

Forum-Gewerberecht | Spielrecht | US-Fußballliga erlaubt erstmals Glücksspiel-Werbung auf Trikots und in Stadien

Autor	Beitrag
-------	---------

Autor	Beitrag
räubertochter 30.06.2019 06:51	Die US-Amerikanische Fußballliga „Major League Soccer“ (MLS) erlaubt seinen 24 Mannschaften erstmals Trikot- und Stadionwerbung von Glücksspielunternehmen. Das Logo der Major League Soccer mit drei Sternen Die Major League Soccer ist die führende Fußballliga in Nordamerika. (Quelle: Wikipedia) Wie das Sportnachrichten-Portal Front Office Sports (Link auf Englisch) am Mittwoch berichtete, basiere die Genehmigung auf einer Änderung der Werberichtlinien der Liga, welche bereits zu Beginn des Monats vom MLS-Vorstand beschlossen wurde. Die Neuregelungen, die ab sofort auch die Werbung für alkoholische Getränke erlaubt, gestatten von nun an die Abbildung der Logos von Glücksspielfirmen auf der Vorderseite der Mannschaftstrikots. Ab dem Jahr 2020 sollen die Teams außerdem den rechten Trikotärmel als Werbefläche zur Verfügung stellen dürfen. Durch die Einführung der neuen Regeln beschreitet die aus US-amerikanischen und kanadischen Teams bestehende MLS Neuland. Sie ist damit die erste professionelle US-Sportliga, die großflächige Trikotwerbung von Glücksspielunternehmen akzeptiert. Eine neue Einnahmequelle für die MLS Dass die Liga ihre Werberegeln überhaupt ändern konnte, ist auf ein bahnbrechendes Urteil des U.S. Supreme Court aus dem Frühjahr 2018 zurückzuführen. Es erklärte den bis dahin geltenden „Professional and Amateur Sports Protection Act“ (PASPA) aus dem Jahre 1992 für widerrechtlich. Unter dem Gesetz waren Sportwetten (mit Ausnahmen der US-Bundesstaaten Delaware, Oregon, Nevada und Montana) auf US-Gebiet verboten. Infolge der Entscheidung brachten viele US-Bundesstaaten neue Glücksspielgesetze auf den Weg und professionelle Sportligen schlossen Sponsoring-Deals mit Buchmachern und Casino-Betreibern ab. Von einem solchen Deal könnte nun auch die MLS profitieren, die mit der Gestattung von Trikot- und Stadionwerbung sogar noch einen Schritt weiter geht. Von den Maßnahmen erhoffen sich die Liga-Verantwortlichen höhere Einnahmen für die MLS und die Vereine. Gegenüber dem US-amerikanischen Nachrichten-Portal Fortune.com sagte Carter Ladd, Vizepräsident für Geschäftsentwicklung der MLS: „Wir wollen als fortschrittliche Liga angesehen werden und unseren Vereinen ein angemessenes Maß an Flexibilität bieten (...). Wir wollen nicht einschränkend sein. Wir möchten sie positiv unterstützen und deshalb ergreifen wir diese Maßnahme. Wir sind fest davon überzeugt, dass dies dazu beitragen wird, neue Einnahmen zu erzielen.“ Ein vieldiskutiertes Thema Glücksspielwerbung bei Live-Fußballspielen, auf Trikots und in Stadien wird keineswegs unkontrovers diskutiert. Gerade in England, dem „Mutterland des Fußballs“, wird derzeit über die Regulierung von Werbung für Glücksspielprodukte debattiert. Während englische Vereine und Ligen durch die Sponsorings Millionenbeträge einnehmen, bemängeln Politiker und Interessenverbände schon seit längerem die Negativfolgen der Glücksspielwerbung. Viele Kinder- und Jugendliche, so der Tenor, würden durch sie zum Glücksspiel und Wetten verleitet und gerieten in Gefahr, eine Abhängigkeit zu entwickeln. Dass die US-Version der Debatte auch auf die Führungsebene der MLS zukommen könnte, scheinen die Oberhäupter der Liga antizipiert zu haben.

Autor	Beitrag
	Diese US-Profi-Ligen werben bereits für Buchmacher oder Casinos Die vier großen US-Profiligen NBA, NFL, NHL und MLB werben seit der Legalisierung von Sportwetten durch den US-Supreme Court für Buchmacher oder Casinos. Die Major League Baseball (MLB) unterzeichnete einen Sponsoringvertrag mit dem Casinobetreiber MGM Resorts. Auch die National Basketball Association (NBA) und die National Hockey League (NHL) wurden mit dem Glücksspielgigant einig, schlossen aber auch Verträge mit dem Wettanbieter FanDuel ab. Die National Football League (NFL) ging unterdessen eine Partnerschaft mit dem Casinounternehmen Caesars ein. Im Rahmen der Vereinbarungen dürfen die Konzerne unter anderem mit den offiziellen Logos der Ligen werben und Liga-Statistiken auswerten. So kündigte die MLS-Führung an, nur solche Werbung zulassen zu wollen, die sich an erwachsene Fußball-Fans richtet. Glücksspielwerbung auf Kindertrikots oder den Jerseys der vereinseigenen Jugendmannschaften solle weiterhin untersagt bleiben. Zudem wolle man fortlaufend den Einfluss der neuen Werberichtlinien auf Clubs und Liga kontrollieren. Keine Liebe auf den ersten Blick Die Neugestaltung der Werberichtlinien der MLS ist zwar nicht ganz überraschend, kam aber zügiger als erwartet. Noch im Mai letzten Jahres kommentierte die Liga die Legalisierung von Sportwetten mit vorsichtigem Optimismus und einigen Bedenken. Obwohl man die Entscheidung des U.S. Supreme Court unterstützte, glaubten die MLS-Oberen an die Notwendigkeit von Regeln, die die Integrität des Sportes schützen würden. Mit der Erlaubnis von Glücksspiel- und Alkoholwerbung scheinen diese Bedenken nun vom Tisch zu sein. https://www.casinoonline.de/nachrichten/us-fussballliga-erlaubt-erstmal-gluecksspiel-werbung-auf-trikots-und-in-stadien-26547/

In diesem Thema befinden sich folgende Anhänge: