

Tilman P. Gangloff: Große Straße? Sackgasse!

Beitrag aus Heft »2007/05: Bildung - Partizipation - Medien«

Pokern lag auch schon vor Casino Royale bei Jugendlichen voll im Trend, aber der letzte James-Bond-Film hat für einen regelrechten Boom gesorgt. Preiswerte Poker-Sets beim Discounter sind im Nu ausverkauft, Online-Adressen für Pokerspiele erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Auch im Fernsehen werden seit einiger Zeit regelmäßig internationale Poker-Wettbewerbe gezeigt. Sportsender DSF zum Beispiel (Marktanteil 2006: 1,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen) stieß mit Hilfe des live aus Monte Carlo übertragenen Turniers Poker Invitational sogar in die Zweistelligkeit vor (12,3 Prozent). Eigentlich erstaunlich, dass angesichts der Aufregung des letzten Jahres um die Sportwettenanbieter der TV-Poker bislang unbeanstandet geblieben ist; Glücksspiel ist schließlich Glücksspiel. Irrtum, sagen die Anbieter, denn die sind der Meinung, Poker habe durchaus mit Intelligenz zu tun. Das sieht man bei den Landesmedienanstalten zwar anders, aber rechtlich waren den Ordnungshütern offenbar die Hände gebunden. Jetzt probieren sie's auf einem anderen Weg: DSF und Das Vierte haben offizielle Beanstandungen erhalten. Darin geht es nicht um die Glücksspielfrage, sondern um mögliche Verstöße gegen Werberichtlinien. Tatsächlich betreiben die Poker-Sendungen so etwas wie Dauerwerbung. Beim DSF zum Beispiel war bis zuletzt in den morgens zwischen sechs und acht Uhr gezeigten Sendungen ein Hinweis auf den Internet-Poker-Anbieter Party-poker.net permanent präsent, weil das entsprechende Logo den Spieltisch schmückte.

Wann immer der Geber seine Karten aufdeckte, platzierte er sie sorgfältig unter dem Schriftzug. Der Sender könnte sich zwar damit rausreden, dass es sich um „vorgefundene Werbung“ handle, auf die man keinen Einfluss habe (vergleichbar mit der Bandenwerbung in Fußballstadien); trotzdem hält man bei der Gemeinsamen Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM), angesiedelt bei der Düsseldorfer Landesanstalt für Medien (LfM), „die Anzahl der Placements für frappierend“. Neben dem Verdacht der Schleichwerbung kritisiert die GSPWM, dass die Sponsoren von Sendungen dieser Art regelmäßig auch innerhalb der Formate Reklame schalteten. Das ist zwar mittlerweile gang und gäbe, formell in Deutschland aber nach wie vor untersagt. Ohnehin, resümiert ein Mitglied der Gemeinsamen Stelle, existierten diese Sendungen offenbar überhaupt nur aus einem Grund: um Reklame für Internet-Pokerangebote wie Pokerstars oder Partypoker zu machen.

Die Medienaufsicht erledigt mit ihren Beanstandungen, die wegen des Präzedenzcharakters der Angelegenheit nicht mit Bußgeldern verbunden sind, zwei Fliegen mit einer Klappe. Man sieht in Reklame dieser Art nicht nur eine Suchtgefahr, sondern auch eine gewisse Jugendgefährdung. Das Gratisangebot Partypoker.net zum Beispiel bezeichnet sich zwar als Pokerschule, bei der nur Spielgeld eingesetzt wird, doch bei Partypoker.com, nach Angaben des Veranstalters der „weltgrößte Online-Pokerraum“, geht es um Cash. Dort ist die Teilnahme erst ab 18 erlaubt, die Bezahlung erfolgt via Kreditkarte. Bei Pokerstars (de.com) verhält es sich ganz ähnlich. Nach Ansicht der LfM sind die Gratis-Websites nur „ein Lockvogelangebot für die Bezahlplattform: Sobald man sich registriert hat, kommt kurz drauf auch die Einladung für die kostenpflichtige Website“.