

Stichworte zu einem Präventionskonzept der Nationalen Plattform

Einführung

Im Folgenden werden die wesentlichen Stichworte zu einem umfassenden Präventionskonzept der Nationalen Plattform dargestellt. Dieses Papier dient der Verständigung unter allen Beteiligten, was in welchem Zeitrahmen von welchen Akteuren in Angriff genommen werden soll/kann. Ziel ist es, einen möglichst weitgehenden Schutz von Einzelpersonen, insbesondere Athletinnen und Athleten, sowie Sportverbänden und deren Wettbewerben zu sichern. Dabei ist auf das Spannungsfeld von internationalen Vorgaben und nationalen Anforderungen zu achten.

Über die PotAs-Kriterien (Potential-Analyse-Kriterien, nach denen sich künftig die Bezuschussung der Spitzenverbände bemisst) können vom BMI gegebenenfalls Mindeststandards bei den Sportverbänden durchgesetzt werden.

Die Sicherung der effektiven Beteiligung von Athletinnen und Athleten, aber auch der Trainer/innen sowie Schiedsrichter/innen, auf allen Ebenen an den Maßnahmen ist eine Grundvoraussetzung für erfolgreiche Prävention von Spielmanipulation.

1. Grundlagen der Prävention von Manipulationen von Sportwettbewerben

Die Prävention von Manipulationen von Sportwettbewerben will individuelles Fehlverhalten verhindern. Zudem sollen - durch Kontrollen und/oder Hinweise - Manipulationen möglichst frühzeitig aufgedeckt werden, um den Schaden gering zu halten. Sanktionen und sonstige repräsentative Maßnahmen sind Teil der Prävention (Abschreckung), haben meist aber nur eine begrenzte Wirkung. Entscheidend ist eine Sportkultur, die die Hemmschwelle für Manipulationen hebt und qua sozialem (Anpassungs-)Druck abweichendes Verhalten auf ein Minimum reduziert.

Dem stehen zurzeit folgende Hindernisse entgegen:

- Das vor allem in den Spilsportarten weit verbreitete Saison-Ende-Phänomen
Ergebnismanipulation aus sportlichen Gründen, d.h. nicht verbunden mit Sportwetten, zählt meist noch als Kavaliersdelikt und wird teils durchaus offen praktiziert, bis hinein in die untersten Ligen und den Jugendspielbetrieb (z.B. "Hilfestellung" am Ende der Saison, so dass der Nachbar-Verein nicht absteigt). Damit wird ein fatales Signal gesetzt, das die spätere Aufklärungsarbeit betr. Spielmanipulation zum Zwecke des Wettbetrugs erschwert, wenn nicht wirkungslos macht. Vermeidung von Fehlverhalten verlangt klare Vorgaben und einen konsistenten Ansatz.

- Intensive, teils aggressive Werbung der Sportwettanbieter, zugleich Sponsoren von Sportverbänden und –Clubs

Angesichts der bereits geschaffenen Fakten wäre es eine Illusion, die Werbung für Sportwetten unterbinden und die entsprechenden Unternehmen als Sponsoren ausschließen zu wollen. Allerdings muss verlangt werden, dass die Sportverbände und – Clubs nicht nur erheblich in die Prävention (auch von Spielsucht!) investieren, sondern vor allem eine plausible Linie zum Umgang mit Sportwetten und den Risiken der Spielmanipulation entwickeln. Je widersprüchlicher die eigene Haltung ist, desto geringer die Wirkung von Aufklärung, Schulungen usw.

- Fehlendes Bewusstsein der Führungskräfte im Sport für die:
 - Verbreitung von "Zockermentalität" im Sinne von problematischem Glücksspiel schon bei jungen Athleten
 - Anforderungen an die eigene Vorbildrolle

Gerade junge Athleten stellen eine Risiko-Gruppe für problematisches Glücksspiel bis hin zur Spielsucht dar. Dies ist in weiten Teilen des Sports bislang nicht ausreichend bekannt. Athleten müssen frühzeitig und umfassend über die Gefahren von Sportwetten und Glücksspiel aufgeklärt werden.

Hierzu sind entsprechende Vorgaben und Materialien zu entwickeln.

2. Risikoanalyse

Prävention beginnt mit einer Analyse, welchen Risiken entgegengewirkt werden soll. Hierzu sollte die Nationale Plattform ein Schema entwickeln, das Verbänden bis hin zur Landesebene, aber auch Vereinen und z.B. Ligen hilft, die eigenen Risiken zu prüfen.

Zu berücksichtigen sind u.a. folgende Punkte:

- Sportart
 - Leicht zu manipulieren (z.B. Tennis, Badminton)?
 - Bedeutung Insiderwissen
 - Bekannte Vorfälle?
 - Hohe Attraktivität (auch z.B. in bestimmten wett-affinen Ländern)?
 - Abhängigkeit Sportler von Einnahmen?
 - Nähe Athleten und Schiedsrichter zu Sportwetten
- Wettangebote
 - Live-Wetten?
 - Spezielle Ereignisse?
 - Unterklassige und Jugend-Wettbewerbe?
- Konkretes Umfeld (z.B. Nähe zum Wett-Milieu)

Entsprechend der Risikoanalyse sind Prioritäten bei der Umsetzung von Maßnahmen festzulegen.

3. Regeln und strukturelle Maßnahmen

Neben Regelungen der Wettangebote (Welche Liga? Verbot Sportwetten auf Jugendwettbewerbe? Live?) seitens der Sportwetten-Anbieter durch die Konzessionierung sind in den Verbänden folgende Regelungen nötig:

- Wettverbote
 - Harmonisierung internationaler Vorgaben mit nationalen Regeln (Sowohl der IOC-Code als auch die FIFA in Art. 26 des Ethik-Codes verbieten alle Wetten auf die eigene Sportart).

- Verbot Manipulation von Wettbewerben
 - Einbeziehung aus sportlichen Gründen
 - Umgang mit Insiderwissen – Definition und Vorgaben, was konkret verboten ist (siehe <https://www.spiegel.de/sport/sonst/cricket-emily-smith-postet-aufstellung-bei-instagram-drei-monate-gesperrt-a-1297049.html>)
- Sanktionen und Disziplinarverfahren
 - Hinsichtlich der Sanktionen müssen in Verbänden und Vereinen die satzungsgemäßen Voraussetzungen für die Durchführung von Untersuchungen und den Ausspruch von Strafen gegeben sein (Disziplinarordnung, entsprechende Gremien). Die Nationale Plattform sollte hierzu ein Merkblatt mit den grundlegenden Voraussetzungen und nach Möglichkeit auch eine Musterregelung oder aber Best Practice Beispiele zur Verfügung stellen.
 - Wichtig sind abgestufte Strafmöglichkeiten, damit nicht mit Kanonen auf Spatzen geschossen wird, aber gerade auch Fehlverhalten von Führungskräften adäquat sanktioniert werden kann.

Die Nationale Plattform sollte für alle Bereiche Best Practice-Beispiele für Regelungen zur Verfügung stellen.

Außerdem sollten als Strukturelle Maßnahmen Beauftragte (Single Point of Contact o.ä.) benannt, Werbung und jede Art von Wetten/Glücksspiel in den Kabinen usw., insbesondere im Jugendbereich, untersagt und eine Beratung/Hotline (auch betr. Glücksspiel, z.B. durch externe Experten) angeboten werden.

4. Information und Schulungen

Grundlage jeglicher Prävention muss eine wertebasierte offene Sportkultur sein – dazu gehören die konsistente soziale Ächtung von Manipulationen jeglicher Art (sozialen Druck zu integrem Verhalten aufbauen – von der Spitze bis an die Basis), die Bereitschaft, Gegenmeinungen und Kritik zu äußern sowie aufzugreifen, und ein proaktiver Umgang mit Fehlern bei gleichzeitig konsequenter Null-Toleranz.

In der Dopingprävention hat sich gezeigt, dass insbesondere interaktive Formen bzw. aktive Beteiligung erfordernde Maßnahmen die erfolgversprechendsten Methoden für Schulungen darstellen. Dabei sollten Informations- und Schulungsangebote unter Berücksichtigung der getroffenen Risikoanalyse durchgeführt werden.

Die Informations- und Schulungsangebote sollten folgende Themen abdecken:

- Regeln kennen und verstehen
- Gefahren und Risikofaktoren der Sportmanipulationen erkennen
 - Sportbezogene Manipulationen
 - Wettbezogene Manipulationen
 - Insiderwissen
- Gefahren des Glücksspiels erkennen – einer „Sportwettmentalität“ vorbeugen
 - Kontrollillusion im Glücksspiel und insb. Sportwetten
 - Abhängigkeiten und Erpressbarkeit vorbeugen
- Hilfsangebote und Maßnahmen erklären

Bei Schulungsangeboten sollten insbesondere Kernkompetenzen wie Kommunikation, Entscheidungsfähigkeit und die Lebenskompetenz des „Nein-Sagen-Könnens“ im Vordergrund stehen.

Diese Form der Präventionsarbeit setzt voraus, dass bereits im Jugendalter mit entsprechenden Maßnahmen begonnen wird. Über die Zielgruppe der Jugendathleten hinaus, ist es wichtig, weitere Schlüsselfiguren - insbesondere Trainer und Führungskräfte - zu schulen und strukturell zu unterstützen, um diesen ein frühes Eingreifen bei Risikoanzeichen zu ermöglichen. Ebenso wichtig ist dabei, die Führungskräfte und Trainer ihrer Vorbildfunktion bewusst zu machen und durch einen bewussten „Tone from the Top“ Zeichen zu setzen. Durch Öffentlichkeitsarbeit und Informationsmaterialien sollten idealerweise auch weitere Zielgruppen (Eltern, Fans, Schulen) angesprochen werden.

5. Hinweisgebersystem

Hierzu läuft unter der Federführung der NADA ein gesondertes Projekt, deshalb wird dieser Punkt hier nicht weiter ausgeführt.

6. Kontrolle

Da auch die beste Prävention Fehlverhalten nicht völlig verhindern kann, sind Kontrollen (gleichzeitig zur Reduzierung von Gelegenheiten) und Sanktionen nötig.

Eine Form der Kontrolle stellt das Screening von Wettverläufen dar. Dies ist aber nur von begrenztem Aussagewert und muss schon deshalb verantwortlich angewandt werden. Transparency Deutschland hat weiterhin Zweifel an der Seriosität von bestehenden Angeboten, hier sollte die Nationale Plattform weitere Überprüfungen erwägen, die Begrenzungen deutlich und auch Vorgaben zum Daten- und Persönlichkeitsschutz machen.

Neben Kontrollsystemen ist die Achtsamkeit von Verantwortlichen ein wichtiges Instrument der informellen Kontrolle, das oft im Vorfeld drohendes Fehlverhalten erkennen und verhindern kann. Athleten/Funktionäre, die an Glücksspielen und/oder Sportwetten teilnehmen oder sonst durch Wetten auffallen (siehe Beispiel der Wette, welches Gepäckstück im Flughafen als erstes ausgeladen wird), bei Besuchen von Wettbüros oder Kontakten zu mit Wettbüros verbundenen Personen gesehen werden, Geldprobleme oder auffälliges Ausgabenverhalten zeigen, müssen angesprochen werden. Bei jungen Athleten sind Eltern entsprechend einzubeziehen.

7. Kommunikation

Der Schlüssel für eine erfolgreiche Präventionsarbeit ist eine kontinuierliche, umfassende und auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmte Kommunikation. Dazu gehören im Hinblick auf die Manipulation von Sportwettbewerben insbesondere

- Sensibilisierung der Öffentlichkeit (spezifische Zielgruppen neben Athleten und Trainern: Politik, Eltern, Verantwortliche im Sport bis hinab zur Vereinsebene) für die Gefahren von Sportwetten und Manipulationen
- Nutzung unterschiedlicher Kommunikationskanäle einschließlich Social Media
- Erarbeitung einer widerspruchsfreien, glaubwürdigen Position derjenigen Sportorganisationen (einschließlich Fußball-Bundesliga), die Sportwettanbieter als Sponsoren oder sonst als Werbepartner haben
- Erarbeitung von Policies (insbesondere zu Schutzmechanismen) für Hinweisgebersysteme sowie kontinuierliche Kommunikation hierzu und zur Bedeutung von Hinweisen (Ermutigung von Hinweisgebern!)

- Propagierung einer offenen Kultur der Achtsamkeit im Sport (auch verbinden mit z.B. dem Kampf gegen Doping sowie sexualisierte Gewalt)

Berlin, Dezember 2019

Dr. Nicolas Klein, Sylvia Schenk

Arbeitsgruppe Sport von Transparency International Deutschland e.V.