

DER OFF-PROFI

*Hersteller von Spielautomaten und Spielhallenbetreiber haben ein Imageproblem. Als Kommunikationschef des Verbands **Die Deutsche Automatenwirtschaft** (DAW) wirbt **Thomas Knollmann-Bölter** nach Kräften um mehr Verständnis für die Branche. Dafür setzt er vor allem auf klassische Pressearbeit – bevorzugt im Hintergrund.*

TEXT: David Selbach | **FOTOS:** Jörg Heupel



In den Sommermonaten lädt das Netzwerk Recherche zur Jahreskonferenz. Dann treffen sich beim Norddeutschen Rundfunk in Hamburg zwei Tage lang Deutschlands härteste Investigativjournalisten – und bleiben weitgehend unter sich. Einer ist jedoch regelmäßig dabei: Thomas Knollmann-Bölter. Der Kommunikationschef des Verbands Die Deutsche Automatenwirtschaft (DAW) nahm in den vergangenen Jahren immer wieder an der Konferenz teil. Und jedes Mal überraschte es ihn, wie wenige PR-Kollegen er dort traf. „Ich will ja verstehen, was die Trends sind und wie Journalisten arbeiten“, sagt er. Teilnehmer, die ihn in Hamburg erkennen, staunen. Einmal begegnete er einem Studienfreund, der heute als Investigativjournalist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk arbeitet. „Der meinte nur: Was machst Du denn hier? Bist Du verrückt?“, erzählt Knollmann und lacht.



Wenn ein Thema polarisiert, wie das Glücksspiel, darf dies jedoch nicht einen ehrlichen Diskurs verstellen.

PR-ler haben in solchen Fällen die Aufgabe zu übersetzen, sagt Thomas Knollmann-Bölter.

Er findet: Nein, ganz und gar nicht. Ja, er spricht für eine Branche, die bei vielen Menschen einen moralischen Abwehrreflex auslöst: die Hersteller von Glücksspielautomaten und ihre Betreiber, also Gastronomieaufsteller und Spielhallenunternehmer. Und die, so die Logik der Kritiker, verdienen Geld damit, dass Menschen ihre hart verdienten Groschen verzocken. Doch Knollmann ist mit sich und der Branche im Reinen: „Wir haben nichts zu verbergen“, sagt er. „Wir legen alles auf den Tisch und haben saubere Argumente für das, was wir tun.“

Knollmann, der während seines PR-Studiums in Leipzig (👉 „Vom Westen in den Osten“) den Studentenradiosender Mephisto mitgründete und immer noch Mitglied im Deutschen Journalistenverband (DJV) ist, sieht die Presse als „Partner“ – und bietet seine Hilfe an, wo er kann.

Die Abteilung Presse und Kommunikation beim Automatenverband leitet er seit Juli 2017. Als das Angebot eines Headhunters kam, die Kommunikation der damals noch jungen Interessenvertretung zu übernehmen, war aber auch Knollmann

zunächst skeptisch. Er sprach damals seit knapp zwei Jahren für den Verband kommunaler Unternehmen (VKU) und habe „erst mal blank abgesagt“, erinnert er sich. Er konnte mit dem Produkt nicht viel anfangen, sei „von allerlei Vorurteilen geblendet“ gewesen. Trotzdem ließ er sich auf ein Gespräch ein. „Ich traf sehr reflektierte Branchenvertreter, die einen nachhaltigen Veränderungswillen hatten, eine Professionalisierung planten“, berichtet er. „Und meine Vorurteile zerbröselten.“

Als der DAW 2014 an den Start ging, war das Ziel, den verschiedenen Playern der Branche eine gemeinsame Stimme zu geben. Zuvor hatten die industriell geprägten Automatenhersteller und die meist mittelständischen Spielhallenbetreiber nur jeweils eigene Verbände gehabt (👉 „Aus zwei mach eins“). 2017 entschloss sich die Branche dann, auch medial mit einer Stimme zu sprechen und die Kommunikation neu aufzustellen.

Knollmann ließ sich von der Aussicht überzeugen, den Bereich völlig neu aufbauen zu dürfen. „Hier konnte ich etwas von Grund auf entwickeln“, sagt er. „Schon in meiner Agenturzeit hatte ich ein Faible für Mandate, die nicht von der Stange waren. Das war eine echte Herausforderung, den Verband medial zu etablieren, der noch dabei war, sich selbst zu finden.“

Zudem hatte er in früheren Beratungsmandaten gelernt, dass viele Themen einen zweiten Blick brauchen, sagt Knollmann: „Wenn ein Thema polarisiert, wie das Glücksspiel, darf dies jedoch nicht einen ehrlichen Diskurs verstellen. Wir PR-ler haben dann die Aufgabe zu übersetzen.“

Acht Jahre später hat Knollmann das Kernthema des Verbands komplett verinnerlicht. Auch im prmagazin-Interview erklärt er routiniert, warum die Branche unter einem „Prohibitionsparadoxon“ leidet. Der bundesweit geltende gesetzliche Rahmen begrenzt den Einsatz, den maximalen Gewinn und natürlich auch den möglichen Verlust an Automaten: Pro Stunde dürfen Spieler durchschnittlich nur 20 und maximal 60 Euro verlieren. Vorgeschrieben sind automatische Zwangspausen. In den Spielhallengesetzen der Bundesländer ist zudem geregelt, dass Spielhallen Mindestabstände zueinander und zu Schulen einhalten müssen.

All das soll Spieler schützen. Doch nach der Erzählung der DAW haben Regulierung und Angebotsverknappung einen gegenteiligen Effekt: Weil sie nicht mehr genügend legale Spielmöglichkeiten finden und der Nervenkitzel bei zugelassenen Auto-



maten fehlt, weichen Spieler auf manipulierte oder selbst gebaute Geräte aus – in illegalen Casinos und Kneipenhinterzimmern.

Dort sind mitunter 200 Euro in wenigen Sekunden futsch. Das Geschäft kontrollieren kriminelle Clans oder andere Strukturen der organisierten Kriminalität – und dem Staat entgehen erhebliche Steuereinnahmen. Der Schwarzmarkt mache Umsätze von drei bis sechs Milliarden Euro pro Jahr, referiert Knollmann, „und das ohne Verbraucherschutz. Eine direkte Subvention organisierter Kriminalität“. Der DAW schätzt, dass inzwischen mindestens jedes dritte Gerät in Deutschland illegal ist. „Und der Marktanteil bewegt sich auf 50 Prozent zu“, warnt DAW-Vorstandssprecher Georg Stecker im Gespräch mit dem prmagazin.

Während der Verbandschef und die Länderbeauftragten des DAW mit dieser Problembeschreibung die Politik bearbeiten und die Automatenhersteller den Mitarbeitern von Ordnungsämtern in kostenlosen Workshops beibringen, wie sie illegale Geräte erkennen, soll Knollmann dafür sorgen, dass die Branche mit ihren Argumenten in den Medien präsent ist. Das Ziel des DAW: Der Gesetzgeber soll jene restriktiven Regeln ändern, die das legale Spiel unattraktiv machen. Gleichzeitig sollen Ordnungsämter, Polizei und Gerichte den Strafverfolgungsdruck auf die illegale Konkurrenz erhöhen.

Damit auch die breite Bevölkerung das Problem erkennt, das Stecker und Knollmann so ausführlich beschreiben, hat der Verband in den vergange-

nen Jahren immer wieder Informationskampagnen geschaltet, die den Unterschied zwischen legalen und illegalen Angeboten thematisierten – zum Beispiel 2018 mit Fußballer Bastian Schweinsteiger als Testimonial. Unter dem Claim „Wir spielen fair“ zeigte der DAW fünf Merkmale, an denen Spieler legale Angebote erkennen: etwa „Zutritt nur ab 18“ oder „Kein Alkoholausschank“. Mit der Website faktenhub.de hat der Verband eine Art Online-Magazin zum Thema geschaffen. Dort sammelt er Statistiken und Studien sowie Presseclippings mit Links zu relevanten Artikeln.

Knollmanns bevorzugte Methode ist aber die Hintergrundarbeit mit Journalisten.

Er gibt Tipps für Ansprechpartner, vermittelt Spielhallen für Drehs, nimmt Medienvertreter mit auf Rundgänge im illegalen Milieu. So entstehen Features und Reportagen, in denen Journalisten fasziniert schildern, wie mafiöse Organisationen das Glücksspiel übernehmen – und die Behörden dem kaum noch Herr werden.

FAZ-Redakteur Gregor Brunner zum Beispiel berichtet in seinem Artikel „Daddeln unter Aufsicht“ von Januar 2024 über eine illegale Spielhalle in einer ruhigen Wiesbadener Seitenstraße, wo sich „bärtige Männer rauchend unter kurze Markisen drängen“. Die Initiative zu solchen Formaten kommt sehr oft von Knollmann, sagen Journalisten. Er geht mit einem Paket an Hintergrundinformationen auf Redaktionen zu, vermittelt Gesprächspartner und Locations, ruft immer wieder an und fragt, ob >

*Aufgabenteilung: Zwar darf **Thomas Knollmann-Bölter** auch selbst für den Verband sprechen, überlässt das aber lieber **Vorstandssprecher Georg Stecker** (r.).*

er noch helfen darf. So auch im Vorfeld des prmagazin-Gesprächs.

Der Reporter Joe Sperling drehte im April 2024 mit einem Kollegen für das ZDF-Format „frontal“ einen Film über illegales Glücksspiel. Der Beitrag steigt ein mit der Razzia einer Kölner Sonderkommission in einem illegalen Casino. Später folgt die Gegenüberstellung von legalem und illegalem Glücksspiel, inklusive Interview mit DAW-Verbandschef Stecker.

Zwar kommt in dem „frontal“-Stück auch der Bremer Glücksspielforscher Gerhard Meyer zu Wort, der manche DAW-Position kritisch sieht. Aber im Großen und Ganzen kann man den Beitrag, bei dem Knollmann die „frontal“-Leute offenkundig immer wieder unterstützt hat, als Erfolg für die DAW-Kommunikation sehen.

„Thomas Knollmann macht seinen Job sehr gut“, sagt ein Journalist. „Er versucht nicht, plump die Liberalisierung zu verkaufen, sondern argumentiert, dass man das illegale Spiel zurückdrängen müsse, weil es gerade den Markt übernehme. Und das ist plausibel.“

Ein anderer Journalist beobachtet, dass Teile der Branche inzwischen mit den Behörden kooperieren,

etwa indem sie Polizisten und Ordnungsamtsmitarbeiter schulen. „Das war früher anders.“ Auch er findet die DAW-Argumente nachvollziehbar. Zudem, sagt er, funktionieren Reportagen aus der Halbwelt aus journalistischer Sicht einfach gut.

„In einer demokratischen Mediengesellschaft kann man nur Akzeptanz schaffen, wenn man einen Sachverhalt öffentlich erklären kann“, sagt Knollmann. Dabei unterstützen die „Berichte aus dem Hinterzimmer“, wie er sie nennt. „Das bringt die Realität in die Debatte.“ Seine Methode, Reporter zu Betriebsbesichtigungen einzuladen oder Gespräche mit Betreibern zu vermitteln, helfe Journalisten, die andere Seite des Themas zu verstehen. Viele Unternehmen der Branche verfügen nicht über die nötige PR-Infrastruktur, um Derartiges selbst zu leisten. Knollmanns Hoffnung: Die Redaktionen berichten dadurch differenzierter. Oder aus seiner Sicht: „sachlicher“.

Ein Fachredakteur lobt die Berichterstattung der Kollegen in der Publikumspresse – und damit Knollmanns Kommunikationsarbeit: „Das ist in den vergangenen fünf Jahren wirklich besser geworden“, sagt er. „Das Bewusstsein für das Problem ist gewach-

VOM WESTEN IN DEN OSTEN



„Das Geheimnis ist, dass es kein Geheimnis gibt. Es ist einfache Informationsarbeit“: Thomas Knollmann-Bölter (Mitte) im Gespräch mit prmagazin-Redakteurin **Christina Ullrich** und Autor **David Selbach** im Verlag Rommerskirchen.

sen.“ Der Fachjournalist weiß aber auch, dass die Branche bei Journalisten weiter ein Imageproblem hat. Denn Redaktionen schauen immer auch auf das Thema „Spielsucht“ – von der DAW durchgängig als Glücksspielstörung bezeichnet. „Das Krankheitsbild ist zwar nicht so verbreitet, wie viele glauben“, so der Redakteur, „aber es kommt immer wieder auf die Agenda.“

Und so geht die Rechnung des DAW nur bedingt auf. Selbst wenn Journalisten die Argumente verstehen, heißt das nicht, dass sie Kommentare im Sinne des Verbands schreiben – oder sich für liberalere Glücksspielgesetze einsetzen würden. „Das ist kein Gewinnerthema“, sagt ein Journalist. „Niemand will sich den Kommentaren aussetzen, die dann kommen. Und das gilt mit Sicherheit auch für viele Politiker.“

Knollmann versteht das Problem, arbeitet aber unbeeinträchtigt weiter – so wie er das über viele Jahre als Public-Affairs- und PR-Experte in der Berliner Blase gelernt hat. Er spielt über Bande, nutzt sein Netzwerk. Über seinen Ansatz sagt er: „Das Geheimnis ist, dass es kein Geheimnis gibt. Es ist einfache Informationsarbeit.“ Zwar darf er auch selbst für >



PODCAST

prmagazin- Titelstories im O-Ton

Unsere Titelgeschichten gibt es nicht nur zum Lesen – sondern auch zum Hören. Im prmagazin-Podcast „Das Gespräch – Titelstories im O-Ton“ können Sie dabei sein, wie unsere großen Stücke entstehen: mit exklusiven Einblicken in die Gespräche, auf denen die Storys basieren. In der dritten Folge: **Thomas Knollmann-Bölter**, Kommunikationschef des Verbands Die Deutsche Automatenwirtschaft, und DAW-Vorstandssprecher **Georg Stecker**. Wie kämpft die Branche gegen ihr Imageproblem und den milliardenschweren Schwarzmarkt? Und wie versucht der Verband, Journalisten für seine Argumente zu gewinnen?



Jetzt Reinhören: <https://prmagazin.de/podcast>



- ▶ **Thomas Knollmann-Bölter** stammt aus Lüneburg. Nach der deutschen Wiedervereinigung zog es ihn im Jahr 1993 „vom Westen in den Osten“ – nach Leipzig. Dort studierte er unter anderem **Kommunikations- und Medienwissenschaften** mit Schwerpunkt Public Relations bei Professor Günter Bentele.
- ▶ Während des Studiums gründete er den Universitätsradiosender **Mephisto 97.6** mit. Es war „total spannend – eine echte Aufbruchzeit“, erinnert er sich.
- ▶ Nach ersten beruflichen Schritten als Fotograf und Hörfunkhospitant sowie einer Tätigkeit im kommunalen Standortmarketing arbeitete Knollmann ab 2001 zehn Jahre lang in verschiedenen Berliner PR-Agenturen.
- ▶ Für die Schweizer Agentur **Stöhlker & Partner** leitete er die Berliner Dependence. Dann war er Associate Director mit Teamverantwortung bei **Hill & Knowlton** und Seniorberater bei **PRGS/Advice Partners** mit Fokus auf Krisenkommunikation.
- ▶ 2012 wechselte Knollmann als Senior Communications Manager zu **Siemens**. Er arbeitete unter anderem als Redenschreiber für den damaligen Deutschland-Chef **Rudolf-Martin Siegers** und begleitete kommunikativ Themen wie Energiewende, Kommunen und Infrastruktur.
- ▶ Nach einer Zwischenstation als Leiter Kommunikation und Public Affairs beim **Verband Forschender Arzneimittelhersteller** (vfa) wurde Knollmann 2015 stellvertretender Kommunikationschef beim **Verband kommunaler Unternehmen** (VKU). Mit **Carsten Wagner** leitete er dort das Kommunikationsteam – unter der damaligen Hauptgeschäftsführerin **Katherina Reiche**, heute Bundeswirtschaftsministerin.
- ▶ 2017 kam das Angebot vom Verband **Die Deutsche Automatenwirtschaft** (DAW). Knollmann war zunächst skeptisch, ließ sich aber darauf ein, weil er die Kommunikation von Grund auf neu aufbauen konnte und ihn der Veränderungswille der Branche überzeugte. Seit Juli 2017 ist der heute 53-jährige Leiter Presse und Kommunikation.
- ▶ Knollmann ist verheiratet und hat vier Kinder – drei Söhne und eine Tochter. Die Familie lebt in Berlin.



Wenn ich on the record bin, muss ich auf viele Befindlichkeiten Rücksicht nehmen.

Sobald die Aufnahme läuft, wird **Thomas Knollmann-Bölter** vorsichtiger.

den Verband sprechen, überlässt das aber lieber DAW-Chef Georg Stecker und führt dafür umso ausführlicher Hintergrundgespräche.

Auch beim Treffen mit dem pmagazin zeigt sich: Knollmann redet im Hintergrund frei, eloquent und auf den Punkt. Doch sobald er merkt, dass die Aufnahme läuft, wird er vorsichtiger und abwägender. „Wenn ich on the record bin, muss ich

auf viele Befindlichkeiten Rücksicht nehmen“, gibt er zu. „Unter Drei kann ich viel offener sprechen.“

Aus Sicht der Branche dürfte auch der Dialog mit Kritikern aus der Suchtprävention heikel sein. Über diese Runden Tische, bei denen es dem Vernehmen nach mitunter hoch hergeht, will Knollmann öffentlich lieber gar nicht sprechen, auch weil das nicht sein Bereich ist. „Manchmal ist das beste Gespräch das, über das nicht berichtet wird“, sagt er. „Weil dann alle Beteiligten ehrlich sein und, wichtiger: voneinander lernen können.“ Zudem treibt die Lobbyisten der Automatenbranche wohl die Sorge um, dass die Kritiker sich wieder zurückziehen könnten, wenn der DAW sich öffentlich mit ihnen schmückt.

Klar ist: Aus dem Dialog sind schon handfeste Lösungen entstanden. 2018 ging es zum Beispiel um das Problem, dass an Autobahnraststätten Spielautomaten zu nah neben Spielzeug und Plüschtieren für Kinder standen. Das war damals zwar legal, aber aus Sicht der Suchtprävention problematisch. Das Ergebnis war eine freiwillige Vereinbarung, die Thomas Knollmann – damals noch relativ frisch im Amt – per Pressemitteilung verkündete. Seitdem achtet die Branche darauf, dass Geldspielgeräte nicht

AUS ZWEI MACH EINS

- Der Verband **Die Deutsche Automatenwirtschaft** (DAW) wurde 2013 gegründet und nahm 2014 operativ seine Arbeit auf – mit **Georg Stecker** als Sprecher des Vorstands. Vier Spitzenverbände der Branche gründeten den Dachverband.
- Der DAW vertritt rund **56.000 direkte Arbeitsplätze** und hat seinen Sitz im „Haus der Automatenwirtschaft“ in Berlin-Mitte. 2022 lag der **Gesamtumsatz** der Branche bei **fünf Milliarden Euro**.
- Sie besteht aus zwei Personen: **Thomas Knollmann**, seit Juli 2017 Leiter Presse und Kommunikation, und **Christian Krüger**, der im April 2022 von Scholz & Friends als stellvertretender Leiter und Pressesprecher an Bord kam.
- Der Dachverband unter Führung von Vorstandssprecher Georg Stecker ist bewusst schlank aufgestellt. Neben Länderbeauftragten in einzelnen Bundesländern für politische Belange dient die **Abteilung Presse und Kommunikation** Redaktionen als Ansprechpartner zu Branchenthemen, initiiert Berichterstattung und informiert über Branchenpositionen.
- Die Berliner Agentur **Elephantlogic** begleitet den Dachverband strategisch und im Alltagsgeschäft jenseits der Medienarbeit.
- In den vergangenen Jahren hat sich der DAW professionalisiert, auch in der Kommunikation. Der Verband hat mehrfach **Anzeigen** geschaltet, die die Regeln im legalen Automatenspiel erklären. Jenseits der reinen Branchenthemen adressiert er auch gesell-

in unmittelbarer Nähe von EC-Cash-Automaten, Waengeräten oder Kinderspielecken stehen.

Es passt zu Knollmanns enger Zusammenarbeit mit Journalisten, dass er sich beim DAW von Anfang an dafür stark gemacht hat, dass der Verband Anzeigen zur Unterstützung der Pressefreiheit schaltet. „Das ist für manche überraschend“, räumt Knollmann ein. Er findet es nur konsequent: „Wir sind darauf angewiesen, dass Journalisten frei und unabhängig berichten. Nur so können komplexe Themen wie unseres sachgerecht dargestellt werden.“ Der DAW wolle nicht, dass über ihn geschrieben wird, was er hören will, sagt Knollmann. „Wir wollen, wenn über uns geschrieben wird, dass es der Wahrheit entspricht.“

Auch in die politische Debatte könnte in den kommenden Monaten Bewegung kommen, hofft der Kommunikator. Er betont wiederholt, dass die politische Kommunikation bei seinem Chef Georg Stecker und den Länderbeauftragten angesiedelt sei und nicht bei ihm selbst. Aber dann platziert er doch eine Botschaft, die viele Journalisten schon von ihm gehört haben dürften: „Im Grunde muss der Staat sich jetzt entscheiden, ob er den Schwarzmarkt ernsthaft bekämpfen will.“

Bis Ende 2026 muss der Glücksspielstaatsvertrag, der seit 2021 gilt, evaluiert werden. Die Bundesländer und ihre Gemeinsame Glücksspielbehörde (GGL) sollen klären, ob die aktuellen Regeln die Ziele des Vertrags erreichen: Spielerschutz, Suchtprävention und Eindämmung des Schwarzmarkts. Ein bereits veröffentlichter Zwischenbericht deutet an, dass es Nachbesserungsbedarf gibt. Parallel drängt die Automatenindustrie auf eine Änderung der Spielverordnung, das dürfte frühestens 2026 geschehen, und es wäre dann Bundesrecht.

Viel zu tun also für den Hintergrundarbeiter Thomas Knollmann. Aber das dürfte ihm wenig ausmachen. Nach dem offiziellen Interview kommen wir in Bonn an einem Bistro vorbei, das „Rien ne va plus“ heißt. Knollmann stellt sich kurz auf die Zehenspitzen und späht durchs Schaufenster – auf der Suche nach Hinweisen auf illegale Spielautomaten. Er wird nicht fündig. „Es gibt bestimmte Codes, mit denen illegale Anbieter Spielern signalisieren: Wir haben etwas für euch“, erklärt er. Fotos von Würfeln, die statt Eis in einem Glas schwimmen – oder eben ein Name mit Casino-Bezug. „Ich muss dann immer nachschauen“, sagt Knollmann entschuldigend. „Berufskrankheit.“

schaftliche Fragen, etwa die Bedeutung der Pressefreiheit. Auf der Website **fakten-hub.de** veröffentlicht er Hintergrundinformationen rund um die Branche und das illegale Glücksspiel.

▶ Ansonsten setzt Knollmann voll auf **klassische Medienarbeit**: Er pitcht Storys bei Redaktionen und unterstützt Journalisten, von der Recherche bis zum Dreh in einer Spielhalle.

*Thomas Knollmann-Bölter setzt voll auf **klassische Medienarbeit**.*

