

**Anfrage zur schriftlichen Beantwortung E-001710/2026
an die Kommission**

Artikel 144 der Geschäftsordnung

Emmanouil Fragkos (ECR), Galato Alexandraki (ECR), Tomáš Kubín (Pfe), Emil Radev (PPE), Jana Nagyová (Pfe), Diana Iovanovici Șoșoacă (NI), Șerban Dimitrie Sturdza (ECR), Zala Tomašič (PPE), Maria Zacharia (NI), Nikos Pappas (The Left), Claudiu-Richard Târziu (ECR), Waldemar Tomaszewski (ECR), Bert-Jan Ruissen (ECR), Sebastian Tynkkynen (ECR), Nicolae Ștefănuță (Verts/ALE), Georgiana Teodorescu (ECR), Lukas Mandl (PPE)

Betrifft: Werbung für Online-Glücksspiel

Die rasante Ausweitung der Werbung für Online-Glücksspiel, insbesondere über Plattformen der sozialen Medien, gibt Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich des sozialen Wohlergehens, der psychischen Gesundheit und des Schutzes von Minderjährigen.

Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass Online-Glücksspiel mit einer erhöhten Häufigkeit von Suchterkrankungen, Angstzuständen, Depressionen, Impulskontrollstörungen und finanziellem Ruin einhergeht und langfristige psychologische Auswirkungen auf die betroffenen Spieler, ihre Familien und ihr soziales Umfeld hat.

Werbung über Podcasts und Kurzvideos (Reels) sowie – leider – unter Mitwirkung bereitwilliger Influencer führt dazu, dass Opfer aus schutzbedürftigen gesellschaftlichen Gruppen, darunter auch Minderjährige, angeworben werden.

Die ständige Darstellung „erfolgreicher“ Vorbilder, die Normalisierung von Glücksspiel als Unterhaltungsform und seine Verknüpfung mit wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Erfolg wirken sich unmittelbar auf die Psyche von Kindern und Jugendlichen aus und prägen verzerrte Vorstellungen von Risiko, Zufall und Geld.

Gleichzeitig wird ein Großteil der Werbung für Online-Glücksspiel über algorithmisch ausgerichtete Werbeanzeigen in den sozialen Medien verbreitet, und zwar in Umgebungen, die hinsichtlich Altersüberprüfung, Inhalt und Häufigkeit der Darstellung nach wie vor weitgehend unzureichend kontrolliert werden.

Daher wird die Kommission ersucht, folgende Fragen zu beantworten:

1. Wie bewertet sie die Auswirkungen von Werbung für Online-Glücksspiel auf Suchtverhalten und psychische Gesundheit, insbesondere im Hinblick auf Minderjährige?
2. Beabsichtigt sie, strengere Vorschriften oder Beschränkungen für die Werbung für Online-Glücksspiel auf Plattformen der sozialen Medien vorzuschlagen?

Eingang: 27.4.2026