einer stabilen Lebenssituation im Vordergrund stehen sollte.

Zudem gefährdet die zunehmende Bewerbung von Sportwetten Menschen, die sich in Behandlung einer Sportwettsucht befinden oder nach einer Therapie ihre Glücksspielfreiheit aufrechterhalten möchten. Für diese Menschen wird es zunehmend schwieriger, Sportveranstaltungen zu verfolgen, ohne permanent an Sportwetten erinnert zu werden.

Aus diesen Gründen richtet der Deutsche Caritasverband e.V. mit der BAG CaSu – Caritas Suchthilfe folgende Forderungen an die politischen Verantwortlichen:

- 1. Werbeverbot von Sportwetten (analog zum Werbeverbot für Nikotinprodukte) in TV, Rundfunk und im öffentlichen Raum.**
- 2. Verbot von Sponsorenverträgen zwischen Sportwettanbietern und Sportvereinen (Trikotwerbung).**
- 3. Ausweitung des bestehenden Verbots von Werbung mit aktiven Sportlern und Funktionären auch auf ehemalige Sportler und Funktionäre.**
- 4. Jugendschutz und Alterskontrollen verlässlich und konsequent anwenden und kontrollieren.**
- 5. Ausweitung einer sicheren Finanzierung von Präventionsangeboten in Schulen und Sportvereinen.**
- 6. Verbindliche Aufnahme von Glücksspielprävention in die Ausbildung von Trainerinnen und Trainern in Sportvereinen.**

Sport ist für viele Menschen ein wichtiger und sinnstiftender Bestandteil ihres Lebens. Er fördert soziale Teilhabe und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Dies sollte bei Sportereignissen im Vordergrund stehen und mit allen Mitteln gefördert werden.

Ansprechpersonen

Thomas Abel

Leiter der Arbeitsgruppe Glücksspielsucht der BAG CaSu
Einrichtungsleitung bei Jugendberatung und Jugendhilfe e.V.
E-Mail thomas.abel@jj-ev.de

Anja Mevius

Leiterin der Geschäftsstelle
Caritas Suchthilfe – CaSu
Bundesarbeitsgemeinschaft der Suchthilfeeinrichtungen
im Deutschen Caritasverband

Klara-Ullrich-Haus
Reinhardtstraße 13
10117 Berlin

Telefon 0151 72090262
Sekretariat verwaltung.casu@caritas.de
E-Mail anja.mevius@caritas.de

Website www.caritas-suchthilfe.de