

Das Geschäft mit der Sucht: Sportwetten und Sportvereine in Österreich

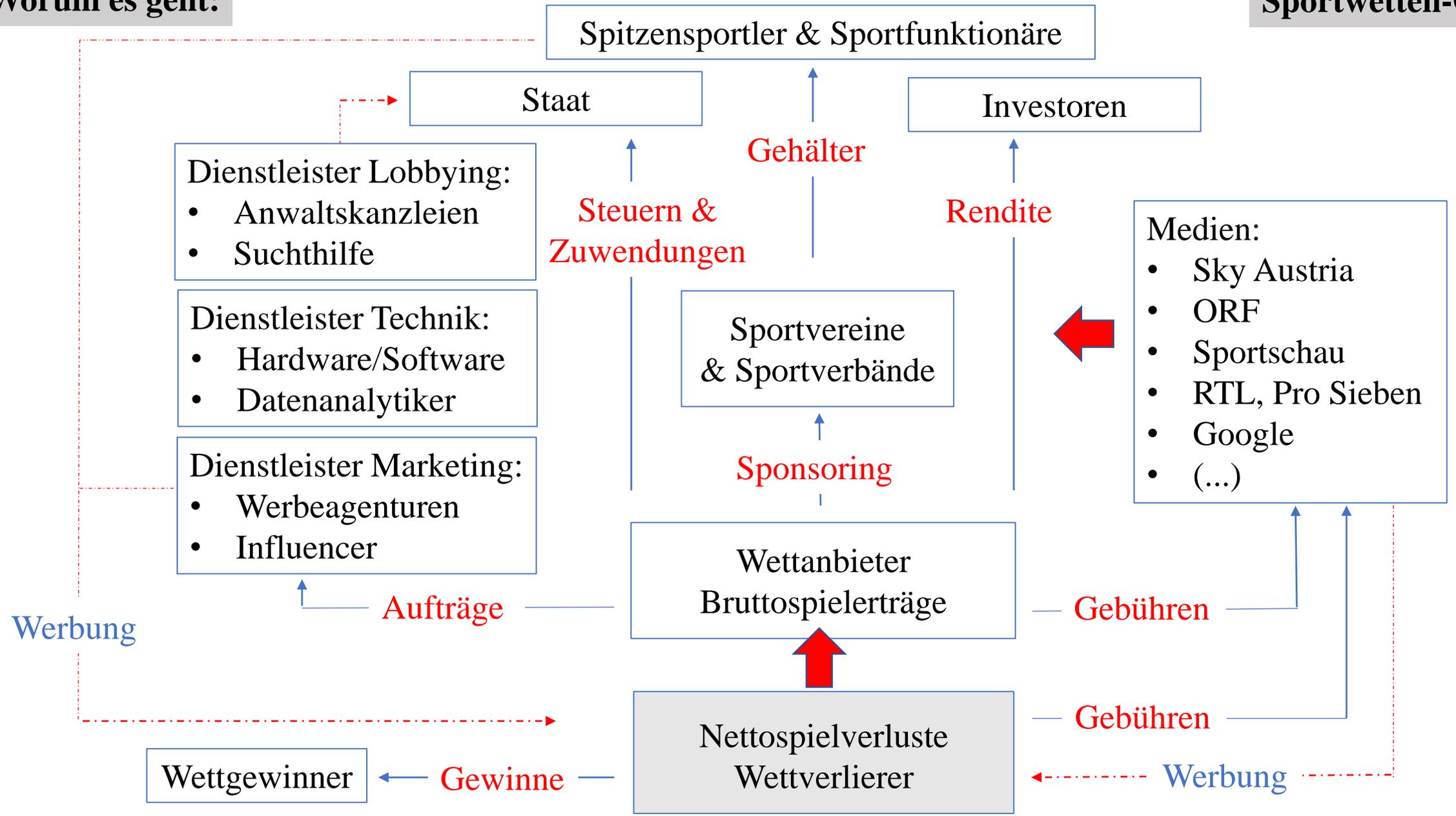
Dietmar Jazbinsek
freier Journalist, Berlin

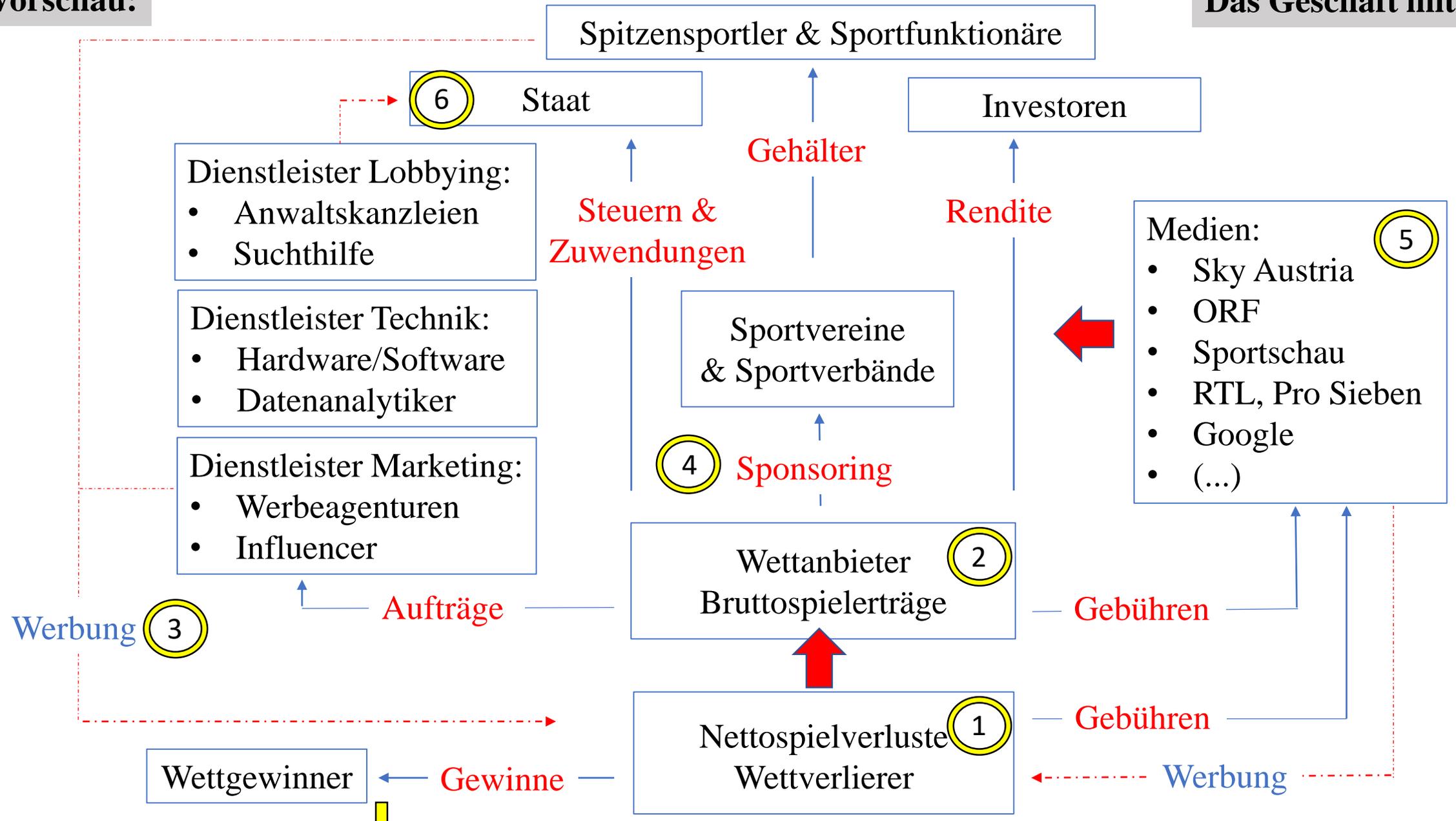
Graz, 11. November 2022

12. Fachtag der Fachstelle Glücksspielsucht Steiermark

Deklaration von Interessenskonflikten:

Der Autor hat keinerlei Honorare, Drittmittel oder sonstige Gelder von Lottogesellschaften, Wettanbietern oder anderen Unternehmen der Glücksspielindustrie erhalten.





Sie befinden sich hier: ↓

Kapitel 1 bis 6

Sportwetten, traditionell: Ein Freizeitangebot für Geringverdiener



Foto: bet-park.de

- Die Besucher spüren nicht, wie die Zeit vergeht. Denn im Wettlokal gibt es keine Uhren und kein Tageslicht.
- Für Einwanderer ist das Wettlokal das funktionale Äquivalent zum Wirtshaus, dem Treffpunkt der Einheimischen.
- In das Wettlokal kommen Fußballfans, die sich zu Hause kein Pay TV leisten können.
- Das Wettlokal ist ein Aufenthaltsort für Arbeitslose.

(Aus einer älteren Feldstudie in Grazer Wettlokalen)

Quelle: Christian Stiplosek, Die Jagd nach dem Glück? (2008)

Sportwetten, digital: Höheres Suchtpotential



- *Zeitliche Verfügbarkeit:* Aus einem wöchentlichen Ritual ist ein Rund-Um-die-Uhr-Angebot geworden.
- *Isolation:* Von der Geselligkeit der Tippgemeinschaft zur einsamen Handhabung von Geräten.
- *Immersion:* Von der Wettabgabe vor Spielbeginn zur Live-Wette während des Spiels.
- *Kontrollillusion:* Die Kunden werden mit Spielstatistiken und anderen Hintergrundinformationen versorgt.
- *Räumliche Verfügbarkeit:* Dank des Smartphones kann überall gewettet werden.
- *Spielgeld-Effekt:* Von der Barzahlung zur Online-Überweisung.



Sportwetten, online: neue Zielgruppen

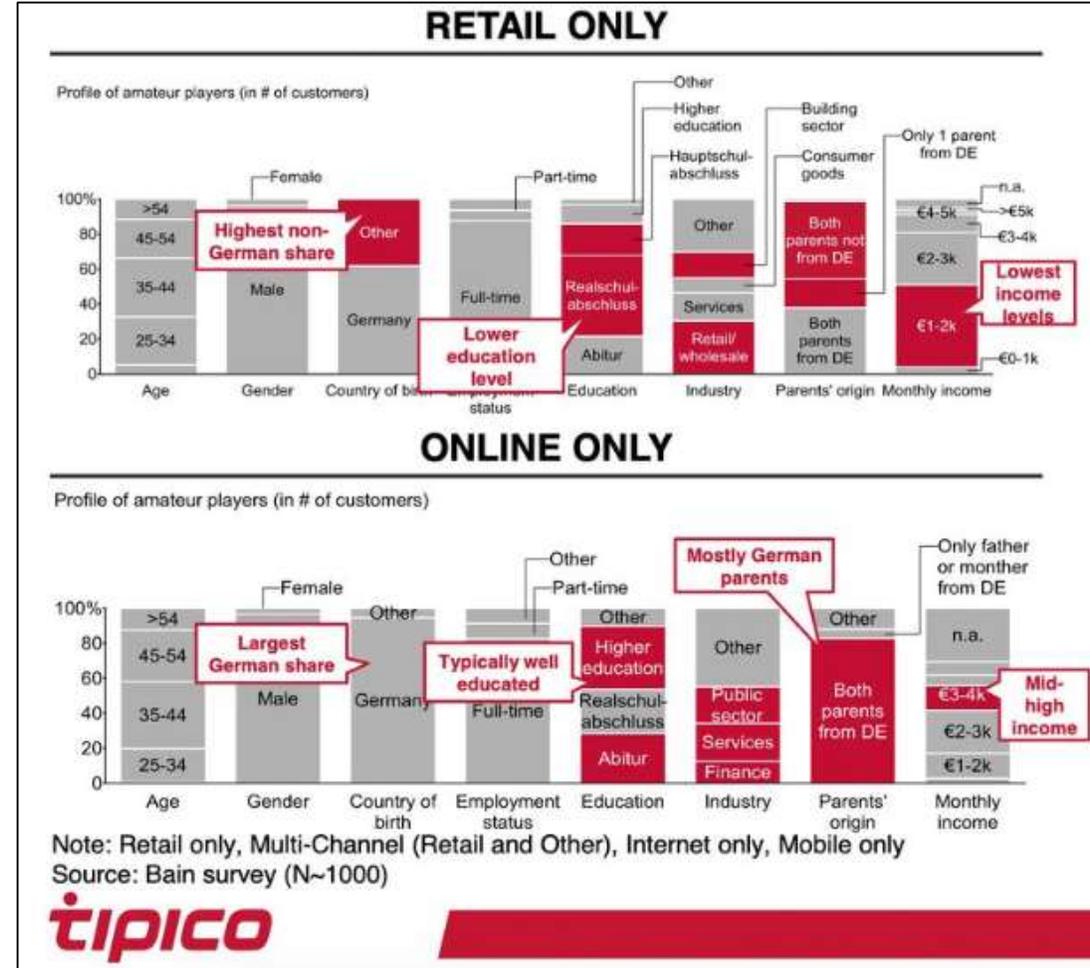
Sportwetten stationär:

- Migrationshintergrund
- Niedriges Bildungsniveau
- Geringes Einkommen

Sportwetten online:

- Deutsche Staatsbürger
- Hohes Bildungsniveau
- Mittleres Einkommen

Auszug aus einer internen Tipico-Präsentation:



Quelle: Spiegel-Online, 28.5.2021

Prävalenz des problematischen bzw. pathologischen Wettverhaltens

Laut einer aktuellen Umfrage nehmen 4 von 100 Österreichern im Alter ab 15 Jahren an Sportwetten teil (30-Tages-Prävalenz; n=5.963).

Bei den Männern (7,2%) ist der Anteil deutlich höher als bei den Frauen (1,2%).

Von den Personen, die in den zwölf Monaten vor der Befragung gewettet haben, erfüllen 11% die Kriterien für problematisches bzw. pathologisches Glücksspiel.

Übertragen auf die Gesamtbevölkerung entspricht das einer Zahl von **rund 100.000 wettsüchtigen oder suchgefährdeten Personen.**

Quelle: Gesundheit Österreich: Repräsentativerhebung zu Konsum- und Verhaltensweisen mit Suchtpotenzial, April 2021

Der Stellenwert der Intensivspieler im Geschäftsmodell der Wettanbieter

Datenbasis ist eine Zufallsauswahl von rund 140.000 Wettkonten der 7 größten Online-Anbieter in Großbritannien.

Die anonymisierten Daten geben Aufschluss darüber, wie die Kunden ihre Konten von Juli 2018 bis Juni 2019 genutzt haben.



Patterns of Play

- Männer tragen 94% zum Bruttospielertrag der Wettanbieter bei. Hauptaltersgruppe sind die 25- bis 44-Jährigen.
- Jeder vierte Kunde nutzt sein Konto für Sportwetten und Online-Glücksspiele. Bei dualem Konsum sind die Verluste besonders hoch.
- **Die 10% der Kunden mit den höchsten Wetteinsätzen (> 6.500 € im Jahr) generieren 79% des Bruttospielertrages.**
- Unter den Spielern mit hohen Verlusten sind viele Teilnehmer aus benachteiligten Wohngebieten.

Die Sportwetten-Branche in Österreich

Laut Branchenradar gibt es derzeit 45 Anbieter von Sportwetten in Österreich. Rund 30 von ihnen sind in zwei Branchenverbänden organisiert.

Bet-at-home (**Made in Austria 1999**)

Bet365 = Hillside ENC (Gibraltar)

Betway (UK)

Entain = bwin (Isle of Man) (**Made in Austria 1997**)

Cashpoint = (Deutschland) (**Made in Austria 1996**)

Flutter = Betfair (Irland)

Interwetten (**Made in Austria 1990**)

Kindred = Unibet (Schweden)

Leo Vegas (Schweden)

Lopoca (Malta)

William Hill (UK)

Österreichische Vereinigung
für Wetten und Glücksspiel



Österreichischer
Sportwettenverband*



Admiral Sportwetten (**Made in Austria 1988**)

Bet2day (**Made in Austria 2010**)

Betano Betkick = Kaizen Gaming (Griechenland)

Betpoint (UK)

Bet2win (Zypern)

Cashpoint = (Deutschland) (**Made in Austria 1996**)

CBC Com-Bet-Com (**Made in Austria 1991**)

Grün Weiss Sportwetten (**Made in Austria 1998**)

Hpybet (Malta)

Intertops Sportwetten (Antigua und Barbuda)

Rohrmoser Wetten/Automaten (**Made in Austria 1987**)

Star Sportwetten (**Made in Austria 2001**)

Tipp3 (**Made in Austria 2000**)

Tipwin (Malta)

Tipico (Malta)

Usbet4net (**Made in Austria 2012**)

Wettstar (Frankreich)

*Presseanfrage bislang unbeantwortet, Angaben zum Firmensitz daher ohne Gewähr

Sportwetten in Österreich: Marktdynamik bis zur Corona-Krise

Basisdaten Sportwettenmarkt	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Trend
Wettlokale Bruttospielertrag in Mio. Euro	170,5	182,3	184,1	155,8	99,7	69,3	↓
Online-Wetten Bruttospielertrag in Mio. Euro	111,4	98,9	128,5	170,1	182,8	241,3	↑
Insgesamt	281,9	281,2	312,6	325,9	282,5	310,6	↗

Die Einschränkungen der Corona-Jahre haben zu einem Boom der Online-Wetten geführt.

Vergleich des letzten Vor-Corona-Jahres:

Bruttospielertrag 2019 Sportwetten insgesamt in Deutschland = 1.351 Mio. Euro,

Das sind umgerechnet 16 Euro pro Einwohner (in Österreich 36 Euro pro Einwohner)

Quelle : BRANCHENRADAR Glücksspiel in Österreich 2022

Von Austria bis Australien: Die Globalisierung der Glücksspielindustrie am Beispiel Novomatic



Quelle: Geschäftsbericht Novomatic 2021

„Reputationsmanagement“ der Wiener Agentur Mhoch3 (2014)



Mitarbeiter der Agentur traten in den sozialen Medien als ganz normale Nutzer auf (z.B. „20-jähriger Student im Pokerrausch“), um für ihre Auftraggeber zu werben. Zu den Kunden gehörte u.a. die Österreichische Lotterien GmbH. In einem Werbekonzept für die Spiele- und Sportwettenseite win2day wird betont, „dass es wichtig ist, nicht den Anschein einer Werbeinformation zu erwecken. Rechtschreibfehler sind erwünscht!“ Eine Mitarbeiterin schildert ihre Erfahrungen: **„Wenn du einem Spielsüchtigen in einem Wettforum vorgelogen hast, dass du seit Jahren gut vom Onlinezocken lebst, dann schläfst du nicht so gut.“** Der damalige Geschäftsführer von Mhoch3 leitet heute die PR-Agentur contentartists.at. Zu ihren Klienten zählen die Österreichische Lotterien GmbH und die Casinos Austria AG.

Quelle: <https://datum.at/die-netzfluesterer/>

WERDE ERFOLGREICHER SPORTWETTEN-PROFI UND VERDIENE 4 BIS 5-STELLIG PRO MONAT

...auch wenn du absolut keine Vorkenntnisse hast!



Lerne durch 1:1 Vorlagen, wie Du die richtigen Wetten am Markt findest und als Sportwetten-Profi am Markt durchstartest.

- Schlüssel zum Erfolg in einer Milliarden Branche
- Jahrelange Erfahrung und Millionen Umsätze
- Erfolgserprobtes System zum direkt Durchstarten
- Garantie für Deinen Erfolg

JETZT ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN

Beachte! Plätze können schnell belegt sein.

Auf Bewerbungen wird an Werktagen in der Regel innerhalb von 24-48 Stunden geantwortet.



Werbespot Bwin Österreich:
„Das ist unser Spiel“

*One Club. One Passion. One Life.
„Wir glauben an Grün. Oder an Violett.“*

THEMA: Hoffen auf die Erlösung im Diesseits



Bwin Österreich



grün-weiß (Rapid)



violett-weiß (Austria)



Bwin Deutschland

Sexualisierte Emanzipation

Erkennen Sie den Unterschied?

Kapitel 3: Marketing



Straßenfußballer



Nationalspieler

THEMA:
Männerfreundschaften

Werbespot Tipp3: „Hier tippt Österreich“

*Ohne die Stammkundschaft in den Annahmestellen zu vergessen, spielt tipp3 (...) den Ball ab sofort auch einer jüngeren und digitaleren Zielgruppe zu. Der **österreichische Schmäh** und die Nähe zum ÖFB bleiben auch in diesem Jahr wichtige Bestandteile der Kampagne.*

Agentur Wiennord Serviceplan 02.2022



Tippen im Team



vorher: Schlussbild Youtube-Clip



nachher: Startbild Online-Auftritt

Erkennen Sie den Unterschied?

Werbespot Admiral:
„Wetten in einer anderen Liga“



Ein Smombie, allein unterwegs

*DU fängst erst an.
Doch WIR sind schon immer dabei.
Wir spielen in einer anderen Liga.
Und wir sind stolz,
euch ein Zuhause zu geben.*



Stiller Triumph

THEMA:
E-Sports / Virtual Reality



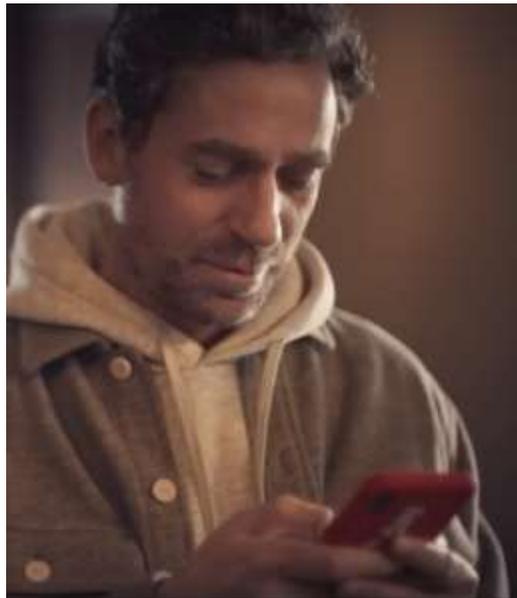
Nominiert für Österreichs Sport
Business Preis Victor 2022



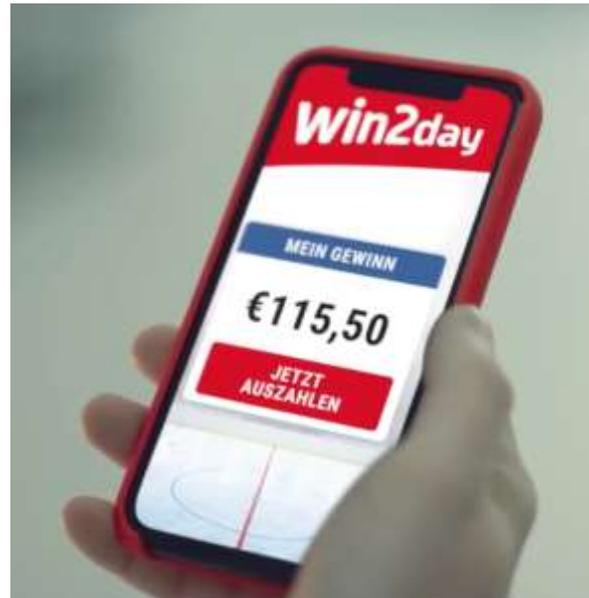
Werbespot Win2day

THEMA: Sicherheit

Über 100 Menschen kümmern sich bei win2day um deine Wette. Damit deine Wette bei uns sicher ist.



Ein älterer Herr ...



... gewinnt 115,50 Euro ...



... und bekommt das Geld tatsächlich überwiesen.

ADMIRAL



tipp3

Premiumsponsoren des österreichischen Fußballbundes



Frauen-Nationalmannschaft



Herren-Nationalmannschaft

Sponsoring = Marketing

Am Beispiel der Nationalmannschaft



Interviewwand: Die Hintergrundwand mit Ihrem Logo als Partner des ÖFB - so ist Ihr Unternehmen garantiert regelmäßig im Bild!

LED-Bande: Sie erhalten als Partner eine Sequenz mit einer garantierten Sichtbarkeit von 60 bis 180 Sekunden pro Länderspiel.

Betreuerbank: Direkt auf den Betreuerbänken bietet ein eigener Werbekleber beste Präsenz für die TV-Hauptkamera!

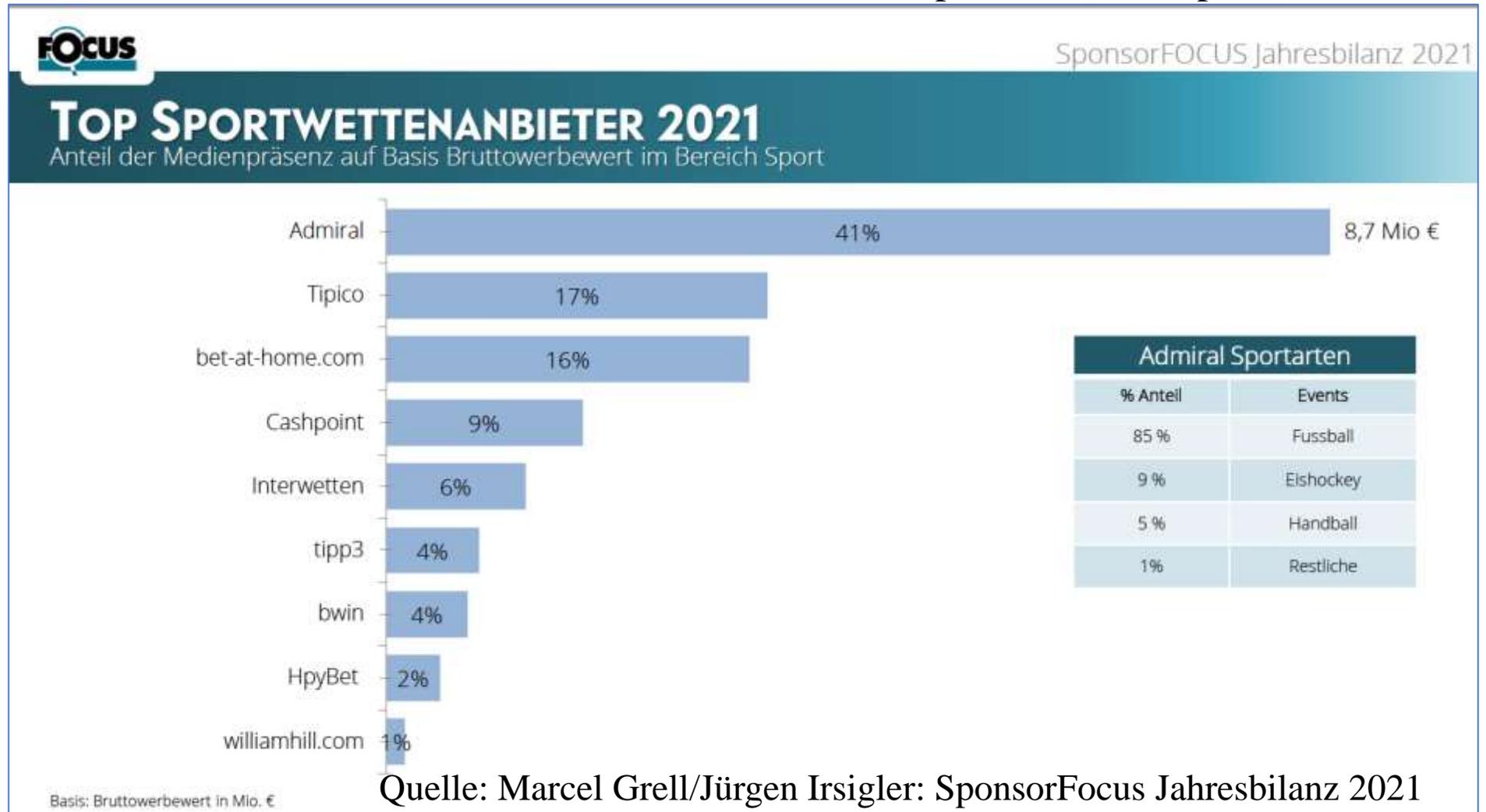
Trainingsutensilien: Egal ob auf Shirt, Jacke oder Überziehleiberl - so können Sie mit Ihrem Logo als Partner des ÖFB bei jedem Training des Nationalteams Farbe bekennen!

Escort-Kids: Platzieren Sie Ihr Logo auf den Trikots der Kids bei den Heimspielen des österreichischen Nationalteams.

Matchball-Carrier (= *Kind mit Ball*): Nützen Sie diese exklusive Möglichkeit um auf Ihre Werbebotschaft aufmerksam zu machen!

Sponsoring = Marketing

Das Sponsoring von Sportvereinen sorgt für eine Dauerpräsenz der Wettanbieter in den Medien. Die Sichtbarkeit der Markennamen auf Pressefotos und Fernsehbildern entspricht einer Werbeinvestition von mehr als 20 Millionen Euro pro Jahr (Listenpreis).



Sponsoring = Marketing

Naming-Right-Sponsoring, Namenspatronanz:

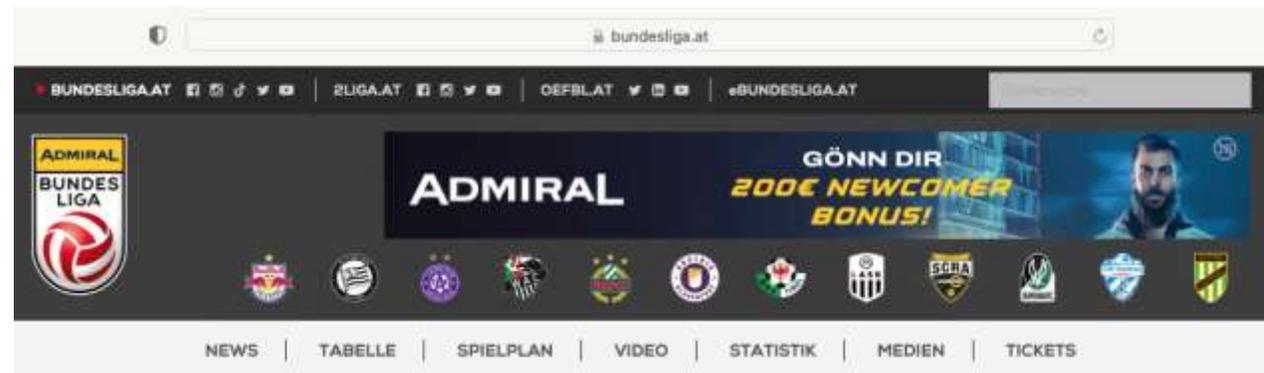
Sponsoren der österreichischen Fußball-Bundesliga:

1997: erster kommerzieller Namenssponsor („max-Bundesliga“)

2008-2014: erster Sportwetten-Sponsor („tipp3-Bundesliga“)

2014-2021: zweiter Sportwetten-Sponsor („Tipico-Bundesliga“)

2021-2024: dritter Sportwetten-Sponsor („Admiral-Bundesliga“)



Saison 2022/23: Sponsoring von Erstligamannschaften

„Admiral Bundesliga“		
Red Bull Salzburg	Admiral	Official Partner (= Stufe 3)
Sturm Graz	Admiral	Premiumsponsor (Frauen & Männer) (= Stufe 2)
FK Austria Wien	Admiral; Marsbet; Österreich. Lotterien*	Premium-Partner (= Stufe 3) *Nachwuchsförderer
Wolfsberger AC	Admiral	Premiumsponsor (= Stufe 2)
Austria Klagenfurt	Admiral; Unibet	Partner & Sponsoren (= Stufe 1)
SK Rapid Wien	Admiral	Premiumpartner (= Stufe 2)
WSG Tirol	Admiral	Partner (= Stufe 4)
TSV Hartberg	Admiral	Premiumsponsor (= Stufe 2)
SCR Altach	Cashpoint	Hauptsponsor (= Stufe 1) „Cashpoint-Arena“

Der Hauptsponsor (= Stufe 1) zahlt mehr als die nachrangigen Geschäftspartner (Stufe 2 bis 4).

3 von 12 Vereinen
ohne Sportwetten-Sponsor:

- Austria Lustenau
- Linzer Ask
- SV Ried

Saison 2022/23: Sponsoring von Zweitligamannschaften

SKU Amstetten	Admiral	Werbepartner
SV Horn	Admiral	Premium Partner (= Stufe 3)
SKN St. Pölten	Admiral	Premiumpartner (= Stufe 2)
First Vienna FC 1894	Admiral; Tipp 3	Business Partner (= Stufe 4)
Floridsdorfer AC	Cashpoint; winwin; Admiral	Zwei Hauptsponsoren (= Stufe 1) und ein Co-Sponsor (= Stufe 2)
Admira Wacker Mödling „Flyeralarmadmira“	Interwetten; Admiral	Exklusiv (= Stufe 2) bzw. Premium Sponsor (= Stufe 3)
FC Blau-Weiß Linz	Admiral	Team Partner (= Stufe 3)
SV Licht-Loidl Lafnitz	Admiral	Partner
FC Dornbirn 1913	Tipico	Sponsor (= Stufe 3) plus Werbung für „Wettbasis.com“ und „Wettfreunde.net“
Sturm Graz II	Admiral	Premiumsponsor (siehe Sturm Graz)
Young Violets	Admiral; Marsbet; Österreich. Lotterien	Siehe FK Austria Wien
Rapid Wien II	Admiral	Siehe Rapid Wien
SV Karpfenberg 1919	Admiral	Premium Sponsor (= Stufe 1)

3 von 16 Vereinen ohne Sportwetten-Sponsor:

- Grazer AK 1902
- SK Vorwärts Steyr
- FC Liefering



Spieler des SC Kreuttal posieren in einem Werbespot von tipp3

Sponsoring von Amateurmansschaften

Admiral ist nicht nur Sponsor im Profifußball, sondern österreichweiter Partner im Amateurfußball, wo wir rund 200 Kooperationen aktiv betreiben.

Jürgen Irsigler, Geschäftsführer (2021)

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

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

Das Taboga-Syndrom*: Sportwetten und Wettbetrug in Österreich



Zwischen März 2019 und November 2021 wurden 19 Spiele der Regionalliga Ost manipuliert. Seit Anfang September läuft in Graz der Prozess gegen 15 Spieler und „Zeichengeber“ im Zuschauerraum („Wenn er das Kapperl aufgesetzt hat, war es das Zeichen, dass die Wette platziert war“). Der Drahtzieher hatte bis zu 100 Accounts bei diversen Anbietern, um Höchstbeträge für Wetteinsätze zu umgehen. **Ein Angeklagter ist in Therapie wegen Spielsucht.**

Quelle: Salzburger Nachrichten, 5.9.2022

* Benannt nach dem Abwehrspieler Dominique Taboga vom SV Grödig, der 2014 vom Grazer Landesgericht für Strafsachen wegen serienmäßiger Spielmanipulation zu drei Jahren teilbedingter Haft verurteilt wurde.

Der Wanderzirkus der Wettanbieter: Sponsoring anderer Sportarten (Auswahl)



← Hahnenkamm-Rennen
Vierschanzentournee →



Foto: WWP-group





Besser wetten – so maximierst du deinen Erfolg beim Tippen auf Fußball

via Sky Sport Austria 07.06.2021, 07:00

Meister	A	D
2021/22		
2020/21		
2019/20		
2018/19		
2017/18		
2016/17		
2015/16		
2014/15		
2013/14		

Sportwetten: künstlicher Nervenkitzel gegen kommerzbedingte Langeweile

- Die Medienkonkurrenz führt zu einem Überangebot an Sportübertragungen.
- Ein Topverein verdient durch Übertragungsrechte und andere Geldquellen mehr als die übrigen Mannschaften.
- Die Dauerpräsenz in den Medien und die Dominanz der Spitzenverdiener im Fußballgeschäft sorgen für Langeweile.
- Sportwetten erhöhen die Spannung, weil man nicht nur auf den Gewinner, sondern auch auf die Zahl der Tore und andere Spielelemente setzen kann.
- „Sportwetten machen das Zuschauen von Sportübertragungen einfach interessanter“: Dieser Aussage stimmten bei einer aktuellen Umfrage 56% der Wett-Teilnehmer zu.*

* Market Institut: Imageanalyse der Sportwettenbranche.
Umfrage im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich, 2020



Sportwetten: Zuschauerdoping in Ländern ohne WM-Team

	Favoriten & Außenseiter	Admiral	Tipp 3	Bet at home	Bwin	Tipico
1.	Brasilien	5,00	5,00	5,00	5,00	5,20
2.	Argentinien	6,50	6,50	6,50	7,00	6,50
3.	Frankreich	7,00	7,00	7,00	7,00	7,50
4.	England	9,00	9,00	9,00	8,00	9,00
5.	Spanien	9,50	9,50	9,50	9,00	9,00
6.	Deutschland	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
30.	Iran	500,00	500,00	500,00	501,00	500,00
31.	Costa Rica	760,00	750,00	750,00	501,00	750,00
32.	Saudi-Arabien	760,00	750,00	750,00	501,00	500,00



Sportverbände contra Glücksspielreform: Auszug aus einem Protestbrief

An das
Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport
z.Hd. Vizekanzler Mag. Werner Kogler

Betreff: etwaige Neuregelung der rechtlichen Rahmenbedingungen für Sportwetten und Glücksspiel

Sollten Werbe- und Sponsoringsbeschränkungen für Sportwetten umgesetzt werden, würde eine wesentliche jährliche Budgetsäule des österreichischen Breiten- und Spitzensports wegfallen. Die Sportwett- und Glücksspielunternehmen leisten neben der öffentlichen Hand einen wichtigen Beitrag für alle Ebenen im österreichischen Sport. Sowohl der Profi- als auch der Breitensport sind Großteils direkt, aber auch indirekt über die berichtstattenden Medien, von Kooperationen aus diesem Bereich abhängig.

Mit sportlichen Grüßen,

Österreichische Fußball-Bundesliga
bet-at-home ICE Hockey League | Österreichischer Eishockey Verband
spusu Handball Liga | Österreichischer Handball Bund
DenizBank AG Volley League | Österreichischer Volleyball Verband
bet-at-home Basketball Superliga | Österreichischer Basketball Verband

Quelle: Profil, 10.5.2021

Kapitel 6: Lobbying

Freunderlwirtschaft im Glücksspielsektor: Das Beispiel Novomatic

11.02.2021

Blümel soll "Angebot" der Novomatic an Parteichef Kurz vermittelt haben

Der Glücksspielkonzern wollte ein "Problem in Italien" besprechen – Ermittler vermuten Bestechung und durchsuchten Blümel's Wohnung

27.02.2021

Interne Novomatic-Liste enthüllt Spenden und Sponsorings

Der Glücksspielkonzern unterstützt ein breites Netz an Vereinen und Veranstaltungen. Meist sind Politiker nicht weit.

15.04.2021

Eva Glawischnig verlässt Novomatic

Die ehemalige Grünen-Politikerin wird nach ihrer Bildungskarenz nicht mehr zum Glücksspielkonzern zurückkehren

20.02.2022

Wie Novomatic die Scheckbuchpolitik perfektioniert hat

Novomatic verschafft sich seit Jahren mit Beratern, Aufsichtsräten und viel Geld Gehör. Meistens nicht auf die sanfte Tour

18.08.2022

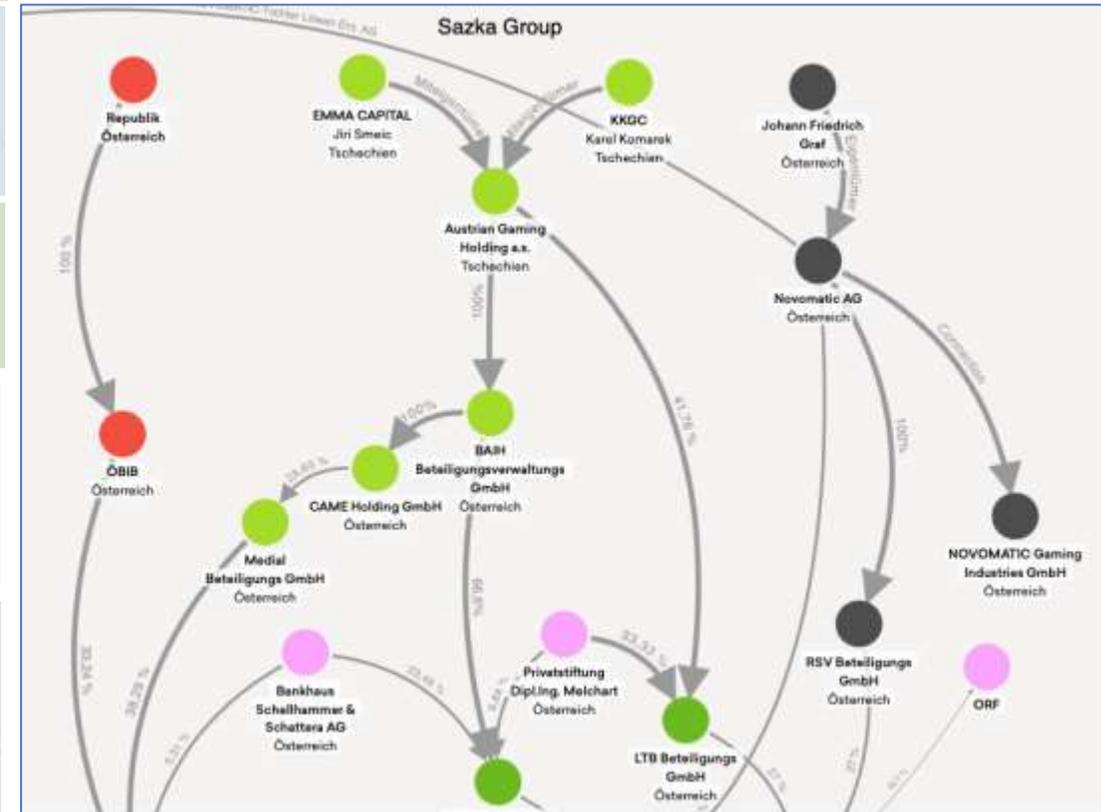
Tonaufnahme aus der FPÖ: "Novomatic zahlt alle, das stimmt, ja?"

Dem Vernehmen nach plante der Glücksspielkonzern im Jahr 2017, allen Parteien eine gleich hohe Spende zukommen zu lassen

21.10.2022

Finanzminister Schelling wollte Novomatic und Sazka seinen Wein verkaufen

Schelling beauftragte im Jahr 2016 seinen Kabinettschef Schmid, nachzufragen, ob die Glücksspielkonzerne Interesse an "je 1.000 Flaschen" hätten



Auszug aus dem Novomatic-Netzwerk (veraltet)
Quelle: Addendum (2017)

Quelle: Der Standard

Wem nützt die Kooperation der Suchthilfe mit der Glücksspielindustrie? Ein Beispiel:



Das Salzburger „Institut Glücksspiel & Abhängigkeit“ betreut eigenen Angaben zufolge rund 150 Hilfesuchende pro Jahr. Das Institut ist laut Eigenwerbung „Marktführer bei den Schulungen im Rahmen der gesetzlich geforderten Sachkundenachweise“. Institutsleiter Roman Neßhold ist Mitglied der Spielerschutz-Kommission der Gauselmann-Gruppe. Durch die Zusammenarbeit mit Suchthilfe-Einrichtungen signalisiert die Gauselmann-Gruppe der Politik, dass weitergehende gesetzliche Maßnahmen zum Spielerschutz unnötig sind.

Quelle: Kronenzeitung, 14.3.2021



Malta in den Alpen: Österreich ist etwas Besonderes

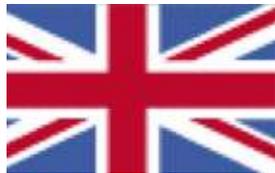
- In keinem anderen Land der Europäischen Union trägt der Sport so viel zum Bruttoinlandsprodukt bei wie in Österreich.*
- In keinem anderen Land der EU gelten Sportwetten als Geschicklichkeitsspiele.
- In kaum einem anderen Land der EU ist die Abgabenlast der Wettanbieter so niedrig wie in Österreich.
- In kaum einem anderen Land der EU scheint der politische Einfluss der Wettlobby so groß zu sein wie in Österreich.
- In kaum einem anderen Land der EU ist der Sport so stark von den Zuwendungen der Wettanbieter abhängig.

* Quelle: www.sportaustria.at/de/schwerpunkte/soziales-und-gesellschaftspolitik/sport-und-wirtschaft/

Was tun? Werberegulierung in den Ländern der „Big Five“



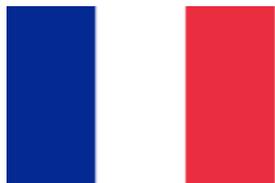
Die italienische Regierung hat im August 2018 ein Werbeverbot für Glücksspiele im Radio und im Fernsehen erlassen. Auch das Sportsponsoring durch Glücksspielanbieter ist seitdem verboten.



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 Fußballprofis sind verboten.



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



Der Glücksspielstaatsvertrag von 2021 verbietet Glücksspielwerbung mit aktiven Sportlern oder Sportfunktionären. Fanorganisationen und Einrichtungen der Suchthilfe haben ein „Bündnis gegen Sportwetten-Werbung“ gegründet.

Happiness made in Austria: In Memoriam Martin Blumenau



Würde der österreichische Fußball, würden die heimischen Sportmedien die Debatte um die Verantwortung ihres Sports für die Gesellschaft seriös führen, müsste man sich selber abschaffen, so unhaltbar sind die Zustände einer von Wettanbietern dominierten und somit abhängigen Branche.

The Daily Blumenau, 19.5.2015

Glücklich ist, wer vergisst, was nicht mehr zu ändern ist.
Österreich – eine Operette?

Fragen an die Beteiligten samt ungebetener Ratschläge

- Spieler: Woher haben die Wettanbieter eigentlich das meiste Geld? Sie haben es von Fußballfans, die sich für besonders schlau halten.
- Wettanbieter: Warum machen Sie es nicht wie Ihre Kollegen in England und stellen anonyme Spielerdaten für die Forschung zur Verfügung? Ihre Maßnahmen zum Spielerschutz sind sonst unglaubwürdig.
- Sportverbände: Wenn es beim Sport um das Gemeinwohl geht, dann dürften Sportverbände nicht für Sportwetten werben, sondern müssten vor der Wettsucht warnen. Oder?
- Politik: Weshalb verzichtet der österreichische Staat eigentlich auf Einnahmen? In den meisten anderen EU-Staaten ist die Abgabenlast der Wettanbieter deutlich höher.
- Suchthilfe: Glauben Sie wirklich, dass eine Branche, die der Spielsucht einen Großteil ihrer Gewinne verdankt, ernsthaft an der Eindämmung der Spielsucht interessiert ist? Tatsächlich? Dann würde mich interessieren, warum.

Zitat aus der Biographie von Nationalspieler Martin Hinteregger, 2021:

„Aus Erfahrung weiß ich: Spielsucht ist allgegenwärtig. Es gibt nicht nur Fußballer, die da richtig hineinrasseln und nicht mehr die Kurve kriegen.“



EM-Qualifikationsspiel Spanien. Österreich, März 1999
Sportwette des Nationalspielers Toni Pfeffer beim Stand von 0:5 zur Pause:

„Hoch wer ma 's nimma gewinnen.“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt: Jazbinsek@online.de