Sportwetten und Sportvereine: Das Geschäft mit der Sucht

Dietmar Jazbinsek freier Journalist, Berlin

33. Jahrestagung des Fachverbandes Glücksspielsucht e.V. Berlin, 25. November 2021

Deklaration von Interessenskonflikten:

Der Autor hat keinerlei Honorare, Drittmittel oder sonstige Gelder von Lottogesellschaften, Sportwetten-Anbietern oder anderen Unternehmen der Glücksspielindustrie erhalten. Die Recherchen zum vorliegenden Beitrag wurden über die Neustarthilfe für Soloselbständige finanziert.

Vorschau

- Grundlagen: Die Ökonomisierung des Fußballs
- Das Sponsoring von Sportvereinen durch Wettanbieter
- Das Suchtpotential der Sportwetten
- Werbung für Sportwetten: Botschaften und Zielgruppen
- Suchtökonomie zwischen Regulierung und Liberalisierung

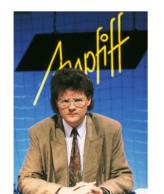
Marktdynamik bis zur Corona-Krise

Basisdaten Sportwettenmarkt	2014	2019	
Gesamtumsatz (in Mio. Euro)	4.520	9.280	
Sportwettensteuer (= 5% vom Umsatz)	226	464	
Bruttospielertrag	71	59	
Legale Sportwetten (in Mio. Euro)	portwetten (in Mio. Euro)		
Bruttospielertrag	661	1.292	
Geduldete Sportwetten (in Mio. Euro)		1.292	
Marktanteil stationärer Vertrieb	60 %	70 %	

Q: Deutscher Sportwettenverband; Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder

Die Ökonomisierung des Fußballs

→ TV-Vermarktung: mehr Einnahmen



RTL-Moderator Ulli Potofski

1988: Einstieg der Privatsender in die Bundesliga-Berichterstattung

Nach den Free-TV-Privatsendern machen Pay-TV und Streamingdienste dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk Konkurrenz. Die Folge: Unter den Sendern kommt es zu einem Bieterwettbewerb um die Erstverwertungsrechte. Die Einnahmen der Fußballverbände und –vereine durch die TV-Vermarktung steigen rasant an. Die Rechteinhaber wiederum setzen sich mit Erfolg für eine Ausdehnung der Anstoßzeiten ein.

•	Bis Ende der 1980er	Saison 2021/22
		1 Spiel am Freitag um 20.30 Uhr
		5 Spiele am Samstag um 15.50 Uhr
	9 Spiele am Samstag	1 Spiel am Samstag um 18.30 Uhr
	um 15.30 Uhr	1 Spiel am Sonntag um 15.30 Uhr
		1 Spiel am Sonntag um 17.30 Uhr
		(dazu englische Wochen mit Spielen
		am Dienstag und Mittwoch)

Die Ökonomisierung des Fußballs

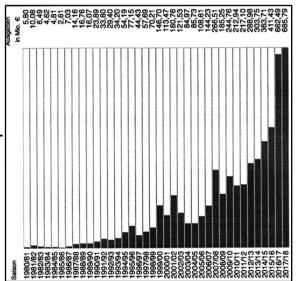
→ Transfermarkt: mehr Ausgaben



Jean-Marc Bosman Q: Grenzecho.net 15.12.2020

1995: Das Bosman-Urteil des Europäischen Gerichtshofs

Fußballprofis dürfen nach Auslaufen des Vertrags ablösefrei den Verein wechseln. Ausländerquoten sind unzulässig. Die Folge: Unter den Vereinen kommt es europaweit zu einem Bieterwettbewerb um die besten Spieler. Die Transferausgaben und die Spielergehälter steigen drastisch an.



Transferausgaben der Bundesligavereine 1980-2018 Q: transfermarkt.de

Die Ökonomisierung des Fußballs

→ Global Player: Ölscheichs, Oligarchen, Heuschrecken

1997: Ein ägyptischer Milliardär kauft einen englischen Fußballclub

Dank der Finanzspritzen der internationalen Investoren treiben englische Clubs die Transfersummen in die Höhe. Die Folge: Auch in anderen Ligen beginnt der Ausverkauf. Oder die Vereine flüchten sich in die Überschuldung (z.B. Real Madrid, FC Barcelona).

Liga	Verein	Investor	Jahr	Transfer	Mio.€	Saison
Serie A	AC Milan	Silvio Berlusconi (Italien)	1986			
Third Division	FC Fulham	Mohamed Al-Fayed (Ägypten)	1997	Andy Johnson	13	08/09
Premier League	FC Chelsea	Roman Abramowitch (Russ.)	2003	Romelu Lukaku	115	21/22
Premier League	Manchester United	Malcolm Glazer (USA)	2005	Paul Pogba	105	16/17
Premier League	Stoke City FC	Bet365 (Wettanbieter)	2006	Xherdan Shakiri	17	15/16
Premier League	Manchester City	Abu Dhabi United Group	2008	Jack Grealish	117	21/22
Ligue 1	Paris Saint Germain	Quatar Sports Investment	2011	Neymar	222	17/18
Premier League	FC Southampton	Gao Jisheng (China)	2017	Danny Ings	22	19/20
Premier League	Newcastle United	Public Investment Fund (Saudi)	2021			

Die Ökonomisierung des Fußballs → Der deutsche Sonderweg



Wutrede eines Vereinspräsidenten

2007: Uli Hoeneß beschimpft kritische Bayern-Fans

"Was glaubt ihr eigentlich, was wir das ganze Jahr machen, um euch für 7 Euro ins Stadion zu lassen? Euch finanzieren doch die Leute in der Loge…" Hintergrund: Die deutschen Vereine müssen ohne Großinvestoren auskommen und sind deshalb besonders auf Einnahmen aus Sponsoring, Merchandising, TV-Vermarktung und Vermietung von VIP-Lounges angewiesen.

50+1 Regel	Sonderfälle	Finanzier im Hintergrund
Die meisten Bundesligavereine haben	Bayer 04 Leverkusen	Bayer AG
ihre Lizenzspielerabteilung in eine	Hertha BSC Berlin	Lars Windhorst (Tennor Holding)
Kapitalgesellschaft ausgegliedert.	RB Leipzig	Dietrich Mateschitz (Red Bull)
Laut DFL-Statuten darf ein Investor	TSG Hoffenheim	Dietmar Hopp (SAP)
max. 49,9% der Stimmen erwerben.	VfL Wolfsburg	Volkswagen AG

Saison	Meister
2020/21	
2019/20	
2018/19	
2017/18	
2016/17	
2015/16	
2014/15	
2013/14	
2012/13	

N. f. .

Die Ökonomisierung des Fußballs

→ Zwei-Klassen-Gesellschaft → Langeweile

2022: Der FC Bayern München wird zum zehnten Mal in Folge deutscher Meister

Ein Topverein kann mit Sponsoring und Merchandising auf dem Weltmarkt sehr viel mehr verdienen als die übrigen Mannschaften. Hinzu kommen regelmäßige Einnahmen durch die Champions League. Die Polarisierung zwischen dem Oligopol der Großverdiener und den "grauen Mäusen" im Fußballgeschäft raubt der Liga die Spannung.

"Es ist viel zu viel Kommerz. Jeder Scheiß kommt im Fernsehen. Es wird alles aufgebauscht bis zum Gehtnichtmehr. Das langweilt."

Werner Lorant, ehemals 1860 München (Q: Münchener Abendzeitung, 21.11.2018)





In Bulgarien werben 9 von 14 Erstligaklubs auf ihren Trikots für einen Wettanbieter. In der englischen Premier League und der griechischen Super League haben jeweils 8 Vereine einen Wettanbieter als Trikot-Hauptsponsor. In der Saison 2020/21 haben europaweit 38 Sportligen ihre Namensrechte verkauft. In fast einem Drittel der Fälle waren die Käufer Anbieter von Sportwetten und Glücksspielen.



Q: UEFA-Report Europäische Klubfußballlandschaft 2021

- Die Anbieter von Sportwetten (und Glücksspielen) sind für viele Profivereine zu einem unverzichtbaren Geldgeber geworden.
- Das Angebot von Sportwetten erhöht den Unterhaltungswert von Spielen mit absehbarem Ausgang (weil man auf die Zahl der Tore, die Torschützen und viele andere, prinzipiell unabsehbare Ereignisse setzen und die Einzelwetten kombinieren kann).

Geldquelle Sportwetten

Zwei Platin Partner des FC Bayern München:

Konami (Spielautomaten) Tipico (Sportwetten)



Zahlungen von Tipico an

FC Bayern: ca. 24 Mio. € (2015-2019) Oliver Kahn: 7,1 Mio. € (2014-2020)

(Q: Spiegel, 29.5.2021)



Oliver Kahn: "In Deutschland werden Sportwetten immer noch kritisch betrachtet. Was ich sehr schade finde, denn in den meisten Teilen der Welt gehören Sportwetten zum Entertainment ganz natürlich dazu. Es wird Zeit, dass auch hier in Deutschland Millionen Sportfans ihr Sportwissen nutzen und Wetten platzieren können und dabei Spaß haben."

Geldquelle Sportwetten

Saison 2020/21: Partnerschaften mit Fußballverbänden und Fußballvereinen

Zweite Bundesliga
Werder Bremen
Dynamo Dresden
Fortuna Düsseldorf
Hamburger SV
1. FC Heidenheim
Holstein Kiel
Karlsruher SC
1. FC Nürnberg
Jahn Regensburg
Hansa Rostock
SV Sandhausen
Schalke 04
FC St. Pauli

Dachorganisationen		
Deutscher Fußball-Bund	Bwin	Partner Nationalmannschaft, DFB-Pokal,
		3. Liga, Frauen-Bundesliga
Deutsche Fußball Liga	Tipico	Offizieller Partner
	Erste Bundesliga	
Bayern München	Tipico	Platinpartner
Borussia Dortmund	Bwin	Champion Partner
Bor. Mönchengladbach	Unibet	Co-Sponsor
Bayer Leverkusen	Tipwin	Premium Partner (+ KB88 Online-Casino)
1.FC Köln	Bwin	Exklusivpartner
VFB Stuttgart	Betway	Premium Partner
Union Berlin	Bwin	Top Sponsor
Hertha BSC Berlin	Betway	Sportwetten-Partner (+ Lotto Berlin)
VfL Wolfsburg	Interwetten	Premium Partner
VfL Bochum	Sportwetten.de	Premium Partner (+ Faber Lotto)
FSV Mainz 05	FB88 Wettportal	Ärmelsponsor (+ Lotto Rheinland)
TSG Hoffenheim	Interwetten	Business Premium Partner
FC Augsburg	Lotto Bayern	Exklusivpartner (+ TVT Sports Asia)
SC Freiburg	Lotto Ba-Wü	Co-Sponsor
Greuther Fürth	Lotto Bayern	Exklusivpartner

Geldquelle Sportwetten

Sponsoring 3. Liga Saison 2019/20



Benefiz-Aktion eines Wettanbieters

Unter dem Motto "Wir unterstützen, was du liebst" verlost Sunmaker Trikots mit dem eigenen Logo unter den Anhängern des FSV Zwickau. Um an der Verlosung teilnehmen zu können, müssen die Fans allerdings ein Konto auf der Online-Plattform des Wettanbieters einrichten.

Q: 11Freunde, 15.4.2021

Q: Kicker, 18.7.2019

Weitere Sponsorings

Sunmaker: Trikotsponsor 1. FC Magdeburg Bwin: Sponsor rechter Trikotärmel 3. Liga

Bet 3000: Sponsor linker Trikotärmel 1860 München

Sunmaker (Sitz Malta) ist ein Tochterunternehmen des schwedischen Cherry AB-Konzerns; bietet online u.a. die Merkur-Spiele der Gauselmann Gruppe an; soll jedem Drittligaverein ca. 300.000 € für das Trikotsponsoring gezahlt haben.

Risikogruppe für Spiel- & Wettsucht: Junge Männer aus Sportvereinen



Befragung in Bremer Sportvereinen (2019):

Teilnahme an Sportwetten innerhalb eines Jahres: 54,6% Anzeichen einer Glückspielproblematik: 10,0%

N = 317 / 87% Männer / 18 bis 55 Jahre

Q: J. Meyer/ T. Hayer (2021): Mitglieder von Sportvereinen: Empirische Befunde zum Wettverhalten und Ausmaß glücksspielbezogener Probleme. Suchttherapie 22 (01): 19-26

Repräsentative Bevölkerungsbefragung (2019):

Teilnahme an Sportwetten innerhalb eines Jahres: 2,2% Anzeichen einer Glückspielproblematik: 0,7%

N = 11.503 / 50,5% Männer / 16 bis 70 Jahre

Q: M. Banz (2019): Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland, BzgA

Toto-Schein 11.3.1966: Getippt werden sollten die 6 torreichsten Unentschieden aus 39 Begegnungen. Maximal 5 Tipps waren möglich.

Suchtpotential: Globalisierung und Digitalisierung



Tipico-Programm 29.10.2021: Rund 900 Sportereignisse, oft mit einem Dutzend (oder mehr) Wettoptionen pro Spiel

Beispiele für Wettmöglichkeiten

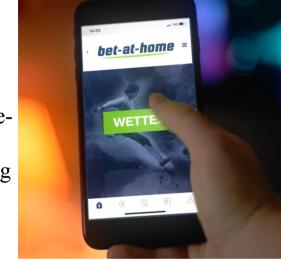
- Bundesliga: Suat Serdar Torschütze gegen TSG Hoffenheim ja/nein
- Fußball Färöer: Ki Klaksvik II gegen HB Torshavn II
- Cricket World Cup Vereinigte Arabische Emirate: West Indies gegen Bangladesch

Die Folge von Globalisierung und Digitalisierung: Aus einem wöchentlichen Ritual (Tippen auf die Spiele der eigenen Liga samstags um halb vier) ist ein weltweites Rund-Um-die-Uhr-Angebot geworden.

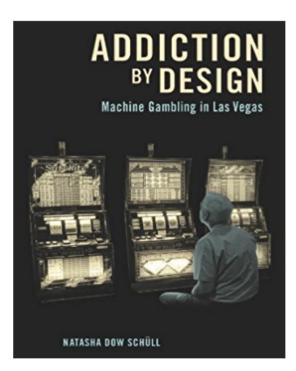


Suchtpotential: Mediatisierung

- *Komplexität:* Vom simplen Ergebnistipp zur Multiplikation von Tippvarianten (Kombi, Handicap, Über/Unter...)
- *Evidenzbasis:* Die Kunden werden mit Spielstatistiken, Formtabellen und anderen Hintergrundinformationen versorgt (Kontrollillusion)
- Zeitstruktur: Von der Wettabgabe vor Spielbeginn zur Live-Wette (Immersion)
- *Geldtransfer:* Von der Barzahlung zur Online-Überweisung ("Spielgeld-Effekt")
- Setting: Von der Geselligkeit der Wettgemeinschaft zur einsamen Handhabung von Geräten



Wett-Terminal Tipbet GmbH Oberhausen



Suchtpotential: Erlebnisqualität

- Vom Kick des Geldgewinns (Einsteiger)
 zum Flow des Wettens als Selbstzweck (Fortgeschrittene)
- Von der Abgabe des Wettscheins zur "Time on Device"
- Häufige Beinahe-Gewinne ("Mist: Ausgleichstor in der Nachspielzeit!") festigen trotz Geldverlust den Glauben an die Vorhersehbarkeit des Spielgeschehens

"Ich habe immer geglaubt, mit meinem Fachwissen etwas gewinnen zu können, aber zuletzt habe ich nur noch getippt wegen meiner Ängste und Zwänge, um von dem Ganzen abschalten zu können."

Patient der Median Klinik Schweriner See Q: V. Premper/ B. Sobottka in: Suchtherapie 2021, 22: 40

Stellenwert der Intensivspieler im Geschäftsmodell der Sportwettenanbieter:



Aussage gegen Aussage

CORPORATE RESPONSIBILITY REPORT 2020

Unabhängige Studie aus UK (März 2021)

Datenbasis ist eine Zufallsauswahl von rund 140.000 Wettkonten der größten Online-Anbieter in Großbritannien. Die anonymisierten Daten geben Aufschluss darüber, wie die Kunden ihre Konten von Juli 2018 bis Juni 2019 genutzt haben.

- Männer tragen 94% zum Bruttospielertrag bei.
- <u>Die 5% der Konten mit den höchsten</u> <u>Spielverlusten generieren 86% des</u> <u>Bruttospielertrags.</u>
- 1,4% der Kunden tätigen mehr als 20 Wetteinsätze am Tag.

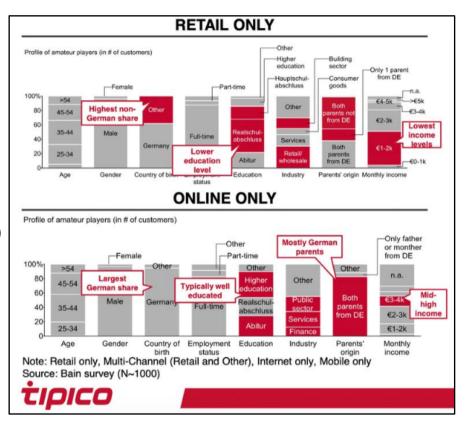
CSR-Report Tipico (September 2021)

- "97% unserer Kunden (in Deutschland) können dem Verhaltensmonitoring zufolge als moderate Spieler eingestuft werden. (...)
- "<u>Problemspieler haben</u> bevor sie sich selbst gesperrt haben oder von uns gesperrt wurden – 3% zum Umsatz von Tipico beigetragen."

(Übersetzung DJ)

"Ihre Wette in sicheren Händen" Firmenporträt Tipico Group

- Gegründet 2004, Firmensitz Malta
- Gesamtumsatz 2019: 4,2 Mrd. €
- Mehrheitseigentümer: CVC Capital Partners (Private Equity Unternehmen)
- Marktführer in Deutschland (ca. 1.250 Wettbüros)
- Gegen mehrere Franchisenehmer wurde wegen Geldwäsche und Wettbetrug ermittelt
- Kooperationspartner Suchthilfe: u.a. Glücksfall Zentrum für Spielerschutz e.V.
- Kooperationspartner Suchtforschung: u.a. Lehrstuhl für Suchtforschung TU Dresden



Kundenstruktur

(aus einer internen Präsentation des Tipico-Managements, Q: Spiegel-Online, 28.5.2021)



Abends auf den Straßen von Berlin.

Gut sein reicht nicht.

Satt sein gibt's nicht.



"Die Steigerung des Anteils von Einwandererhaushalten in einem Radius von 5 Kilometern" kann die Bruttospielerträge unter Umständen mehr als verdoppeln. Q: Interne Management-Präsentation; Spiegel 29.5.2021



Ich hab' mein Business auf Risiko geplant Lauf' bei Gucci rein und Tipico bezahlt

Summer Cem (alias Cem Tomaran, geb. 1983) "Erster Alles" (2 Mio. Aufrufe seit Januar 2018)



Migrationshintergrund, niedriges Einkommen und ein junges Alter sind signifikante Faktoren für das Entstehen eines mindestens problematischen Glücksspielverhaltens.

Q: M. Pflanz (2019) BzgA

Die Macho-Falle

Die Tipico-Werbung knüpft das Selbstwertgefühl an traditionelle Werte der Männlichkeit: Coolness, Härte, Risikobereitschaft. Ein "echter" Mann zuckt nicht zurück, wenn er zu einer Wette herausgefordert wird (siehe die Gestik von Serge Gnabry). Und er jammert nicht, wenn er mal verliert. Denn Spielschulden sind Ehrenschulden. Lass dich nicht verunsichern, wenn andere meckern, weil du Geld für Wetten ausgibst. Du bist ein Original. Den FC Bayern mag auch nicht jeder.



Kida Ramadan, Hauptdarsteller der Fernsehserie 4 Blocks, in einem Werbespot des Wettanbieters Bet Heroes (2021)



Szenenfoto aus dem Bwin-Spot "Das ist unser Spiel"

Die Fan-Falle

Die Bwin-Werbung feiert die Emotionalität und Loyalität der Fußball-Fans. Ein Fan (=Fanatiker) ist niemand, der nüchtern Gewinnchancen abwägt. Ein "echter" Fan wettet auf den Erfolg seines Vereins (erst Recht, wenn er Bier trinkt). Und falls man verliert, lässt man sich davon nicht unterkriegen. Denn Niederlagen einzustecken, das gehört zum Fan-Sein dazu. Vielleicht läuft es im nächsten Spiel besser.

Hintergrund: Der typische Sportwetter in Deutschland ist männlich, 32 Jahre alt, hat ein niedriges Haushaltseinkommen, ist sportbegeistert und risikofreudig.

Q: F. Gassmann et al. (2015): Who bets on sports? Int. Rev. for the Sociology of Sport



Szenenfoto aus dem Bwin-Spot "Hassliebe"





Die Bonus-Falle

Viele Werbespots und Werbeanzeigen appellieren an die Schnäppchen-Mentalität des Zuschauers. Motto: Du kannst jetzt und nur für kurze Zeit xxx Euro Bonus kassieren. Nicht zu wetten, wäre Geldverschwendung.







Die Promi-Falle

Markenbotschafter Lukas Podolski: Du kannst ruhig mal eine verrückte Wette riskieren. Ist doch lustig. (XTiP-Spot 2018)

Werbung als Geldquelle für ehemals Aktive. Ihre Botschaft: Als wir unsere großen Erfolge hatten, da warst du noch ein Junge. So lange kennst du uns nun schon und darum kannst du uns vertrauen: Sportwetten sind eine sichere Sache.



"Ich liebe ihn und selbst wenn du denkst, er macht das nur, weil es ums Geld geht, denkst du, er würde nicht für irgendwas Schreckliches Werbung machen, denn Klopp ist witzig." Ein Liverpool-Fan über die Sportwetten-Werber Jürgen Klopp

Q E. Killick/ M. Griffith (2020): A Thematic Analysis of Sports Bettors' Perceptions of Sports Betting Marketing Strategies in the UK. Int. J. of Mental Health & Addiction





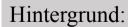
Auf dem Parkplatz (Tipico)



Im Café (XTiP)

Die Handy-Falle

Besucher von Wettbüros oder Sportfans am heimischen Computer tauchen in den Werbespots nicht auf. Stattdessen werden die Wetten mit dem Smartphone platziert. Irgendwo unterwegs, also spontan, ohne lange Überlegung. Erstaunlicherweise wettet auch niemand im Stadion. Sollen Sportwetten den Teil des Publikums bewirtschaften, der sich die teuren Dauerkarten nicht leisten kann?



Die Gentrifizierungsdebatte im Fußball.



Auf dem Bolzplatz (MyBet)



Im Taxi (HpyBet)



In einem Flur (Unibet)



Bandenwerbung

Omnipräsenz der Dachmarkenwerbung

"Der Vorteil dieser Werbeform ist die recht häufige Einblendung. Die Tore werden

während eines Spiels sehr oft gefilmt und so haben die Sponsoren die Chance,

sehr oft während der 90 Minuten eingeblendet zu werden. Auch in kurzen

Nachrichten kann die Werbung dann gesehen werden... "Q: wettbasis.com



Sponsorenwand



Trikotwerbung



Fanartikel



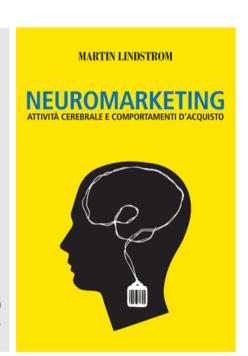
Stadionname



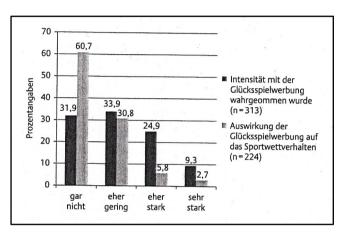
Hypothese starker Werbewirkungen

"Ich profitiere von schädlicher Einflussnahme. Der Schaden entsteht dann, wenn im Fernsehen ein Spiel läuft und ein Werbespot für Glückspiele kommt. Der Werbespot sorgt dafür, dass wir so viel Geld verdienen. Das ist falsch. Weil sich Kinder das Spiel ansehen und die Werbung hier sagt ihnen, dass sie wetten sollen. Aber viele Leute werden krank, wenn sie wetten."

> Christian Streich, SC Freiburg Q: New York Times, 13. Juni 2020 Übersetzung DJ



Hypothese schwacher Werbewirkungen



Q: J. Meyer/ T. Hayer (2021): Mitglieder von Sportvereinen: Empirische Befunde zum Wettverhalten und Ausmaß glücksspielbezogener Probleme. Suchttherapie 22 (01): 24

"Ich werde überall getriggert, am Zeitungskiosk, im Handy, an der Bushaltestelle, im Fernsehen. Überall geht es um Sport und sofort denke ich: Wie sind die Quoten und was hätte ich getippt."

Patient der Median Klinik Schweriner See Q: V. Premper/ B. Sobottka in: Suchtherapie 2021, 22: 40



Werberegulierung in den anderen Ländern der "Big Five"



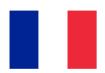
Die italienische Regierung hat im August 2018 ein Werbeverbot für Glücksspiele im Radio und im Fernsehen erlassen. Auch das Sportsponsoring durch Glückspielanbieter ist seitdem verboten.



Eine Kommission des House of Lords hat im Sommer 2020 gefordert, alle Formen von Glücksspielwerbung im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen zu verbieten.

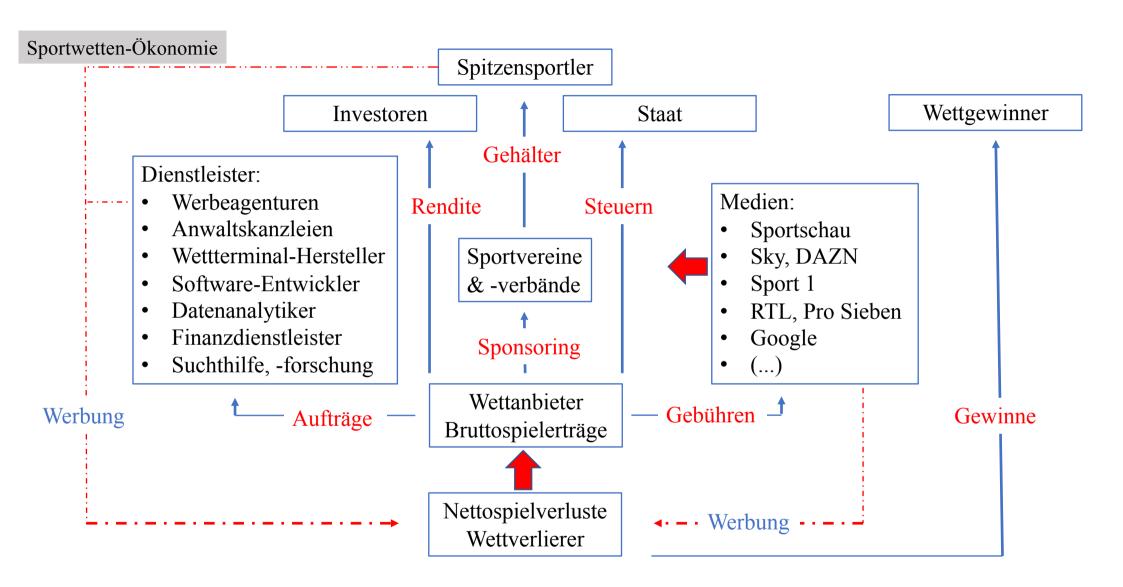


In Spanien ist es Profi-Sportvereinen seit dem 1. September 2021 untersagt, Sponsoring-Partnerschaften mit Glücksspielanbietern einzugehen. Werbekampagnen mit Fußballerprofis sind verboten.



Die französische Glücksspielaufsicht (Autorité Nationale des Jeux) hat im September 2021 eine öffentliche Konsultation zur Glücksspielwerbung gestartet. Ziel ist deren strengere Regulierung.

Q: www.casinoonline.de



Verhältnisprävention: Ausstieg aus dem Bieterkarussell



Salary Cap in der National Football League:

Die Spielergehälter dürfen einen bestimmten Prozentsatz an den Gesamteinnahmen durch den Spielbetrieb nicht überschreiten.

Nachwuchsregelung in der National Football League:

Die Teams, die in der Vorsaison am schlechtesten abgeschnitten haben, dürfen als Erste neue Talente aus dem Amateur- und Jugendbereich verpflichten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt für Nachfragen/ Quellenangaben: Jazbinsek@online.de

Bonusrunde

Fußballstandort Deutschland sichern! Neue Geldquellen erschließen!

Heute: Tattoo Advertising







