

Zielkonflikte und ethische Aspekte

Günther Zeltner

Erweiterte Fassung des Vortrags von der Fachtagung „Suchtprävention Glücksspiel in der Praxis“, Frankfurt am Main, 17.10.2017

Es scheint unausweichlich, dass wir uns beim Thema Glücksspiel mit ethisch moralischen Aspekten beschäftigen müssen. Offensichtlich gibt es bei den relevanten gesellschaftlichen Gruppen kein einheitliches Verständnis und auch keine förderliche Diskussionskultur. Die Zuschreibung „Gut“ oder „Böse“ strukturiert die gegenseitigen Bilder, so als müsse man sich entscheiden und dann auch Farbe bekennen, wie man es mit dem Glücksspiel halte.

Das Hilfesystem hat zumindest im Fremdbild ein moralisch hochwertiges Ansehen, ein gutes Image. Wer Menschen hilft gehört zu den „Guten“, Glücksspielanbieter dagegen je nach Produktbereich zu den „Bösen“. Wer wie die eva mit diesen kooperiert hat die Aufgabe und die Chance die eigenen moralischen Positionen zu reflektieren. Ich will deshalb auch Zielkonflikte und ethische Aspekte des Hilfesystems – parallel zu denen der Glücksspielbranche – thematisieren.

Inhalt:

1. Zwei Beobachtungen und Voraussetzungen
 - a. Konsum: Funktion und Fiktion
 - b. Normierung und Wertevielfalt / Werteverlust
2. Konsumgut Glücksspiel (aus Sicht der Anbieter)
 - a. Anforderungen an das Produkt
 - b. Produkt im Konsum – Konsummuster
 - c. Ertragsorientierung - Wertorientierung
3. Konsumgut Glücksspiel (aus Sicht der Hilfe)
 - a. Prävention zwischen Akzeptanz und Diskriminierung
 - b. Bild vom und Interaktion von Helfer – Patient
 - c. Verantwortung als Stakeholder
4. Handeln im Konkreten
 - a. Heuchelei
 - b. Geteilte Verantwortung
 - c. Zwischen Sollen und Können


1. Zwei Beobachtungen und Voraussetzungen

a. Konsum: Funktion und Fiktion¹

Uns allen ist gemeinsam, wenn auch nicht immer bewusst, dass wir unser Selbstbild, unsere Biografie, die Zugehörigkeit zu Gruppen, unsere Zufriedenheit und Lebensziele über die Teilhabe am alle Lebensbereiche umfassenden Massenkonsum definieren, ein Konsum der nicht mehr der Befriedigung von grundlegenden Überlebensbedürfnissen dient. Überflüssiger nicht am funktionalen Gebrauch orientierter Konsum - und in dieser Zuschreibung steht der Glücksspielkonsum in seiner geschichtlichen Tradition seit der Industrialisierung (zuvor war die Zuschreibung die der Sünde, des lasterhaften, gottlosen und auf Magie aufbauenden Treibens) ist also alltäglich und heute keine Besonderheit der Konsumenten von Glücksspiel.

Historische Phasen der Bewertung

Hauptbewertung	Epoche
<ul style="list-style-type: none">• Glücksspiel als Sünde / Todsünde• Glücksspiel als unerwünschtes Gut (demeritorisches Gut)• Glücksspiel als Konsumgut mit Risiken	<ul style="list-style-type: none">• Mittelalter• Neuzeit, Industrialisierung• Heute, Konsumgesellschaft

Evangelische Gesellschaft 

Seitdem das Konsumieren nicht mehr vom Hauptziel der Ernährung und Sorge für das Überleben geprägt ist, kommen ethische Fragen des Konsumierens in den Blick. Güter haben einen Gebrauchswert und darüber hinaus werden sie von den Produzenten (Stichwort: Marketing) und den Konsumenten (Stichwort Lifestyle) mit Bedeutungen besetzt und damit mit einem Zusatznutzen versehen. Die moralische oder allgemeiner formuliert die fiktionale Bewertung gehören bei allen Konsumgütern dazu und sind keine Besonderheit des Produktes Glücksspiel. Für den Käufer sind die Eigenschaften eines Produktes, die ihm einen zusätzlichen Nutzen versprechen oft wichtiger als der reine Funktionswert. Ein Haarwaschmittel vermag nicht nur die fettigen, schuppigen und strähnigen Haare zu säubern, nein es vermittelt darüber hinaus - je nach mittransportierter Fiktion - Sportlichkeit oder romantische

¹ Siehe dazu ausführlich Ullrich, 2013

Zwei Beobachtungen und Voraussetzungen

Stimmungen oder auch einfach Frischegefühle nach dem Aufstehen. Produkte vermitteln einen Lebensstil und auch noch in der Ablehnung bestimmter Waren (beispielsweise keine Produkte der PRIMARK Kette kaufen) kann man seine moralische Verantwortung als Konsument ausdrücken. Die Vielfalt und die Unterschiede im Ladenregal lassen sich nicht auf die funktionalen sondern eher die fiktionalen Anteile, die unbegrenzt erscheinen, zurückführen. Glücksspiel kann man als Prototyp eines Produktes ansehen, bei dem schon immer die fiktionalen Anteile wichtiger und auch umstrittener waren als die rein funktionalen. Folglich lassen sich heute bei einer Vielzahl von Freizeitprodukten Themen, Widersprüche und Verlaufsformen des Konsums feststellen. Das Glücksspiel hat seine Exklusivität als moralisch umstrittenes Produkt verloren. Die Diskussion kann und muss breiter angelegt sein. Vielleicht hilft dies zu einer Versachlichung und zu weniger Aufgeregtheiten.

b) Normierung und Wertevielfalt / Werteverlust

Auf eine zweite Voraussetzung möchte ich hinweisen:

Ich meine eine gegensätzliche, ja vielleicht sich widersprechende Entwicklung zu beobachten: Auf der einen Seite findet eine Diversifizierung (Zunahme der Vielfalt) unterschiedlicher Lebensformen und die sie begründenden moralischen Wertvorstellungen statt², auch bedingt durch die ständige Konfrontation und den Austausch mit anderen Kulturen, begleitet mit der Klage über den Verlust tradierter Werte und Vertrauen schaffenden Institutionen, auf der anderen Seite scheint es eine Zunahme der ethisch-moralischen Aufsicht und der Kontrolle über das zumindest der Öffentlichkeit zugängliche „korrekte“ Verhalten zu geben. Man könnte davon sprechen, dass es eine Pflicht zur Selbstsorge und die Zumutung zur Annahme der Fremdsorge beispielsweise in Form der Sozialtechnologien und ihrer Lebenshilfen gibt, die das Ausufern in der Vielfalt der Lebenspraktiken wieder ein zu zäumen versuchen. Wen oder welche Gruppe und welche Verhaltensweisen es dann trifft, scheint stark von massenmedialen Prozessen, von den jeweiligen Vorlieben und vielleicht von Zufallsprozessen abzuhängen.

Zugespitzt könnte man sagen, dass wir heute in unserer Lebensgestaltung unter dem Diktat der Entwicklungsbedürftigkeit und Entwicklungspflicht³ stehen. Diese hat die noch religiös geprägte Erlösungsbedürftigkeit von uns Menschen abgelöst hat. Nur scheint uns niemand mehr so recht eine allgemein akzeptierte Paradiesvorstellung vermitteln zu können.

² Z.B.: Sloterdijk, 1995, Seite 270

„In ausdifferenzierten Gesellschaften haben andere Leute regelmäßig andere Gedanken im Kopf. Den Psychotherapeuten fällt in solchen Gesellschaften die Aufgabe zu, dafür zu sorgen, daß die Einzelnen nicht zu weit in die pathogene Andersheit und Eigenheit ihrer Gedanken und Gefühle abdriften.“

Und das kann man auch für Lebensentwürfe und die sie stützenden Werte sagen.

³ Man erinnere sich an die Begriffe des „lebenslangen Lernens“ und der „Erwachsenensozialisation“.

Nach diesen beiden Vorbemerkungen zur Umwelt (Konsumgesellschaft), in der wir leben und zu den Gedanken (Wertediskussion), die wir uns darüber machen, komme ich nun zu dem ersten Punkt.

2. Konsumgut Glücksspiel aus Sicht der Anbieter

a) Anforderungen an das Produkt⁴

An ein Konsumgut lassen sich zwei grundsätzliche Erwartungen stellen: Erstens dass die erworbenen Produkte sicher im Gebrauch sind und zweitens sie die Bedürfnisse, zu deren Befriedigung sie dienen sollen, prinzipiell befriedigen. So dürfen verdorbene Lebensmittel nicht auf den Markt gebracht und von vornherein nicht funktionierende Geräte müssen vom Hersteller zurückgenommen werden.

Wie ist das bei Glücksspielen? Was sind die zu erfüllenden Bedürfnisse und welche Konsummuster führen zu Schäden?

Zur Abgrenzung und Verdeutlichung: Im aktuellen Präventionsdiskurs wird Tabak eher den Giften zugerechnet. Schon das Rauchen einer Zigarette sei (ist) für den Organismus schädlich, woraus dann entsprechende Begründungen und Strategien abgeleitet werden. Zwar wird Glücksspiel nicht als Gift gesehen. In manchen Beschreibungen der Intensivspieler werden aber Begriffe wie „Hot Mode“ oder „Game-Zone“ verwendet, die analog zum Giftbegriff verstanden werden. Ein Gefangensein des Konsumenten – in klinischen Begriffen traditionell als eine Form des Kontrollverlustes bezeichnet – ein Kleben am Produkt, eine Trance oder unfreiwillige Meditation wäre der Zustand der das Glücksspiel Gut bei manchen zu einem Übel macht.

Wir müssen uns bei der ethischen Bewertung des Konsums sowohl mit der Dosis, der Intensität und der Qualität des Konsums beschäftigen.

Bei Glücksspielen lassen sich durch deren fiktionalen Charakter unbegrenzte Bedürfniswelten ansprechen. Produkte sind so gut und für den Nutzer attraktiv, wie dieser seine Tagträume oder allgemeiner formuliert seine Phantasien und Vorstellungen in den Konsumprozess unterbringen kann. Der mögliche Gewinn von Geld, das allseits in Bedürfnisse befriedigende Waren umtauschbar ist, fördert diese Wirkung. Mit mehr oder weniger (Zufalls-) Glück wird der Konsum zum situativen (Wohlfühl-) Glück und bei manchen Lottomillionären sogar zum Lebensglück⁵.

⁴ Siehe zum Folgenden Assländer, 2006, S. 64 ff.

⁵ Hier könnte eine genauere Analyse des Begriffes Glück und des Glücksversprechens beim Glücksspiel ansetzen. In der deutschen Sprache wird ein Wort für unterschiedliches Glück verwandt. In anderen Sprachen, z.B. dem Englischen wird unterschieden: Luck (Zufallsglück, Glück haben), Pleasure (Glücksmomente erleben) und Happiness (dauerhaft im Glück leben).

b) Produkt im Konsum – Konsummuster

Geht man der Frage nach, ob Konsum glücklich macht, landet man bei der Untersuchung von Konsumverlaufsmustern⁶. Prinz und Pawelzik beschreiben vier Konsumpathologien, die wir teilweise aus der Beschreibung von Suchtverläufen kennen. Nimmt man diese von ihnen beschriebenen Muster, so kann man auf den Suchtbegriff verzichten⁷. Die Bedürfnisbefriedigung (Konsum macht glücklich oder zumindest zufrieden) über ein Produkt kommt an eine Grenze, in der eine weitere Dosissteigerung keinen Nutzen mehr zeitigt. Das nennen sie die statische und die dynamische Konsumabnutzung. Der kognitive Irrtum des Nutzers, der die Dosis oder die Dauer stetig erhöht besteht in einem Erwartungsfehler: der hedonistische Wert nutzt sich ab, es wird ein Grenznutzen erreicht, der in der Regel zu einem Wechsel des Konsumgutes führt. Die Fehleinschätzung führt letztlich zu einer Unzufriedenheit und zu einer Abschwächung der Wirkung. Toleranzentwicklung, Dosissteigerung und wahlloser Konsum von Stoffen oder Produkten wären die Fehlentwicklungen. Eine weitere Pathologie wäre der Versuch, dauerhaft Kontrolle über den Strom guter Gefühle zu haben. Diese hedonistische Kontrolle führt zur paradoxen Situation, dass eine dauerhaft gesicherte Bedürfnisbefriedigung, Lust ohne Unlust / Schmerz, Gewinn ohne Risiko / Verlust fade und langweilig wird. Wer das Scheitern nicht mit gelten lässt, verzichtet auf Lebendig Sein im Handeln. Die Bilder über das Schlaraffenland machen das mehr als deutlich. Die vierte Konsumpathologie wäre wieder ein Paradox: Wenn man Wohlbefinden als zusammengesetzt von Konsum und sozialem Rang versteht, dann führt die Statuskonkurrenz auch zu exzessiven Konsumausgaben (größeres und teureres Auto, Wohnung, Urlaubsreisen) nicht aber notwendig zu weiterer Befriedigung der jeweiligen Bedürfnisse.

Die Autoren formulieren Lösungsansätze wie aktives Tun statt nur Passivität, ausgewogene Bedürfnisbefriedigung, Selbstbindung (gemeint ist Selbsthemmung und Selbstkontrolle), der Verzicht Statuskonkurrenz über Konsum auszutragen (das fördert nur die allgemeine Verschuldung) und die Veränderung kultureller Praktiken generell. Man könnte sie als erste Hinweise für die Prävention von schädlichem Konsumverhalten verstehen.

Noch komplexer wird die Analyse von Konsumverhalten, wenn wir die Analyse von Entscheidungsheuristiken und Verhaltenstendenzen „Irrationales Verhalten kann rational sein“ einbeziehen⁸. anschauen. Ich will ihnen hier eine Auswahl möglichen Strategien oder Regeln

⁶ Vgl. dazu: Prinz, 2006, a.a.O, S. 46ff

⁷ Aber auch bei Prinz und Pawelzik wäre zu prüfen, ob man nicht ohne den Stigma verdächtigen Begriff der „Konsumpathologien“ auskommt.

⁸ Siehe dazu Reisch, 2011, S. 223 ff.

zeigen, die man bei Menschen festgestellt hat, die sich zwischen einer Vielfalt von Produkten entscheiden (müssen).

Entscheidungsheuristiken und Verhaltens-tendenzen (gekürzt nach Retsch/Hagen, 2011)

Mentale Verarbeitungskapazität	Ist begrenzt. Auswahl in der Suchphase erfolgt selektiv, wenige subjektiv relevante Kriterien sind unabhängig von objektiven Kriterien
Informationsüberflutung	Kann zu Verwirrung und Verweigerung der Informationsaufnahme führen. Faustregel: „sieben plus/minus zwei“ Informationen sind genug
Überangebot an Auswahl	Erste beste Option wird gewählt. Weniger Alternativen sind oft mehr.
Richtwerte / Ankereffekte	Systematische Verzerrungen bei Einschätzung der Zukunft
Informationspräsentation	Reihenfolge und Bewertung der Information als negativ oder positiv
Herdenverhalten	Bewirkt, dass wir Produkte kaufen, die andere – für uns wichtige – Menschen auch kaufen
Ermüdung der Selbstregulation	Besonders bei Entscheidungen, die hohe ethische Ziele implizieren. Selbstregulation ist bei nachhaltigem Konsum eine begrenzte Ressource
Kontrollillusion	Kontrollmöglichkeiten werden wahrgenommen, die real nicht gegeben sind. Erfolge werden den eigenen Fähigkeiten, Misserfolge der Situation oder dem Zufall zugeschrieben

Entscheidungsheuristiken und Verhaltenstendenzen (2)

Ausstattungs-effekte	Zögern, ein Gut aus dem eigenen Besitz wieder herzugeben (Endowment-Effekte)
Verlustaversion	Verlust werden stärker negativ empfunden als Gewinne positiv eingeschätzt werden
Beibehaltung von Gewohnheiten	Orientierung an früheren Kaufentscheidungen
Umgang mit Wahrscheinlichkeiten	Lässt Verbraucher objektive Risiken/Folgen einer Entscheidung nur unpräzise einschätzen und führt zu Entscheidungen ohne Berücksichtigung der Zukunft
Selbstüberschätzung	Überhöhte Selbstsicherheit bezüglich des eigenen Urteilsvermögens
Verzögerung / Verschleppung und Gegenwartstendenz	Mangelnde Selbstkontrolle und unzureichende Disziplin; die Gegenwart wird der Zukunft vorgezogen
Übertriebene Abzinsung	Gegenwart wird überbewertet, Zukunft stark diskontiert
Versunkene Kosten	Werden nicht berücksichtigt

Konsumforscher, die mit entsprechenden Befunden arbeiten, verweisen darauf, dass sich Menschen viel weniger rational im Sinne eines stimmigen Verfolgens ihrer Präferenzen entscheiden und sich auch nicht weit umfassender informieren, wie es z.B. das Leitbild des „gut informierten und zu selbstbestimmten Handeln befähigten und mündigen Verbrauchers“

unterstellt. Die beiden Tabellen zeigen vielfältige Mechanismen, mit welchen sich das scheinbar irrationale Konsumverhalten beschreiben und besser verstehen lässt. Auch hier besteht die Chance, dass man diese in der Prävention einsetzen kann.⁹

Was wäre bei aller Vorsicht angesichts der Komplexität des Konsumverhaltens an dieser Stelle der Analyse festzuhalten?

Da das Produkt Glücksspiel erst über den übermäßigen Konsum schadet sollte nur eine begrenzte Konsummenge pro Zeiteinheit verkauft werden. Zeit- und Mengenangaben wären zu definieren und zu vereinbaren. Auf der Ebene des Verhaltens wären Limitierungskonzepte zentral. (und wir haben diese ja in schon vorhandenen Regelungen und gesetzlichen Vorgaben).

Sehr viel schwieriger ist eine klare Empfehlung für die Qualität des Konsums, also das Ausmaß der Befriedigung durch die Glücksspielprodukte.

Als Beispiel lassen sie mich auf die Höhe des Jackpots bei Lotterien eingehen. Wenn wir darin übereinstimmen, ein produktimmanenter Wert von Lösen die Bildung von Tagträumen, also die Befriedigung des Wunsches nach Traumbildern wäre, dann wäre zu diskutieren, ob eine weitere Steigerung der Jackpots (Stichwort Lotterien in USA oder in Spanien mit ihren aus deutscher Sicht irrsinnig hohen Gewinnmöglichkeiten) zu einer verbesserten Befriedigung führt oder ob die dann möglichen Träume nicht andere Qualitäten wie Gier oder Maßlosigkeit zeitigen. Man kann diese Diskussion und Überlegungen dann gleichzeitig für das Thema der Managergehälter oder der Ablösesummen für Fußballprofis führen, womit deutlich wird, dass Entwicklungen nicht in einem gesellschaftlichen Bereich allein stattfinden.

⁹ Wie sinnvoll und angemessen scheinbar irrationales menschliches Verhalten verstanden werden kann, analysieren ausführlich Laslo Merö, 2000, Gerd Gigerenzer 2007 und Daniel Kahnemann, 2011

c) Zielkonflikt Wertorientierung – Ertragsorientierung

Wie lässt sich der Zielkonflikt zwischen Ertragsorientierung und ethisches Sollens-Ansprüchen im Glücksspiel beschreiben und welche Verlaufsformen entwickeln sich?

Die zentrale Kritik an den Spielerschutzkonzepten, die individuelles Wohl und Sozialwohlziele im Blick haben, ist, dass diese zu einer Verringerung des unternehmerischen Ertrages / Gewinns führen und dass diese angesichts der mangelhaften Kontrolle (ordnungspolitisches Ansatz) nicht umgesetzt werden. Es bestände für Unternehmer kein Anreiz, wirksame Spielerschutzmaßnahmen zu implementieren¹⁰. Oder, wie manche Präventionsfachleute sagen. Nur Präventionskonzepte, die den Unternehmen wehe tun („ Ertragseinbußen zur Folge haben“) wären sinnvoll weil wirksam.

Nun weist diese Argumentation zurecht auf den Zielkonflikt zwischen Ertrag und Spielerschutz. Schon allein die veröffentlichten aber nicht in der Fachöffentlichkeit diskutierten Angaben, wieviel vom Umsatz und Gewinn von exzessiven bzw. pathologisch spielenden Kunden generiert wird, zeigt die Problematik. Dabei spielt es erst einmal keine Rolle, ob dies wie von manchen für die Automatenbranche geschätzt 70% der Erträge oder vielleicht auch nur 30% sind, oder 10% der Erträge der Spielbanken und vielleicht 5% bei den Lotterien. Im Raumsteht der Vorwurf: die Glücksspielindustrie verdient ihr Geld mit kranken Menschen, indem sie dazu beiträgt, dass diese krank werden und dann möglichst lange weiterspielen.

Nun ist die Glücksspielindustrie nicht die erste und die einzige Industrie, die sich mit der ethischen Legitimität auseinandersetzen muss und dabei einen deutlichen Nachholbedarf hat. Wie lässt sich dieser Zielkonflikt beschreiben? Das folgende Modell zeigt die möglichen Konfliktkonstellationen¹¹.

Es lassen sich 4 mögliche Konstellationen definieren:

I. Positive Kompatibilität: das Unternehmen erwirtschaftet auf moralisch legitime Weise hohe Gewinne. Das ist der Idealfall.

II. Moralischer Konflikt: die unternehmerischen Aktivitäten versprechen einen hohen Gewinn, aber sie sind nicht moralisch legitim; zumindest ist die moralische Legitimität zweifelhaft. Große Teile der Glücksspielbranche werden so gesehen. Illegale Märkte und geduldete Teilmärkte (Sportwetten) haben zumindest latent diese Konfliktkonstellation.

III. Ökonomischer Konflikt: dieser ergibt sich dann, wenn ein Unternehmen auf eine moralisch legitime Weise handelt (oder handeln will), dabei aber keine Gewinne einfährt bzw. Verluste hinnehmen muss.

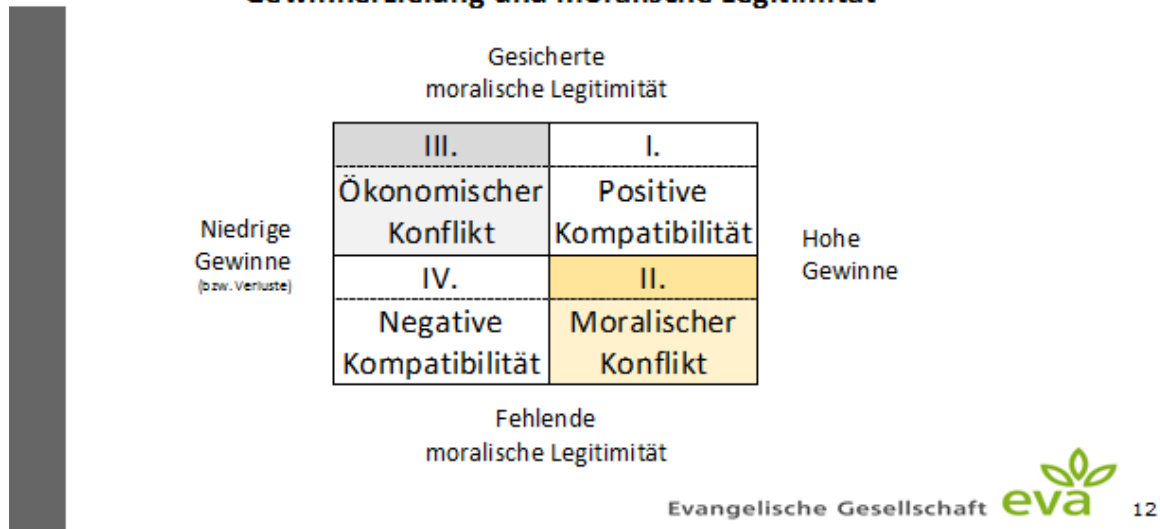
¹⁰ Siehe ganz aktuell Fiedler, 2017

¹¹ Siehe dazu Sautter, 2017, S. 586 ff.

IV. Negative Komplementarität: Unternehmerische Aktivitäten sind nicht moralisch legitim und sie verursachen Verluste. In der Regel sind diese Unternehmen nicht marktfähig; im Glücksspielbereich könnten sich staatlich subventionierte Glücksspielanbieter auch bei negativem Image eine Zeitlang am Markt behaupten, bis sie zumindest ihre ethische Legitimität verbessert haben.

Wertorientierung und Ertragsorientierung (Sautter 2017)

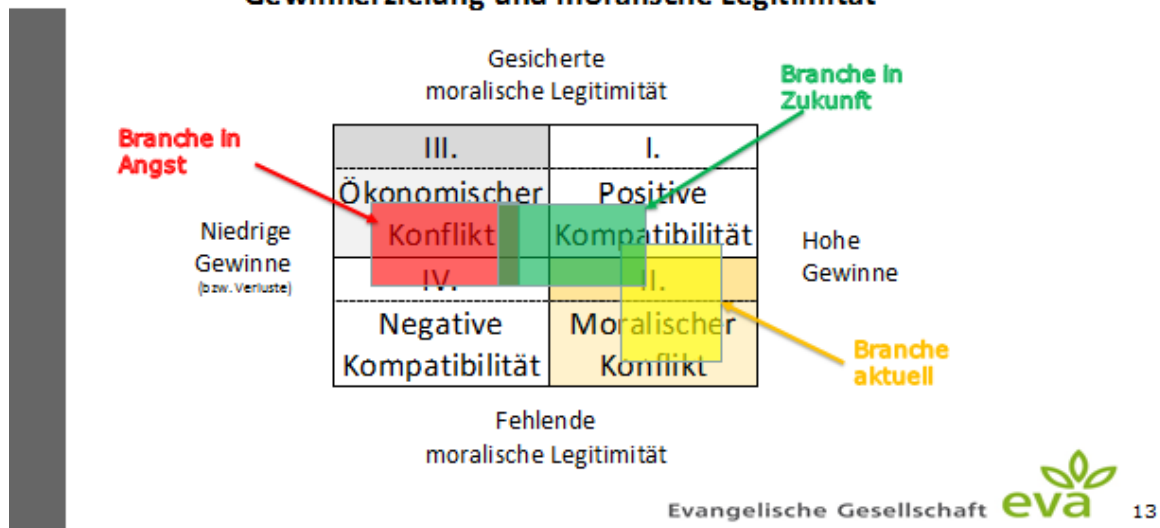
Gewinnerzielung und moralische Legitimität



Die Entwicklungsszenarien könnten wie folgt aussehen:

Wertorientierung und Ertragsorientierung (Sautter 2017)

Gewinnerzielung und moralische Legitimität



Konsumgut Glücksspiel aus Sicht der Anbieter

Zielkonflikt: Wertorientierung - Ertragsorientierung

Aus II. in III. Dies ist das „Angstscenario“. Die Glücksspielbranche unternimmt Maßnahmen zum Ausschluss pathologisch spielender Kunden. Sie verliert deren Umsatz und kann keine anderen Erträge, z.B. über zusätzliche Kunden generieren. So wird aktuell angesichts weiterer Eingriffe in den Markt der ökonomische Konflikt von der Automatenbranche beschrieben.

Aus II. in I. Optimal aber eher idealistisch. Diese Entwicklung kann gelingen, wenn die Ertragsrückgänge nicht so stark wie befürchtet sind, sich z.B. Kompensationen für die dem Spielerschutz geschuldeten Ertragsrückgänge ergeben. „Branche in Zukunft, Spielstätte der Zukunft“ wären die dazu gehörten Begriffe.

Aus III. in II. Bildet die Vergangenheit ab, ein starkes Wachstum („Goldgräberstimmung“) ohne Vorhandensein eines für die ethische Legitimität ausreichenden ordnungsrechtlichen Rahmens.

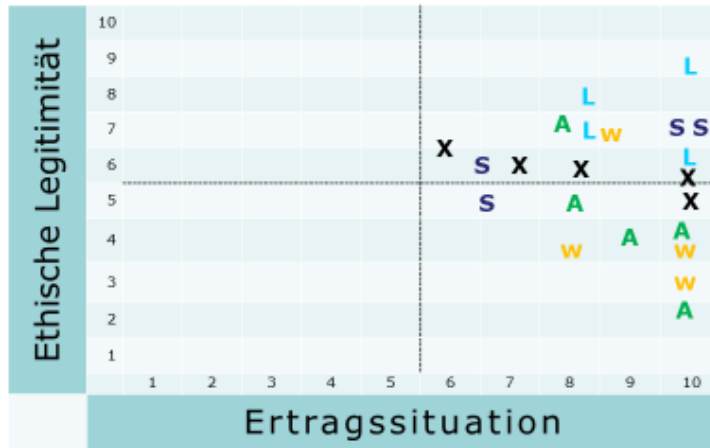
Aus III. oder I. in IV. Marktberreinigung. Ob tatsächlich ein Teil der Anbieter in den Bereich „negative Kompatibilität“ wandern wird, hängt wesentlich von externen Steuerungen, z.B. der Akzeptanz und Kontrolle von Standards durch Ordnungsbehörden ab und Brancheninternen Wettbewerbsbereinigungen (Vorgehen gegen Praktiken unlauterer Wettbewerber).

Sehr ausführlich referiert Sautter die Möglichkeiten der Konfliktbewältigung. An dieser Stelle begnüge ich mich mit dem Hinweis, dass „Initiativen zur Veränderung bestehender Ordnungsregeln“ auch ein Weg aber nicht der einzige ist, den er nennt. Wäre ich Unternehmensberater für die Glücksspielindustrie, würde ich den Vertretern die Lektüre dieser Vorschläge und Ideen empfehlen und sie dahingehend beraten.

An einer kleinen Befragung von Tagungsteilnehmer sind 20 Nennungen in der folgenden Grafik abgebildet. Die Ertragssituation der Glücksspielanbieter wird demnach mehrheitlich als hoch eingeschätzt, die ethische Legitimität streut dagegen deutlich auch hinsichtlich der jeweiligen Glücksspielsegmente.

- Glücksspiel insgesamt streut zwischen 5 und 6
- Lotterien haben den höchsten Wert 7,5
- Spielbanken liegen bei 6
- Sportwetten und Automatenwirtschaft bei 4

Ertragssituation und Ethische Legitimität
Umfrage Fachtagung (N=22)



1: niedrig - 10 hoch

Lotterien: L Spielbanken: S Automatenwirtschaft: A Sportwetten: W Gesamt.: X

3. Konsumgut Glücksspiel (aus Sicht der Hilfe)

a) Prävention zwischen Akzeptanz und Diskriminierung

Das Hilfesystem hat Zielkonflikte, die allmählich zumindest im Bereich der Prävention, weniger noch im Bereich Beratung/Behandlung diskutiert werden. Ein zentraler Konflikt ist der zwischen einer Akzeptanz des Konsumverhaltens mit all seinen Ausprägungen und der Diskriminierung des Konsums und der Exzesse der Nutzer. Im Bereich der Prävention ist dies ein Balanceakt. Ohne dass man nicht ein Stück weit das in den jeweiligen Präventionskonzepten adressierte Verhalten als unerwünschtes Übel etikettiert, würde die rechtfertigende Grundlage für eine Intervention fehlen. Wie kann man bei einer Risikogruppe, z.B. jungen Männern mit Migrationshintergrund Glücksspielprävention machen ohne die schon vorhandenen Stigmata zu verstärken? Schon die Nennung als jung, männlich, Migrant hat zumindest im Alltag stigmatisierende Wirkung.

Der Krankheitsbegriff war historisch gesehen eine Integrationsleistung. Erst 1969 wurde Alkoholismus versicherungsrechtlich als Krankheit anerkannt, pathologisches Glücksspiel dann im Jahr 2001. Sucht als Krankheit zu verstehen hat die Suchtkranken vor älteren und noch schlimmeren Zuschreibungen („haltlose und willensschwache Charaktere“) geschützt. „Aus ganz normalen Familien kommen ganz normale Suchtkranke“ war der Titel eines Plakates der Caritas in den 80er Jahren. Heute gibt es Anzeichen, dass die Selbsttypisierung als Suchtkrank (klassisch das 12 Schritte Programm der Anonymen Alkoholiker oder der Gambler Anonymous) an Attraktivität verloren hat. Die sprachliche Änderung in DSM V zu dem Begriff der „substanzbezogene Störungen“ kann man als einen weiteren Versuch sehen, den im Alltag noch immer weitverbreiteten und dort als Stigma erlebten Suchtbegriff hinter sich zu lassen. Das gelingt nicht¹². Begleitet und beeinträchtigt wird dieser Entstigmatisierungsversuch auch mit dem inzwischen sehr verbreiteten Modellen der Neurobiologie der Sucht, mit welchen ein schon überwunden geglaubter einseitig naturwissenschaftlich geprägter, stark auf das Somatische eingeschränkter Krankheitsbegriff etabliert wird. Und dies alles wird noch weiter gefördert durch die Befunde zur Komorbidität, sodass sich auch schon eingefleischte Psychiater fragen, ob sie ihren Patienten noch einen Gefallen tun, wenn sie ihnen die Ergebnisse ihrer Testbatterien mitteilen.

Eine Gegenbewegung kommt aus der Schweiz. So hat die Stadt Zürich einen Fragebogen zur Vorbeugung der Stigmatisierung im Rahmen von Präventionskonzepten entwickelt. Jede ihrer Präventionsaktionen wird damit überprüft, bevor sie eingesetzt wird. Auch in Deutschland ist vor kurzem ein Memorandum mit konkreten Vorschlägen veröffentlicht worden.

¹² Die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen verwendet zur Beschreibung der Alkohol produzierenden und damit handelnden Industrie auch gerne den Begriff Suchtmittelindustrie. Der Hinweis auf Lottoprodukten „Glücksspiel kann süchtig machen“ hat zum einen das Thema problematische Seiten des Glücksspiels weit in die Bevölkerung hineingetragen, gleichzeitig unterstützt diese ständige Aussage die Bildung von Vorurteilen und Stigmatisierungen.

Wenn wir diese Ideen auf das Glücksspiel übertragen könnten die folgenden Punkte Anwendung finden:

- Akzeptanz des Glücksspielkonsums (auch in Spielhallen)
- Akzeptanz der Motive, z.B. auch der Kompensationsfunktion durch Ablenkung, in Trance gehen etc.
- Mental Health / Public Health Ansätze in der Prävention fördern
- Übertragung von Konzepten aus anderen Konsumbereichen auf das Glücksspielverhalten

Im Züricher Fragebogen sind als Anforderungen an die Präventionsinstitutionen genannt:

- Offene Fehlerkultur: fördert die Fähigkeit, auch negative ungewollte Effekte suchtpreventiver Praxis zu besprechen und zu ändern.
- Verbindliche Tools zu Projektmanagement und Datenschutz, z.B. standardisierte Reflexionsfragen in Bezug auf mögliche Stigmatisierungseffekte (Qualitätssicherung)
- Konsequente Ressourcenorientierung: weg von defizitorientierten Sichtweisen; Wahrnehmung und Förderung der Stärken (Empowerment und Partizipation)
- Reflektierter Einsatz von Screening Instrumenten: sensibler Umgang im Bereich Screening von Risikogruppen; Kenntnis der Fehlerwahrscheinlichkeit und des Geltungsbereiches (siehe unsere Anmerkungen zu den Begrenzungen einer wissenschaftlichen Erkenntnis)
- Vertrauen schaffen durch Transparenz: Information über den Nutzen, Nebeneffekte, Persönlichkeits- und Datenschutz. Besonders bei benachteiligten Gruppen ist Transparenz und für diese verständliche Information wichtig.
- Allgemeine Entwicklungsförderung: statt von belasteten Risikogruppen eher von Entwicklungsaufgaben, die zu bewältigen sind ausgehen.
- Strukturelle Prävention nicht vernachlässigen
- Kooperationspartner einbeziehen: nicht die Aufgaben und Ziele anderer Gruppen, z.B. Polizei übernehmen.

b) Bild von Patienten und Interaktion Helfer - Patient

Es gibt im Glücksspielbereich keine Vertretung der Konsumenteninteressen. Das ist in anderen Konsumbereichen nicht so. Das Hilfesystem übernimmt diese Aufgabe und versteht sich oft als Sprachrohr der Patienten. Offensiv wird auch eine anwaltschaftliche Rolle beansprucht, die auch zu juristischer Unterstützung führt (Stichwort: Schadensersatzprozesse, wenn Glücksspielanbieter krankhaft spielende Gäste nicht vom Spiel entfernen). Demgegenüber steht die Vorgabe einer beratenden-therapeutischen Neutralität und Abstinenz. Die Fähigkeit zur Empathie im Sinne von Einfühlen, nicht aber die parteiische Übernahme der

Position des Patienten soll die therapeutische Grundhaltung sein. Freilich ist diese Vorgabe ein anzustrebendes Ziel, das in den Hintergrund treten kann, wenn man alltäglich mit den negativen Seiten des Glücksspielkonsums und den Schilderungen der Patienten über ihre Erfahrungen an den jeweiligen Spielorten betroffen und berührt ist, vielleicht keine eigenen Konsumerfahrungen hat oder aus persönlichen Gründen Glücksspielkonsum generell ablehnt.

Eine Lösung dieses Rollenkonfliktes der Hilfeinstitutionen vor Ort wäre die Übertragung der anwaltschaftlichen Aufgaben auf die Verbände der Suchthilfe.

Auch unterscheiden sich gelegentlich das Bild und die dem Patienten zugeschriebenen Fähigkeiten je nach dem Kontext. In der Therapie und in der Beratung wird die Eigenverantwortung und die Fähigkeit der Patienten zur persönlichen Änderung adressiert und vorausgesetzt, in der veröffentlichten Beschreibung der spielenden Klienten werden diese eher als dem Spiel passiv ausgeliefert, manipuliert beschrieben. Diese unterschiedlichen Zuschreibungen sind auch interessegeleitet. Sie gilt es auf ihre stigmatisierenden Anteile hin zu reflektieren.

Auch Selbsthilfegruppen können nicht die Interessen und Perspektiven aller Konsumenten von Glücksspielen vertreten. Das sind nicht ihre Aufgabe und auch nicht ihr Selbstverständnis. In der Tradition der Anonymen Alkoholiker wird deshalb die Außenvertretung an einen anerkannten mit den Konzepten der AA vertrauten nicht suchterkrankten Fachmann übertragen. Dem entgegen steht das Interesse, die eigenen Konzepte im Wettstreit der therapeutischen Interventionen zu behaupten, ein offener oder latenter Rollenkonflikt lässt sich dann nicht vermeiden.

c) Verantwortung als Stakeholder

Ein für die Prävention von glücksspielbezogenen Problemen nachhaltiger Ansatz, welcher mögliche Präventionsmaßnahmen in ein Gesamtkonzept integriert, ist der des verantwortungsvollen Spielens „Responsible Gambling“¹³. Die Mehrzahl der Vertreter des Hilfesystems lehnt die Kooperation mit Glücksspielanbietern ab und beteiligt sich nur zögerlich an einem Dialog. Sie stehen im Konflikt zwischen dem Einbringen der eigenen Kompetenz über Sucht, Suchtprävention, Förderung des Zugangs zum Hilfesystem durch funktionierende Kooperation und Vermittlung von Problemspielern und der Sorge, für die Zwecke der Glücksspielanbieter missbraucht zu werden. Bisher haben sich die großen Suchthilfeverbände wie die DHS oder der FAGS eindeutig gegen eine Kooperation ausgesprochen und vermuten, dass sie nur

¹³ Blaszczynski, Ladouceur & Shaffer, 2004

dazu benutzt würden, ordnungsrechtliche Regelungen, die in ihren Augen effektiven Spielerschutz erbringen könnten, zu verhindern¹⁴.

Der Nachteil dieser Position ist der Verzicht auf Einflussnahme auf Präventionskonzepte und die vertane Chance, Feldkompetenz zu erwerben. Auch lassen sich Standards für den Spielerschutz, die für eine Zertifizierung Bedeutung haben, zwar von außen formulieren; es bleibt aber fraglich, ob diese ohne Feldkompetenz umgesetzt werden oder umgesetzt werden können.

Die Haltung gegenüber Glücksspielanbietern ist häufig von starken negativen Emotionen begleitet, die mit vergangenen und gelegentlich auch noch aktuellen Erfahrungen der Abwertung und Manipulation zusammenhängen. Neue Erfahrungen in einer Kooperation zu machen könnte – so die Sorge – die Entschiedenheit der eigenen Position aufweichen und die Fähigkeit, deutliche Kritik an den Glücksspielanbietern, besonders an der Automatenbranche zu üben, beeinträchtigen. Dies gilt umgekehrt auch für eine Verweigerungshaltung mancher Glücksspielanbieter, sich von Betroffenenvertretern über deren Sichtweise informieren zu lassen oder deren persönliche Not zur Kenntnis zu nehmen.¹⁵

¹⁴ siehe dazu zuletzt die Position der Hessischen Landesstelle

¹⁵ Das hier angedeutete Dilemma ähnelt der Situation im Täter-Opfer-Ausgleich bei dem durch den unmittelbaren Kontakt der Täter mit den Opfern ihrer Straftaten Einstellungsänderungen erhofft werden.

4. Handeln im Konkreten

a. Heuchelei¹⁶

Es scheint so, als ließe sich in der öffentlichen Kommunikation zum Glücksspiel ein Grundmuster beobachten, das man Heuchelei nennen könnte. Mit meinen Bemerkungen will ich einige Formen dieser weit verbreiteten Kommunikationsfigur beschreiben, ohne Beteiligte an den Pranger zu stellen oder Positionen und Meinungen als Heuchelei zu demaskieren.

„Heuchelei (Hypokrisie) bezeichnet ein moralisch bzw. ethisch negativ besetztes Verhalten, bei dem eine Person absichtlich nach außen hin ein Bild von sich vermittelt, das nicht ihrem realen Selbst entspricht. Das zugrundeliegende Zeitwort heucheln stammt ursprünglich vom unterwürfigen ducken und kriechen (mittelhochdeutsch hüchen) des Hundes ab und wurde auf vorgespültes, schmeichelndes Verhalten übertragen.“ „Vorgeheuchelt werden „politische, religiöse, ethische Grundsätze, um vorwärts zu kommen, sei es aus Feigheit, des Brot-erwerbs oder der „Liebedienerei“ wegen.“¹⁷

Judith Shklar beschreibt in ihrem Buch „Ganz normale Laster“ als noch für alle Beteiligten erkennbare Form die „naive Heuchelei“, in der Taten und Überzeugungen, von denen die Person weiß, dass sie verkehrt sind, verheimlicht werden. Die Person spürt noch Gewissensbisse, die auf einen Wertekanon, der allgemein bewusst ist, beruhen¹⁸. Sehr viel interessanter ist für uns beim Thema Glücksspiel die „systematische, interaktive Heuchelei und Gegenheuchelei“, die letztlich ganz ohne Bezug auf einen vorgegebenen Kanon von Werten oder externen Instanzen auskommt. „Wir haben mit einer moralisch pluralistischen Welt zu leben, in der Heuchelei und der Hass auf sie miteinander verbunden ein eigenständiges System bilden“ (aaO, S. 75) und: „In dem nicht enden wollenden Spiel gegenseitiger Demaskierungen nimmt die Heuchelei ständig zu.“ (aaO, S. 80). Sie beschreibt verschiedene Spielarten und Ansatzpunkte der Heuchelei, die genutzt werden, wenn nichts Besseres zur Verfügung steht. Davon sollen einige, die für den Glücksspieldiskurs aktuell sind, dargestellt werden.

- Gemeinwohl gegen Partialinteresse

Die eigene Position als Vertretung eines Gemeinwohls zu behaupten eröffnet die Möglichkeit, andere Positionen als egoistisches Einzelinteresse zurückzuweisen. In diesem Spiel wird vorausgesetzt, dass das Gemeinwohl immer klar ist, und dass das Verfolgen des Partialinteresses sich gegen die Gemeinwohlziele richtet. Die Regierungen in liberalen Staaten definie-

¹⁶ Siehe dazu Shklar, 2014, S. 57ff. Neben der Heuchelei beschreibt sie noch weitere alltägliche Laster wie Grausamkeit, die sie an erster Stelle setzt, Snobismus, Verrat und Misanthropie (Menschenhass).

Die hier beschriebenen Spielarten vereinfachen die sehr komplexen Analysen von Judith Shklar.

¹⁷ Zitat aus Wikipedia: <https://de.wikipedia.org/wiki/Heuchelei> (20.10.2017)

¹⁸ So könnte man den Vorwurf mancher gewerblicher Lottovermittler an die staatlichen Lottogesellschaften, sie hätten die „Lottosucht“ erfunden, um das Lotteriemonopol zu rechtfertigen, dazu rechnen. Reagiert wird mit diesem Vorwurf freilich auf eine Aussage der Lottogesellschaften, die ihre Gemeinwohlziele auch mit dem Hinweis auf die besseren Schutz der Bevölkerung vor den negativen Folgen des Lottospielens begründen.

ren durch ihre Entscheidungen, welche Position mit dem machtvollen Segen des Staates zumindest eine Zeit lang für das Wohl der Allgemeinheit förderlich sein soll.

- Streben nach moralischer Dominanz

Sofern in einer Gesellschaft unterschiedliche aber grundsätzlich akzeptierte Wertvorstellungen aufeinander treffen, kommt es zur wechselseitigen Entwertung der Position des anderen, obwohl man vielleicht auch Ähnliches oder zumindest Einzelnes der gegnerischen Position teilt, historisch sogar häufig übernommen hat, dies aber nicht zugeben mag.

- Hohe Werte gegen Pragmatismus

Generell kommt man mit hohen und anspruchsvollen Werten fast notwendigerweise in den Konflikt, dass man mit diesen in ihrer Umsetzung scheitert oder diese nur begrenzt zu verwirklichen sind. Damit liefert man den sich pragmatisch verstehenden Kritikern hoher Werte fast notwendigerweise Ansatzpunkte für einen Heuchelei Vorwurf, bis dann die Pragmatiker selbst ihre übergeordneten allgemeinen Werte durch das pragmatische Handeln der anderen in Gefahr sehen und sich die Rollen umkehren.

- Aufrichtigkeit – das selbstgeschaffene und justierbare Gewissen

Diese sich selbst bewusste Spielform kommt letztlich ohne Bezug auf tradierte und codierte Ethiken aus. Hegel nennt dies die „Anarchie der Aufrichtigen“, denen die innerste subjektive Überzeugung genügt. Das Gewissen ist damit anpassbar, selbst gestaltbar. Im Grunde anerkennt, wer seine Aufrichtigkeit als wichtigste Begründung für seine Positionen setzt, die gegenseitige Heuchelei. Aufrichtig zu sein ist und bleibt rein subjektiv und kann niemanden abgesprochen werden. Auch die „die reinen Herzens sind“ schweigen nicht sondern haben ihre Vertreter und öffentlichen Fürsprecher.

- Rollenvielfalt versus natürliches Selbst

Man kann es für eine heuchlerische Verstellung halten, wenn eine Person in verschiedenen Kontexten unterschiedliche oder sogar sich widersprechende Rollen annimmt, viele Charaktere spielt und den Regeln verschiedener Gesellschaftsgruppen gehorcht, auch wenn man in der jeweiligen einzelnen Rolle kein besonderes Übel begeht. Sehr verbreitet ist das Ausspielen der öffentlich gelebten versus einer nur im Privaten sich zeigenden Rolle¹⁹. Wer Rollenvielfalt als moralisches Übel brandmarkt, nimmt für sich und andere ein unveränderbares inneres Selbst an, das sich dem äußeren Anpassungsdruck entzieht²⁰. Sehr verbreitet sind

¹⁹ Manches politische Bemühen in Wahlkampfzeiten ist der fast nie gelingende Versuch, sich in beiden Rollen konsistent darzustellen. Wer als Politiker damit übertreibt, wird gelegentlich so abgestraft, dass er seine politische Karriere beenden muss.

²⁰ Man kann die Demaskierungsbemühungen der Partei „Alternative für Deutschland“ gegenüber den etablierten Parteien auch als einen Versuch verstehen, diese Unterschiede im Rollenverhalten zu überwinden, auch ohne eine eigene neue Identität anzubieten.

auch selbstbewusste Rückzüge und Einengungen auf quasi naturgegebene Rollen wie Mann und Frau, Jung und Alt, Begabt und Unbegabt, Reich und Arm oder erworbene berufliche Rollen, die dann verallgemeinert werden und ihren Geltungsanspruch erweitern. Wer meint, nur aus einer Rolle heraus handeln zu können, verkennt die Ungleichheit in unserer Gesellschaft.

- Unsicherheit und Problemlösungsschwäche

Moralische Unsicherheit und das Gefühl, überfordert zu sein²¹, kann ein starker Ansatzpunkt für heuchlerisches Gebaren sein. Statt sich dieser bewusst zu sein, sie auch zu benennen und sich mit den sachlichen Positionen auseinander zu setzen, wird die Unsicherheit verharmlost oder verdrängt. Personen, die beharrlich auf die Mängel und Defizite hinweisen werden gerne übersehen oder als Nörgler oder Phantasten abgetan. Statt Probleme anzugehen verweist man auf ein „weiter so“ und beharrt auf den in der Vergangenheit erfolgreichen Konzepten.

- Unterhaltungswert der Heuchelei²²

Nicht zu unterschätzen ist der kommunikative und unterhaltende Wert der Heuchelei und Gegenheuchelei. Mit den Talkshows in den Medien haben sich dafür eine eigene Disziplin und ein Übungsfeld entwickelt. Funktional vergleichbar sind die traditionell bekannten Formen der Kampagne, das Gerüchte in die Welt setzen und der Einsatz von Fachexperten, die bei jeder Gelegenheit in den Informationsmedien ihre Kunst und ihr Können anbieten.

Heuchelei in dem hier verstandenen Sinne lässt sich in unserer liberalen Gesellschaft nicht vermeiden. Dies werden auch Initiativen²³, die die öffentliche Kontrolle verstärken, nicht verhindern können. Sie werden der Heuchelei eher neue Verlaufs- und Spielformen geben. Zu hoffen ist, dass die nüchterne Beschreibung der Spielformen der Heuchelei und die Anerkennung ihres Nutzens dazu führen, dass die Intensität und das Ausmaß der Heuchelei auch im Glücksspielbereich weniger wird.

Einen Beitrag dazu können auch die beiden folgenden Themen der „geteilten Verantwortung“ und der „integrativen Ethik“ leisten.²⁴

²¹ Ein aktuelles Beispiel ist die Diskussion über die Regulierung des Glücksspiels im Internet.

²² Diese Spielform wird von der Autorin nicht explizit angeführt. Sie bringt aber zahlreiche Beispiele aus der Literatur, die in vielen Spielarten auch zur Unterhaltung zu zählen ist.

²³ Siehe z.B.: <https://www.lobbycontrol.de/>

²⁴ Beide Themen wären es wert, umfassend entwickelt und diskutiert zu werden, eine Aufgabe für künftige Fachtagungen.

b) Geteilte Verantwortung

Die Grundlagen des Wirtschaftssystems Glücksspiel werden in der Regulierungsdebatte verortet. Bei den politischen staatlichen Institutionen liegt die Verantwortung dafür den normativen Rahmen vorzugeben. Unbestritten ist auch die Verantwortung der Unternehmen im Sinne einer Corporate Social Responsibility (CSR). Bei beiden lassen sich eine Vielzahl von Problemen, ungelöste Aufgaben und aktuelle Unzulänglichkeiten identifizieren. Die Verantwortung des Konsumenten wird zunehmend thematisiert (Consumer Social Responsibility²⁵). Stichworte wie nachhaltiger, moralischer oder politischer Konsum, das Leitbild des informierten Verbrauchers, zivilgesellschaftliche Verantwortung, die bis zu einem „Buykott“ führen kann, verweisen darauf, dass eine dritte Instanz Verantwortung übernehmen kann und muss.²⁶



Weniger klar ist die Organisation der zwischen den Instanzen notwendigen Aushandlungsprozesse. Es bleibt meist in der wechselseitigen Formulierung von maximalen Erwartungen. Vorwürfe und Enttäuschungen verhindern bislang einen systematischen Austausch. So kommt es häufig zu Verwechslungen, wer für welche Thematik Verantwortung übernehmen kann oder übernehmen sollte.

Konsumenten können hinsichtlich ihrer Fähigkeit sich frei und verantwortlich zu entscheiden sehr verschieden bewertet werden.

²⁵ Siehe dazu den Sammelband von Heidbrink u.a., 2011

²⁶ Siehe dazu auch das Verbraucherschutzkonzept des Düsseldorfer Kreises. Die zu Beteiligten werden in diesem Papier noch um das Hilfesystem und die Wissenschaft ergänzt.

Die diesjährige Auszeichnung des Verhaltensökonom Richard A. Thaler mit dem Wirtschaftsnobelpreis macht das Konzept des Nudging einer breiteren Öffentlichkeit bekannt.²⁷

Unter einem Nudge („Stups“) verstehen die Autoren eine Methode, das Verhalten von Menschen auf vorhersagbare Weise zu beeinflussen, ohne dabei auf Verbote und Gebote zurückgreifen oder ökonomische Anreize verändern zu müssen

Es wird angenommen, dass Menschen nicht die optimale Entscheidung für sich treffen könnten. Die Individuen würden ungesund essen, trieben weniger Sport, sparten zu wenig für die Zukunft und betrieben Prokrastination (extremes Aufschieben von an sich dringenden und wichtigen Dingen). Individuen handeln nicht rational, obwohl die rationale Beurteilung existierte. Durch die sogenannten „Nudges“ kann dies nach Thaler und Sunstein ausgeglichen werden. In einer Cafeteria wird zum Beispiel Obst und Gemüse auf Augenhöhe platziert, um Individuen zu bewegen, vermehrt gesundes Essen zu verzehren. In Pissoirs wird eine Fliege platziert, um die Sauberkeit zu fördern. Wenn solche Nudges vom Staat eingesetzt werden, spricht man vom sog. „libertären Paternalismus“.²⁸

Eine Konkretisierung im Spielerschutz wäre das Thema Limitierung und Ausschluss vom Glücksspiel.

Im Gesundheitswesen gibt es für bestimmte Entscheidungssituationen Ethikkommissionen. Deren Erfahrungen ließen sich möglicherweise auf den Präventionsbereich übertragen.

Mit einem Leitfaden „Ethisch entscheiden im Team“²⁹ hat der Caritasverband auf die Herausforderung im Sozialbereich reagiert. Teams erhalten in dieser Schrift Orientierung und können die Anregungen zu einer „ethischen Fallbesprechung“ in ihre Teamkultur aufnehmen.

²⁷ Siehe Thaler, 2009

²⁸ Kritisch dazu Sascha Lobo im Spiegel

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/nudging-sascha-lobo-ueber-das-prinzip-nudging-im-digitalen-zeitalter-a-1172423.html>

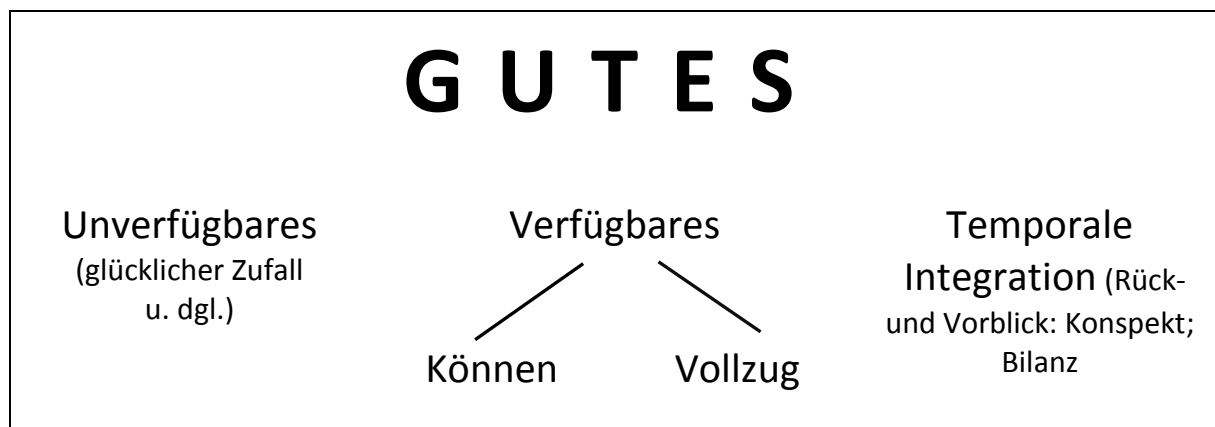
Auch Fiedler, 2017 verwendet diesen Begriff für seinen Vorschlag, die Umsetzung von Sozialkonzepten an unternehmensexterne Institutionen zu übertragen.

²⁹ Kostka u.a., 2009

c) Zwischen Sollen und Können

Für die ethische Diskussion im Glücksspielwesen reicht es nicht aus, sich auf einen gemeinsamen Wertekanon zu verständigen, der dann in den Regulierungsvorgaben rechtlich optimal zu konkretisieren wäre. Eine integrative Ethik wird ihr Augenmerk dazu auf das Gelingen und das Können richten und den Prozess das „Gute“ zu erreichen und das „Übel“ zu meiden oder zu minimieren analysieren. Was ein sinnvolles und gelingendes Leben ist, lässt sich wohl nur als Strebensethik und Werteethik zusammen beschreiben. Ausführlich hat sich Hans Krämer in seiner Integrativen Ethik dazu geäußert³⁰.

Mit sehr viel Vorsicht diskutiert er die Grenzziehung zwischen dem anzustrebenden „Guten“ und den „Übeln“. So lässt sich das Gute logisch in das Unverfügbare³¹ (wie glücklicher Zufall, auch Schicksal genannt) und das Verfügbare aufteilen, das Verfügbare wiederum in unsere Fähigkeit etwas prinzipiell zu Können und den tatsächlichen Vollzug, in dem wir das Können aktualisieren (a.a.O. Seite 158f.).



Die Dimension der erlebten Zeit (temporale Integration) weist darauf hin, dass wir in unserem Lebensvollzug und unserem Streben nach einem gelingendem Leben immer wieder Zwischenbilanz ziehen, am Ende des Lebens idealtypisch eine lebensgeschichtliche Bilanzierung hinsichtlich des Grades seines Gelingens oder Misslingens insgesamt vornehmen.

Die Grenze zwischen „Gütern“ und „Übeln“ in concreto lasse sich nicht allgemeinverbindlich ziehen. „Insbesondere gilt es anzuerkennen, dass es keinen speziellen Zielbegriff und kein Grund- oder Primärgut gibt, dem nicht gegebenenfalls – als Korrektiv, Kompensativum oder Substitut – seine Antithese zur Seite treten oder damit alternieren könnte: Wo es Selbststilisierung gibt, kann es auch bewußte Stilllosigkeit geben, und so auch den Verzicht auf Ver-

³⁰ Krämer, 1995

³¹ Pathologische Spieler wären so zu beschreiben, dass sie die Unterscheidung zwischen „Unverfügbarem“ und „Verfügbarem“ auf ihre sehr spezifische Weise machen und dabei das Gute verfehlen. Krämer sieht dann die Aufgabe der integrativen Ethik, Orientierung anzubieten. Auch wäre die Festlegung von Grenzgutem und Grenzübeln sinnvoll. Dies wären dann auch die Grenzen des sozial tolerierbaren.

wirklichkeit, Erhaltung, Steigerung oder >Glück<, ohne dass man deshalb zu Hilfsbegriffen eines defizienten oder höherstufigen Modus zu greifen brauchte..." (a.a.O. S. 156).

Es lohnt sich, diesen kategorialen Rahmen für die weitere Diskussion zu nutzen.

Literatur:

- Ackermann, U., Schmidt, H.J. (Hrsg), *Genuss – Askese – Moral. Über die Paternalisierung des guten Lebens*. Humanities Online, Frankfurt 2016
- Assländer, M.S., *Unternehmerische Verantwortung und die Rolle des Konsumenten*. In: Heidbrink u.a. (Hrsg.), 2011
- Blaszczynski, A./Ladouceur, R./Shaffer, H.D. (2004): *A science-based framework for responsible gambling: the Reno model*. Journal of gambling studies, 20 (3), 301-317
- Düsseldorfer Kreis, Initiative für Qualität und Verbraucherschutz im Glücksspielwesen. *Gemeinsames Verbraucherschutzkonzept für Glücksspiel in Deutschland*, 2016
http://www.duesseldorfer-kreis.de/wp-content/uploads/2016/05/Duesseldorfer_Kreis_Gemeinsames_Verbraucherschutzkonzept_2016.pdf (20.10.2017)
- Fiedler, I., Wilcke, A-C., Thoma, G., Ante, L., Steinmetz, F., *Wirksamkeit von Sozialkonzepten bei Glücksspielanbietern*, Springer, Wiesbaden 2017
- Gigerenzer, G., *Bauchentscheidungen. Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition*, Bertelsmann, München 2007
- Heidbrink, L., Schmidt, I., Ahaus, B. (Hrsg), *Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*, Campus, Frankfurt 2011
- Hessische Landesstelle für Suchtfragen, *HLS-Position zu Präventionsveranstaltungen der Glücksspielbranche, die sich auch an Suchthilfeeinrichtungen richten*, 2017
http://suchtfragen.de/dokumente/Landesstellenbrief/2017/2017-09/Landesstellenbrief_2017-09.pdf (20.10.2017)
- Kahnemann, D., *Schnelles Denken, langsames Denken*, Siedler, München 2011
- Koslowski, P., Priddat, B.P. (Hrsg), *Ethik des Konsums*. Wilhelm Fink Verlag, München 2006
- Kostka, U., Riedl, A.M., *Ethisch entscheiden im Team. Ein Leitfaden für soziale Einrichtungen*, Lambertus, Freiburg 2009
- Krämer, H., *Integrative Ethik*, stw 1204, Frankfurt 1995
- Memorandum. *Das Stigma von Suchterkrankungen verstehen und überwinden*.
http://www.dg-sucht.de/fileadmin/user_upload/pdf/aktuelles/Memorandum_text_Endfassung_layout.pdf (20.10.2017)
- Mérö, L., *Die Logik der Unvernunft. Spieltheorie und die Psychologie des Handelns*, Rowohlt, Reinbek 2000
- Priddat, B.P., *Moral als Kontext von Gütern. Choice and Semantics*, in: Koslowski u.a. (Hrsg.), 2006

- Prinz, A., Pawelzik, M., *Warum macht Konsum nicht glücklich?* In Koslowski u.a. (Hrsg.), 2006
- Reisch, L.A., Hagen, K., *Kann der Konsumwandel gelingen? Chancen und Grenzen einer verhaltensökonomisch basierten sozialen Regulierung.* In: Heidbrink u.a. (Hrsg.), 2011
- Ruschke, W.M., *Ethische Standards und Interessenkonflikte beim Fundraising aus theologischer Sicht.* GVS Partnerschaftlich, Infodienst 2/2007
http://www.sucht.org/fileadmin/user_upload/Service/Publicationen/Dokumentation/Doku_BSG06.pdf (20.10.2017)
- Sautter, H., *Verantwortlich wirtschaften. Die Ethik gesamtwirtschaftlicher Regelwerke und des unternehmerischen Handelns.* Metropolis, Marburg 2016
- Schivelbusch, W., *Das verzehrende Lebern der Dinge. Versuch über Konsumtion.* Carl Hanser Verlag, München 2015
- Shklar, Judith.N., *Ganz normale Laster,* Matthes & Seitz, Berlin 2014
- Sloterdijk, P., *Sphären I. Blasen.* Suhrkamp, Frankfurt 1998
- Stadt Zürich, Suchtpräventionsstelle. *Stigmatisierung. Zum Umgang mit Risiken und Nebenwirkungen der Suchtprävention.* Zürich 2012,
https://www.npg-rsp.ch/fileadmin/npg-rsp/Themen/Fachthemen/Suchtpraeventionsstelle_Stadt_ZH_2012_Stigma.pdf
(20.10.2017)
- Thaler, R. H., Sunstein, C.R., *Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt,* Econ, Berlin 2009
- Ullrich, W., *Alles nur Konsum. Kritik der warenästhetischen Erziehung.* Wagenbach, Berlin, 2013