

13.10.2015

Pressemitteilung

„Legal nicht egal“ - Deutsche Automatenwirtschaft startet neue bundesweite Aufklärungskampagne

Der Dachverband Die Deutsche Automatenwirtschaft startet heute in Nordrhein-Westfalen seine dritte bundesweite Aufklärungskampagne. Mit Plakaten, TV- und Radiospots, Anzeigen, Onlinebannern und auf zahlreichen weiteren Kanälen will die Deutsche Automatenwirtschaft Ihre Verantwortung und ihren Einsatz für ein legales geregeltes Spiel und für einen aktiven Spieler – und Jugendschutz erneut deutlich machen.

Kein Spiel ohne Regeln – das ist die Kernbotschaft des „Drei-Wort-Ansatzes“ der neuen Kommunikation. Der Ansatz nutzt die typischen Spielwalzen, die dem Logo der Deutschen Automatenwirtschaft entstammen. In auffälligem Korall-Rot setzt er dabei ein klares Signal und kommuniziert eingängige und greifbare Aussagen, ganz spielerisch und ohne dabei zu belehren.

Das Hauptmotiv „Legal nicht egal“ macht klar, dass in legalen Spielhallen klare Regeln zum Schutz der Spielerinnen und Spieler gelten.

Mit weiteren Slogans wie „Nur ab 18“ und kein Bier hier“ erklärt die Deutsche Automatenwirtschaft, dass in Spielhallen nur Erwachsene spielen dürfen und der Ausschank und Verzehr von Alkohol streng untersagt ist. Die Kunden sollen mit klarem Kopf spielen – dies ist nur eine der Botschaften der neuen Kampagne.

„Unser Anliegen ist es, die Bevölkerung über die gesetzlichen Regeln aufzuklären, damit auch sie legale und illegale Angebote besser unterscheiden können. Wir wollen nicht mit illegalen Glücksspielanbietern in einen Topf geworfen werden und treten selbst aus eigener Überzeugung für einen wirksamen Verbraucherschutz ein. Wir klären darüber auf, was eine legale, eine gute Spielhalle ausmacht. Nur in legalen Spielhallen, die sich an Recht und Gesetz halten und die den Verbraucherschutz ernst nehmen, können Spielgäste gut und vor allen Dingen sicher spielen“, erklärt Georg Stecker, Vorstandssprecher der Deutschen Automatenwirtschaft.

Doch die Kampagne dient nicht nur der Aufklärung über Spieler- und Jugendschutzmaßnahmen. Auch die Rolle der Deutschen Automatenwirtschaft als Arbeitgeber und Ausbilder für junge Menschen wird mit dem Slogan „Viele gute Jobs“ thematisiert. Unter dem Dach der Deutschen Automatenwirtschaft sind über 70.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beschäftigt – mehrere hundert Jugendliche machen derzeit eine Ausbildung zum Automatenfachmann oder zur Automatenfachfrau.

Nach dem Start der Kampagne in Nordrhein-Westfalen folgen in den kommenden Tagen und Wochen weitere Bundesländer - zunächst Plakate in Niedersachsen, Baden-Württemberg und Berlin. Parallel dazu werden ab dem 19. Oktober in den jeweiligen Bundesländern Werbespots bei privaten Radiosendern wie beispielsweise den NRW-Lokalradios, Antenne Niedersachsen oder 104.6 RTL Berlins Hit Radio laufen. Die Plakate werden vor allem an zentralen Knotenpunkten wie Flughäfen, Bahnhöfen und Marktplätzen zu sehen sein.