

Gut gewettet, gut gebettet

Die Linzer bet-at-home.com ist
inzwischen eine Milliarde Euro wert.



Jochen Dickinger konnte es nicht fassen. Am 30. Mai twitterte der Co-Gründer von bet-at-home.com ein Internetfilmchen, das ausdrücken sollte: „Sehe ich richtig?“ Dazu der Text: „bet-at-home.com wird an der Börse mit 1.000.000.000 Euro bewertet.“ Dickinger hat das Unternehmen zwar 2012 verlassen, das Überspringen der Milliardengrenze ist für ihn dennoch eine extrem erfreuliche Nachricht: Er hält ebenso wie CEO Franz Ömer (Bild) 3,75 Prozent an dem 2000 gegründeten und an der Frankfurter Börse notierten Onlin gaming-Anbieter. Ihre Anteile sind somit aktuell 37,5 Millionen Euro wert. Warum ist die Aktie

aber allein seit Jahresbeginn um 40 Prozent gestiegen? „Bis vor drei Jahren war sie unterbewertet, weil sie fast niemand am Radar hatte“, sagt Marcus Silbe, Analyst bei der deutschen Bank Otto Seydler. Durch gezielte Marketingmaßnahmen

haben sich das geändert, etwa durch den genialen, weil extrem günstigen Trikot-Sponsorendeal mit der deutschen Bundesliga-Mannschaft Hertha BSC. In Österreich fiel rund um die Euro 2016 hingegen vor allem das sexistische, aber wirksame „Oh lá lá“-Sujet auf. Mit einer guten Marktposition kann die Firma, seit 2009 mehrheitlich im Besitz der französischen Betclic-Everest-Group, nun ihre eigentliche Stärke voll ausspielen: Bet-at-home.com erzielt im Branchenvergleich die mit Abstand höchsten Bruttogewinnmargen, weil sie als reiner Onlinanbieter niedrige Personalfixkosten hat. Auf Basis des EBITDA, also des Gewinns vor Abschreibungen und Steuern, beträgt die Marge rund 30 Prozent, „rund zehn bis 15 Prozentpunkte besser als die Konkurrenz“, sagt Silbe. Treiber der Entwicklung war sicher auch eine dank Sonderauschüttung auf 7,50 Euro erhöhte Dividende je Aktie.

BECK



IM MUSIKVEREIN
WILLKOMMEN, im
Konzerthaus nicht.
Andreas Gabalier
fühlt sich ungerecht
behandelt.

Andreas Gabalier klagt Wiener-Konzerthaus-Chef

Der steirische Volks-Rock'n'-
Roller fühlt sich durch Aus-
sagen von KONZERTHAUS-
CHEF NASKE geschädigt und
zieht vor Gericht.

In einem Interview mit der „Presse“ machte der Chef des Wiener Konzerthauses, Matthias Naske, kürzlich aus seinem Herzen keine Mördergrube. Anders als der Musikverein hätte er Gabalier nicht im Konzerthaus spielen lassen, meinte er. „Man muss wissen, wer Gabalier ist, wofür er steht, und dann abwägen“, meinte er. Da hätte er noch eher Hubert von Goisern spielen lassen.

Das will der Volks-Rock'n'Roller so nicht einfach auf sich sitzen lassen. Wie der Rechtsanwalt seines Managements, Meinhard Novak, gegenüber trend bestätigt, klagen Gabalier und sein Manager

nun das Konzerthaus. Die Aussagen von Naske seien wettbewerbswidrig und kredit- und rufschädigend, so der Anwalt. „Durch ihre Aussage schreiben Sie Andreas Gabalier eine rechtsextreme politische Gesinnung zu“, empört sich Novak in einem Schreiben an Naske. Dieser Schaden, der durch das Interview entstanden sei, mache sich nun bereits finanziell bemerkbar. „Meinem Mandanten liegen Schreiben von anderen Konzertveranstaltern vor, die aufgrund Ihrer Aussagen die Zusammenarbeit mit meinem Mandanten in Zweifel ziehen. Dies hat natürlich enorme wirtschaftliche Folgen, für die Sie einzustehen haben“, heißt es in dem Schreiben weiter. Der Schaden sei aber noch nicht bezifferbar.

Die Klage lautet auf Feststellung des Schadens und auf Widerruf wegen Herabsetzung nach dem Wettbewerbsgesetz. Der Streitwert wurde mit 500.000 Euro angesetzt.

AKRA

Der Life Ball und sein Sponsor-Problem

Das Comeback des Life Balls nach einem Jahr Pause hat sich Organisator Gery Kaszler wohl etwas anders vorgestellt. Hatte er 2015 schon bemängelt, dass die Spendenbereitschaft im Sinken begriffen ist, so hat er heuer den Verlust von zwölf Sponsoren zu beklagen. Neben dem Kristallunternehmen Swarovski, das den mit 100.000 Euro dotierten Preis „Crystal of Hope“ heuer nicht mehr verleihen wird, ist auch Hauptsponsor Audi nicht mehr dabei. „Wir haben unsere



Sponsoringstrategie zwischenzeitlich neu ausgerichtet, nehmen in dieser aber weiterhin unsere gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst“, lässt eine Audi-Sprecherin wissen. Bei der OMV habe der Ausstieg hingegen budgetäre Gründe gehabt. Auch Wolford und Melni Kaffee sind laut Website heuer nicht mehr mit von der Partie. Hinter vorgehaltener Hand werden auch andere Erklärungen für das Abspringen von Sponsoren genannt: Die Organisation des Life Balls sei doch etwas chaotisch.