

BVDW-Whitepaper zu Werberegelungen für legale Glücksspielangebote in Web und TV

„Whitepaper Werbung für Glücksspiel nach der Werberichtlinie zum Glücksspielstaatsvertrag“ / Überblick über Genehmigung, Gestaltung und Schaltung von Glücksspielwerbung

Düsseldorf, 2. Juli 2013 – Werbung für Glücksspielangebote unterliegt einer Reihe strenger Regelungen. Seit dem 1. Februar 2013 konkretisiert und regelt die sogenannte Werberichtlinie die Kriterien für erlaubte Glücksspielwerbung im Internet. Was die neuen Regeln für Werbedienstleister bedeuten, beschreibt das aktuelle Whitepaper vom Forum Medien- und Netzpolitik und dem Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. Das „Whitepaper Werbung für Glücksspiel nach der Werberichtlinie zum Glücksspielstaatsvertrag“ beleuchtet die Genehmigung, Gestaltung und Schaltung von Werbung für legale Glücksspielangebote auf Internetseiten und im Fernsehen. Die Publikation richtet sich an Dienstleister, die im Auftrag von Glücksspiel-Veranstaltern oder -Vermittlern Werbung gestalten, kommunizieren oder vermarkten.

„Die Werberichtlinie zum Glücksspielstaatsvertrag definiert die Möglichkeiten von Glücksspielwerbung innerhalb bestimmter Grenzen. Mit dem Whitepaper wollen wir Werbe- und Mediaagenturen sowie Vermarktern und anderen Dienstleistern einen ersten Überblick über die neuen Regeln geben“, erklärt **Dr. Joachim Jobi**, Rechtsanwalt und Leiter Medien- und Netzpolitik beim BVDW. Er hat zusammen mit **Matthias Wahl**, stellvertretender Vorsitzender des OVK im BVDW, das Whitepaper verfasst.

Inhaltsübersicht:

1. Anwendbarkeit der Werberichtlinie
2. Zulässige und unerlaubte Werbung
3. Erlaubte Werbekanäle
4. Ergänzende Pflichthinweise
5. Genehmigungsverfahren für Werbung
6. Sponsoring genehmigungsfrei erlaubt
7. Problem mit Verfahren und Genehmigungspraxis
8. Was passiert bei Verstößen gegen die erteilte Genehmigung?
9. Verhältnis der Werberichtlinie zu anderen Gesetzen und Regeln

Hintergrund zur Werberichtlinie zum Glücksspielstaatsvertrag:

Im Zuge der Revision des Glücksspielstaatsvertrages von 2011 (GlüStV, in Kraft getreten am 1. Juli 2012) haben die Bundesländer erstmals das Werbeverbot für Glücksspiel im Internet gelockert und die Kriterien für eine erlaubte Werbung im Internet detailliert geregelt. Die Einzelheiten dazu finden sich in der sogenannten Werberichtlinie. Die

Werberichtlinie gilt für alle Bundesländer, womit eine einheitliche Anwendung dieser Regeln für die Werbewirtschaft gegeben ist.

Download: „Whitepaper Werbung für Glücksspiel nach der Werberichtlinie zum Glücksspielstaatsvertrag“
<http://www.bvdw.org/mybvdw/media/download/bvdw-forum-mepo-wp-gluecksspiel.pdf?file=2804>

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_whitepaper_gluecksspielstaat_svertrag

Kontakt:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**