

Pressemeldung

Durch Verbot privater Wettanbieter floriert das Geschäft mit Glücksspielangeboten im Internet

Goldmedia-Studie „Online Betting & Gambling 2010“ prognostiziert Umsatz der Onlinespieleinsätze für Deutschland in 2010 auf 7,6 Milliarden Euro

Berlin, 20. Juni 2006. Nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur zukünftigen Regelung des staatlichen Monopols bei Sportwetten in Deutschland¹ wird derzeit in mehreren Bundesländern aktiv gegen private Wettannahmestellen vorgegangen. Die Nutzer dieser Wettangebote wandern daraufhin jedoch keineswegs zu staatlichen Angeboten in Deutschland ab, sondern vor allem zu ausländischen Internet-Wettanbietern.

Die Berliner Unternehmensberatung Goldmedia hat in der Studie *Online Betting & Gambling 2010* die Online-Glücksspiel-Märkte (Lotterien, Casinospiele und Wetten) in Deutschland, Österreich und der Schweiz eingehend analysiert und zeigt darin, dass von der Schließung der privaten Wettbüros und einem geringeren Wettbewerb im stationären Wettgeschäft in Deutschland vor allem (ausländische) Internetanbieter profitieren. Damit wird das Wachstum des ohnehin schwer kontrollierbaren Online-Vertriebskanals anteilig gegenüber dem stationären Wettgeschäft beschleunigt.

2005 setzten Deutsche rund eine Milliarde Euro allein bei Online-Wetten ein

Im Jahre 2005 wurden von Deutschland aus bei Glücksspielangeboten im Internet insgesamt 3,3 Milliarden Euro eingesetzt. Etwa eine Milliarde Euro entfiel davon auf den Bereich der Online-Wetten. Die meisten Wettanbieter im Internet beschränken sich jedoch nicht nur auf Wetten, sondern halten ebenso ein breites Angebot an Online-Casino- oder Lottospielen bereit. Zuwächse im Bereich Online-Wetten führen somit auch zu einer Steigerung bei anderen Online-Gambling-Angeboten.

Wachstumsrate hängt von künftigen gesetzlichen Rahmenbedingungen ab

Die Online-Glücksspielbranche boomt und verzeichnet jährlich zweistellige Zuwachsraten. Wie hoch das Wachstum in Deutschland letztlich ausfallen wird, hängt von den Veränderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen ab, die nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts bis Ende 2007 vorzunehmen sind.

In der Studie *Online Betting & Gambling 2010* hat Goldmedia deshalb verschiedene Szenarien entworfen und entsprechende Modelle für die Umsatzentwicklung bis zum Jahre 2010 berechnet. Der Spieleinsatz beim Online-Glücksspiel wird 2010 in Deutschland minimal bei rund sechs Milliarden Euro (Worst Case) und maximal bei rund neun Milliarden Euro (Best Case) liegen.

Im *Real Case* geht Goldmedia davon aus, dass zumindest für einige Online-Anbieter weiterhin Möglichkeiten bestehen werden, Werbung in den Medien zu platzieren und Multiplikatoren (z.B. Fußballvereine) für das Marketing zu nutzen. In diesem Fall prognostiziert Goldmedia ein Wachstum der Online-Spieleinsätze für Lotto, Wetten und Casinospiele inkl. Poker in Deutschland auf 7,6 Milliarden Euro.

Die Roherträge, d.h. die Spieleinsätze reduziert um die Gewinnausschüttung, werden sich *im Real Case* von 0,6 Mrd. Euro in 2005 auf 1,2 Mrd. Euro in 2010 steigern. Die jährliche Wachstumsrate² wird im Zeitraum 2005 bis 2010 bei den Spieleinsätzen 19 Prozent und bei den Roherträgen 13 Prozent betragen.

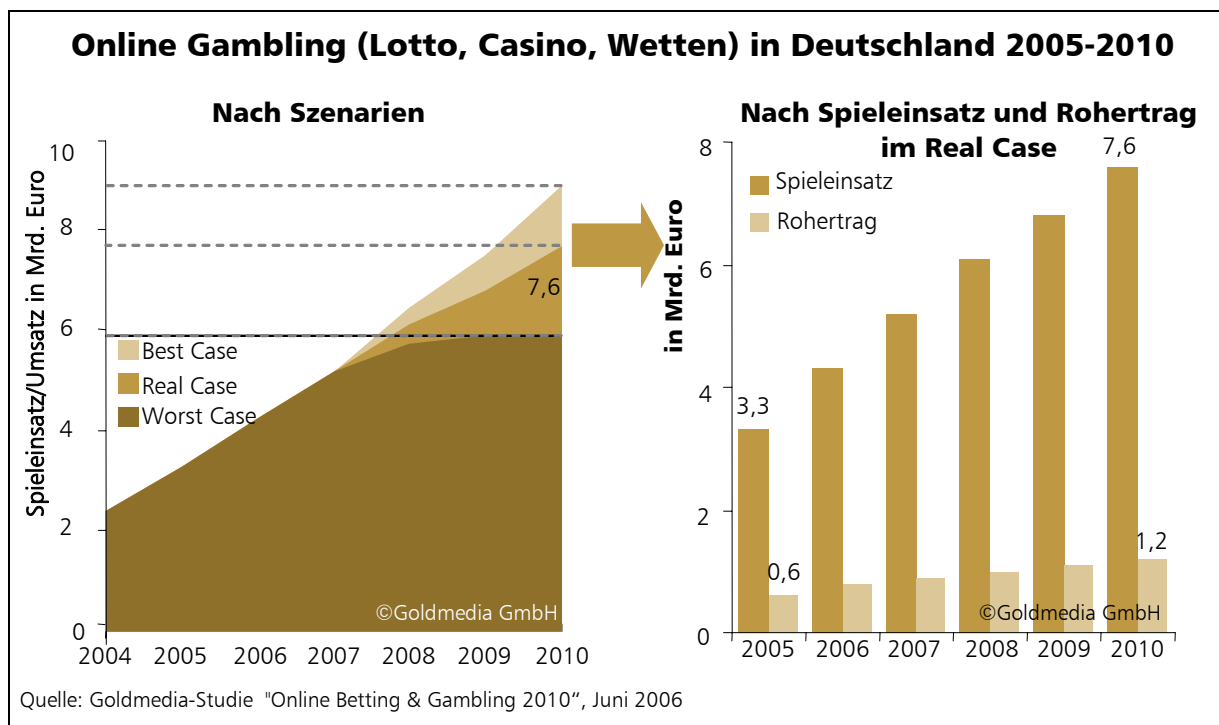
¹ Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 28. 03. 2006; eine Neuregelung des Sportwettenmonopols wird bis zum 31.12.2007 gefordert

² Wachstumsrate: CAGR (Compound Annual Growth Rate) = durchschnittlich geglättete jährliche Wachstumsrate

Chart 1:

Prognose:

Online Gambling (Lotto, Casino, Wetten) in Deutschland nach Szenarien, Spieleinsatz und Rohertrag 2005-2010



13 Prozent Wachstum der Spieleinsätze in Österreich, 18 Prozent in der Schweiz

Da der Markt in Österreich durch ein breites Online-Angebot von privaten Wettanbietern und des staatlich konzessionierten Online-Casinoanbieters *win2day* relativ weit entwickelt ist, erwartet Goldmedia bei den Spieleinsätzen ein gegenüber Deutschland reduziertes Wachstum von rund 13 Prozent pro Jahr bis 2010.

In der Schweiz ist von einem Wachstumspotenzial der Spieleinsätze auf deutschem Niveau auszugehen. Da aber in der Schweiz noch schärfere Restriktionen gegenüber privaten Anbietern bestehen, wird die jährliche Wachstumsrate bei 18 Prozent liegen und damit etwas geringer ausfallen als in Deutschland.

Fazit

Michael Schmid, Berater bei Goldmedia und Autor der Studie *Online Betting & Gambling 2010*, fasst die Entwicklungen zusammen: „Das Verbot privater Wettanbieter oder -vermittler und die in diesem Fall vom Bundesverfassungsgericht geforderte Reduzierung der Werbemaßnahmen auch bei staatlichen Wettangeboten treibt letztlich die Menschen in Deutschland, anders als in Österreich, über das Internet zu ganz anderen, völlig unkontrollierten Angeboten. Der Gesetzgeber wäre daher aus fiskalischer und am Allgemeinwohl orientierter Sicht letztlich besser beraten, eine kontrollierte Liberalisierung herbeizuführen. Denn nur dann lässt sich auch bei Onlineanbietern sowohl eine marktgerechte Besteuerung als auch eine geeignete Spielsuchtprävention realisieren.“

Begriffsdefinition Online-Gambling

Online-Gambling bezeichnet in der Studie „Online Betting & Gambling 2010“ Spiele mit monetärem Einsatz, die via Internet und nicht über Mobiltelefone übertragen und vermittelt werden sowie auf einer ständigen Verbindung zwischen Anbieter und Nutzer beruhen. Der Gewinnfall muss im Wesentlichen vom Zufall abhängig bzw. darf nicht unmittelbar vorhersehbar sein (Betting).

Quelle:

Online Betting & Gambling 2010. Marktpotenziale von Online Glücksspiel in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Goldmedia April 2006.

Die Studie ist die erste wissenschaftlich fundierte Analyse der Online-Glücksspielmärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Inhalte der Studie: rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen, Profile und Anzahl der Nutzer von Online-Glücksspielen sowie deren Zahlungsbereitschaft, Anteile des Online-Vertriebskanals am gesamten Glücksspielmarkt, Marktvolumen Online-Glücksspiel gesamt und nach Segmenten in den untersuchten Ländern, Marktprofile der wichtigsten Player und Anbieter, Entwicklungsprognosen in der Region DACH bis 2010. Die Studie hat einen Umfang von 120 Seiten und enthält 150 Abbildungen und Tabellen.

Goldmedia:

Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen sowie Strategieberatung und Implementierung. Ende 2004 wurde die Goldmedia Sales & Services GmbH neu gegründet. Die Gesellschaft unterstützt Medienunternehmen bei der Analyse komplexer Verkaufsprozesse, berät in Fragen der Strategieplanung und erarbeitet Verkaufs- und Vertriebskonzepte.

Pressekontakt:

Dr. Katrin Penzel Tel: +49-30-246 266-0
Katrin.Penzel@Goldmedia.de

Michael Schmid Tel: +49-30-246 266-0
Michael.Schmid@Goldmedia.de