



Evaluierungsbericht 2021

TIPICO CO. LTD.

Tipico Tower
Vjal Portomaso
St. Julian's STJ 4011 · Malta

Tel: +356 2570 7000
info@tipico.com
www.tipico.com

MFSA Registration Number: C 34286
VAT Registration Number: MT25934015
Remote Gaming License: MGA/CL2/180/2004

Bank of Valletta International p.l.c.
IBAN: MT53VALL22013000000040015390435
BIC/SWIFT: VALLMTMT

Inhalt

1.	Einleitung.....	3
1.1	Zielsetzung des Evaluierungsberichtes	3
1.2	COVID-19 und das stationäre Geschäft	4
2.	Ressourcen für Spielerschutz	6
3.	Kooperationen.....	8
3.1	Beratung und Hilfe.....	8
3.2	Forschung	8
4.	Schulung.....	9
5.	Kontrollen und Mystery Shopping	10
6.	Jugendschutz.....	11
7.	Verhaltensbeobachtung	13
7.1	Gesamtzustand der Kundenbasis	13
7.2	Verhaltensbeobachtungen im stationären Vertrieb.....	17
8.	Interventionen	19
8.1	Automatisierte Interventionen.....	19
8.2	Spielerschutzgespräche	20
9.	Universalprävention	22
10.	Selektivprävention.....	24
10.1	Limits	24
10.2	24-Stunden Sofortsperrre	25
10.3	Exkurs: Evaluierung der 24-Stunden Sofortsperrre	26
11.	Indizierte Prävention	31
11.1	Nutzung von Spielersperren.....	31
11.2	OASIS-Abfragen.....	32
12.	Zusammenfassung	35

Diversität ist für Tipico Teil seiner Identität. Tipico fördert Vielfalt, Integration und Gleichberechtigung. Die in diesem Konzept durchgängig verwendete männliche Form ist als nicht geschlechtsspezifisch zu betrachten und dient ausschließlich der besseren Lesbarkeit.

1. Einleitung

1.1 Zielsetzung des Evaluierungsberichtes

Vertrauen ist eines der bedeutsamsten Kriterien in Konsumententscheidungen, und Tipico wird seiner Rolle als Marktführer auch in dem neu geschaffenen, regulierten Markt gerecht: Die Mehrzahl der deutschen Sportwetter schenkt Tipico ihr Vertrauen. Es ist unser Ziel, ihnen im Rahmen der rechtlichen Vorgaben das Produkt anzubieten, das sie sich wünschen. Und bei so etwas gilt die Regel: Darauf zu hoffen, dass etwas schon so funktionieren wird, wie man sich das vorstellt, ist nicht gut genug. Es benötigt Evidenz in Form einer Evaluierung.

Eine Evaluierung lebt davon, dass von Anfang an klar ist, woran der Erfolg bemessen wird. Ansonsten kann eine Objektivität der Evaluierung nicht sichergestellt werden. Daher haben wir uns schon im Rahmen unserer Konzessionseinreichung dazu bekannt, welche Kriterien wir evaluieren werden. In diesem Bericht lösen wir dies ein.

Der Bericht umfasst die Evaluierungskriterien bundesweit für den Online-Vertrieb und nach Bundesland aufgeteilt für das stationäre Geschäft in Wettvermittlungsstätten. Auf diese Art lassen sich Schlussfolgerungen über die Auswirkung des Spielerschutzkonzeptes ebenso wie dessen landesspezifischer Modifikationen ziehen.

Für den Online-Vertrieb von Sportwetten wurde Tipico am 9. Oktober 2020 eine bundesweite Erlaubnis erteilt. Die berichteten Zahlen beziehen sich daher auf den gesamten Markt für das gesamte Jahr 2021.

Für den stationären Vertrieb ist die Situation hingegen deutlich komplexer. Einerseits bewegen sich die Länder in deren Erlaubnisprozess auf unterschiedlichen Zeitschienen: Während manche Länder den Erlaubnisprozess schon abgeschlossen haben, haben andere Länder noch keine Erlaubnisse erteilt.

Andererseits muss jede Wettvermittlungsstätte einzeln erlaubt werden. Das bedeutet, dass auch in einem Land, in dem der Erlaubnisprozess schon vor langem begonnen wurde, nicht zwangsläufig allen oder einem Großteil der Wettvermittlungsstätten schon eine Erlaubnis erteilt wurde.

Zuletzt wurden die Erlaubnisse sukzessive im Verlauf des Jahres 2021 erteilt. Abbildung 1 zeigt den Status verschiedener Länder im Erlaubnisprozess.

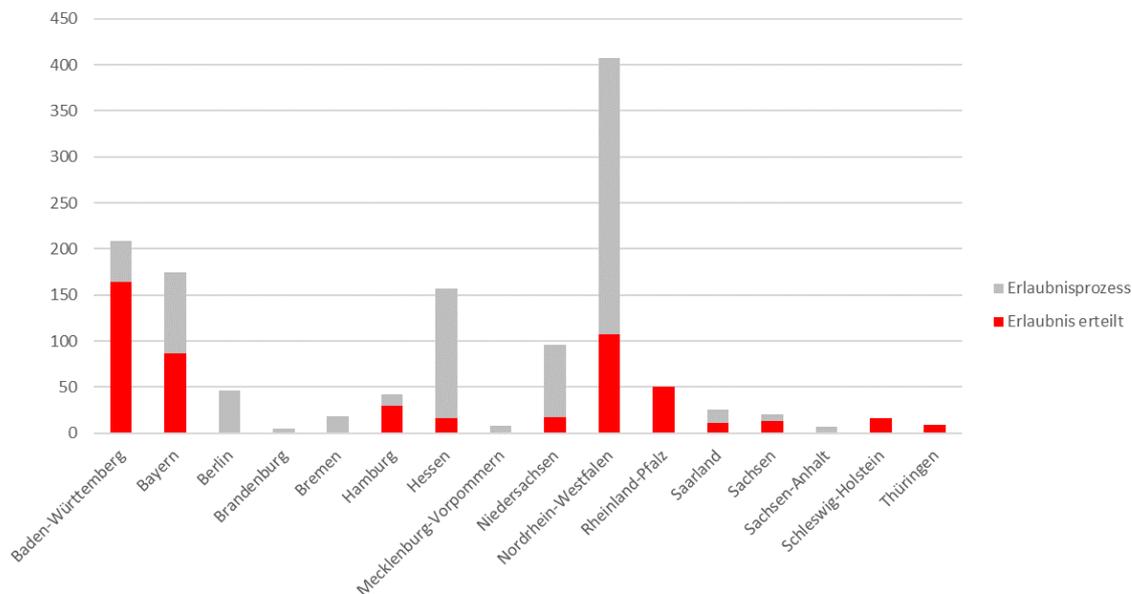


Abbildung 1: Status des Erlaubnisprozesses für das stationäre Vertriebsnetzwerk.

Insgesamt bedeutet das, dass Berichte über das stationäre Geschäft zum jetzigen Zeitpunkt nicht zwangsläufig alle Länder berücksichtigen können und in den Ländern, die sie berücksichtigen, nicht alle Wettvermittlungsstätten. Für die Shops, die im Bericht berücksichtigt sind, ist der Berichtszeitraum nicht das vollständige Jahr 2021. Daraus ergibt sich, dass dieser Bericht insbesondere für den stationären Vertrieb – eher eine Darstellung ist, wie ein Evaluierungsbericht aussehen kann.

1.2 COVID-19 und das stationäre Geschäft

Ein weiterer verzerrender Effekt für den stationären Vertrieb ergibt sich aus den Einschränkungen im Betrieb, die sich aus Verordnungen zur COVID-19 Prävention ergeben (vgl. Abbildung 2).

Dies kann in vielerlei Hinsicht Auswirkungen auf die Berichte aus den Wettvermittlungsstätten haben. Wenn der Betrieb stark eingeschränkt ist, und z. B. ein Aufenthalt im Shop untersagt ist, so sind die Möglichkeiten der Servicemitarbeiter zum Erkennen von Anzeichen für mögliche glücksspielbezogene Probleme oder zum Durchführen von Spielerschutzgesprächen selbstverständlich stark eingeschränkt.

	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Baden-Württemberg	Rot	Rot	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Bayern	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Berlin	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Brandenburg	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Bremen	Rot	Rot	Rot	Rot	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Hamburg	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Hessen	Rot	Orange	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Mecklenburg-Vorpommern	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Niedersachsen	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Nordrhein-Westfalen	Rot	Rot	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Rheinland-Pfalz	Rot	Rot	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Saarland	Rot	Rot	Orange	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Sachsen	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Orange
Sachsen-Anhalt	Rot	Rot	Orange	Orange	Orange	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Schleswig-Holstein	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün
Thüringen	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün	Grün

Abbildung 2: COVID-19 Restriktionen im Shop Netzwerk.

Rot... ausnahmslose Schließung

Orange... stark eingeschränkter Betrieb (z. B. ohne Verweilmöglichkeit)

Gelb... eingeschränkter Betrieb mit Test und Nachweispflichten

Grün... uneingeschränkter Betrieb

2. Ressourcen für Spielerschutz

Ein Compliance-Rahmenwerk ist nur erfolgversprechend, wenn es klare Verantwortlichkeiten gibt. Dies gilt auch für den Spielerschutz. Dieser kann nur dann erreicht werden, wenn er inhaltlich vom Unternehmensvorstand getragen wird, und es ausreichend dedizierte Ressourcen gibt, um ihn umzusetzen und zu kontrollieren.

Der Spielerschutz von Tipico wird zentral geleitet durch einen Spielerschutzkonzeptbeauftragten. Diese Funktion des Spielerschutzkonzeptbeauftragten wird vom Head of Corporate Responsibility erfüllt, welcher organisatorisch Teil der Compliance-Organisation ist und an den Chief Regulatory Officer der Tipico-Gruppe berichtet.

Aufgabe des Spielerschutzkonzeptbeauftragten ist die Erstellung des Spielerschutzkonzepts. Ebenso umfasst die Rolle die Evaluierung der Wirksamkeit des Spielerschutzkonzeptes anhand geeigneter Indikatoren sowie das regelmäßige Berichten dieser Daten an den Unternehmensvorstand. Auf der Grundlage der Erkenntnisse wird er auch die fortlaufende Weiterentwicklung dieses Konzepts betreiben. Der Spielerschutzkonzeptbeauftragte identifiziert und bestimmt strategische Ziele im Spielerschutz und koordiniert die Anstrengungen interner (z. B. Spielerschutz-Team) und externer (z.B. Spielerschutz-Verantwortliche der Partner) Ressourcen.

Weiters hat Tipico drei Spielerschutzverantwortliche, deren Aufgabe darin besteht, die operative Umsetzung des Spielerschutzkonzeptes sicherzustellen und zu dokumentieren. Das Spielerschutz-Team unterstützt sie in dieser Aufgabe und bearbeitet alle Kundenkontakte, die sich mit Spielerschutz-Themen befassen. Dieses Team umfasst zurzeit 11 Vollzeit-Planstellen.

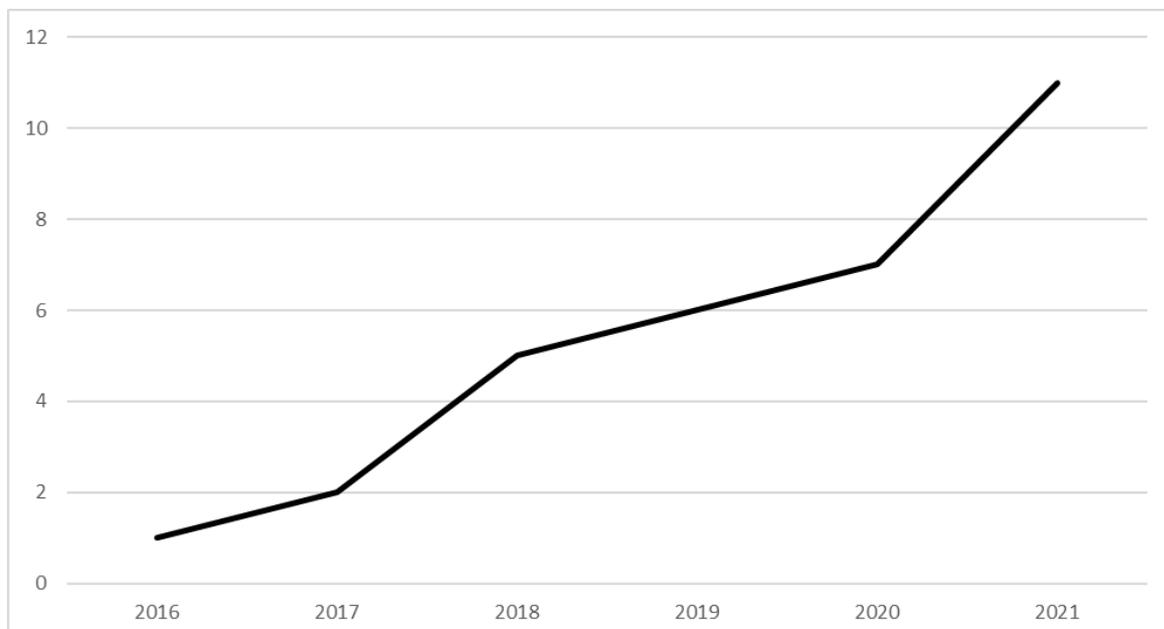


Abbildung 3: Entwicklung des operativen Spielerschutz-Teams seit 2016. Spielerschutzkonzeptbeauftragter und Spielerschutzverantwortliche sind dabei nicht berücksichtigt.

Beim stationären Angebot ist jeder Franchise-Partner verpflichtet, ebenfalls einen Spielerschutz-Verantwortlichen zu bestellen. Es ist dessen Aufgabe, die Maßnahmen und Dokumentationspflichten des Spielerschutzkonzeptes in der Praxis umzusetzen. Für diese Funktion müssen dem Mitarbeiter ausreichende zeitliche Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

Abbildung 4 zeigt die pro Bundesland nominierten Spielerschutzverantwortlichen. Unterschiede zwischen den Bundesländern ergeben sich einerseits aus der Anzahl der zu betreuenden Wettvermittlungsstellen. Andererseits muss aber auch die Struktur des Netzwerkes bedacht werden. Bundesländer mit sehr vielen Partnern, die jeweils nur eine Wettvermittlungsstätte betreiben, werden zu einer relativ hohen Anzahl von Spielerschutzverantwortlichen führen, die aber nur einen Teil ihrer Arbeitszeit für diese Funktion aufwenden. Bundesländer mit sehr wenigen Partnern, die aber jeweils größere Netzwerke haben, werden zu einer relativ geringen Anzahl von Spielerschutzverantwortlichen führen, die aber ausschließlich in dieser Funktion tätig sind.

Im Jahr 2021 hat Tipico für technische Implementierungen zur Verbesserung des Konsumentenschutzes insgesamt etwa 6.000 Arbeitstage für IT-Entwickler in einem Gegenwert von etwa 5,5 Millionen Euro investiert. Diese Schätzung inkludiert lediglich die technische Umsetzung. Hinzu kommen die Planung und Evaluierung der Maßnahmen oder Aufwände im operativen Geschäft.

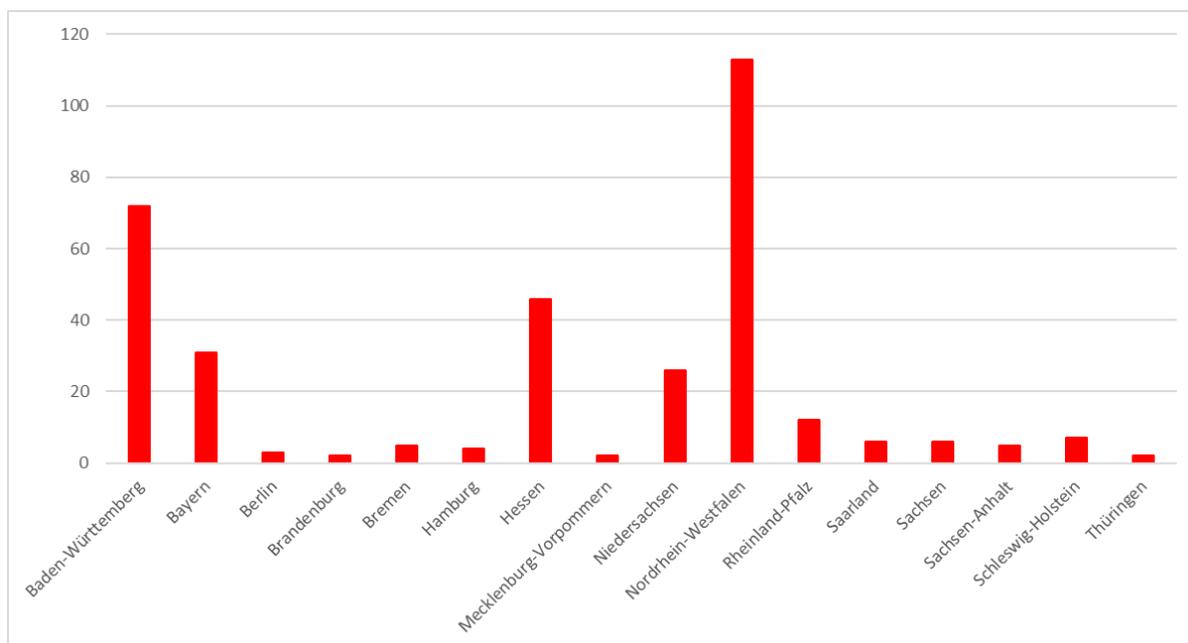


Abbildung 4: Anzahl der Spielerschutzverantwortlichen im stationären Vertriebsnetzwerk.

3. Kooperationen

3.1 Beratung und Hilfe

Trotz der umfangreichen personellen und strukturellen Ressourcen zum Spielerschutz kann Tipico nicht alle Aufgaben selbst übernehmen. Insbesondere im Rahmen der Spielsperre braucht der Betroffene größtmögliche Distanz zum Glücksspielangebot. Die Möglichkeiten von Tipico als Unternehmen sind daher darauf begrenzt, glücksspielbezogene Probleme zu erkennen, eine Selbstsperre umzusetzen oder eine Fremdsperre auszusprechen und den Spieler bezüglich der professionellen Hilfsangebote zu beraten.

Derzeit kooperiert Tipico für den deutschen Markt mit den folgenden Hilfs- und Beratungsanbietern:

Spielerambulanz der TU Dresden

- Betrieb von spielerambulanz.de
- Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige
- Hotline

Gambling Therapy

- Betrieb von gamblingtherapy.org
- Online-Beratungsangebot für Betroffene und Angehörige in 30 Sprachen (inklusive relevanter Migrantensprachen)

Glücksfall

- Schulung für Mitarbeiter von Wettvertriebsstätten

3.2 Forschung

2021 wurden mehrere Forschungsprojekte der Professoren Hayer, Kalke und Bühringer zur Verbesserung des Spielerschutzes in Deutschland mit Zugang zu Kunden und/oder anonymisierten Daten unterstützt. Ein Projekt zielt dabei auch direkt darauf ab, Erkenntnisse zur Verbesserung von Spielerschutz und Früherkennung zu generieren. (vgl. Anhang Projektbericht RIGAB).

4. Schulung

Wo immer Abläufe nicht vollständig automatisiert werden können, kommt Mitarbeitern eine zentrale Bedeutung für die Einhaltung der Vorgaben zum Spielerschutz zu. Dies betrifft insbesondere die Interaktion mit Endkunden.

Als Veranstalter beschäftigt Tipico 138 Mitarbeiter, die sich im direkten Kontakt zu Online-Kunden befinden. 100 % dieser Mitarbeiter haben die Spielerschutzschulung vollständig durchlaufen.

Im stationären Vertrieb macht Tipico den Wettvermittlern akkreditierte Spielerschutz-Schulungsangebote zugänglich. 2021 wurden insgesamt etwa 12.500 Personenstunden an Präsenzs Schulungen durchgeführt. Abbildung 5 zeigt wie viele Mitarbeiter Präsenzs Schulungen und zusätzliche Online-Schulungen erhalten haben.

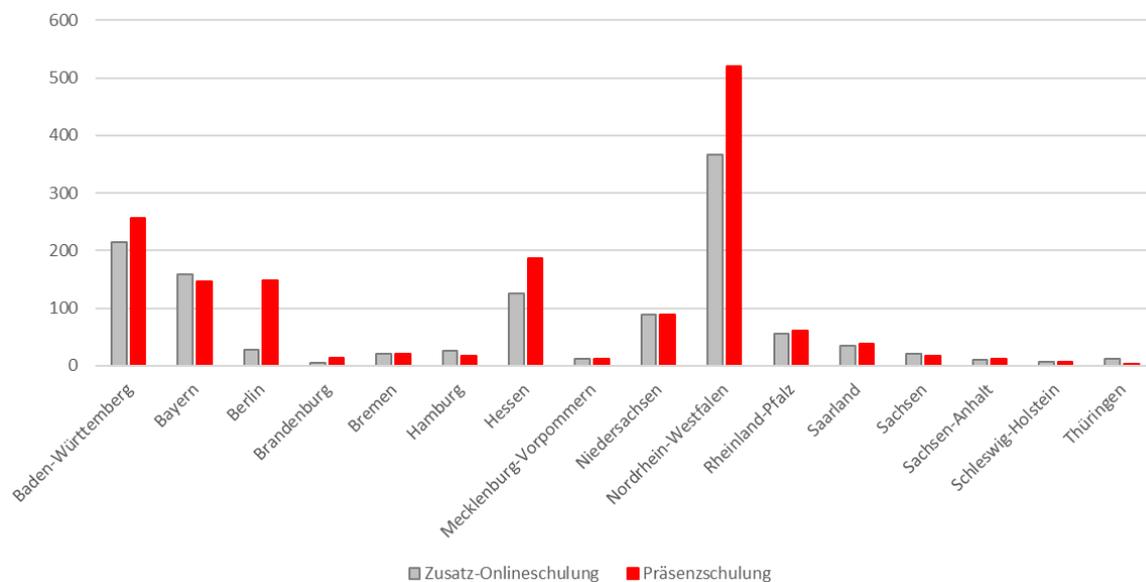


Abbildung 5: 2021 geschultes Kassenpersonal im stationären Vertrieb.

5. Kontrollen und Mystery Shopping

Die Wirksamkeit des Spielerschutzes in der Wettvermittlungsstelle hängt nicht nur vom Schulungsstand der Mitarbeiter ab, sondern auch sehr stark von der individuellen Bereitschaft der Mitarbeiter. Aus diesem Grund sind engmaschige Kontrollen unerlässlich. Dabei versucht Tipico eine möglichst große Breite der Kontrollen zu erreichen, sodass jede Wettvermittlungsstelle davon ausgehen muss, mehrmals pro Jahr überprüft zu werden. Wo Risiken oder Mängel festgestellt wurden, werden vertragliche Sanktionen erteilt, und es wird häufiger und vertiefend geprüft. Diese Überprüfungen werden durch die Qualitätssicherungsabteilung und durch Compliance durchgeführt.

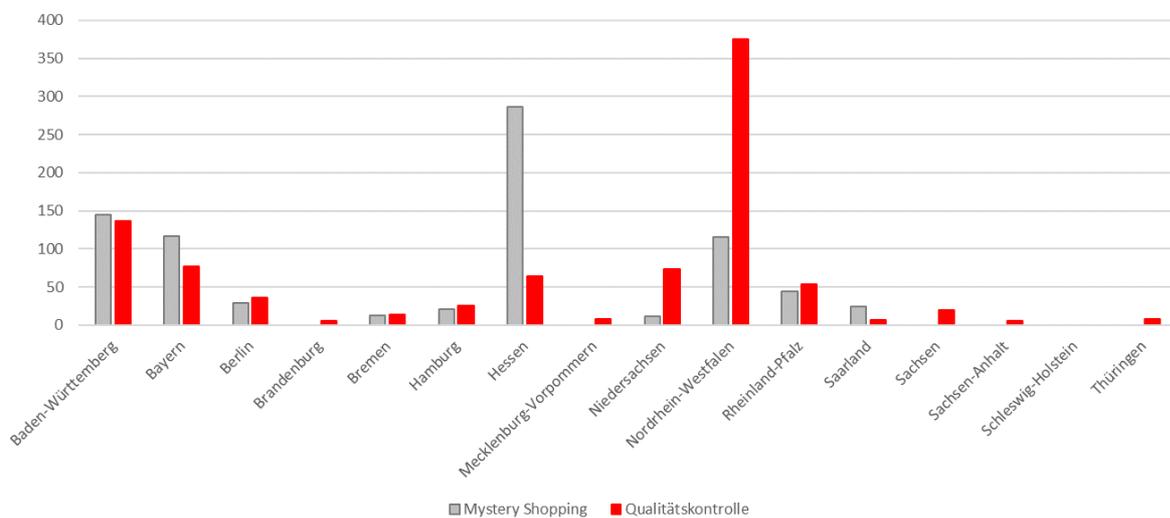


Abbildung 6: 2021 durchgeführte Kontrollen im stationären Vertriebsnetzwerk.

Trotz des durch COVID-19 stark eingeschränkten Zeitraums konnte die Dichte der von Tipico 2021 durchgeführten Kontrollen – zusätzlich zu den von den jeweiligen Aufsichtsbehörden durchgeführten Kontrollen – sicherstellen, dass kein Wettvermittler sich unbeobachtet fühlt. Gemeinsam mit den im Spielerschutzkonzept vorgegebenen, vom Wettvermittler zu Eigen gemachten und von den Servicemitarbeitern unterschriebenen Arbeitsanweisungen führt das dazu, dass Vorgehensweisen, die zu Risiken führen können, ausgemerzt werden können.

6. Jugendschutz

Der Jugendschutz im Online-Vertrieb ergibt sich direkt aus der Alters- und Identitätsverifikation, die innerhalb der ersten 30 Tage (Jänner – Juni) bzw. der ersten drei Tage (Juli – Dezember) stattfinden muss. Abbildung 7 zeigt, zu welchem Zeitpunkt die Identitätsverifikation bezogen auf die Registrierung stattgefunden hat. Wenn in diesem Prozess festgestellt wird, dass ein Kunde minderjährig ist und sich mit verfälschten Identitätsdaten registriert hatte, so wird ein Konto nicht errichtet bzw. umgehend deaktiviert. Aus den 2021 durchgeführten Identitäts- und Alterskontrollen wurden rund 5 % als Minderjährige erkannt. Ihre vorläufigen Spielkonten wurden unverzüglich deaktiviert.

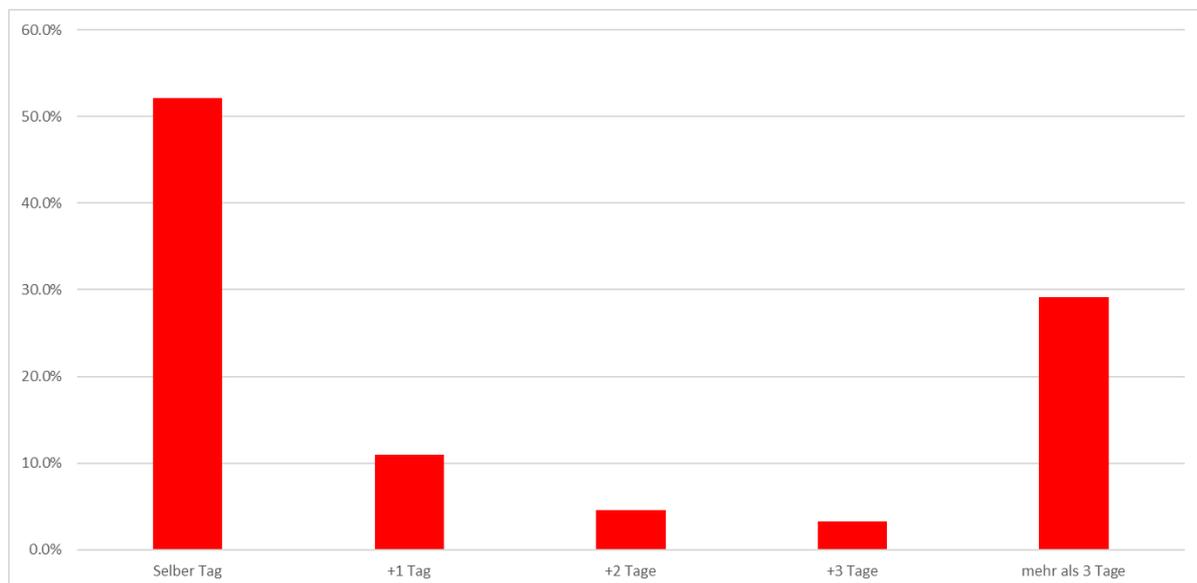


Abbildung 7: Zeitpunkt der Identitätsverifikation nach der Registrierung im Online-Vertrieb.

Der Jugendschutz im stationären Vertrieb basiert auf den Kontrollen der Mitarbeiter. In der Vergangenheit basierte der Jugendschutz typischerweise auf Sichtkontrollen und Ausweisüberprüfungen bei Kunden, die visuell jünger als 22 Jahre wirken. 2021 wurden noch über 130.000 solcher Kontrollen durchgeführt. Dabei wurden rund 8.000 Personen entdeckt, die nicht nachweisen konnten, dass sie volljährig sind. Diese wurden der Wettvermittlungsstätte verwiesen.

Zur Evaluierung dieser Sichtkontrollen wird typischerweise die Trefferrate verwendet. Eine hohe Trefferrate spricht in der Regel dafür, dass der Servicemitarbeiter nur in relativ eindeutigen Fällen eine Kontrolle durchgeführt hat. Eine sehr niedrige Trefferrate um 15 % oder darunter spricht dafür, dass der Servicemitarbeiter schon beim geringsten Verdacht eine Sichtkontrolle durchführt und dadurch die meisten Kontrollen gar nicht notwendig sind und zu keinem Treffer führen. Abbildung 8 stellt die Trefferraten pro Bundesland dar.

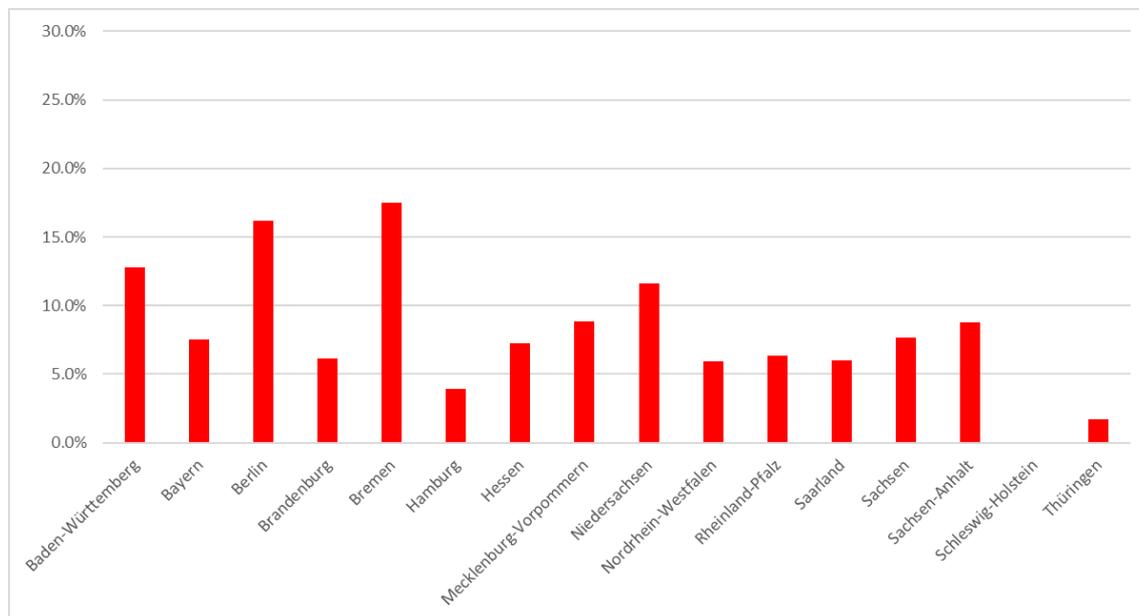


Abbildung 8: Trefferrate der Alterskontrollen im stationären Vertrieb. Schleswig-Holstein hatte über den gesamten Zeitraum von 2021 durchgehend eine Kundenkartenpflicht. Daher sind Sichtkontrollen für den gesamten Berichtszeitraum entfallen.

Im Rahmen der erteilten Erlaubnisse im stationären Vertrieb sind nun aber auch OASIS-Abfragen möglich, die seit dem 1.7.2021 beim Betreten der Wettvermittlungsstelle durchgeführt werden müssen. Da für die OASIS-Abfrage stets die Identität des Kunden erfasst werden muss – sei es über die Authentifizierung mit der Kundenkarte oder durch Verifikation mittels Ausweisdokument – wird automatisch bei jedem Kunden auch eine Alterskontrolle durchgeführt. In kommenden Jahren werden dadurch in immer mehr Wettvermittlungsstätten Alterskontrollen bei allen Kunden durchgeführt werden. Stichprobenweise Alterskontrollen bei Kunden, die vom Aussehen her potenziell minderjährig sein könnten, werden dementsprechend im Jahr 2022 schrittweise weniger werden und schließlich vollständig verschwinden.

7. Verhaltensbeobachtung

7.1 Gesamtzustand der Kundenbasis

Eine Herangehensweise, die Sicherheit des Spielangebots und Veränderungen des Kundenverhaltens zu beurteilen, ist über das objektive Verhaltensmonitoring möglich. Dieses liegt Tipico zu jedem Zeitpunkt vor und gruppiert die Kundenbasis in vier Risikostufen.

Stufe 0 repräsentiert Kunden mit durchschnittlicher und unterdurchschnittlicher Involviertheit. Insbesondere durch die Schiefe der Verteilung sind dies Kunden, die sehr moderat um geringe Beträge spielen und für die keine sichtbaren Risiken beschrieben werden können.

Stufe 1 beschreibt Kunden mit leicht erhöhter Involviertheit. Während alles dafürspricht, dass diese Kunden völlig in der Lage sind, verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, muss unserer Meinung nach sichergestellt sein, dass diese Kunden vollumfänglich informiert sind, welche Möglichkeiten Tipico zum Spielerschutz anbietet. Wir wollen uns nicht darauf verlassen, dass diese Kunden, selbst auf der Spielerschutzseite nachschlagen. Aus diesem Grund werden diese Kunden regelmäßig mit zusätzlicher Information zu Möglichkeiten des Spielerschutzes beschickt.

Stufe 2 beschreibt Kunden mit erhöhter Involviertheit. Während das keinesfalls bedeutet, dass diese Kunden glücksspielbezogene Probleme erleben, muss davon ausgegangen werden, dass sie erhöhten Risiken ausgesetzt sind. Daher erhalten diese Kunden regelmäßige Erinnerungs-Pop-ups, die das Spielverhalten hinterfragen und auf den Selbsttest verweisen.

Stufe 3 zuletzt beschreibt Kunden, die potenziell die Auswirkungen einer glücksspielbezogenen Störung erleben. Jeder dieser Fälle muss einzeln untersucht werden. Wo sich die Befürchtungen nicht entkräften lassen, wird ein Spielerschutzgespräch angebahnt.

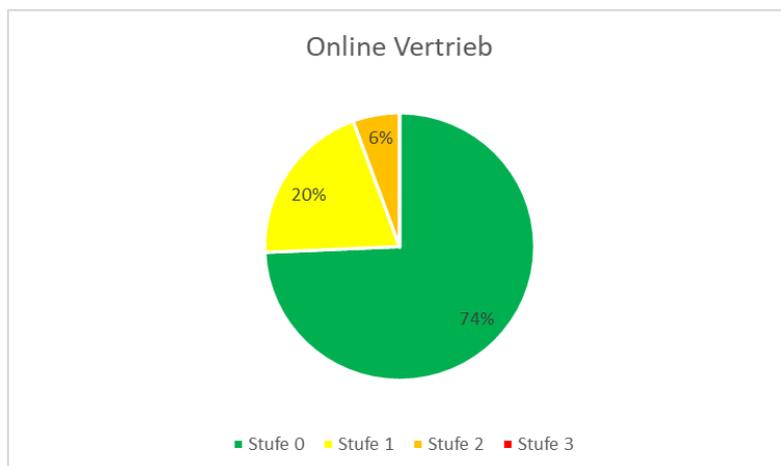


Abbildung 9: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Online-Kunden. Weniger als 0,1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.

Das ist allerdings nur eine Momentaufnahme. Jede Woche wird das Risikolevel für alle Kunden, die während dieser Woche aktiv waren, neu berechnet. Da durch eine Woche Inaktivität für einen Kunden das Risiko nicht ansteigen kann, sind diese in die Berechnung nicht miteingeschlossen. Über den Verlauf der wöchentlichen Berechnungen können auch Veränderungen über das Jahr hinweg abgebildet werden (vgl. Abbildung 10). Während das Modell über den Jahresverlauf gleichgeblieben ist, reduzierte sich die Anzahl der auffällig gewordenen Kunden deutlich im zweiten Halbjahr.

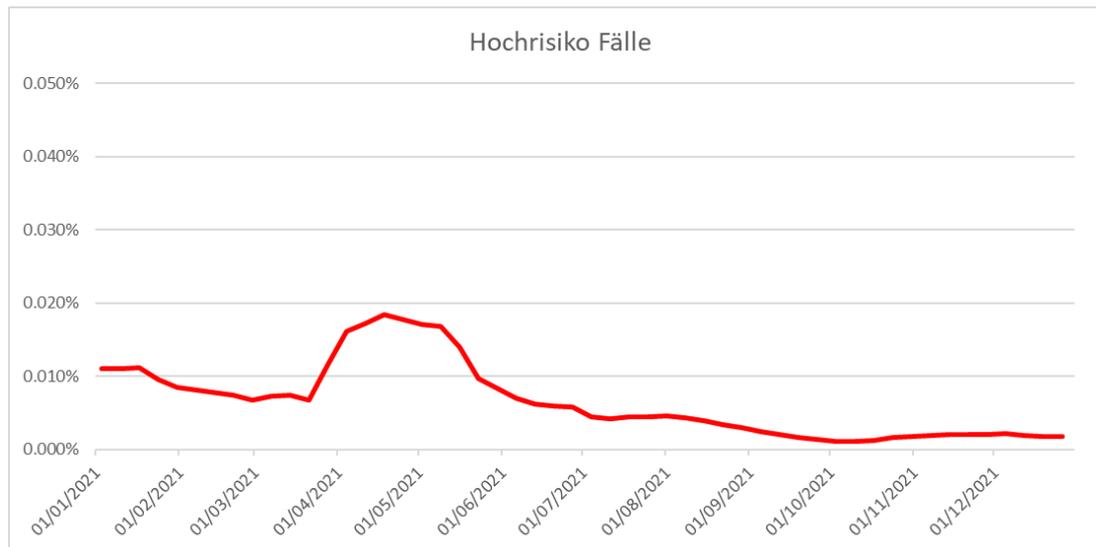


Abbildung 10: Verlauf des Kundenrisikos über das Jahr 2021 hinweg. Geglättete Darstellung.

Auf diese Art und Weise kann festgestellt werden, dass sich im Verlauf des Jahres 2021 die Risikobeurteilung der gesamten Kundenbasis dramatisch verändert hat. Insbesondere die Einführung neuer Spielerschutzmaßnahmen, die Anfang Juli ausgerollt wurden, scheinen das Kundenverhalten in einer Art und Weise beeinflusst zu haben, die vom Verhaltensmonitoring als weniger risikobehaftet wahrgenommen wird. Das kann bedeuten, dass zumindest einige der Maßnahmen wirksam darin waren, Kunden besser vor glücksspielbezogenen Problemen zu schützen. Gleichmaßen ist es aber auch denkbar, dass die Maßnahmen vorwiegend die Indikatoren verändern, über die das Modell glücksspielbezogene Probleme erkennt. In diesem Fall wäre die Sicherheit der Kunden nicht erhöht worden – die Früherkennung hingegen wäre erschwert. Wir beobachten zurzeit die Validität der Vorhersagen und werden das Modell gegebenenfalls anpassen, sollte diese sich in relevantem Ausmaß reduzieren.

Während generell der Anteil der Kunden mit Anzeichen für Risikoverhaltensweisen gering ist, können gewisse Unterschiede in der Verteilung zwischen den Bundesländern festgestellt werden.

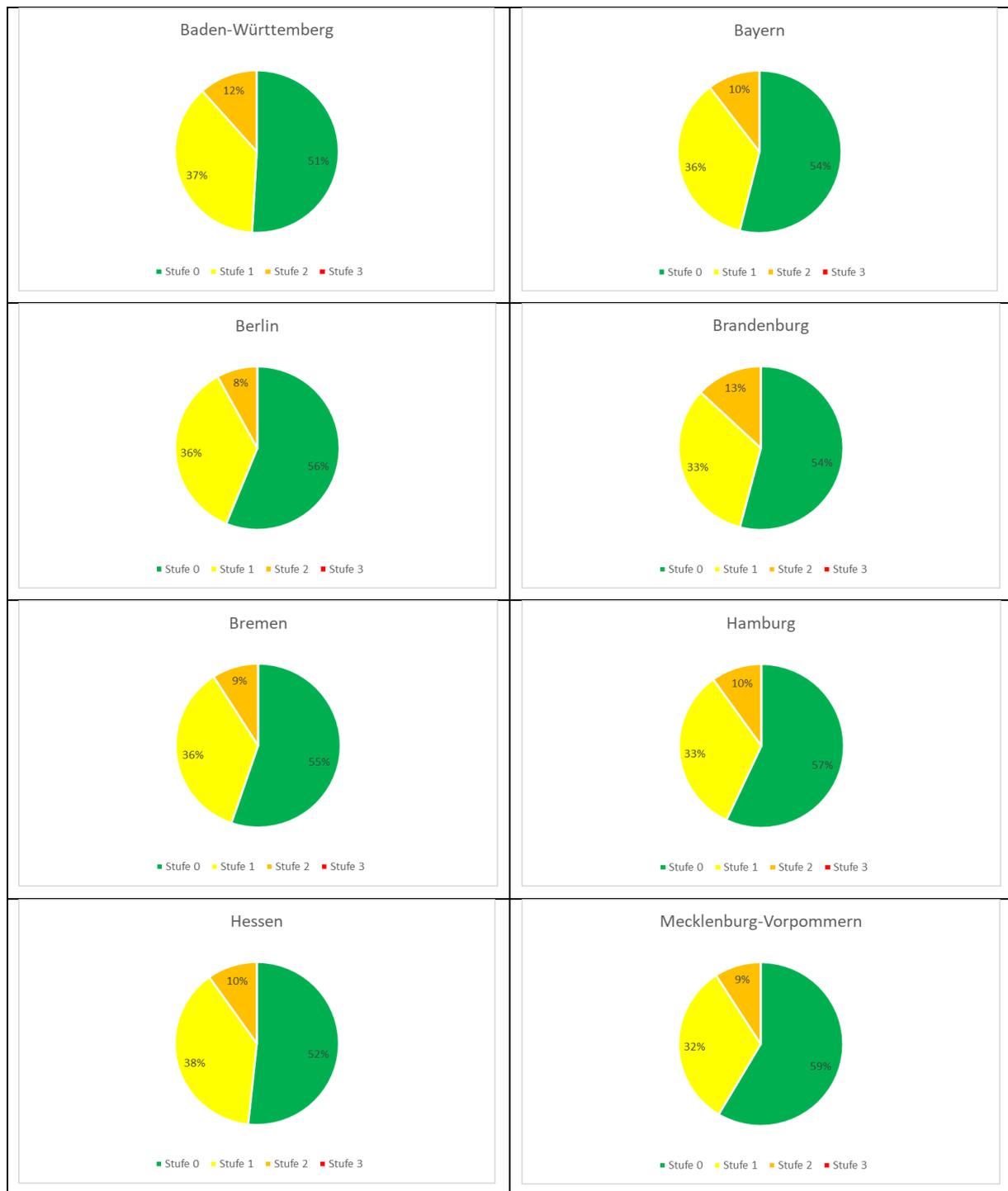


Abbildung 11: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden im stationären Geschäft pro Bundesland. Weniger als 0,1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.



Abbildung 12: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden im stationären Geschäft pro Bundesland. Weniger als 0.1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.

7.2 Verhaltensbeobachtungen im stationären Vertrieb

Den Servicekräften im stationären Vertrieb kommt eine besondere Bedeutung zu, weil sie noch die direkte Beobachtung des Kundenverhaltens beim Wetten als zusätzliche Informationsquelle heranziehen können. Aus diesem Grund wurde im ersten Halbjahr 2021 schrittweise ein Berichtssystem ausgerollt, das solche Beobachtungen in Echtzeit verarbeiten kann.

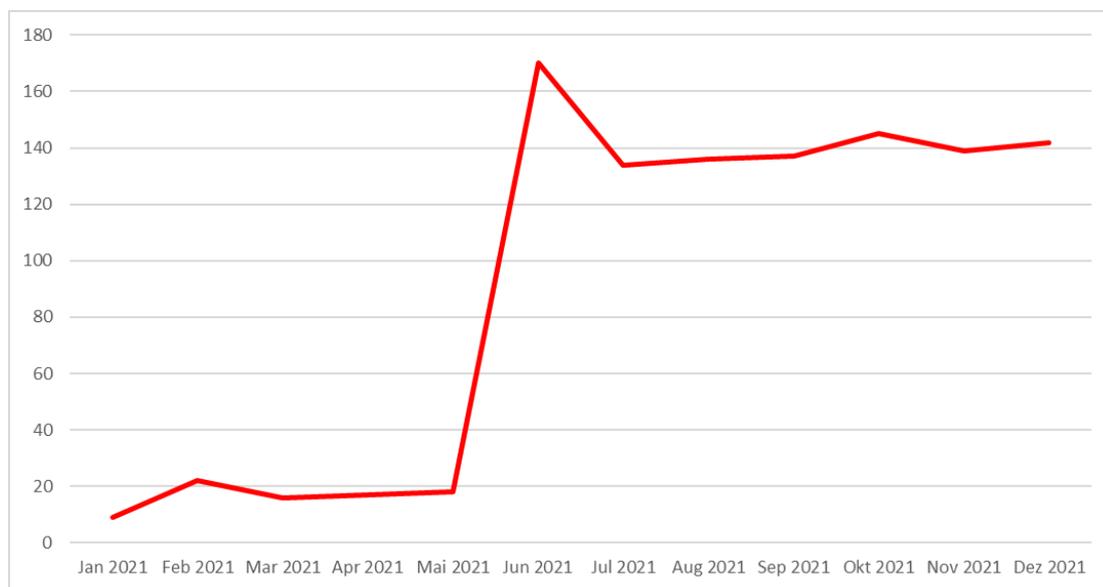


Abbildung 13: Themen der Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb.

Durch den laufenden Erlaubnisprozess wird das Berichtssystem noch nicht flächendeckend in allen Wettvermittlungsstätten eingesetzt, aber es sind zumindest Erkenntnisse möglich darüber, welche Indikatoren häufig berichtet werden, bzw. welche keine hinreichende Trennschärfe besitzen.

Es wäre davon auszugehen, dass Anzeichen, die als moderat angesehen werden, dafür sehr frühzeitig und einfach beobachtbar sind, während Anzeichen, die als schwerwiegend beurteilt werden, eher seltener beobachtbar sind. Abbildung 14 ermöglicht eine solche Untersuchung.

Die vier häufigsten Beobachtungen sind als mittelschwer eingeschätzte Anzeichen, während die seltensten sechs Beobachtungen als schwerwiegend eingeschätzt wurden. Grundlegend scheinen sich die verwendeten Kriterien daher zu bewähren. Allerdings ist genauer zu untersuchen, warum die als moderat eingeschätzten Kriterien nicht häufiger auftreten, und ob die drei Kriterien, die bislang nie beobachtet worden waren, überhaupt nützlich sind.

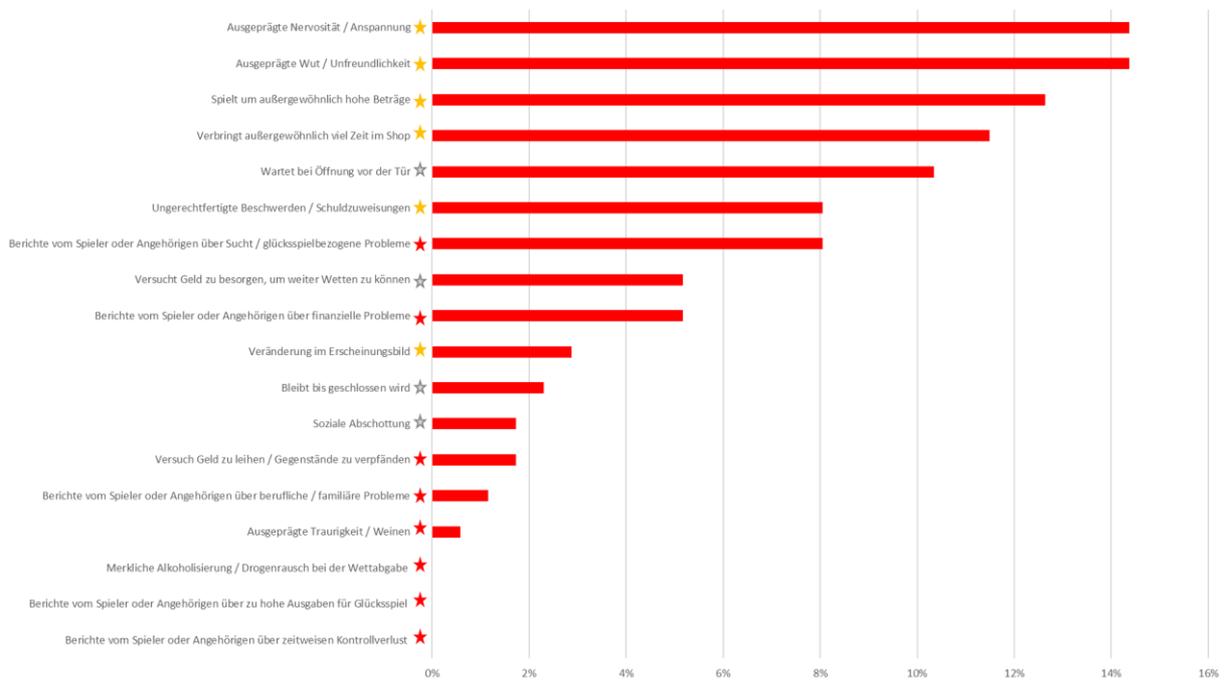


Abbildung 14: Themen der Spielerschutz Beobachtungen im stationären Vertrieb. Graue Sterne kennzeichnen moderate Indikatoren, orange Sterne kennzeichnen mittelschwere Indikatoren, rote Sterne kennzeichnen schwerwiegende Indikatoren.

8. Interventionen

8.1 Automatisierte Interventionen

Automatisierte Interventionen haben in der Regel eine viel größere Reichweite als Interventionen, die den direkten Kontakt zwischen dem Kunden und einem Mitarbeiter benötigen. Daher bieten sie sich dafür an, sehr frühzeitig für eine große Anzahl von Kunden eingesetzt zu werden.

Oft wird argumentiert, dass automatisierte Maßnahmen nur für den Online-Vertriebsweg geeignet sind. Das ist so nicht richtig. Maßnahmen können genauso gut an Kunden im stationären Vertrieb gerichtet werden und z. B. am Terminal angezeigt werden. Beide hier beschriebenen Maßnahmen richten sich sowohl an Kunden im Online- als auch an Kunden im stationären Vertrieb.

Beide automatisierten Interventionen basieren auf dem in Kapitel 7 beschriebenen Verhaltensmonitoring. Basierend auf der Risikobemessung kann eine Intervention ausgelöst werden.

Spielerschutz E-Mail

Das Spielerschutz-E-Mail wird schon beim geringsten Verdacht auf Risikoverhaltensweisen eingesetzt. Das bedeutet, dass die weit überwiegende Mehrzahl der Kunden, die diese Maßnahme erhalten, gar keine Intervention bräuchte, um sicher zu spielen.

Das E-Mail stellt sicher, dass auch Kunden, die sich selbst nicht mit Spielerschutz-Maßnahmen befasst haben, einen Einblick in die Risiken erhalten und verstehen, wie sie sich bei Bedarf schützen können.

Etwa 200.000 Spielerschutz-E-Mails wurden 2021 versandt.

Pop-up

Bei einem etwas stärkeren Verdacht auf Risikoverhalten interveniert das System direkt im Spielablauf. Aber auch diese Maßnahme erreicht noch überwiegend Kunden, die gar keine Intervention bräuchten. Das ist aber wichtig, um sicherzustellen, dass Kunden, die von einer Intervention profitieren könnten, diese auch sicher erhalten.

Ziel der Maßnahmen ist es, direkt im Spielfluss zu intervenieren und dem Kunden einen Selbsttest anzubieten.

Das Pop-up wurde 2021 etwa 30.000 Mal angezeigt.

8.2 Spielerschutzgespräche

Spielerschutzgespräche verfolgen drei Ziele:

Einerseits natürlich, den Spieler zu beraten und so eine informierte Entscheidung zu ermöglichen. Wie eingangs ausgeführt, beschränkt Tipico sich jedoch nicht darauf, in allen Fällen die letztendliche Verantwortung beim Kunden zu belassen.

Daher ist das zweite Ziel eines Spielerschutzgesprächs stets auch die Informationsgewinnung über die Situation des Spielers, um die von Tipico getroffene Beurteilung zu präzisieren.

Zuletzt werden basierend auf dieser Beurteilung geeignete Spielerschutzmaßnahmen (z. B. Limitierung oder Sperre) vereinbart. Lehnt der Spieler diese Schutzmaßnahmen ab, so können diese dem Spieler auch auferlegt werden, um Schaden vom Spieler abzuwenden.

Im Online-Vertrieb nimmt das Spielerschutzgespräch selbstverständlich eine andere Form an. Die Konversation ist generell schriftlich und so ist auch das Spielerschutzgespräch schriftlich. Das verändert zwar die Methode, wie man sich z. B. einem Thema nähert – es verändert aber nicht die oben genannten Ziele. Abbildung 15 zeigt die verschiedenen Pfade, die das Spielerschutzgespräch nehmen kann und stellt die Konsequenzen dar, in denen es endet.

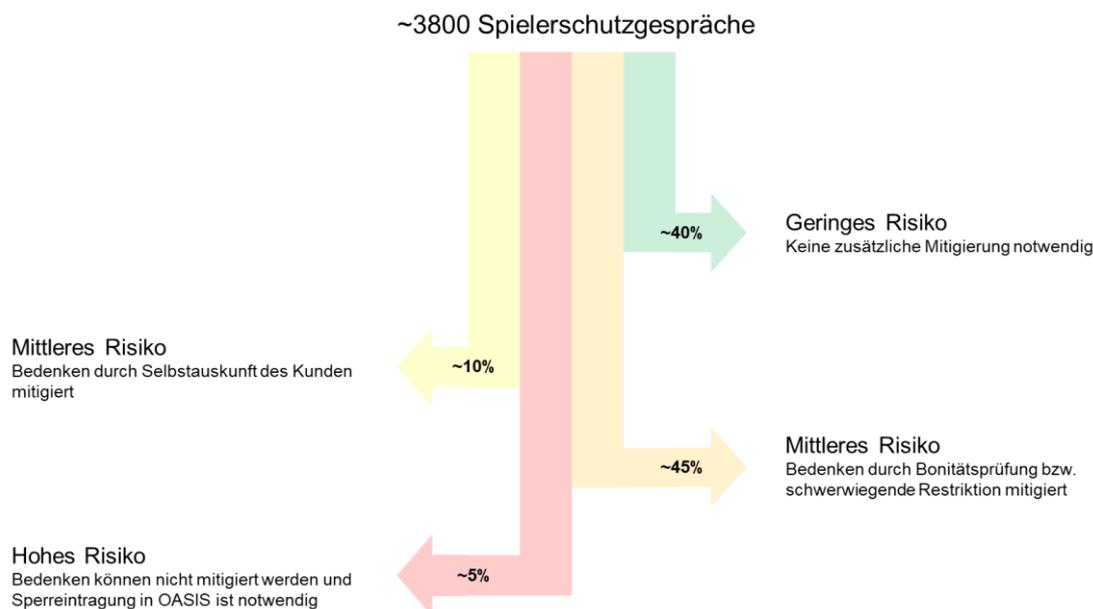


Abbildung 15: Ablauf und Entscheidungen im Spielerschutzgespräch, wie sie 2021 für den Online-Vertrieb getroffen wurden.

Im stationären Vertrieb ist das Spielerschutzgespräch natürlich eher ein Gespräch, wie man sich das auch vorstellt. Der Spielerschutzverantwortliche aber auch jede Servicekraft ist dazu verpflichtet ein Spielerschutzgespräch zu beginnen, sollte eine Beobachtung das erforderlich machen. Spielerschutzgespräche werden stets in der Situation durchgeführt.

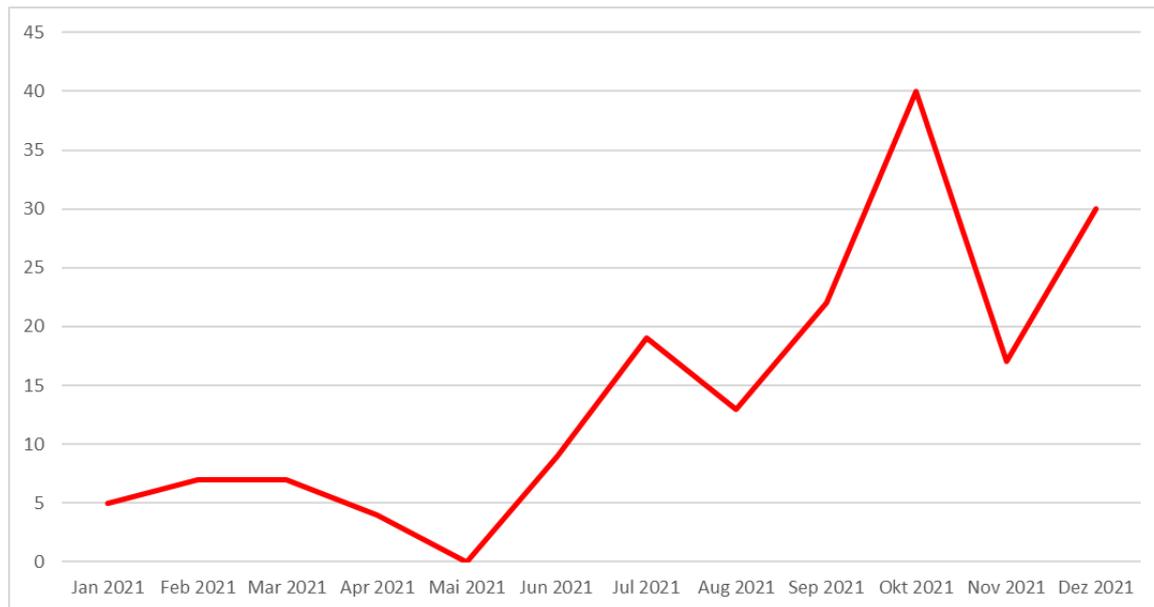


Abbildung 16: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.

Die Anzahl der berichteten Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb ist noch sehr gering. Die Hauptgründe hierfür sind wie schon zuvor erwähnt:

- Das zur Erfassung verwendete Berichtssystem wurde erst 2021 schrittweise auf das gesamte Netzwerk ausgerollt.
- Starke COVID-19 bedingte Einschränkungen im Shop-Betrieb, die Spielerschutzgespräche sowie die möglichen Auslöser für Spielerschutzgespräche so gut wie unmöglich gemacht haben.

Für 2022 erwarten wir daher einen deutlichen Anstieg bei den durchgeführten Spielerschutzgesprächen.

9. Universalprävention

Das Ziel der Universalprävention im Spielerschutz ist es, sicherzustellen, dass kein Informationsungleichgewicht zwischen Anbieter und Kunden besteht. Es ist daher unser Ziel, Kunden alle Informationen über glücksspielbezogene Risiken und Methoden zum Schutz in einer leicht auffindbaren wie auch leicht verständlichen Form nahezubringen.

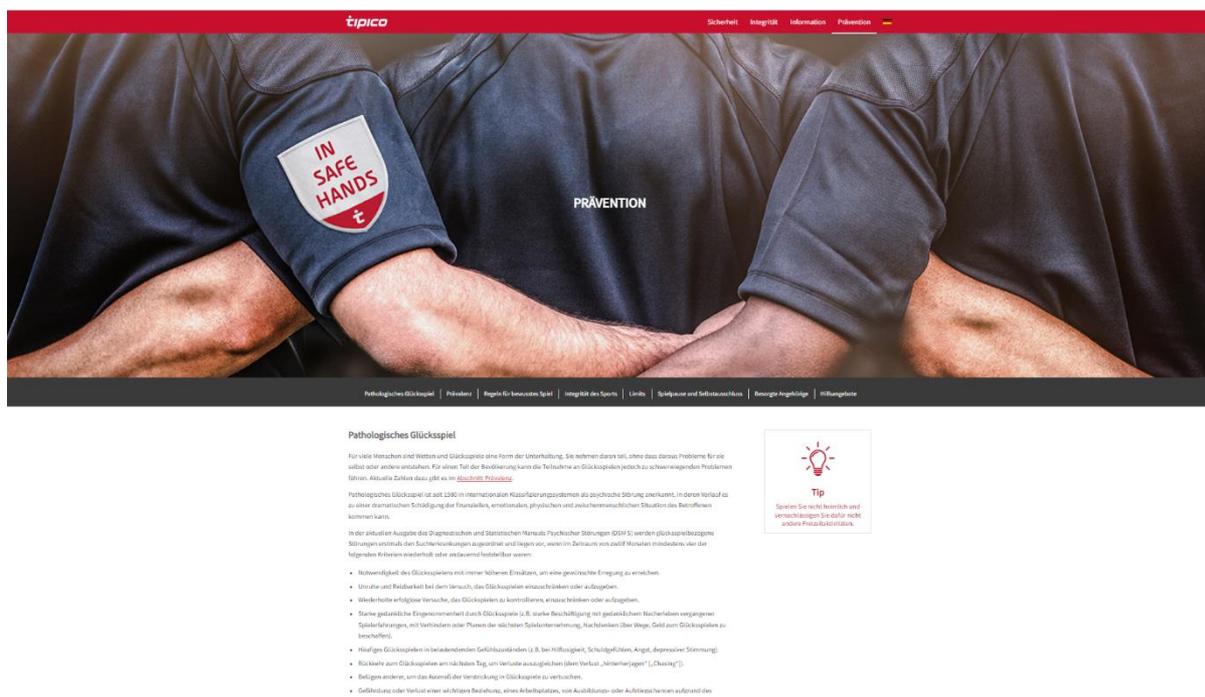


Abbildung 17: Beginn der Präventionsseite auf der Spielerschutz-Seite.

Tipico betreibt die Spielerschutzseite risk-in-safe-hands.com. Diese ist direkt aus der Fußzeile des Online-Angebots erreichbar. Ebenfalls ist sie direkt erreichbar mittels eines QR-Codes, den der Kunde in der Wettvermittlungsstätte z. B. vom Spielerschutzposter einscannen kann.

Insgesamt wurde die Spielerschutzseite im Jahr 2021 von 59.833 Kunden besucht. Damit ist sie weiterhin der meistgeklickte Link in der Fußzeile der Tipico Webseite.

In der Wettvermittlungsstätte existieren zusätzlich noch Drucksorten zur Information von Kunden. Diese wurden ebenfalls aktiv von den Kunden genutzt. 2021 wurden daher etwa 30.000 Spielerschutz-Flyer von Kunden mitgenommen und mussten daher nachbestellt werden.



Abbildung 18: Spielschutz-Poster in einer Wettvermittlungsstelle.



Abbildung 19: Innenseite des Spielschutz-Flyers.

10. Selektivprävention

10.1 Limits

Limits sind eine relativ gut untersuchte Maßnahme, die Verantwortung zwischen Kunde und Anbieter aufzuteilen. Während der Kunde ein angemessenes Limit festlegt, stellt der Anbieter durch eine externe Kontrollmaßnahme sicher, dass dieses nicht überschritten werden kann.

Dabei ist zu bedenken, dass die Zielgruppe für Limits relativ eng umschrieben ist. Ein Kunde, der sich stets an die (internen) Limits hält, die er sich vornimmt, benötigt keine externe Kontrolle. Ein Kunde, der schon Schwierigkeiten hat, ein angemessenes Limit festzulegen, für den greift die Limitierung als Spielerschutzmaßnahme zu kurz – dieser Kunde benötigt eine Spielersperre. Nur Kunden, die angemessen budgetieren können, sich aber zumindest manchmal nicht an ihre eigene Planung halten, profitieren von Limits als Schutzmaßnahme.

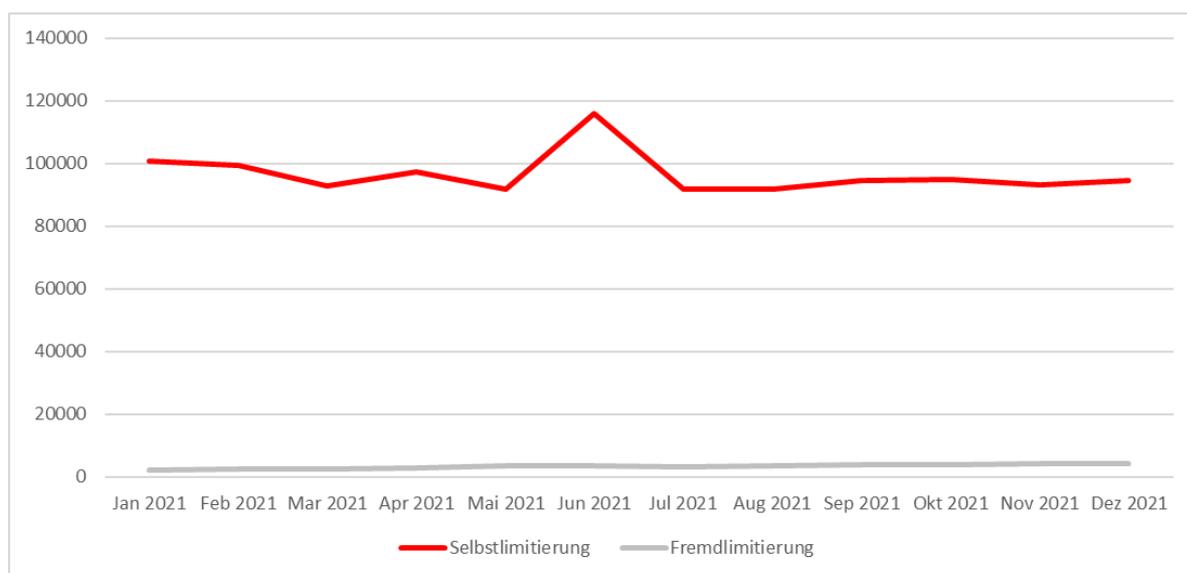


Abbildung 20: Anzahl der aktiven Kunden mit selbst gesetzten Limits und aktiven Kunden mit durch Tipico gesetzten Limits.

Limits existieren bei Tipico seit über einem Jahrzehnt als Spielerschutzfunktion. Es ist daher wenig überraschend, dass die Akzeptanz durch Kunden weitestgehend konstant ist und die Anzahl der aktiven Kunden mit Limit primär der Saisonalität des Sportwettenangebots folgt.

Der Glücksspielstaatsvertrag sieht für den stationären Vertrieb keine Limits vor. Das ist aus unserer Sicht nicht kohärent, insbesondere wenn im Online-Vertrieb so breit auf die Wirkung von Limits vertraut wird und sogar versucht wird, mit fremdauferlegten Limits präventive Funktionen zu erzielen, für die diese nicht geeignet sind.

Aus diesem Grund setzen wir Limits im stationären Geschäft genauso ein, wie wir sie im Online-Vertrieb anbieten. Der Kunde ist in der Lage sich selbst am Terminal Limits zu setzen. In Bundesländern, in denen Terminals in ihrer Funktion eingeschränkt sind (z. B. Wettvorbereitungsterminals), kann er dies auch über den Servicemitarbeiter oder über Tipico erreichen. Abbildung 21 stellt die durchschnittliche monatliche Anzahl der aktiven Kunden im stationären Geschäft mit selbst- oder fremdgesetzten Limits dar.

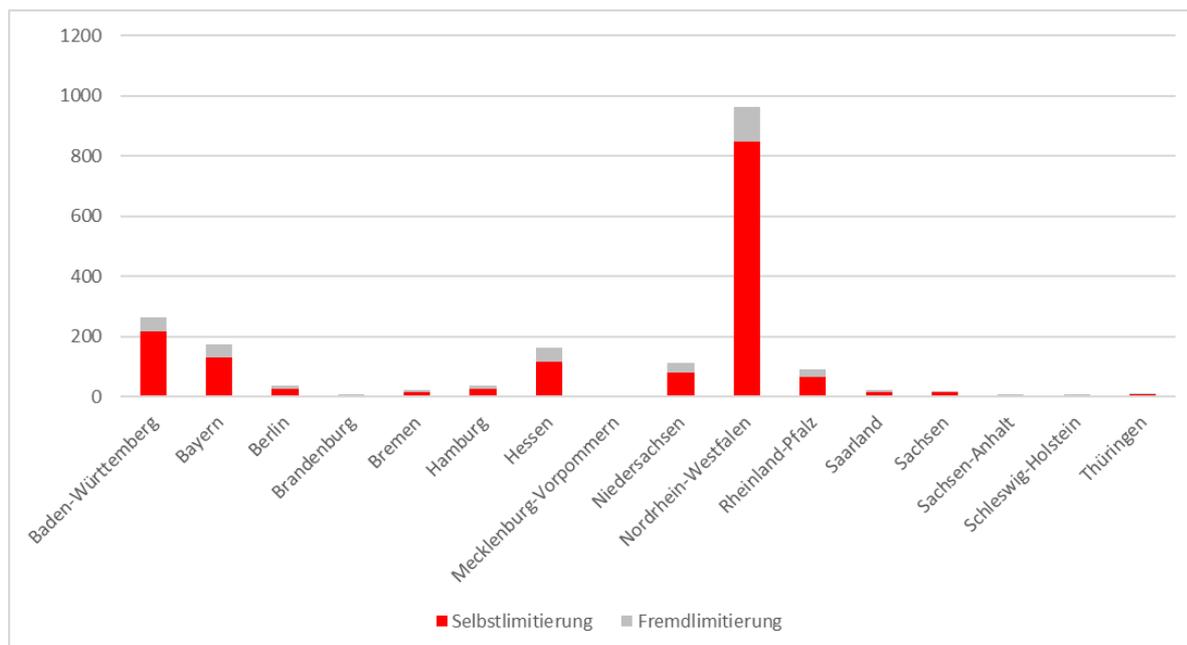


Abbildung 21: Durchschnittliche Kunden pro Monat im stationären Vertrieb, die sich selbst Limits gesetzt haben oder für die Limits gesetzt wurden.

Externe Limitierung der glücksspielbezogenen Aufwendungen ist für Kunden im stationären Vertrieb noch relativ ungewohnt. Einerseits kennen sie das nicht von Mitbewerbern, andererseits hat auch Tipico diese Spielerschutzfunktion für den stationären Vertrieb erst 2020 eingeführt. Trotzdem kann in manchen Ländern schon eine sehr gute Annahme der Spielerschutzfunktion beobachtet werden. Es ist davon auszugehen, dass sich diese in kommenden Jahren noch deutlich verbreitern wird.

10.2 24-Stunden Sofortsperr

Die 24-Stunden Sofortsperr wurde im Juli 2021 als schnelle, unbürokratische Spielerschutzmaßnahme eingeführt, die es dem Kunden erlauben soll, sich mit einem Klick und ohne weitere Erklärungen oder Bestätigungen für einen Zeitraum von 24 Stunden von der Spielteilnahme auszuschließen. Diese Sperr wird über OASIS auch an alle anderen angeschlossenen Anbieter weitergegeben.

Aufgrund der überschaubaren Konsequenzen der Sperre wurde diese von Anfang an sehr häufig genutzt. Es ist dabei nicht auszuschließen, dass Kunden sie auch einfach nur ausprobieren wollten. Seit Juli 2021 ist ein leichter Rückgang in der Nutzung zu verzeichnen. Es ist noch unklar, auf welcher Ebene sich die Nutzungszahlen langfristig stabilisieren werden.

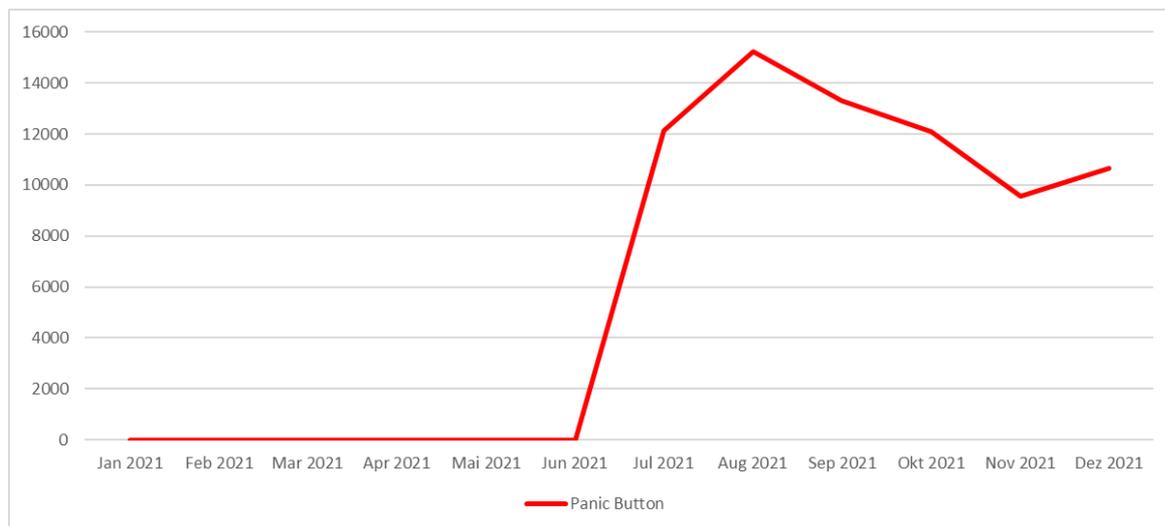


Abbildung 22: Nutzung der 24-Stunden Sofortsperrung im zeitlichen Verlauf.

Da es sich bei der 24-Stunden Sofortsperrung um eine neue und nicht evaluierte Maßnahme handelt, haben wir in Kapitel 10.3 eine stark verkürzte Evaluierung der Nutzungsdaten dargestellt. Eine Veröffentlichung der Daten wird angestrebt.

10.3 Exkurs: Evaluierung der 24-Stunden Sofortsperrung

Als die 24-Stunden Sofortsperrung mit Inkrafttreten des Glücksspielstaatsvertrages eine verpflichtende Spielerschutzmaßnahme wurde, war diese vollkommen unerprobt. Die erhoffte Wirkungsweise wird zwar in den Erläuterungen zum Gesetzestext beschrieben. Diese basiert aber nicht auf empirischer Evidenz. Bis jetzt wissen wir nicht, was die 24-Stunden Sofortsperrung tatsächlich bewirkt. Aus diesem Grund hat Tipico Daten aus den ersten sechs Monaten der Sofortsperrung analysiert, um zumindest erste Hinweise auf Wirkungsweise und Wirksamkeit geben zu können. Die Analyse wurde an den über 70.000 24-Stunden Sofortsperrungen durchgeführt, die 2021 angefallen sind.

Kundenakzeptanz 24-Stunden Sofortsperrung

Was relativ einfach beantwortet werden kann, ist die Frage, ob die 24-Stunden Sofortsperrung von Kunden akzeptiert wird. Die in Abbildung 22 dargestellten Daten deuten auf eine relativ starke Nutzung der Maßnahme hin. Das ist oft

ein Zeichen für gute Kundenakzeptanz. Ebenfalls sind uns keine Beschwerden gegen die Sofortsperrung oder Fälle, in denen Kunden argumentieren, sie hätten die Sofortsperrung fälschlicherweise verwendet, bekannt. Das spricht dafür, dass die Sofortsperrung und ihre Konsequenzen von Kunden verstanden werden. Eine alternative Erklärung könnte sein, dass die Konsequenzen der Sofortsperrung nur so kurz anhalten, dass es sich für den Kunden nicht lohnt, darüber zu diskutieren.

Nutzung der 24-Stunden Sofortsperrung

Das Ziel der 24-Stunden Sofortsperrung ist es, dem Kunden eine schnelle, unbürokratische Möglichkeit zu geben, einem Kontrollverlust vorzubeugen und dann etwas Zeit zu haben, um sich Gedanken zu machen, vielleicht eine schwerwiegendere Maßnahme (z. B. Spielsperre) zu beantragen. Als solches ist höchstens eine gelegentliche Nutzung zu erwarten. Eine häufige, wiederholte Nutzung könnte hingegen ein Hinweis darauf sein, dass die Schutzmaßnahme falsch angewandt wird.

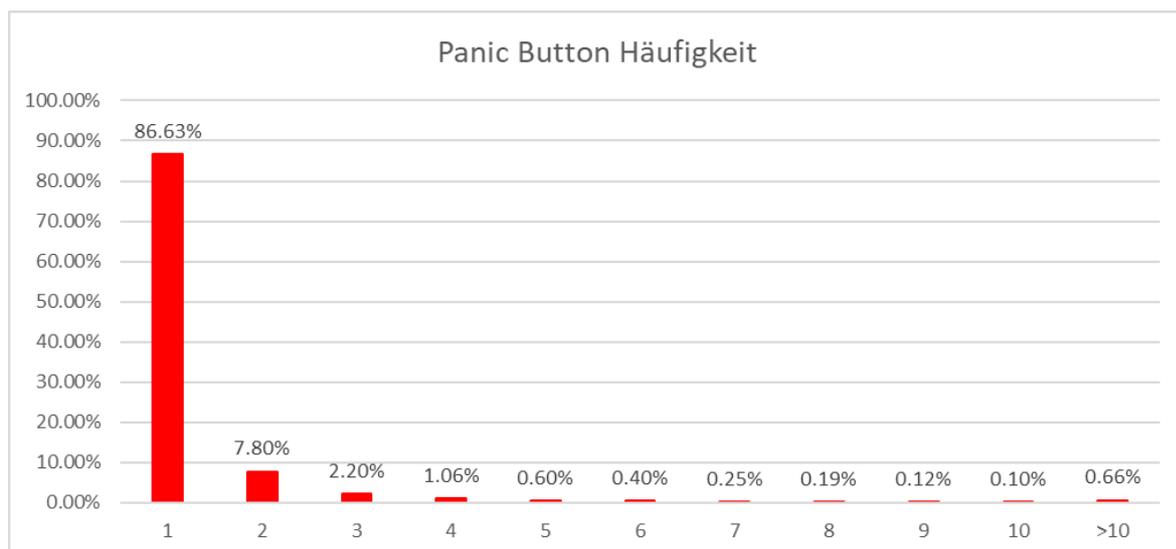


Abbildung 23: Nutzungshäufigkeit der 24-Stunden Sofortsperrung pro Nutzer.

Wie erwartet wurde die Sofortsperrung von über 95 % der Nutzer höchstens zwei Mal in sechs Monaten verwendet. Das spricht dafür, dass sie weitgehend eingesetzt wird, wie es erwartet worden war. Gleichzeitig gibt es unter den Nutzern aber auch rund 1 %, die die Sofortsperrung wiederholt und regelmäßig einsetzen.

Tipico ist daher dazu übergegangen, diese Kunden anzuschreiben, ein Spielerschutzgespräch durchzuführen und ihnen eine Spielsperre zu empfehlen.

Wirksamkeit der 24-Stunden Sofortsperr

Die theoretische Annahme hinter der 24-Stunden Sofortsperr ist es, dass diese einen Kontrollverlust verhindern oder zumindest dessen Auswirkungen verhindern und so den Kunden vor ungewollter Selbstschädigung schützen soll. Dies lässt sich empirisch überprüfen.

Wir haben zu diesem Zweck das Spielverhalten des Kunden in Abschnitte von jeweils sieben Tagen aufgeteilt und das Verhalten in den sechs Abschnitten vor dem Betätigen der Sofortsperr und in den sechs Abschnitten nach Betätigen der Sofortsperr verglichen. Es wäre erwartungsgemäß, dass sich das Spielverhalten mit dem anbahnenden Kontrollverlust in den Abschnitten vor der Sofortsperr intensiviert und dann durch die Sofortsperr unterbrochen wird und sich dadurch in den Abschnitten nach der Sofortsperr wieder normalisiert.

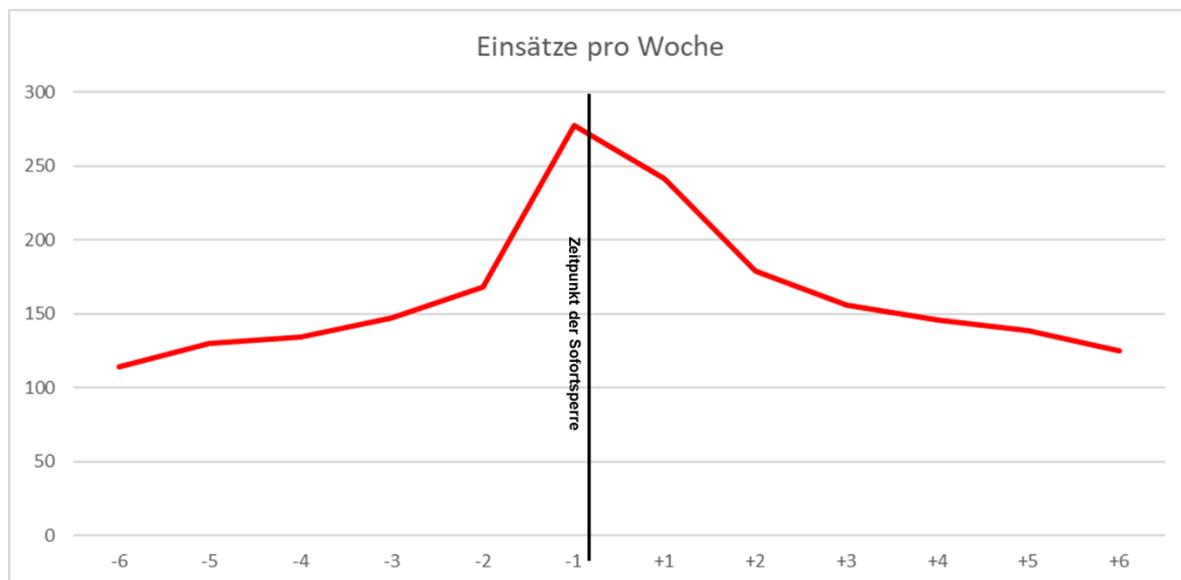


Abbildung 24: Summe der Einsätze pro Abschnitt in Euro. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperr.

Der Verlauf der Einsätze pro Woche folgt genau der Hypothese. Die Einsätze eskalieren in der Woche bevor der Kunde die Sofortsperr betätigt. Dann sinken sie wieder auf das vorige Niveau ab. Die Sofortsperr scheint ihre Rolle als „Notbremse“ wie erwartet zu erfüllen.

Um auch die finanziellen Auswirkungen auf den Kunden beurteilen zu können, haben wir auch die Verluste des Kunden auf die gleiche Art und Weise dargestellt.

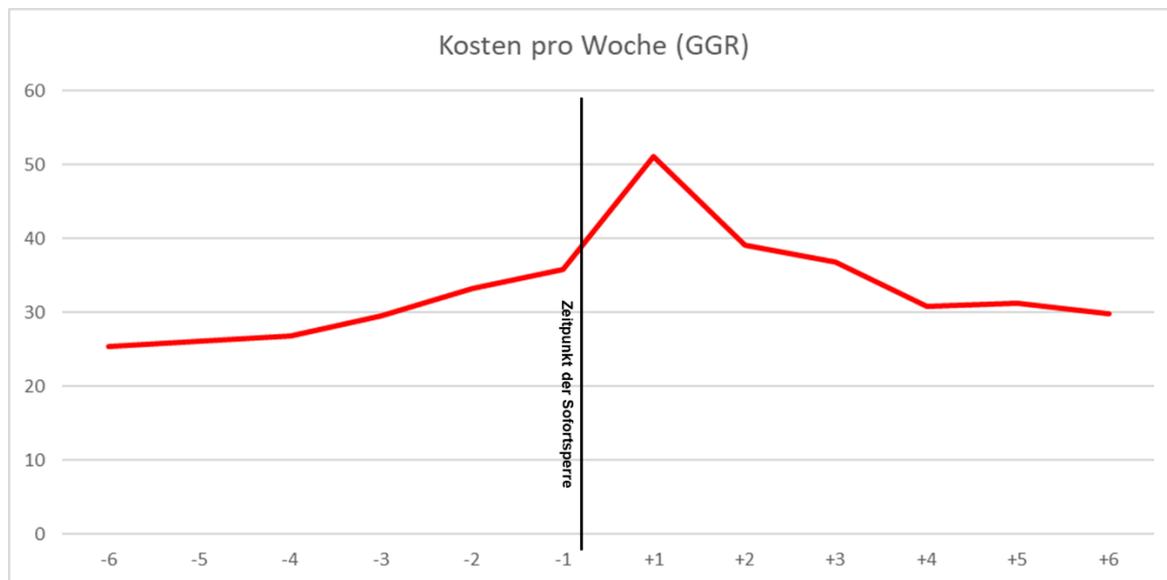


Abbildung 25: Summe der Glücksspielkosten pro Abschnitt in Euro. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperrung.

Paradoxerweise bestätigt diese Darstellung die Hypothese über die Wirkungsweise der Sofortsperrung nicht. In der Tat steigen die Kosten für den Kunden bis zum Betätigen der Sofortsperrung an. Nach dem Ende der Sofortsperrung steigen die Kosten dann aber sogar weiter an und erst vier Wochen nach der Sofortsperrung erreichen diese wieder das vorige Niveau. Diese Darstellung deutet an, dass das Betätigen der Sofortsperrung nicht dazu beiträgt den Kunden vor zu hohen Glücksspielausgaben zu schützen.

Es stellt sich aber die Frage: Wie ist das überhaupt möglich, dass aus weniger Einsatz höhere Kosten erwachsen. Um das zu untersuchen haben wir ebenfalls die vom Kunden gewählten Wettquoten analysiert (vgl. Abbildung 26).

In dieser Darstellung zeigen sich dramatische Veränderungen im Kundenverhalten. Während Kunden vor der Sofortsperrung relativ einheitliche Quoten wählen, eskalieren diese in der Woche nach der Sofortsperrung völlig. Die Kunden greifen zu riskanteren Wetten, die sie dann – wenig überraschend – verlieren, was zu schwerwiegenden finanziellen Konsequenzen führt als das Spielverhalten in der Woche vor der Sofortsperrung.

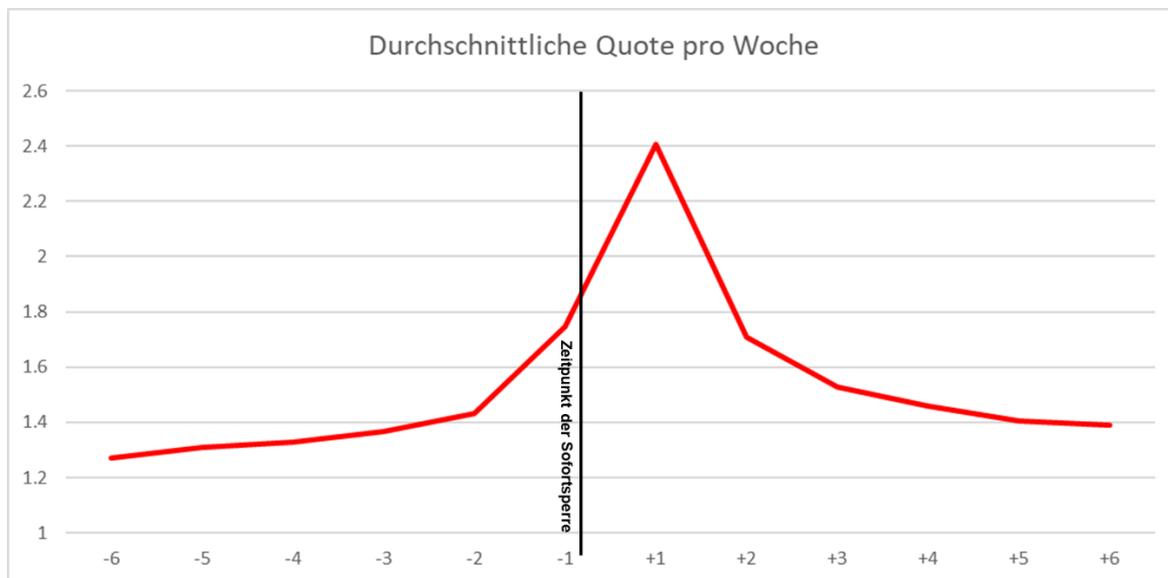


Abbildung 26: Durchschnittliche Wettquote pro Abschnitt. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperre. Hohe Wettquoten bezeichnen riskantere Wetten, die wahrscheinlicher verloren werden.

Die uns vorliegenden Daten sprechen in jedem Fall dafür, dass das reale Nutzungsverhalten der 24-Stunden Sofortsperre deutlich komplexer ist als die ungeprüften Annahmen, die dem Glücksspielstaatsvertrag zu Grunde liegen. Die 24-Stunden Unterbrechung führt zu einer Spielpause. Gleichzeitig führt sie auch dazu, dass der Kunde sich nach der Pause nicht nur fortgesetzt, sondern sogar noch stärker finanziell schädigt. Eine mögliche Erklärung wäre, dass er nach der Pause versucht, die Verluste vor der Pause durch riskantere Wetten zurückzugewinnen.

Eine sehr naheliegende Reaktion wäre es zu spekulieren, dass die 24-Stunden Sofortsperre einfach zu kurz ist. Vielleicht sollte es eine 7-Tage Sofortsperre sein? Vielleicht eine 30-Tage Sofortsperre? Eine solche Änderung würde aber auch zwangsläufig die Nutzung der Sofortsperre beeinträchtigen. Während sie zurzeit wegen der geringen Konsequenzen relativ spontan von Kunden genutzt werden kann, würde eine längere Sofortsperre wieder zu längerem Grübeln über das Für und Wider führen und dadurch eher wie die bestehende Spielersperre genutzt werden.

Eine alternative Herangehensweise könnte es sein, den Kunden nach der Sofortsperre auf sein Spielverhalten nach der Sperre anzusprechen. Tipico wird 2022 mit kommunikativen Strategien versuchen, die diese unerwünschte Nebenwirkung der Sofortsperre adressieren.

11. Indizierte Prävention

11.1 Nutzung von Spielersperren

Tipico stellt Kunden die Spielersperre in der Form einer Selbstsperre über die Webseite, als formlosen Antrag beim Kundendienst, am Wettterminal und als Sperrformular zur Verfügung. Darüber hinaus können Tipico-Kunden sich auch über Sperranträge bei Mitbewerbern oder der Aufsichtsbehörde sperren – darüber liegen aber keine Zahlen vor. Die Nutzung der Selbstsperre kann generell als Indikator dafür angesehen werden, wie niedrigschwellig die Schutzfunktion dem Kunden angeboten wird. Je einfacher und je weniger schambesetzt das Angebot der Selbstsperre gemacht wird, desto frühzeitiger werden Kunden sich sperren und damit eine Selbstschädigung vermeiden.

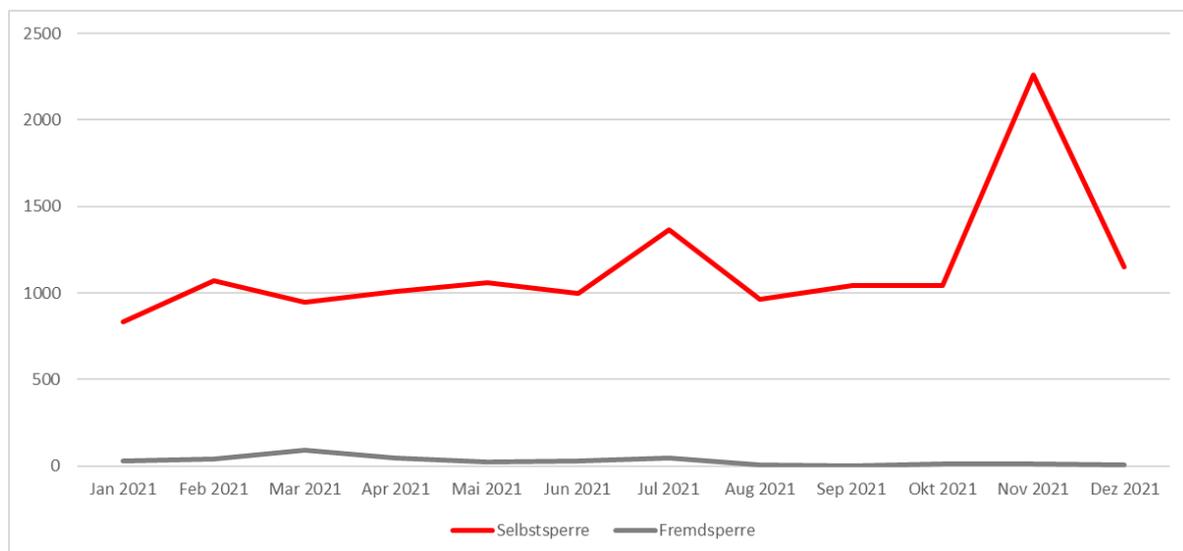


Abbildung 27: Verlauf der Nutzung von Selbstsperre und Fremdsperre.

Die Nutzbarkeit der Fremdsperre hat sich hingegen verringert. Durch die dramatischen Auswirkungen einer Fremdsperre ist eine Durchsetzung gegen den Willen und Einspruch des Kunden nur möglich, wenn eine relativ klare Beweislage vorliegt. Besteht aber z.B. ein Verdacht und der Kunde verweigert ein Spielerschutzgespräch, so kann eine solche Beweislage nie erlangt werden. Tipico kann zwar dem Kunden den Zugang zum Wettangebot verweigern; eine belastbare Rechtfertigung für eine Fremdsperre kann aber nicht erlangt werden.

Im stationären Vertrieb ist die Hemmschwelle zur Spielersperre traditionell sehr hoch. Insbesondere wenn Sperrformulare nur öffentlich aufliegen und der Prozess kompliziert ist und viel Interaktion mit den Mitarbeitern benötigt. Um dem entgegenzuwirken hat Tipico auch die Möglichkeit zur Vornahme einer Selbstsperre am Terminal ausgerollt, die ebenso wie die Online-Selbstsperre mit wenigen Klicks zu einer Sperrereintragung in OASIS führt. Seitdem kann beobachtet werden, dass die Selbstsperre auch im stationären Vertrieb deutlich häufiger und früher verwendet wird. Dies ist allerdings nur möglich, wenn auch am Terminal eine Authentifizierung des Kunden (z.B.

mittels Kundenkarte) erfolgt. In Bundesländern, in denen das Terminal ausschließlich zur Wettvorbereitung verwendet werden kann, ist dies nicht der Fall. Daher ist ein Angebot zur papierlosen Selbstsperre dort auch nicht ohne weiteres möglich.

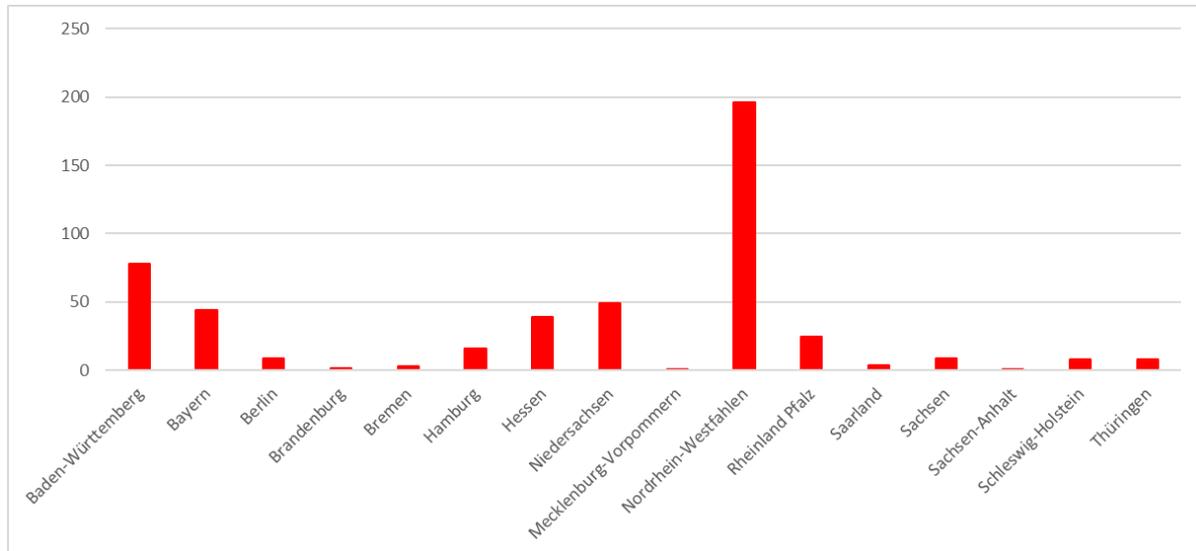


Abbildung 28: Nutzung der Spielersperre im stationären Vertrieb.

Es ist daher davon auszugehen, dass die Nutzung der Spielersperre im stationären Vertrieb weiter steigen wird.

11.2 OASIS-Abfragen

Die Abfrage der Sperrdatenbank OASIS ist die Grundvoraussetzung für die Wirksamkeit der Spielersperre. Der Zeitpunkt der Abfrage muss so gewählt sein, dass der Kunde keinen Zugang zum Produktangebot erhalten kann, ohne zuvor abgefragt worden zu sein.

Abfragen finden im Online-Vertrieb beim Login statt und blockieren dadurch folgende Funktionen:

- Erstellung eines neuen Spielerkontos
- Einzahlung
- Wettabgabe

Abfragen finden im stationären Vertrieb bei folgenden Funktionen statt:

- Physische Zugangsbarriere
- Registrierung einer neuen Kundenkarte
- Einzahlung auf Kundenkarte
- Wettabgabe mit Kundenkarte

Insgesamt hat Tipico 2021 über 400 Millionen OASIS-Abfragen durchgeführt. Aus diesen Abfragen ergeben sich rund 28.000 Treffer. Diese können aus Selbstsperrern, Fremdsperrern oder der 24-Stunden Sofortsperrre bei anderen an OASIS angeschlossenen Anbietern stammen. Die Trefferrate lag damit bei unter 0,01 % der Abfragen. Hierbei ist zu beachten, dass OASIS-Abfragen, die händisch über OASIS WEB durchgeführt werden, nicht Teil dieses Berichts sind. Deren Anzahl ist aber vernachlässigbar im Vergleich zu den automatisch durchgeführten Sperrabfragen.

In vielen Fällen kann eine Person mehrere Abfragen über den Verlauf eines Tages auslösen. Um einen besseren Blick auf die gesellschaftliche Breite der OASIS-Abfragen durchzuführen, haben wir diese Zahl in wöchentlich-einzigartige Abfragen umgewandelt. Jeder in OASIS abgefragte Kunde wird pro Kalenderwoche nur einmal gezählt, auch wenn er in Wirklichkeit an jedem Tag mehrfach abgefragt wurde. Das führt zu einer Kenngröße von rund 10 Millionen wöchentlich-einmaligen OASIS-Abfragen über das gesamte Jahr hinweg.

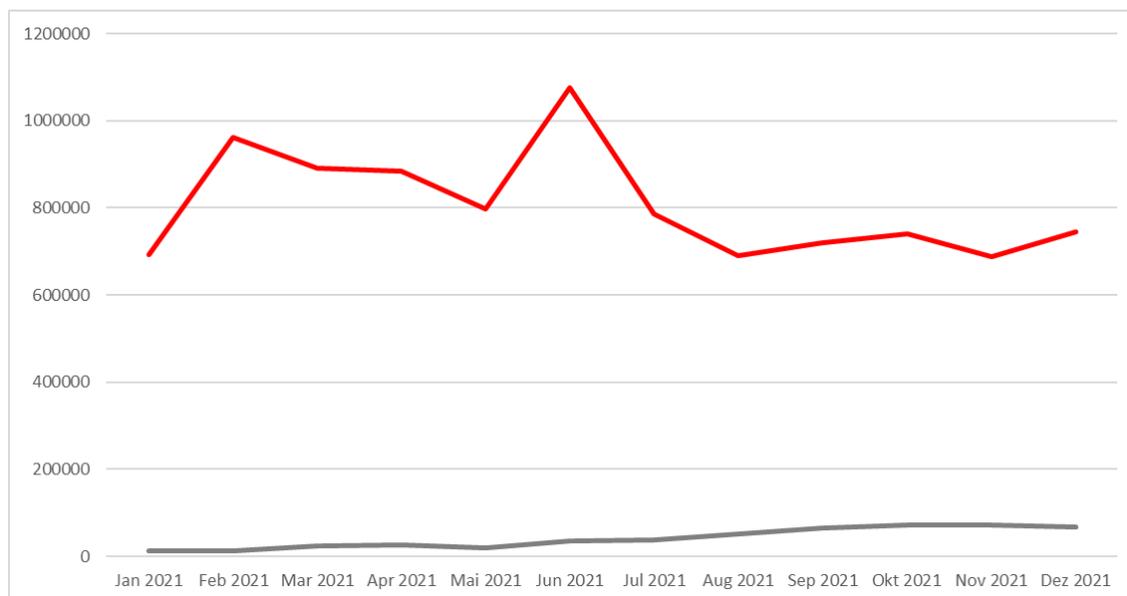


Abbildung 29: Verlauf der wöchentlich einzigartigen OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb (rot) und im stationären (grau) Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.

Die Dichte der OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb blieb im Jahr 2021 weitestgehend konstant und folgt vorwiegend der Saisonalität, dem das Sportwettenangebot unterliegt. Dies erklärt insbesondere die Spitze im Vorfeld des Großereignisses im Juni.

Die Dichte der OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb ist im Verlauf des Jahres 2021 stetig angestiegen. Der Treiber hinter dieser Entwicklung ist vorwiegend der laufende Erlaubnisprozess, durch den eine zunehmende Anzahl von Wettvermittlungsstätten die Erlaubnis erhalten haben, an OASIS angeschlossen zu werden. Dieser

Effekt manifestiert sich auch in der Verteilung der Abfragen nach Bundesland (siehe Abbildung 30): Länder, die im Erlaubnisprozess weiter fortgeschritten sind, sind überrepräsentiert.

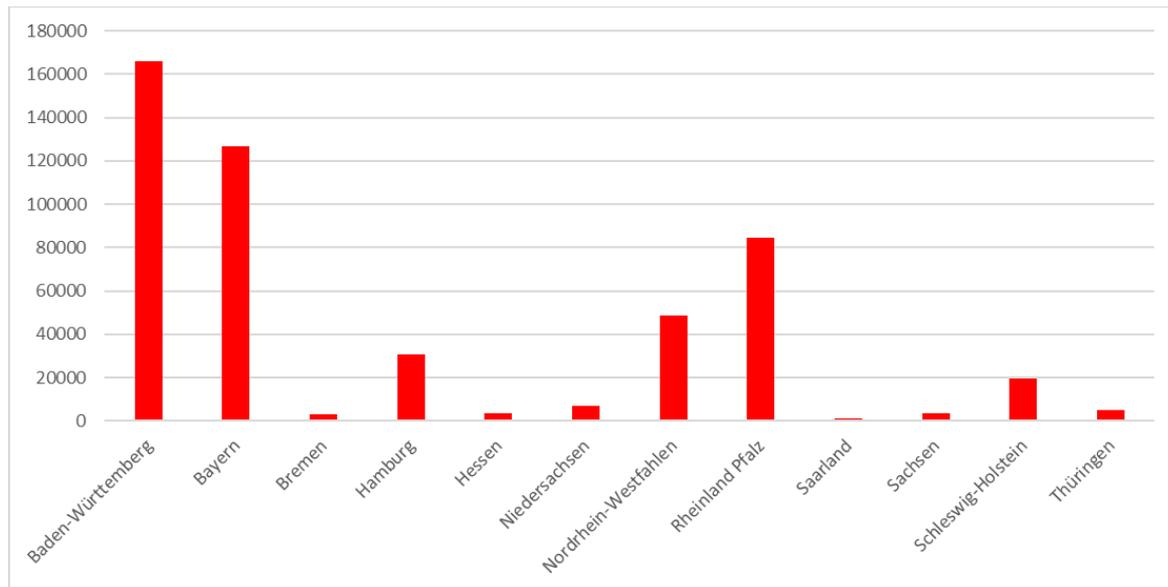


Abbildung 30: Wöchentlich einzigartige OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.

12. Zusammenfassung

Die Evaluierung stellt folgendes fest:

- Über das Jahr 2021 hinweg hat sich die die Berichts- und Datenqualität insbesondere im stationären Vertriebsmodell verbessert. Diese wird sich mit fortschreitender Erlaubnisvergabe auch zukünftig weiter verbessern.
- Der Anschluss an OASIS ist in dem maximalen Tempo fortgeschritten, das der Erlaubnisprozess für Wettvermittlungsstellen zugelassen hat.
- Eine Auswertung zwischen den verschiedenen Bundesländern ist zwar möglich – Unterschiede sind aber zurzeit noch nur schwer interpretierbar.
- Die im Spielerschutzkonzept beschriebenen Methoden werden eingesetzt und von den Kunden akzeptiert.
- Dadurch ist die gesamte Risikozumessung in der Kundenbasis von Tipico weiter gesunken.
- Indikatoren, die für Spielerschutzbeobachtungen im stationären Vertrieb verwendet werden, sind nützlich und trennscharf.
- Die Implementierung einer „papierlosen“ Selbstsperre an Wettterminals ermöglicht Kunden im stationären Vertrieb einen leichteren, weniger schambesetzten Zugang zur Selbstsperre. Das ist allerdings nicht möglich in den Bundesländern, in denen das Terminal nur zur Wettvorbereitung (z.B. Bremen, Rheinland-Pfalz) dient und daher keine Kundenkarte verwendet.
- Durch die schwerwiegenden rechtlichen Auswirkungen für den Kunden wird bei der Fremdsperre ein sehr hohes Ausmaß an Sicherheit verlangt. Dadurch ist eine Fremdsperre nur in einer Situation möglich, in der eine klare Rechtfertigung besteht.

Gesondert wird über die bislang nicht evaluierte 24-Stunden Sofortsperrung festgestellt:

- Sie wird sehr gut von Kunden akzeptiert.
- Kunden scheinen die Konsequenzen gut zu verstehen, und es kommt so gut wie zu keinen Missverständnissen oder Beschwerden.
- Die 24-Stunden Sofortsperrung ist insoweit wirksam, dass sie den Zugang zu Wettangeboten für 24 Stunden sperrt und nach diesen 24 Stunden die getätigten Einsätze sukzessive reduziert.
- Sie ist hingegen insoweit unwirksam, dass sie die glücksspielbezogenen Kosten nach der Sperre reduzieren würde. Diese steigen ganz im Gegenteil kurzfristig sogar an.
- Der Grund hierfür scheint zu sein, dass Kunden nach der Rückkehr aus der Sperre weiterhin ihre Verluste von vor der Sperre mitberücksichtigen und deutlich riskantere Wetten platzieren als vor der Sperre.
- Zukünftige Forschung sollte sich mit der Reaktion des Kunden auf den Akt der Sperre selbst befassen und ggf. prüfen, ob sich die Wirksamkeit zwischen dem Glücksspielangebot „Wetten“ (wo der Kunde sein Risiko selbst wählen kann) und „virtuellen Automaten spielen“ (wo er das nicht kann) unterscheidet.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Status des Erlaubnisprozesses für das stationäre Vertriebsnetzwerk.....	4
Abbildung 2: COVID-19 Restriktionen im Shop Netzwerk.....	5
Abbildung 3: Entwicklung des operativen Spielerschutz-Teams seit 2016. Spielerschutzkonzeptbeauftragter und Spielerschutzverantwortliche sind dabei nicht berücksichtigt.....	6
Abbildung 4: Anzahl der Spielerschutzverantwortlichen im stationären Vertriebsnetzwerk.	7
Abbildung 5: 2021 geschultes Kassenpersonal im stationären Vertrieb.	9
Abbildung 6: 2021 durchgeführte Kontrollen im stationären Vertriebsnetzwerk.	10
Abbildung 7: Zeitpunkt der Identitätsverifikation nach der Registrierung im Online-Vertrieb.....	11
Abbildung 8: Trefferrate der Alterskontrollen im stationären Vertrieb. Schleswig-Holstein hatte über den gesamten Zeitraum von 2021 durchgehend eine Kundenkartenpflicht. Daher sind Sichtkontrollen für den gesamten Berichtszeitraum entfallen.....	12
Abbildung 9: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Online-Kunden. Weniger als 0,1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.	13
Abbildung 10: Verlauf des Kundenrisikos über das Jahr 2021 hinweg. Geglättete Darstellung.	14
Abbildung 11: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden im stationären Geschäft pro Bundesland. Weniger als 0,1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.	15
Abbildung 12: Verhaltensbasierte Risikobeurteilung deutscher Kunden im stationären Geschäft pro Bundesland. Weniger als 0.1% der Kunden fallen in Stufe 3, so dass diese im Diagramm visuell nicht aufscheint.	16
Abbildung 13: Themen der Spielerschutz-Beobachtungen im stationären Vertrieb.	17
Abbildung 14: Themen der Spielerschutz Beobachtungen im stationären Vertrieb. Graue Sterne kennzeichnen moderate Indikatoren, orange Sterne kennzeichnen mittelschwere Indikatoren, rote Sterne kennzeichnen schwerwiegende Indikatoren.	18
Abbildung 15: Ablauf und Entscheidungen im Spielerschutzgespräch, wie sie 2021 für den Online-Vertrieb getroffen wurden.....	20
Abbildung 16: Spielerschutzgespräche im stationären Vertrieb im zeitlichen Verlauf.	21
Abbildung 17: Beginn der Präventionsseite auf der Spielerschutz-Seite.	22
Abbildung 18: Spielerschutz-Poster in einer Wettvermittlungsstelle.	23
Abbildung 19: Innenseite des Spielerschutz-Flyers.	23
Abbildung 20: Anzahl der aktiven Kunden mit selbst gesetzten Limits und aktiven Kunden mit durch Tipico gesetzten Limits.	24
Abbildung 21: Durchschnittliche Kunden pro Monat im stationären Vertrieb, die sich selbst Limits gesetzt haben oder für die Limits gesetzt wurden.	25
Abbildung 22: Nutzung der 24-Stunden Sofortsperrung im zeitlichen Verlauf.	26
Abbildung 23: Nutzungshäufigkeit der 24-Stunden Sofortsperrung pro Nutzer.....	27
Abbildung 24: Summe der Einsätze pro Abschnitt in Euro. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperrung.	28
Abbildung 25: Summe der Glücksspielkosten pro Abschnitt in Euro. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperrung.	29

Abbildung 26: Durchschnittliche Wettquote pro Abschnitt. Die x-Achse kennzeichnet den zeitlichen Verlauf der Abschnitte vor und nach der Sofortsperre. Hohe Wettquoten bezeichnen riskantere Wetten, die wahrscheinlicher verloren werden.	30
Abbildung 27: Verlauf der Nutzung von Selbstsperre und Fremdsperre.	31
Abbildung 28: Nutzung der Spiellersperre im stationären Vertrieb.	32
Abbildung 29: Verlauf der wöchentlich einzigartigen OASIS-Abfragen im Online-Vertrieb (rot) und im stationären (grau) Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.	33
Abbildung 30: Wöchentlich einzigartige OASIS-Abfragen im stationären Vertrieb. Kunden, die mehrfach pro Woche abgefragt wurden, wurden für diese Darstellung nur einmal pro Woche gezählt.	34