



Home | Spiele kompakt | Hintergrund | Fotostrecken | EM-Tagebuch | Mannschaften | Quiz | Fan-Forum | Liveticker

EM-Wetten

Tippfieber im Internet



Von Felix Braun

Heute schon getippt? In vielen Büros in Deutschland werden derzeit nicht nur Präsentationen vorbereitet, sondern auch Spielpläne und Aufstellungen studiert. EM-Zeit ist auch eine Hochzeit für Fußball-Tipps in der Firma. Und wie überall hat auch hier das Internet für einen echten Boom gesorgt.

Auf zahlreichen Seiten im Internet kann man inzwischen seine EM-Tipprunde organisieren

Kaum ein Kollegen- oder Freundeskreis, in dem derzeit nicht

auf die Fußball-EM getippt wird. Zettel, Papier und Excel-Tabellen werden dabei zunehmend durch Online-Dienste ersetzt. Vorteil: Die Teilnehmer können bis Sekunden vor dem Anpfiff tippen und der aktuelle Spielstand ist jederzeit einsehbar. Oft gibt es auch noch Hintergrundinformationen und Ergebnishistorien der einzelnen Mannschaften.

Online-Wettfieber besonders groß

Mehr zum Thema

Online-Wettanbieter: **BGH weist alte Klagen gegen private Anbieter ab**

In diesem Jahr ist das Online-Wettfieber besonders groß: Kicktipp, der führende Anbieter in Deutschland, verdoppelte seine Nutzerzahlen im Vergleich zur

letzten EM 2004 nach eigenen Angaben auf über eine Millionen Spieler. Dies sind noch mal 200.000 mehr als bei der WM 2006.

"Während dieser EM haben wir eine irre Last auf unseren Systemen", sagt Janning Vygen, Geschäftsführer von Kicktipp. "Durch einen Hardware-Ausfall waren wir für kurze Zeit sogar schlecht erreichbar." Die verbliebenen Server seien dem Besucheransturm nicht mehr gewachsen gewesen, erklärt Vygen.

Dabei verzichtet die kleine Tippseite mit ihren zwei Mitarbeitern weitgehend auf Marketing. Sie setzt auf Mundpropaganda und gute Suchmaschinenplatzierung, denn vor großen Turnieren explodieren die Suchanfragen zum Thema "Tippspiel".

Tipper müssen im Netz nichts zahlen. Die Ausgaben deckt Kicktipp mit dem Verkauf seiner Technik an Unternehmen. "Wir werden dadurch nicht Millionäre", sagt Vygen, "aber uns geht's ja hauptsächlich um den Spaß an unsere Idee".

Bereits zwanzig Prozent der Nutzer spielen über die Webseiten von rund 900 Partnerfirmen wie z.B. Sat.1 oder Aldi Süd. Diese Firmen integrieren das Tippspiel in ihren Internetauftritt, um die Besucherzahlen zu erhöhen. Das Layout wird dabei so angepasst, dass die Besucher gar nicht merken, dass sie im Hintergrund bei Kicktipp landen.

Hobbytipper als attraktive Zielgruppe

Zunehmend versuchen auch kommerzielle Wettanbieter, die lukrative Zielgruppe der Hobbytipper für sich zu gewinnen. So kann man auch auf dem Portal "lasst-die-Jungs-spielen.de", das von "Bild.de" und dem größten deutschen Online-Wettanbieter Bwin entwickelt wurde, kostenlos tippen.

Doch bei jeder Tippabgabe wird für weitere, dann zahlungspflichtige Wetten von Bwin geworben. Vom Ergebnis, über die Anzahl der Abseitsentscheidungen bis zur Frage, ob die Rückennummern des ersten Torschützen gerade oder ungerade ist, kann dort in Echtzeit auf fast alles gewettet werden.

Die Hobbytipper sehen allerdings wenig Grund zum Wechsel: Obwohl das Portal von "Bild.de" seit Wochen massiv beworben wird, haben die beiden Düsseldorfer Kicktipper mit ihrer Millionen-Klientel die Nase vorn - die Rangliste von "lasst-die-jungs-spielen.de" weist bisher nur 52.000 Teilnehmer auf.