

Lasst uns über Glücksspiel reden

Ein Leitfaden für milieu- und kultursensible
Veranstaltungen zu Glücksspielsucht

Entwickelt im Rahmen des Runden Tisches
„Migrationserfahrung + Glücksspielsucht“



Stand: Juni 2023

Der Leitfaden ist ein Ergebnis des Runden Tisches „Migrationserfahrung + Glücksspielsucht“, an dem Fachkräfte aus den Bereichen Glücksspiel, Migration und Sucht sowie die Selbsthilfe beteiligt waren. Alle Ergebnisse des Runden Tisches sowie weitere Informationen zu den beteiligten Organisationen finden Sie in der veranstaltungsübergreifenden Dokumentation.

Hinweis:

Zur Veranschaulichung der Aspekte, die in dem Leitfaden angesprochen werden, haben wir ein fiktives Beispiel für eine Organisation erdacht, die eine Veranstaltung zu Glücksspiel durchgeführt hat.



Das Beispiel findet sich jeweils in den grünen Kästen.

Inhalt

Einleitung	4
Kurze Einführung zu Glücksspielsucht	6
Milieu- und kultursensible Veranstaltungen	7
Analyse der Zielgruppe	7
Erreichbarkeit der Zielgruppe im Kontext von Kultur und Milieu	8
Veranstaltungen zu Glücksspielsucht	13
Glücksspiel und Kultur	13
Werbung	14
Anhang	15
In Kürze: Relevante Fragen rund um eine Veranstaltung zum Thema Glücksspielsucht	15
Adressen	17



Einleitung

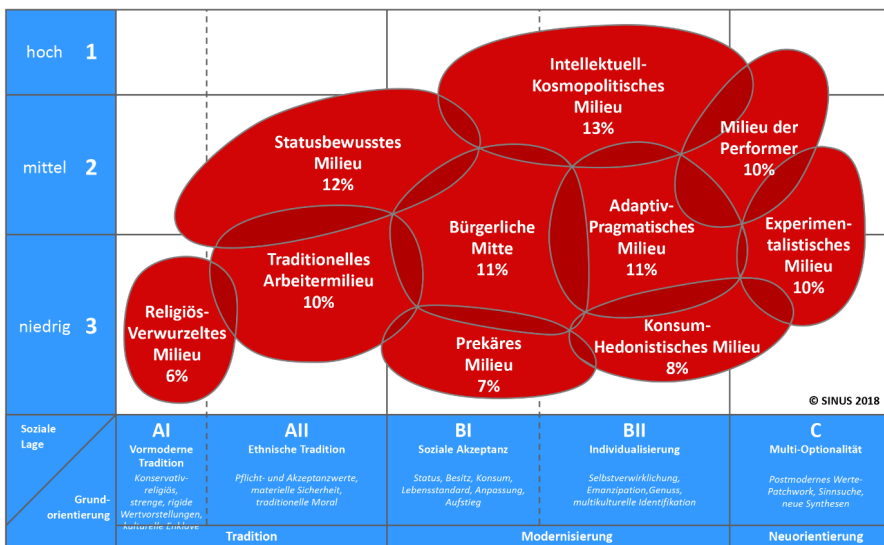
Dies ist ein Leitfaden für Organisationen oder Gruppen, die eine Veranstaltung zum Thema Glücksspiel suchen planen. Ein besonderes Augenmerk wird auf Veranstaltungen gerichtet, die sich überwiegend an Menschen mit nichtdeutschem kulturellen Hintergrund richten.

Die Haltung zum Glücksspiel ist auch kulturell geprägt und Veranstaltungen sollten an die jeweilige Zielgruppe angepasst sein. Menschen haben entsprechend ihrer Herkunft oft einen gemeinsamen kulturellen Hintergrund. Dazu zählt beispielsweise die Sprache, manchmal die Religion, aber ebenso bestimmte kulturelle Praktiken und Werte, die sich durch die jeweilige Herkunftsgesellschaft ziehen. Es finden sich auch relativ stabile herkunftsspezifische Einstellungen zu Glücksspiel und Glücksspielsucht. Allerdings verändert sich das Risiko von problematischem Glücksspiel nicht allein aufgrund kultureller Praktiken und Einstellungen, sondern ebenso durch Erfahrungen von Ausgrenzung und mangelnder Anerkennung. Weiterhin ist die Gruppe der Migrant_innen nicht homogen, sondern wird laut der SINUS Studien (siehe Abbildung) mehreren Milieus zugeordnet.

Neben dem kulturellen Hintergrund spielt das Milieu für Präventionsveranstaltungen zu Glücksspiel eine Rolle. Das Milieu setzt sich aus der sozialen Lage und der Grundorientierung zusammen. Das Schaubild soll verdeutlichen, dass es bei Menschen mit Bezügen zu denselben Herkunftsländern deutliche Unterschiede in Lebensstil und Einstellungen gibt. Um Präventionsangebote erfolgreich anbieten zu können, müssen der kulturelle Hintergrund, das Milieu und die Erfahrungen der Zielgruppe berücksichtigt werden.

Zum Glücksspielverhalten solcher differenzierter Zielgruppen ist wenig bekannt. Bekannt hingegen ist eher allgemein eine besondere Gefährdung durch Glücksspiel bei jungen, männlichen Migranten mit niedrigem Sozialstatus.¹

Neben dem Blick auf die „Probleme“ der Zielgruppe ist es wichtig, sich der eigenen Rolle in Bezug auf die Zielgruppe und in Bezug auf Glücksspiel bewusst zu werden.



Quelle: <https://www.sinus-institut.de/media-center/news/die-neuen-sinus-migrantenmilieus-2017-2018>

¹ Banz, M. (2019). GLÜCKSSPIELVERHALTEN UND GLÜCKSSPIELSUCHT IN DEUTSCHLAND.

Man hört häufiger den Satz: „Ich frag‘ für eine_n Freund_in“. Und auch, wenn ich davon ausgehe, dass die Person eigentlich für sich selbst fragt, spiele ich das Spiel mit und bleibe ganz bei dem_der Freund_in.

Sind Online-Zocker-Freund_innen richtige Freund_innen? In Zeiten der sozialen Medien ist bei jungen Menschen kaum ein Unterschied zwischen Online-Freund_innen und Freundschaften, die durch persönliche Kontakte entstanden sind.

Klient_innen träumen vom sozialen Aufstieg – auch durch Glücksspiel. Daher veranschauliche ich gerne, wie unwahrscheinlich das ist, und gehe der Frage nach, was die Menschen eigentlich brauchen – und wie sie das erreichen können.

Geteiltes Leid, halbes Leid? Beim Glücksspiel ist das Leid oft doppelt – für die Spieler_innen und für die Angehörigen. Denken Sie bei den Veranstaltungen auch an Angehörige und Familie.

Ein Gespräch ist mehr wert als 1000 Fakten. Der persönliche Austausch beinhaltet viel mehr, als reines Wissen zu vermitteln.

Ich sehe die Menschen immer als Expert_in für ihre Kultur und vor allem für sich selbst. Daher frage ich die Menschen direkt: Was bedeutet Glück für Sie? Die Haltung in verschiedenen Kulturen zu Glück und Glücksspiel ist sehr unterschiedlich. In der vietnamesischen Kultur z.B. ist das ganze Leben Glück.

Man muss das Thema proaktiv einbringen, dann wird man auch angefragt. Es braucht aber einen langen Atem.

Kurze Einführung zu Glücksspielsucht

Glücksspielsucht gehört nicht zu den bekanntesten Süchten wie Drogenabhängigkeit oder Alkoholismus. Das hängt jedoch nur bedingt mit der vergleichsweise geringen Verbreitung der Sucht zusammen, sondern vor allem mit der geringen Sichtbarkeit der Sucht und ihren Folgen. Etwa 2,3 % (1,3 Mio.) der Bevölkerung in Deutschland weisen eine Störung durch Glücksspielen auf.

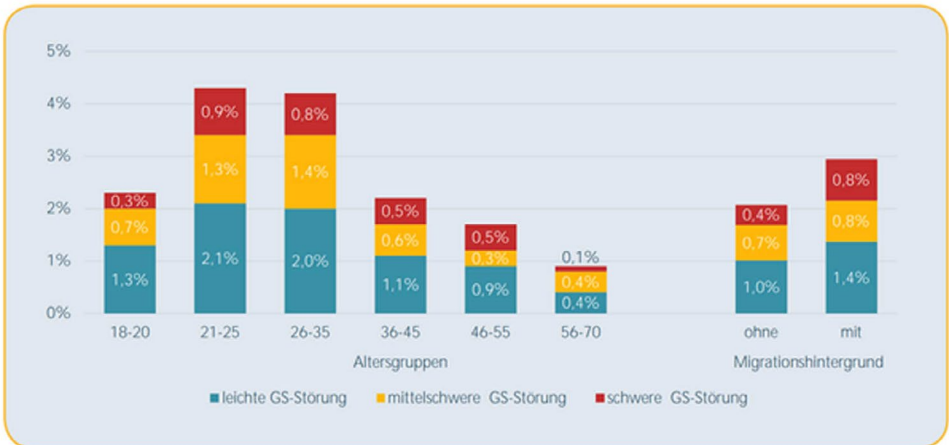


Abb. 2: Schweregrad der Glücksspielprobleme (DSM-5) nach Alter und Migrationshintergrund (Buth, Meyer, Kalke 2022, S. 35)²

Die Folgen der Glücksspielsucht sind gravierend. Mit der Sucht gehen sehr schnell der finanzielle Ruin, der Verlust sozialer Kontakte, Arbeitsplatzverlust und gesundheitliche Folgen wie psychosomatische Störungen und Depression bis hin zur Suizidalität einher. Darüber hinaus hat die Glücksspielsucht einer Person massive Auswirkungen auf die Menschen in der Umgebung, insbesondere die Familie, Freund_innen und Arbeitskolleg_innen. Obwohl Glücksspielsucht als Krankheit anerkannt ist, wird sie fälschlicherweise von Laien oftmals immer noch als Willensschwäche eingestuft und entsprechend nicht ausreichend ernst genommen. (siehe hierzu: www.fauler-spiel.de/Gluecksspiel)



² Buth, S., Meyer, G., & Kalke, J. (2022). Glücksspielteilnahme und glücksspielbezogene Probleme in der Bevölkerung

Milieu- und kultursensible Veranstaltungen

Was sind wichtige Punkte, die beachtet werden sollten, um Zielgruppen nicht-deutscher Herkunft erreichen zu können?

Der Sportverein Anadolu Futbol e.V. führt für seine Spieler_innen und weitere Vereinsmitglieder eine Veranstaltung zum Thema Sportwetten durch. Dieses Thema kam auf, weil Spieler_innen sich durch Sportwetten hochverschuldet hatten und sich ihren Trainer_innen anvertrauten.

Analyse der Zielgruppe



Vor einer Veranstaltung ist es sinnvoll, die Zielgruppe genau zu analysieren und die jeweiligen Besonderheiten herauszuarbeiten. Wichtige Aspekte dabei können mögliche Stigmatisierungs- und Ausgrenzungserfahrungen sein oder Erfahrungen mit Hierarchien. Es sollten auch mögliche Traumata in der Zielgruppe ins Auge gefasst werden. Dazu könnte auf Fachpersonen, die eng mit diesen Gruppen arbeiten, und/oder Personen aus dieser Community zurückge-

griffen werden. Es ist ebenso wichtig zu analysieren, aus welchem Milieu die Zielgruppe stammt: Handelt es sich z.B. eher um religiös-verwurzelte Menschen, um Konsum-Hedonist_innen oder eher um traditionelle Arbeiter_innen?



Weiter ist es entsprechend dieser und anderer kultureller Besonderheiten sinnvoll, das Verhältnis der Zielgruppe zu Glücksspiel(sucht) zu bestimmen. Die Haltung zu Glücksspiel und zu Glücksspiel-

sucht in der Zielgruppe bestimmt maßgeblich den Aufbau und die Durchführung der Veranstaltung. Es ist sinnvoll, nicht nur die Glücksspieler_innen als Adressaten im Blick zu haben, sondern auch die Angehörigen.

Die meisten Spieler_innen stammen aus dem türkischen Kulturkreis und sind eher einem niedrigen Bildungs- und Einkommensniveau zuzuordnen. Sie sind eher traditionell, teils religiös. Die Grundempfindung bei den jungen Spieler_innen ist von Ausgeschlossenheit aus der Mehrheitsgesellschaft geprägt. Durch ihren Sport glauben sie, evtl. über Fachwissen zu verfügen und überschätzen ihre Gewinnmöglichkeiten.

Erreichbarkeit der Zielgruppe im Kontext von Kultur und Milieu



Der Zugang zur Zielgruppe bzw. die Etablierung eines Themas ist leichter durch Personen zu erreichen, mit denen sich die Zielgruppe identifizieren kann oder die selbst Teil der zu erreichenden Gruppe sind. Hierzu eignen sich besonders Personen, die in der Gruppe anerkannt sind. Dies können Laien, Personen mit Familien-

zugang wie Stadtteilmütter, aber auch Funktionsträger wie Imame sein, die als Multiplikator_innen dienen können.

Die Erreichbarkeit ist hier am ehesten durch sportliche Vorbilder gegeben. Daher werden Vorbilder und/oder Trainer_innen aus dem Verein gewonnen, die für die Veranstaltung werben.

Jeder kulturelle Hintergrund, jede Zugehörigkeit zu einem Milieu, jede persönliche Geschichte und jede Persönlichkeit bietet Themen, die eine Erreichbarkeit durch Präventionsveranstaltungen zu Glücksspiel(sucht) beeinflussen. Hier werden einige benannt, die als relevant eingeordnet werden. Die Auflistung erhebt weder den Anspruch auf Vollständigkeit, noch ersetzt sie die genaue Analyse der Zielgruppe.

Scham- und Schuldgefühle



Ein zentrales Thema bei Glücksspielsucht sind Scham- und Schuldgefühle. Sie entstehen durch sozial-kulturelle Erwartungen und können je nach gesellschaftlichem Hintergrund unterschiedlich stark ausgeprägt sein. In Communities, in denen die Gesichtswahrung und Ehre, insbesondere Familienehre, besonders hohe Werte darstellen, spielt Scham eine noch größere Rolle.

Eine Möglichkeit, die Scham zu reduzieren, ist es, wenn z.B. sportliche Vorbilder bereit sind, offen über ihr eigenes, problematisches Spielverhalten zu sprechen.

Gesundheitsverständnis



Das Suchtverständnis der Zielgruppen sollte berücksichtigt werden. In vielen Communities wird Glücksspielsucht als Willensschwäche oder persönliches Versagen betrachtet. Entsprechend wird evtl. sogar eine Gesundheitsleistung z.B. durch Beratungsstellen, die Krankenkassen oder Rentenversicherungsträger gar nicht in Betracht gezogen. Vielmehr könne und müsse man diese

Willensschwäche durch eigene Kraft, durch Sich-Zusammenreißen bewältigen.

In der türkischen Community und auch bei Sportler_innen gelten Glücksspielsucht und andere psychische Erkrankungen manchmal als Willensschwäche. Das kann eine Hürde darstellen, sich Hilfe zu suchen und anzunehmen. In dieser Veranstaltung wird ein Youtube Video mit einem/einer bekannten Sportler_in gezeigt.

Verbindung mit anderen Themen

Für eine allgemeine Informationsveranstaltung ist es wichtig, dass das Thema in der entsprechenden Zielgruppe als relevant wahrgenommen wird. Durch die Unsichtbarkeit von Glücksspielsucht wird diese häufig nicht wahrgenommen und daher als irrelevant eingeordnet. Die Relevanz des Themas muss häufig erst vermittelt bzw. gezeigt werden. Die Verknüpfung einer Veranstaltung zu Glücksspielsucht mit einem in der entsprechenden Community als interessant und wichtig erachteten Thema könnte hilfreich sein.

Selbst wenn die Zielgruppe glücksspielaffin ist, wird sie das Thema unter Umständen nicht als relevant ansehen, weil sie glaubt, das Spielen im Griff zu haben. Um mehr Interesse zu wecken, wird das Thema an ein für alle Vereinsmitglieder interessanteres Thema angehängt, nämlich Wettmanipulationen.

Andere Sorgen



Selbst wenn Glücksspielsucht als relevantes Thema eingeordnet wird, steht es in Konkurrenz zu anderen Themen. Viele Menschen, insbesondere mit aktueller Zuwanderungs- oder Fluchterfahrung, haben sehr viel mit der Organisation und Bewältigung ihres Alltags zu tun. Eine Veranstaltung muss entweder eine Erleichterung für die Alltagsaufgaben bringen (z.B. Informationen über Unterstützungsangebote) oder so attraktiv sein, dass die wenige freie Zeit dafür genutzt wird.

Eine Veranstaltung zu Glücksspielsucht konkurriert mit anderen Aktivitäten und Verpflichtungen. Deshalb wird die Veranstaltung in einen interessanten Kontext eingebunden. So spielt eine türkische Hip-hop Band ein paar Stücke und ein türkischstämmiger Spieler von Hertha kommt zu der Veranstaltung.

Methoden



Die gewählten Methoden sollten immer an die Zielgruppe angepasst und - wenn es in den Kontext passt - unterhaltsam sein. In der Regel bietet es sich an, eine einfache Sprache zu verwenden und auf Fachausdrücke weitgehend zu verzichten bzw. diese falls nötig zu erklären. Bei Präsentationen sollte nur wenig mit Text und viel mit Bildern gearbeitet werden. Darüber hinaus sind auch Gruppenarbeiten möglich. Diese sollten im Voraus jedoch gut vorbereitet werden. Insbesondere bei Gruppen, bei denen sich die Personen noch nicht gut kennen, kann sich die

Zusammenarbeit in Kleingruppen eher schwierig gestalten und bedarf einer guten Anleitung.

Um die Zielgruppe gut zu erreichen, wird ein Mix aus spaßigen, spielerischen Methoden zur Verdeutlichung der Spielmechanismen angeboten und ein von Glücksspielsucht Betroffener eingeladen.

Sprache



Bei Veranstaltungen für Menschen mit Migrationserfahrung ist unter Umständen eine begrenzte Deutsch-Sprachkenntnis zu berücksichtigen. Um die Teilnehmenden gut abzuholen, kann bei Bedarf auf Muttersprachler_innen oder Dolmetscher_innen zurückgegriffen werden. Ob eine Veranstaltung auf Deutsch, mit Muttersprachler_innen oder mit Dolmetscher_innen durchgeführt wird, muss im Einzelfall entschieden werden. Alle Varianten haben Vor- und Nachteile. So bedeutet das Übersetzen oft einen Zeitverzug und eine Veranstaltung auf Deutsch gefährdet die

Es handelt sich überwiegend um in Deutschland aufgewachsene Menschen. Die Veranstaltung findet auf Deutsch statt.

Verständlichkeit. Wird die Veranstaltung von Muttersprachler_innen durchgeführt, kann es allerdings auch dazu führen, dass sich die Teilnehmer_innen eventuell nicht so gut öffnen können oder besonders große Scham verspüren aus Angst, die referierende Person könne schlecht über die Teilnehmenden urteilen. Ist bekannt, dass die Zielgruppe über gute Kenntnisse der deutschen Sprache verfügt, könnten ein Zeitverzug und evtl. Vorbehalte gegenüber Muttersprachler_innen vermieden werden. Spricht die Zielgruppe noch nicht ausreichend deutsch, könnte es sich anbieten, Veranstaltungen mit Deutschkursen zu verknüpfen. Zusätzlich könnten nach Möglichkeit Informationsmaterialien in der Muttersprache ausgelegt werden.

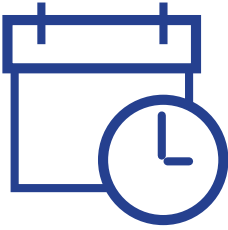
Setting



Veranstaltungen sollten die Teilnehmer_innen auch von der Gestaltung und Atmosphäre des Ortes her ansprechen. Empfehlenswert ist eine eher lockere oder gemütliche Atmosphäre, also eher Kaffee- bzw. Teerunden. Solche Formate erleichtern einen informellen Kontakt auf Augenhöhe.

Um möglichst viele zu erreichen, findet die Veranstaltung an einem für die Teilnehmer_innen bekannten Ort statt: im Vereinsheim.

Einbettung



Um das Interesse zu steigern, bietet es sich an, die Veranstaltung in einen größeren Kontext einzubinden: in eine bereits etablierte Veranstaltungsreihe, regelmäßige Treffen der Zielgruppe oder eine Veranstaltung, für die ein deutlich höheren Zulauf erwartet wird (das Prinzip einer Vorband).

Anadolu Futbol e.V. organisiert immer wieder Veranstaltungen zu verschiedenen Themen. Die Veranstaltung zu Glücksspiel wird als eine in einer Serie von Veranstaltungen eingeplant. Zusätzlich greift der Verein das Thema auch im Rahmen des nächsten Vereinssportfestes wieder auf.

Einige Geflüchtete spielen, um traumatische Ereignisse zu vergessen. Aber es gibt nicht DIE Personen mit Fluchtgeschichte. Jede Person ist einzigartig und individuell.

Kein Schubladendenken!

Bei Referent_innen, die nicht aus der Community stammen, kam einige Male die Rückmeldung: Du weißt doch gar nicht, wie das bei „uns“ ist. Seitdem versuchen wir, Leute aus der Community mit ins Boot zu holen und haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht.

Glücksspielsucht wird häufig als Willensschwäche und nicht als Krankheit verstanden. Deswegen weise ich immer und immer wieder darauf hin, dass Betroffene keine Schuld haben, ziehe Vergleiche zu anderen Erkrankungen und ermutige dazu, eine Beratung einfach mal auszuprobieren.

Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht, über einen anderen Zugang das Thema Glücksspiele anzusprechen. Was spielt denn Ihre Zielgruppe beispielsweise gerne? Oder welche Sportart ist gerade angesagt?

Veranstaltungen zu Glücksspielsucht

Veranstaltungen zu Glücksspielsucht müssen vor allem dem Umstand Rechnung tragen, dass diese Sucht ziemlich unsichtbar und damit nur gering im Bewusstsein der Bevölkerung verankert ist. Glücksspiel gilt landläufig als harmloses Vergnügen und hat zudem keine sofort einleuchtenden körperlich-gesundheitlichen Folgen. Zusammen mit dem Umstand, dass Glücksspielsucht noch wenig als sehr ernstzunehmende Krankheit wahrgenommen wird, führt das vor allem zu dem Problem, ein Publikum für eine Veranstaltung zu finden.

Es empfiehlt sich, Organisationen zur Prävention von Glücksspielsucht bei Planung und Durchführung von Veranstaltungen einzubeziehen (Adressen im Anhang).

Glücksspiel, Religion und Kultur



Es gibt deutliche kulturelle Unterschiede beim Glücksspiel. In einigen Kulturen besteht das ganze Leben aus Glück (vietnamesische Community), in anderen Kulturen ist Glücksspiel eher tabuisiert (islamisch geprägte Kulturen). Das Tabu bedeutet nicht automatisch, dass weniger gespielt wird, sondern kann bedeuten, dass vor allem weniger darüber gesprochen wird.

Bei dem Verein „Anadolu Futbol e.V.“ wird berücksichtigt, dass einige der Spieler_innen islamisch-religiös geprägt sind. Entsprechend wird besonders sensibel kommuniziert und das persönliche Spielverhalten nicht erfragt.

Werbung



Veranstaltungen müssen beworben werden, um Interesse zu wecken bzw. interessierte Leute zu erreichen. Für kultursensible Veranstaltungen sollten Flyer, Plakate oder andere Werbeträger mehrsprachig geschrieben sein. Das Design sollte der Kultur und dem Milieu entsprechend gestaltet sein. Es ist meist sinnvoller Menschen neugierig zu machen, freundlich und einladend zu werben als mit Angst und Vorwürfen. Das gilt auch für den Titel von Veranstaltungen, der nicht abschrecken oder dramatisieren sollte. Eine Zielgruppe wird dort erreicht, wo sie sich aufhält. Diese Orte können Sportvereine, Kulturvereine, religiöse Orte oder Ärzt_innen

aus dem Kulturkreis sein. Evtl. kann auch auf soziale Medien und Internet zurückgegriffen werden: z.B. nebenan.de, ein Stadtteilkalender, eine WhatsApp- oder Telegram-Gruppe. Orte mit der Möglichkeit, die Werbung diskret zu lesen (z.B. Toilette), bieten sich ebenfalls an.

Eine wichtige Werbung ist die mündliche Weitergabe, die innerhalb der Community erfolgt; die persönliche Einladung von Menschen, die man kennt und denen man vertraut.

In diesem Fall könnte die Werbung direkt im Verein stattfinden und das Lebensgefühl der Zielgruppe ansprechen: z.B. den Wunsch, gut Fußball zu spielen und zu gewinnen.

Anhang

In Kürze: Relevante Fragen rund um eine Veranstaltung zum Thema Glücksspielsucht

Ausgangssituation und Ziel:

Warum soll eine Veranstaltung durchgeführt werden?

Was soll erreicht werden?

Zielgruppe:

Wer ist meine Zielgruppe z.B. Betroffene/ Glücksspieler_innen, Eltern, Angehörige, grundsätzlich Interessierte?

Welche Ressourcen bringt die Zielgruppe mit, z.B. Bildung, soziales Netzwerk etc?

Muss auf sprachliche Besonderheiten geachtet werden?

Ja Nein
Wenn ja, auf welche?

Welche Rolle spielt das Thema aktuell?

Welche Rolle spielt Glücksspiel in der Kultur der Zielgruppe?

Hat die Zielgruppe Erfahrungen mit Glücksspielen?

Ja Nein
Wenn ja, auf welche?

Hat die Zielgruppe Vorwissen?

Ja Nein
Wenn ja, auf welches?

Kennen sich die Teilnehmenden untereinander?

Ja Nein
Wenn ja, woher?

Unterstützung:

Können Personen aus der Zielgruppe/Community bei der Veranstaltung unterstützen? Ja Nein
Wenn ja, woher?

Gibt es anerkannte Personen für die Zielgruppe (z.B. Iman)? Ja Nein
Wenn ja, wen?

Kann auf fachlichen Input von externen Organisationen zurückgegriffen werden (siehe auch Adressen)? Ja Nein
Wenn ja, auf wen?

Mögliche Einstiegsthemen in das Thema

Glücksspiel:

Umgang mit Geld/ Schulden/Finanzbildung

Wie funktioniert Glücksspiel in Deutschland?

Allgemeine Gesundheitsthemen

Erziehungsthemen

Präventionsveranstaltungen zu anderen Suchterkrankungen oder Drogen

Was Computer- und Glücksspiel miteinander zu tun haben

Veranstaltung zum Thema Sportwetten und Spielmanipulation

Bestehende Veranstaltungsreihen oder regelmäßige Treffen

Zukunftsvisionen

Rap/ Influencer_innen / bekannte Personen mit Glücksspielsucht

Setting:

Welches Setting wird gewählt?

Einladend, gemütlich? Ja Nein

Gibt es einen Treffpunkt, einen bekannten Ort für die Zielgruppe? Ja Nein

Werbung:

Wo bzw. wie wird die Veranstaltung beworben? Wie ist die Werbung gestaltet?

Persönlich, mündlich Einladend

Soziale Medien Diskret

In Lebenswelten der Zielgruppe Ggf. Mehrsprachig

Adressen

Hilfreiche Organisationen, die Sie bei der Planung und Umsetzung einer Veranstaltung unterstützen können:

Präventionsprojekt Glücksspiel (pad gGmbH)

- Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen sowie aufsuchendes, interaktives Workshopangebot (deutsch)
- kostenlose Präventionsmaterialien (deutsch, arabisch, englisch, türkisch, russisch, polnisch)



Webseite: www.fauler-spiel.de

E-Mail: praevention.gluecksspiel@pad-berlin.de

Café Beispiellos mobil (Caritas Berlin)

- Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen, z.B. als Referent:innen
- Beratungen in Deutsch, Arabisch und Russisch; mit Sprachmittler auch in Türkisch, Polnisch, Englisch und Vietnamesisch



Webseite: www.gluecksspiel-berlin.de

E-Mail: cafe.beispiellos.mobil@caritas-berlin.de

Weitere Anlaufstellen zum Thema Glücksspielsucht finden Sie unter:
<https://www.fauler-spiel.de/beratung-und-hilfe/#hilfeangebot>



Impressum:

Entwickelt im Rahmen des Rundes Tisches „Migrationserfahrung + Glücksspielsucht“.

Präventionsprojekt Glücksspiel | pad gGmbH

Charlottenburger Str. 2

13088 Berlin

Mit freundlicher Unterstützung der:

