

Gefährliche Liebschaften: Nutzen und Schaden der Wetten für den Sport

Wien. Der Sport fördert in Österreich bisweilen Kurioses zu Tage. So tourte der mittlerweile aufgelöste Fußballklub SC Untersiebenbrunn drei Jahre lang als „Interwetten.com“ durch heimische Stadien.

Aber wo sonst, wenn nicht im Sport, sollen Wettanbieter werben. Der Markt ist in Österreich seit 25 Jahren liberalisiert, und so treten viele Wett-Unternehmen wie Admiral, Cashpoint und tipp3 im heimischen Sport als Sponsor auf. Auch Bwin wirbt in Österreich, hier darf das Unternehmen.

Was auf den ersten Blick als ertragreiche Partnerschaft erscheint, ist bei genauerem Hinsehen aber auch eine heikle Angelegenheit. Vor allem das wachsende Angebot im Internet bringt dem Sport nicht nur Nutzen. Einzelne Vereine profitieren zwar durch Sponsordeals, doch die meisten Wettanbieter locken auch mit Online-Glücksspielen und befinden sich damit in direkter Konkurrenz zu den heimischen Lotterien. Wie in zahlreichen europäischen Ländern profitiert auch der österreichische Sport vom Umsatz aus Glücksspielen. In diesem Jahr bekamen Dach- und Fachverbände über 54 Millionen Euro. „Im kommenden Jahr werden wir über 60 Millionen liegen“, sagt Lotterien- und Fußballverbands-Chef Friedrich Stickler.

Wett-Skandale sorgten für Aufsehen im Fußball

Nicht minder heikel sind die jüngst in Europa aufgedeckten Wett-Skandale. „Durch das Internet ist man in neue Dimensionen vorgedrungen“, erklärt Stickler. Absprachen, so der ÖFB-Präsident, habe es im Fußball immer gegeben, allerdings hätten die Manipulationen früher sportliche Hintergründe, wie etwa den Klassenerhalt eines Teams, gehabt. Nun stehe der

finanzielle Gewinn im Vordergrund.

Admiral als größter heimischer Sportwetten Anbieter mit 141 Filialen erwirtschaftet einen Wett-Erlös von mehr als 120 Millionen Euro. Tendenz stark steigend. Durch Sponsoring fließt rund ein Prozent in den Sport zurück, wobei auch der Amateur-Fußball profitiert. Seit fünf Jahren ist das Unternehmen auch im Internet präsent, allerdings mit Sitz in London. Cashpoint, das Bundesligist Altach sponsert, wickelt sein Online-Geschäft in Malta ab. „Die Margen sind im Internet gering“, erklärt Admiral-Vorstand Jürgen Irsigler. Der Konkurrenzdruck zwänge förmlich zur Übersiedlung in steuerschonende Länder.

Laut Irsigler gibt es in Österreich rund 90 Sportwetten-Anbieter. Für eine Lizenz braucht es nicht viel: Wer über ein einwandfreies Leumundszeugnis verfügt, ist mit einer Bankgarantie in der Höhe von 72.000 Euro schon dabei.