

Die Unterhaltungsautomatenwirtschaft
Chancen in einem dynamischen Markt?

Hans-Günther Vieweg

Düsseldorf, den 14. Januar 2008

Die Unterhaltungsautomatenwirtschaft – Chancen in einem dynamischen Markt?

Die Unterhaltungsautomatenwirtschaft ist mit ihrem Angebot an Geldgewinnspiel-, Sportspielgeräten, Geschicklichkeitsspielen, Musikautomaten und anderen Unterhaltungsautomaten Teil des Freizeitmarktes mit einem Volumen zwischen 240 und 290 Mrd. € dies entspricht etwa jedem fünften Euro des privaten Verbrauchs.

Die Unterhaltungsautomatenwirtschaft ist eine traditionell hardware-basierte Branche, die Impulse aus der Nutzung neuer Technologien und Medien erzielen kann. Software gesteuerte Spielpläne geben die Chance für abwechslungsreiche Spiele und last-but-not-least können über das Internet neuartige Spiele angeboten werden. Chancen aus Produktinnovationen können jedoch ohne enge Begrenzungen gemessen am Umsatz nur für knapp 30% des Angebots genutzt werden. Der weitaus größte Teil des Umsatzes wird mit dem Gewerberecht unterliegenden Geld-Gewinnspielgeräten erzielt, für die auf der Grundlage der Spielverordnung (SpielV) bislang nur sehr begrenzt Innovationen möglich waren.

Zwischen 1996 und 2005 legten die privaten Konsumausgaben mit einer durchschnittlichen jährlichen Rate von 1,4 % zu, die Ausgaben für Freizeit, Unterhaltung und Kultur wuchsen mit 1,8 % stärker. In diesem Zeitraum konnten die Aufstellunternehmen ihren Umsatz mit Unterhaltungsautomaten nur um magere 0,5% ausweiten.

Das gewerbliche Geldgewinnspiel hat gegenüber den staatlichen und staatlich lizenzierten Glücksspielanbietern an Boden verloren, die - entgegen den mit der Beschränkung des Marktzugangs begründeten Zielen - laufend neue Produkte einführten. Beispielsweise stellte die Lotto-Toto-Gesellschaft Niedersachsen seit 2005 in direkter Konkurrenz zum gewerblichen Geldgewinnspiel stehende Lotterieterminals „Quicky“ in Gaststätten auf. Dies ist allerdings aufgrund gerichtlicher Intervention jüngst verboten worden. Die Spielbanken haben in den letzten Jahrzehnten eine Vielzahl von Spielbanken und Automatenäle eröffnet. Besonders ausgeprägt war die Entwicklung beim so genannten „Kleinen Spiel“, mit der Schaffung von Dependancen der Spielbanken, die im

Bereich der Innenstädte auf neue Kunden mit dem „kleinen Geldbeutel“ abzielen. Das gewerbliche Geldgewinnspiel konnte der Entwicklung nicht folgen und verlor Marktanteile, zwischen 1995 bis 2003 um 7 %.

In diesen Zeitraum sind jedoch neue Konkurrenten in den Markt eingetreten, unter anderem die privaten Anbieter von Sportwetten, die teils mit Lizenzen aus den „letzten Tagen“ der DDR im rechtlichen Graubereich agieren. Zwischen 2000 und 2003 verdreifachte sich die Zahl der Wettshops, parallel dazu stieg der Umsatz an. Hinzu kommen die Betreiber von Online-Spielen die vornehmlich von Steueroasen außerhalb der EU das Internet nutzen. Für 2003 bis 2005 liegen Schätzungen für diese beiden Marktsegmente vor, die eine Verdopplung der Umsätze in jedem der Jahre 2004 und 2005 anzeigen. Unter Berücksichtigung dieses Angebots hat der Gesamtmarkt für Glücks- und Gewinnspiele in Deutschland um jährlich rund 14% zugenommen. Das staatliche und staatlich konzessionierte Spiel hat 2004 und 2005 einen Rückgang von 0,3 % p. a. hinnehmen müssen, und das gewerbliche Geldgewinnspiel stagnierte. Wie die Situation sich unter dem inzwischen in Kraft getretenen Glücksspielstaatsvertrag entwickeln wird, bleibt abzuwarten.

2007 haben die durch die neue SpielV verbesserten Rahmenbedingungen spürbar Wirkung entfaltet. Der Umsatz der Aufstellunternehmen mit Geld-Gewinngeräten legte mit zweistelliger Rate zu. Insgesamt erreicht der Umsatz mit Unterhaltungsautomaten einen Wert von 3,2 Mrd. € und lag somit wieder auf dem Niveau von 2005. Die Aussichten für das laufende Jahr sind gut. Dies liegt sowohl an den Geld-Gewinngeräten der neuen Generation als auch an dem besseren Konsumklima. Ob die neue SpielV die in sie gesetzten Erwartungen voll erfüllt, wird man erst in einigen Jahren feststellen können. Wachsen in Zukunft die Umsätze der Aufstellunternehmen etwa so schnell wie die Ausgaben der privaten Haushalte für die Freizeit, dann wäre der Trend der Vergangenheit gebrochen.