

# Jetzt X-mal mehr Durchblick.

## Neu

HORIZONT Newline:  
Maximal 10 Top-Stories  
des Tages in einem Newsletter!

Hier geht's zur Newline ▶



DEUTSCHE AUTOMATENWIRTSCHAFT

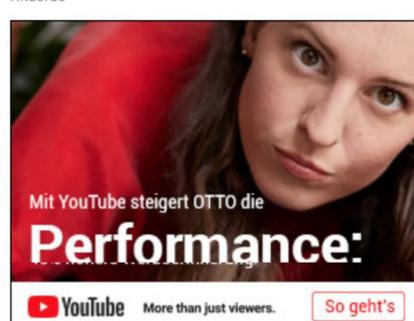
## Bastian Schweinsteiger wirbt für faire Regeln beim Glücksspiel

von Mehrdad Amirkhizi  
Mittwoch, 17. Oktober 2018



So sehen die Plakate mit Bastian Schweinsteiger aus

ANZEIGE



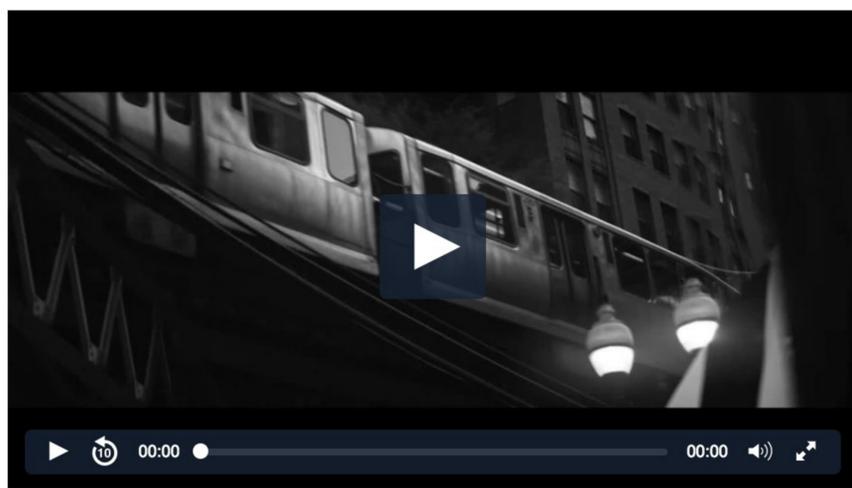
**Themenseiten zu diesem Artikel:**  
Bastian Schweinsteiger Automatenwirtschaft  
Glücksspielstaatsvertrag Testimonial  
Günther Schneider

Während die geplante Änderung des Glücksspielstaatsvertrags weiter auf Eis liegt, geht die Deutsche Automatenwirtschaft kommunikativ in die Offensive. Der Verband, unter dessen Dach mehr als 2000 Unternehmen organisiert sind, hat am Mittwoch eine neue Kampagne vorgestellt, die für legales und geregeltes Glücksspiel wirbt. Prominentes Gesicht des von der Hamburger Agentur Los & Co als Aufklärungskampagne konzipierten Auftritts ist Bastian Schweinsteiger.



Der Fußballstar spielt seit 2017 beim Club Chicago Fire in der US-amerikanischen Major League Soccer und setzt sich in den Motiven auf Anzeigen und Plakaten sowie in einem TV- und Kino-Spot für ein "sauberes Spiel ein – egal wo und was Du spielst". Damit will der Verband deutlich machen, dass sich die Mitglieder an seine fünf Regeln für Spielhallen halten – Zutritt ab 18, kein Alkohol, geschultes Personal, Spierschutz, geprüfte Qualität – und illegalen Anbietern das Wasser abgraben.

## Deutsche Automatenwirtschaft / Bastian Schweinsteiger



Die Kampagne läuft zunächst für vier Wochen, unter anderem auf reichweitenstarken TV-Sendern. Ein zweiter Flight ist für das Frühjahr 2019 geplant. Die Produktion des 50-sekündigen Werbepots verantwortete Markenfilm Crossing, Regie führte Pascal Heiduk. Angesprochen werden sollen, nicht zuletzt im Hinblick auf die Hängepartie bei der Änderung des Glücksspielstaatsvertrags, nicht zuletzt politische Entscheider.

ANZEIGE



Die Deutsche Automatenwirtschaft führt seit dem Jahr 2013 regelmäßig sogenannte Aufklärungskampagnen durch. In dem zuletzt geschalteten Auftritt wurde mit Motiven gearbeitet, die die Regeln für Spielhallen in der Optik von Spielautomaten in Szene setzten. Zu den Forderungen des Verbands im Rahmen seiner "Qualitätsinitiative 2020" gehören unter anderem biometrische Zugangskontrollen zu den Spielstätten.

Die für die aktuelle Kampagne mit Schweinsteiger verantwortliche Agentur Los & Co wurde Mitte 2017 gegründet. Sie kooperiert mit dem gleichnamigen norwegischen Anbieter, der dort vor kurzem zur "Agentur des Jahres" gekürt wurde. Die junge Hamburger Firma konnte sich den Etat der Automatenwirtschaft nach einem Pitch sichern. Die Geschäfte führen die beiden erfahrenen Werber Thomas Süßenbach und Günther Schneider (beide Kreation). Sie haben in der Vergangenheit unter anderem für Agenturen wie Grey, JWT, Ogilvy und Scholz & Friends gearbeitet. *mam*

