

Bündnis gegen Sportwetten-Werbung – Organisations-Team:

Kristina Schröder, Markus Sotirianos (Unsere Kurve e.V.)
Ilona Füchtenschnieder (Fachverband Glücksspielsucht e.V.)
Dr. Tobias Hayer (Universität Bremen)
Konrad Landgraf (Landesstelle Glücksspielsucht in Bayern)
Sophie Schmid (Präventionsprojekt Glücksspiel der pad gGmbH Berlin)

eMail: info@bgsww.de | Homepage: <https://www.bgsww.de>



PRESSEMITTEILUNG

Bündnis gegen Sportwetten-Werbung warnt vor Glücksspiel-Offensive rund um die Fußball-WM

Mit dem Ende der Vereinssaison richtet sich der Blick der Fußballfans auf die FIFA-Weltmeisterschaft 2026. Gleichzeitig setzt sich ein Trend fort, der aus Sicht des Bündnisses gegen Sportwetten-Werbung (BgSwW) zunehmend besorgniserregend ist: Die Präsenz von Sportwettanbietern im Umfeld des Sports wächst weiter – trotz der bekannten Risiken von Glücksspiel und Glücksspielsucht.

Sportwetten bleiben Glücksspiel. Dennoch werden sie immer stärker als selbstverständlicher Bestandteil des Sporterlebnisses inszeniert. Besonders problematisch ist dabei, dass Minderjährige und andere vulnerable Gruppen der Werbung nahezu schutzlos ausgesetzt sind.

Wann ist Werbung „übermäßig“?

Der Glücksspielstaatsvertrag sieht vor, dass Werbung für Glücksspielangebote nicht übermäßig sein darf. Angesichts aktueller Entwicklungen stellt sich jedoch die Frage, ob dieses Maß nicht längst überschritten ist. Aktuelle Beispiele verdeutlichen die zunehmende Verflechtung von Sport und Glücksspiel:

- Sportwettenanbieter treten als Partner von Sportförderorganisationen auf.
- Im internationalen Fußball werden wirtschaftliche Interessen der Wettbranche teilweise als Erfolgsfaktor für sportlichen Erfolg dargestellt.
- Zur Weltmeisterschaft 2026 werden Spiele über Plattformen von Sportwettanbietern zugänglich gemacht, wodurch die Verbindung von Sportkonsum und Wettangeboten weiter verstärkt wird.

Diese Entwicklungen tragen dazu bei, Sportwetten als normalen Bestandteil des Fußballerlebnisses erscheinen zu lassen – insbesondere für junge Fans.

Markus Sotirianos, Sprecher des BgSwW: „Die Sportwettbranche hat längst aufgehört, lediglich bestehende Nachfrage zu kanalisieren. Sie arbeitet mit Hochdruck daran, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen – und der Profifußball dient dabei als ideale Werbeplattform. Wer heute Fußball schaut, soll morgen wetten. Diese Entwicklung hat mit Spielerschutz nichts zu tun und steht im direkten Widerspruch zu dem Anspruch, die Bevölkerung vor den Risiken des Glücksspiels zu schützen.“

Vom Zuschauen zum Mitwetten

Sportwettenanbieter werben seit Jahren mit dem Versprechen eines intensiveren Sporterlebnisses. Die fatale Botschaft lautet: „Nur wer wettet, kann auch richtig mitfeiern.“ Besonders kritisch bewertet das BgSwW die wachsende Verknüpfung von Wettdaten, Streamingangeboten und Live-Sport. Dadurch sinkt die Schwelle zum Wetten weiter – mit Risiken insbesondere für junge Menschen.

Der Verweis der Branche auf Spielerschutzmaßnahmen greift aus Sicht des BgSwW zu kurz. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben ist keine freiwillige Zusatzleistung, sondern die Pflicht jedes legalen Anbieters.

Politik muss handeln

Das BgSwW fordert die Verantwortlichen in Bund und Ländern auf, den Schutz von Fußballfans und insbesondere Minderjährigen stärker in den Mittelpunkt zu stellen. Während über Gewalt und Pyrotechnik regelmäßig intensiv diskutiert wird, erhalten die gesellschaftlichen Folgen problematischen Glücksspielverhaltens vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit.

Die FIFA-Weltmeisterschaft 2026 darf nicht zu einem weiteren Meilenstein der Normalisierung von Sportwetten werden. Das BgSwW appelliert an alle Fußballfans, die Risiken von Sportwetten ernst zu nehmen und sich nicht von deren allgegenwärtiger Präsenz beeinflussen zu lassen.

Bündnis gegen Sportwetten-Werbung, im Juni 2026