



# 1

## LEITFADEN ZUM WERBEKODEX

Die Zuständigkeit des Werberats ist medienübergreifend und gilt für sämtliche Formen der kommerziellen Kommunikation - online und offline. Erfasst ist Werbung zum Beispiel im Fernsehen, auf Plakaten, in Zeitungen oder Zeitschriften, im Radio, im Kino sowie Internet-/ Mobile-Werbung, Werbung in Sozialen Netzwerken, Sponsoring-Maßnahmen oder Werbung am Verkaufsort.

Um werbenden Unternehmen und Agenturen eine Orientierungshilfe zu geben, wo die Wirtschaft selbst die Grenzen bei der inhaltlichen Gestaltung von Werbung zieht, hat der Deutsche Werberat einen Leitfaden zu den zentralen Bestimmungen der verschiedenen Verhaltensregeln veröffentlicht.

**:: Der komplette Leitfaden ist abrufbar unter:  
[www.werberat.de/werbekodex](http://www.werberat.de/werbekodex)**

## Glücksspielregeln

Werbung für Glücksspiel muss ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden: Die Vorgaben des Deutschen Werberats stellen eine verantwortungsbewusste Verbraucheransprache sicher und schützen damit Glücksspielsüchtige und suchtgefährdete Personen.

Eine Ansprache von Minderjährigen ist generell nicht erlaubt.

## Verantwortungsbewusste Verbraucheransprache



**Glücksspielwerbung** kann auf die Affinität der Zuschauer zu persönlich favorisierten Sportlern oder einem Sportteam Bezug nehmen. Es darf jedoch nicht suggeriert werden, dass durch die Nähe zu einem Team ein Vorteil im Glücksspiel erreicht wird. Das positive Mitfiebern der Zuschauer bei Sportereignissen kann in der Werbung verwendet werden.



**Glücksspielwerbung** darf nicht suggerieren, durch vermehrtes Spielen könnten zuvor gemachte Verluste zurückgewonnen werden.





Es darf auch in der Werbung für Glücksspiel auch nicht der Eindruck erweckt werden, durch die Teilnahme am Glücksspiel könnten bestehende finanzielle Probleme gelöst werden.



## Sozialverhalten



**Menschen**, die nicht an Glücksspielen teilnehmen, dürfen mit der Werbebotschaft nicht abgewertet und/oder als sozialer Außenseiter dargestellt werden.



**Die** (erfolgreiche) Teilnahme an einem Glücksspiel darf nicht als ursächlich für sozialen Erfolg dargestellt werden.