



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Anbieter von Sportwetten: voller Einsatz beim Produkt



**Positionierung der zehn Anbieter von Sportwetten findet bevorzugt über Produktportfolio und Konditionen statt. In 40 Sportarten kann dabei gewettet werden, dazu kommen zahlreiche Wettthemen bei Livewetten. Mit knapp 44 Millionen Euro an Werbeausgaben zeigen die Anbieter eine klare Fokussierung auf klassische Medien.**

*Esslingen am Neckar, 20. April 2017* – Von insgesamt 40 angebotenen Sportarten umfassen die Portfolios der zehn untersuchten Anbieter zwischen acht und 29 Sportarten, zu denen gewettet werden kann. Während alle Anbieter Sportarten wie Basketball, Eishockey oder Tennis offerieren, kann man Fortuna beispielsweise bei Beachsoccer, Feldhockey oder Segeln nur bei jeweils einem der zehn Anbieter begegnen. Mobilebet erweist sich hier als Anbieter mit der größten Produktvielfalt, Vierklee profiliert sich mit sechs Alleinstellungen. Die Anbieter Admiral, bet-at-home, bwin und Interwetten überzeugen hinsichtlich der zu Verfügung gestellten Anzahl von Wettthemen bei Livewetten. Auffallend sind die großen Unterschiede im Produktportfolio zwischen den zehn untersuchten Anbietern.

Bei den Wettquoten stechen Mobilebet und bwin am häufigsten mit Top-Quoten hervor. Gleichzeitig zeigt sich dabei eine große Heterogenität, denn alle Anbieter erreichten mindestens einmal eine beste Quote. Neben den Quoten gibt es beträchtliche Unterschiede bei Gebühren, Gewinndeckelungen, Maximalgewinnen und wöchentlichen Maximalgrenzen.

In der Distribution fällt eine äußerst heterogene Vergleichsportalpräsenz auf, bei der Interwetten und Tipico mit bester Performance punkten. Bei Telefonanfragen ist die Antwortqualität im Durchschnitt gut. Nur die Hälfte der untersuchten Anbieter stellt sich im live-Chat den Kundenfragen.

Im Bereich Kommunikation ist eine deutliche Fokussierung auf klassische mediale Werbung festzustellen. Die Werbeausgaben der zehn Anbieter beliefen sich allein im Jahr 2016 auf knapp 44 Millionen Euro. Die Anbieter bet-at-home, bwin und Tipico zählen dabei zu den Topwerbern. Suchmaschinenanzeigen und Pressemitteilungen werden allenfalls sporadisch genutzt.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die "Marketing-Mix-Analyse Sportwetten 2017" von *research tools* gibt auf 341 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Admiral, bet-at-home, bwin, Interwetten, Mobilebet, mybet, Oddset, Tipico, tipp3, Vierklee. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)