



2022/32 Sport

<https://jungle.world/artikel/2022/32/das-geschaeft-mit-der-spielsucht>

Das Bündnis gegen Werbung für Sportwetten

Das Geschäft mit der Spielsucht

Von **Simon Volpers**

Derzeit gibt es keinen Verein in der Fußball-Bundesliga der Männer, der nicht in irgendeiner Form mit einem der zahlreichen Wettanbieter kooperiert. Meist nehmen diese sogar sehr prominente Plätze im Sponsoren-Portfolio der Vereine ein. Dagegen regt sich Widerstand.

»Ihre Wette in sicheren Händen« - mit diesem Slogan und dem ehemaligen Welttorhüter Oliver Kahn bewarb der Sportwettenanbieter Tipico jahrelang seine Dienste. Der deutsche Rekordfußballnationalspieler Lothar Matthäus wirbt für den Anbieter Interwetten, der Stürmerstar Lukas Podolski war das Gesicht von des Sportwettenanbieters Xtip. Der Konkurrenzdienst Tipico ist Partner des FC Bayern München, der Deutschen Fußball-Liga (DFL) sowie der ARD-»Sportschau«. Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) zählt den Anbieter Bwin zu seinen Sponsoren.

Sportwettenanbieter sind im professionellen Fußball (nicht nur) hierzulande allgegenwärtig. Derzeit gibt es keinen Verein in der Bundesliga der Männer, der nicht in irgendeiner Form mit einem der zahlreichen Unternehmen verbunden ist. Meist nehmen diese sogar sehr prominente Plätze im Sponsoren-Portfolio der Vereine ein. Dagegen regt sich Widerstand.

Anfang August präsentierte sich das Bündnis gegen Sportwetten-Werbung (BgSwW) der Öffentlichkeit mit dem Motto: »Für echten Sport. Ohne Abzocke.« Die Initiative setzt sich für eine weitgehende Einschränkung der Werbung für Sportwetten sowie für die Stärkung von Forschung und Prävention zu Glücksspielsucht ein. Zu den Gründungsmitgliedern zählen etwa im Themenfeld forschende Wissenschaftler, Fachverbände und Beratungseinrichtungen für Glücksspielsüchtige sowie Betroffene selbst. Aus dem Bereich des Fußballs sind unter anderem die Bundesarbeitsgemeinschaft der Fanprojekte, ein Zusammenschluss der sozialpädagogisch mit jugendlichen und heranwachsenden Fußballfans arbeitenden Fanprojekte, sowie die Fanorganisation »Unsere Kurve« beteiligt.

Dem Bundesgesundheitsministerium zufolge zeigen hierzulande rund 500 000 Menschen ein problematisches Glücksspielverhalten. Mindestens 200 000 von ihnen gelten als süchtig.

Letztere forderte bereits im Mai in einer Pressemitteilung die strengere Regulierung von Sportwetten. »Unsere Kurve« schreibt, dass insbesondere Fußballfans häufig ein problematisches Suchtverhalten an den Tag legten, das von den Sportwettenanbietern der eigenen Gewinnerwartung wegen gefördert werde. Zu Werbezwecken würden sich diese beispielsweise »fankulturelle Elemente und Stadionatmosphäre« aneignen. Die Fanorganisation appellierte an Vereine und Verbände, unter anderem »Maßnahmen zur Sensibilisierung und Aufklärung (...) zum Sucht- und Gefährdungspotential von Sportwetten« zu etablieren sowie perspektivisch keine weiteren Kooperationsvereinbarungen mit Anbietern abzuschließen und bestehende nach Möglichkeit zu kündigen.

Wenig überraschend verhallten diese Appelle weitgehend ungehört. Der deutsche Fußball verdient gut an dem Geschäft mit den Wetten. Hierzulande werden pro Jahr neun Milliarden Euro in Sportwetten eingesetzt, wovon etwa 90 Prozent auf Fußballwetten entfallen; rund 800 Millionen Euro gab die Branche allein für Werbung aus. Das Geschäft boomt seit der Auflösung des staatlichen Monopols bei Sportwetten und der Freigabe des Markts für private Wettanbieter im Jahr 2006.

Auf der anderen Seite stehen die Verlierer des Wettspiels – und die Verluste, für die nicht zuletzt die Gesellschaft in Form von Therapieeinrichtungen und Rehabilitierungsprogrammen aufkommt. Dem Bundesministerium für Gesundheit zufolge zeigen hierzulande rund 500 000 Menschen ein problematisches Glücksspielverhalten. Mindestens 200 000 von ihnen gelten als süchtig. Andere Quellen nennen weit höhere Zahlen. Die Sucht treibt schnell in den finanziellen Ruin, Süchtige gelten als überdurchschnittlich suizidgefährdet. Unter den Menschen, die an Sportwetten teilnehmen, soll laut BgSwW gar rund die Hälfte ein problematisches Wettverhalten zeigen. Die Betroffenen sind mehrheitlich Männer im Alter von 18 bis 35 Jahren, nicht wenige davon mit Migrationshintergrund.

Das Versprechen der Branche – das schnelle Geld zu machen – hat seinen Reiz insbesondere für diejenigen, die gesellschaftlich abgehängt sind. Die Wettbüros in den Kiezen sind soziale Treffpunkte, die den ganzen Tag Fußballspiele zeigen. Viele Rap-Stars spielen in ihren Texten mit den Namen der Anbieter, auf den Banden im Fußballstadion prangt deren Werbung. Obgleich wissenschaftliche Untersuchungen anderes belegen, glauben viele, große Fußballexpertise garantiere gute Gewinnchancen. Auch in den Fanszenen sind Sportwetten und andere Glücksspiele verbreitet. Ultras des Fußballzweitligisten Holstein Kiel zeigten jahrelang eine Fahne mit der Aufschrift »Sektion Spielsucht«.

Vor diesem Hintergrund hat sich das BgSwW auf zwei zentrale Forderungen verständigt. Es fordert, dass Werbung für Sportwetten »aus Gründen des Kinder-, Jugend- und Spielerschutzes so weit wie möglich aus der allgemeinen öffentlichen Wahrnehmung verschwinden und analog etwa zu Tabakwerbung streng reguliert werden« soll, und verweist darauf, dass andere europäische Länder in dieser Hinsicht bereits Maßnahmen beschlossen haben. So hat beispielsweise Italien trotz des erwartbaren Widerstands aus dem professionellen Fußball im Jahr 2018 ein weitgehendes Werbeverbot für Glücksspiel erlassen. Auch in Spanien existieren weitreichende Verbote. In anderen europäischen Ländern, insbesondere in vielen Balkan-Staaten, sind Sportwettenanbieter hingegen noch präsenter als im deutschen Fußball.

Das BgSwW plädiert zudem dringend dafür, die Präventionsarbeit auszubauen und wissenschaftliche Forschung zur Wettsucht zu fördern. Dazu gehöre auch, »den Zusammenhang

zwischen dem Anstieg von Sportwetten aufgrund von Werbung und dadurch erhöhten Risiken von Spielmanipulationen bewusst zu machen«. Dass der deutsche Fußball gegen eben diese Gefahr nicht gefeit ist, offenbarte der sogenannte Wettskandal 2005: Der Schiedsrichter Robert Hoyzer hatte Spiele der Zweiten Bundesliga, des DFB-Pokals und der Regionalliga so manipuliert, dass Ergebnisse erzielt wurden, auf die seine Auftraggeber vorher gewettet hatten. Die Geschehnisse gelten als der größte Skandal der Fußball-Bundesliga seit den Bestechungsaffären der frühen siebziger Jahre.

Dass es nun abermals Fußballfans sind, die federführend auf problematische Strukturen im professionellen Fußball hinweisen und Veränderungen anregen, ist geradezu folgerichtig. Das BgSwW gibt an, die Debatte über Sportwetten(werbung) habe sich im Zuge der Auseinandersetzungen um die gesellschaftliche Bedeutung und Wirkung des Fußballs nach dem Einschnitt durch die Covid-19-Pandemie intensiviert. Das Bündnis »Zukunft Profifußball«, an dem zahlreiche Fanorganisationen beteiligt waren, hatte im Herbst 2020 unter anderem ein Konzeptpapier zur gesellschaftlichen Verantwortung des Profifußballs vorgelegt und darin auch die Sportwettenanbieter als unethische Kooperationspartner des Fußballs gebrandmarkt.

Dass diese Anschuldigung nicht von ungefähr kommt, verdeutlichte Ende Juli eine Meldung der Bremer Innenbehörde. Wegen des dringenden Verdachts der Geldwäsche sollen sämtliche in Bremen ansässigen Sportwettenanbieter darlegen, woher das Geld für die Gründung einzelner Wettbüros stammt. Da bislang kein Unternehmen befriedigend erklären konnte, woher sein Startkapital stammte, wurden Anfang August sämtliche Wettbüros in der Stadt vorübergehend geschlossen.