

Pressemeldung

## Wettfieber im Internet steigt: Online Gambling als Freizeitbeschäftigung immer beliebter

Berlin, den 7. August 2006. Aktuelle Analysen der Forschungsinstitute Screen Digest und Goldmedia zum Thema Wetten und Glücksspiel im Internet zeigen, dass Online Gambling längst nicht mehr nur eine Domäne der so genannten Hardcore Gambler ist. Glücksspiel im Internet wird in vielen Zielgruppen immer beliebter. Das Bild des intensiv zockenden Hardcore-Gamblers beginnt sich immer mehr in Richtung Freizeit-Wetter zu wandeln.

„Alte Klischees von Gamblern in verqualmten Wettbüros mit Ausgaben der *Racing Post* unter dem Arm greifen schon lange nicht mehr“, kommentiert *Ed Barton*, Screen Digest Analyst und Autor der internationalen Studie *Online Gambling: Forecast and Assessment to 2010* die Entwicklungen. „Zahlreiche Anbieter überschwemmen derzeit den Markt mit einer Fülle von Gambling-Produkten. Der einfachste Weg zu spielen und zu wetten ist heute das Internet. Online Gambling reiht sich so immer mehr ein in das riesige Angebot möglicher Freizeitaktivitäten. Man spielt heute eben auch Poker oder Bingo, genauso wie man fernsieht oder ins Kino geht.“

### Verdopplung der Online Gambling Bruttogewinne weltweit bis 2010

Der weltweite Bruttogewinn<sup>1</sup> bzw. Rohertrag im Bereich Online Gambling wird nach Screen Digest-Analysen von rund 2,6 Milliarden Euro Ende 2005 auf rund 5,3 Milliarden Euro in 2010 anwachsen.<sup>2</sup>

In Deutschland ist laut Goldmedia-Studie *Online Gambling 2010* von einem Anstieg der Bruttogewinne bzw. Roherträge im Real Case von rund 640 Mio. Euro in 2005 auf 1,2 Mrd. Euro in 2010 auszugehen. – Die Entwicklung in Deutschland wird jedoch zentral von der weiteren Gestaltung der regulativen Rahmenbedingungen und dem Engagement der Medienanbieter, vor allem der TV-Sender, abhängen.

Großbritannien gehört ebenfalls zu den schnell wachsenden Online Gambling-Märkten. Der Bruttogewinn bzw. Rohertrag betrug hier Ende 2005 rund 960 Millionen Euro und wird sich bis 2010 auf ca. 2,28 Milliarden Euro erhöhen.

### Konsumenten finden trotz restriktiver Maßnahmen Wege zum Online Gambling

Eine eher restriktive Gesetzgebung, die den Glücksspielmarkt kontrolliert und die Spielsucht minimieren soll, gibt es derzeit nicht nur in Deutschland oder in der Schweiz, sondern zum Beispiel auch in den USA. „Erst kürzlich wurde der Geschäftsführer des internationalen Wettanbieters *BetonSports.com* in den USA verhaftet. Dies ist ein überraschender Schritt gegen den Vorstand eines Unternehmens, das an der Londoner Börse notiert ist“, kommentiert Screen Digest Studienautor *Ed Barton*. „Man muss sich fragen, wen derartige Maßnahmen schützen sollen. Der Konsument, der im Internet spielen und wetten will, wird immer Wege finden, dies zu tun.“

### Wachstumspotenziale in Deutschland durch größere Substitutionseffekte

Der Glücksspielmarkt in Deutschland wird derzeit noch stark durch die stationären Vertriebskanäle geprägt. „Das Potenzial für Online Gambling in Deutschland ist dadurch noch längst nicht ausgeschöpft“, betont Goldmedia-Analyst *Michael Schmid* und Autor der Goldmedia-Studie *Online Gambling 2010: Marktpotenziale für Online-Glücksspiele in Deutschland, Österreich und der*

<sup>1</sup> Bruttogewinn: Wetteinsatz des Anbieters nach Gewinnauszahlung=Rohertrag

<sup>2</sup> Der Forecast bezieht sich auf die in Großbritannien beheimateten, gelisteten bzw. auf Großbritannien fokussierten Unternehmen.

Schweiz. „Internet-affine Zielgruppen rücken immer mehr in das für Lottospieler typische Alter. Zugleich wächst generell die Begeisterung für Wetten und Glücksspiele. Daher gehen wir davon aus, dass es in Zukunft zu einer immer stärkeren Substitution zwischen stationärem Glücksspiel und Internet-Gambling kommen wird. Online ist es für die Spieler schwer erkennbar, ob die Angebote von seriösen Anbietern aus der EU stammen. Eine rechtliche Limitierung der heimischen Anbieter fördert in jedem Falle insbesondere die Entwicklung ausländischer Gambling-Anbieter.“

**Quelle:**

Die in der Pressemeldung verwendeten Daten und Fakten entstammen den folgenden aktuellen Studien von Screen Digest und Goldmedia:

*Online Gambling: Forecasts and Assessment to 2010.* Die Studie vermittelt den momentan aktuellsten Überblick über die internationalen Entwicklungen im Bereich Online Gambling. Der Report gibt einen Forecast auf die weltweite Umsatzentwicklung bis 2010 und porträtiert 30 der weltweit führenden Online-Betting-Anbieter. Sie enthält Analysen zu folgenden Ländern: Dänemark, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Niederlande, Norwegen, Schweden Ungarn und USA.

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

**Kontakt:**

Die Goldmedia GmbH und Screen Digest Ltd. kooperieren bei der Vermarktung ihrer Forschungsergebnisse. Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte bei Goldmedia:  
Anja Martick, Tel: +49-30-246 266-0; Fax: +49-30-246 266-66  
e-mail: Anja.Martick@Goldmedia.de

**Weitere Informationen** finden Sie auch unter: [www.Goldmedia.de](http://www.Goldmedia.de)

**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.

**Screen Digest:** Screen Digest mit Sitz in London ist eines der weltweit führenden Research & Consulting Unternehmen im Bereich Medienforschung. Der mittlerweile legendäre Screen Digest Newsletter gehört seit 30 Jahren in mehr als 40 Ländern rund um den Globus zur Pflichtlektüre der Medienbranche. Das Kerngeschäft von Screen Digest ist die Forschungstätigkeit in nahezu allen Bereichen elektronischer Medien und die regelmäßige Publikation ausführlicher Marktanalysen. Die Mediendatenbank „Intelligence Services“ macht dieses umfangreiche Wissen seit Kurzem auch online verfügbar. Darüber hinaus arbeitet Screen Digest als Strategieberatung für renommierte nationale und internationale Unternehmen.