

Bilanz 2004: 857.000 EUR Abgabe allein dank Online- Roulette

Spielbank Wiesbaden: Kontinuierliches Wachstum im konventionellen und Online-Spiel sichert auch 2004 öffentlichen Auftrag

Wiesbaden – Mit einem Bruttospielertrag (BSE) von 46 Millionen Euro verzeichnete die Spielbank Wiesbaden auch im Geschäftsjahr 2004 wieder kontinuierliches Wachstum. Der Ertrag stieg um 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr (43,7 Millionen Euro, BSE: Differenz Einsätze der Gäste – Gewinne der Gäste). Dieses Ergebnis ist auch deshalb positiv, da zum ersten Mal die Erträge des am 16. Juli 2004 gestarteten Online-Roulettes konsolidiert werden. Dieses neue Angebotssegment hat sich im ersten halben Betriebsjahr besser als erwartet entwickelt – und einen BSE von mehr als einer Million Euro erzielt. Die Spielbank generierte damit reine Zusatz-Erträge, da parallel zum Online-Bereich auch die Ergebnisse im konventionellen Glücksspiel – also im klassischen und im Automatenspiel – stiegen.

Mit diesem Resultat knüpft die Spielbank Wiesbaden an ihre Erfolge der Jahre zuvor an. Schon 2003 (+6,4%) und 2002 (+2,8%) erzielte sie deutliche Zuwächse. Sie zeigt damit einen stabilen Trend – gegen die Branche und allgemeine Krise. (Die Deutschen Spielbanken verzeichneten 2004 ein Minus von 2,2 Prozent.) Dank der Ergebnisse 2004 baut die Spielbank Wiesbaden ihre Marktführerschaft im Rhein-Main Gebiet um knapp 2 Punkte auf 46,6 Prozent aus. Im Ranking der über 60 Spielbanken Deutschlands belegt sie – nach Dortmund, Berlin, Hamburg, Stuttgart – Rang 5. Vor allem die öffentlichen Haushalte profitieren von der erfolgreichen Unternehmens-Philosophie.

Die Kommune Wiesbaden erhielt 13,25 Millionen Euro, das Land Hessen 28,2 Millionen Euro. Das bedeutet eine Million Euro an Mehreinnahmen für die öffentlichen Kassen. Damit erreicht die Gesamt-Abgabe 41,45 Millionen Euro. Davon entfallen allein auf das Online-Roulette mehr als 850.000 Euro. Thomas Freiherr von Stenglin, Geschäftsführer Spielbank Wiesbaden: **„Die Spielbank Wiesbaden entkoppelt sich vom Branchenpessimismus, und die allgemeine Konsumzurückhaltung nehmen wir in unserem Casino nur gedämpft wahr. Das gelingt, weil wir Klassik und Moderne sehr sensibel komponieren; das Online-Casino in unserem klassizistischen Spielsaal ist ein Zeichen dafür. Wir interpretieren das klassische Spiel neu und finden durch diese Verknüpfung von alt und neu, von Service und Technik immer neue Zielgruppen, ohne Freunde des erlebnisreichen und stilvollen Spielangebotes des Kurhauses zu verschrecken.“**



So haben sich bereits nach einem halben Jahr knapp 5.000 Teilnehmer beim Online-Spiel registriert. Etwa die Hälfte von ihnen wurde zum aktiven Spiel autorisiert. Pro Tag nutzen mehr als 200 Gäste das Real Game im Internet. Diese Zahl entspricht etwa der Besucherzahl einer mittelgroßen konventionellen Präsenzspielbank in Deutschland. Klaus Gülker, Geschäftsführer Spielbank Wiesbaden: **„Offenbar gelingt es der Spielbank Wiesbaden, den öffentlichen Auftrag zur Kanalisierung des Glücksspiels, wie er beim Start des Internet-Angebotes von Innenminister Volker Bouffier definiert wurde, auch in der Online-Welt umzusetzen. Wenn wir hier gegen die zahlreiche und äußerst attraktive Konkurrenz aus dem Ausland noch erfolgreicher sein wollen, müssen wir mit dem Gesetzgeber die Attraktivität unseres Angebotes noch erheblich erhöhen. Die Nutzer honorieren es, aus der illegalen Ecke der**

Teilnahme bei ausländischen Anbietern herauszukommen.“

Auch mit Blick auf die Besucherstruktur präsentiert sich das Online-Spiel als komplementäres Angebot. Es ist an solche Nutzer adressiert, die bisher illegale und/oder unsichere Angebote wahrnehmen mussten. Diese Zielgruppe findet nun eine legale Spielplattform. Das konventionelle Spiel bleibt in der Besucherfrequenz davon unberührt.

2004 zählte das Haus 310.040 Besucher. Davon entfällt mehr als die Hälfte (162.311 Besucher) auf das Große Spiel. Die hohe Attraktivität des Standortes zeigt sich in der 2004 gestiegenen Netto-Reichweite. Das heißt, die Anzahl der natürlichen Personen, welche die Spielbank besuchen, stieg sogar um 1,8 Prozent. Dabei gelang es der Spielbank besonders, Neu-Gäste zu überzeugen: Fast jeder Fünfte besuchte nach seiner Spiel-Premiere die Spielbank mindestens ein weiteres Mal. Mit einer derart hohen Folgequote hat Wiesbaden eine Alleinstellung: Der brancheninterne Durchschnitt liegt bei drei Prozent. Bei anderen Produkten im Konsum- und Entertainmentsektor gelten Maßnahmen zur Kundengewinnung schon bei einer Quote von 2 Prozent als Erfolg.

Pressekontakt: Spielbank Wiesbaden GmbH & Co. KG

Geschäftsführer Klaus Gülker und Thomas Freiherr von Stenglin