

+++ betway +++ bwin +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ GlücksSpirale+++ Lotto +++ LottoLand.gratis +++
PokerStars +++ Tipico +++ Tipp24 +++ WestLotto +++ u. weit. 90 Anbieter mit quantitativ. Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

September 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Im Vergleich zum Vorjahr hat das Gesamtwerbevolumen im Glücksspielmarkt um über 40 Prozent zugenommen. Hohe Zuwachsraten verzeichnet u.a. der Teilmarkt Online-Casino.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 58 Anbieter für Glücksspiele und die monatlichen Ausgabevolumina schwanken beträchtlich. In den Sommermonaten sind die geringsten Werbeaktivitäten zu beobachten.
- In sechs der neun untersuchten Teilmärkten ist TV das Top-Medium. In den Teilmärkten ‚Deutscher Lottoblock‘ und ‚Spielautomaten‘ spielt das Medium Internet eine bedeutende Rolle.
- Auf die drei Topwerber entfallen 32 Prozent des Gesamtwerbevolumens. In den Top 10 nach Werbeausgaben findet sich mit der Deutschen Postcode Lotterie ein Newcomer.
- Zehn Marken werben mit einem Volumen von über zehn Millionen Euro. Neun davon haben im Vergleich zum Vorjahr ihre Werbeaktivitäten ausgeweitet, drei davon um mehr als zehn Millionen Euro.

Management Summary

Ausgewählte Ergebnisse:

Werbevolumen Glücksspiel

2015/2016:
182 Mio €

2016/2017:
256 Mio €

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Lotto

9 Produktmärkte



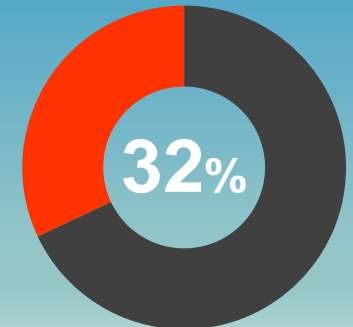
Top-Volumenmarkt:
Zweitlotterien u.a.

Top-Aufsteigermarkt (%):
Online-Casino

Werbekonzentration



**Aktion Mensch
LottoLand.gratis
Tipp24**



Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Werbetrends für die **100 Glücksspielanbieter**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **neun Teilmärkten**, darunter
Deutscher Lottoblock, Fernsehlotterien, Online-Casino, Sportwetten

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 148 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

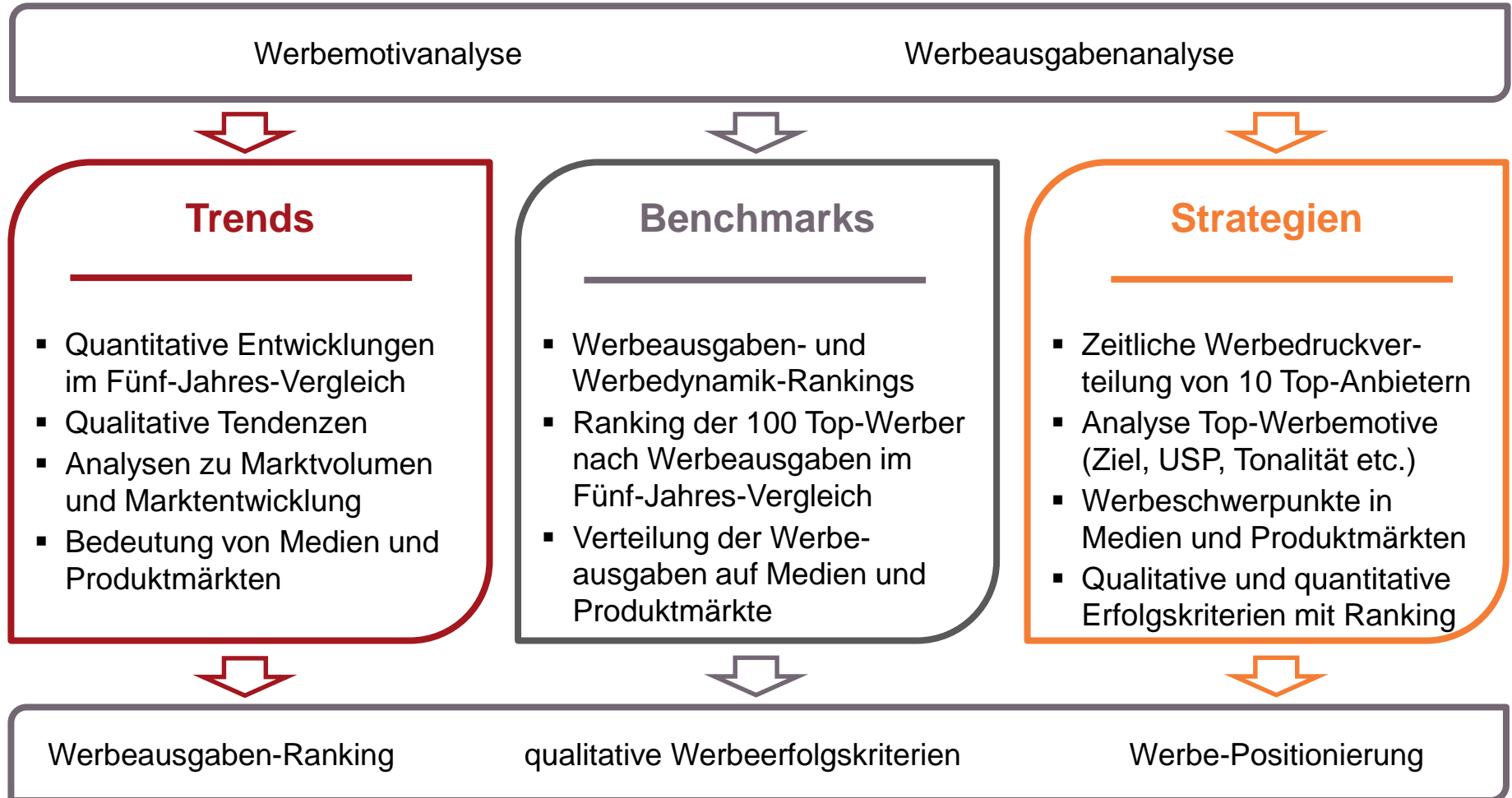
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- betway
- bwin
- Deutsche Post-code Lotterie
- GlücksSpirale
- Lotto
- LottoLand.gratis
- PokerStars
- Tipico
- Tipp24
- WestLotto
- + Spendings für 90 weitere Anbieter

Informationen zur Studie

Studieninhalte:



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Anbieter?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Teilmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der zehn Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Werber im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Anbieter im fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 148 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	17
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	28
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	35
▪ Werbeausgaben-Rankings	38
Share of Advertising der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 100 Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	53
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	59
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	61
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ betway	67
▪ bwin	73
▪ Deutsche Postcode Lotterie	80
▪ GlücksSpirale	87
▪ Lotto	94
▪ LottoLand.gratis	102
▪ PokerStars	107
▪ Tipico	113
▪ Tipp24	120
▪ WestLotto	126
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	134
▪ Motiv-Highlights	136
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	139
➤ Kontakt	147



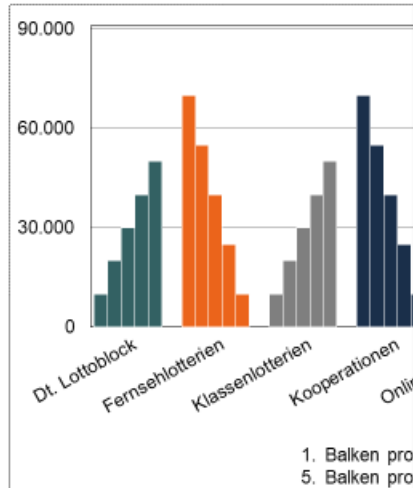
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Anbieter produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016/2017

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Sonstige Lotterien
Meist geschaltete Medienkanäle	Internet
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Zeitung (XXX)
Designelemente	freudige Gewinner
Kreativagenturen	Agentur A

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

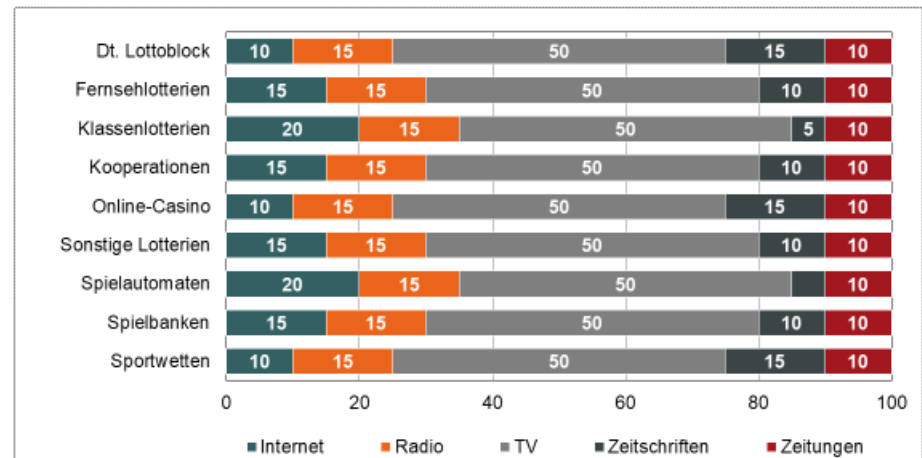


Welcher Mediensplit herrscht in den Produktmärkten vor?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2016/2017 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017

Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?

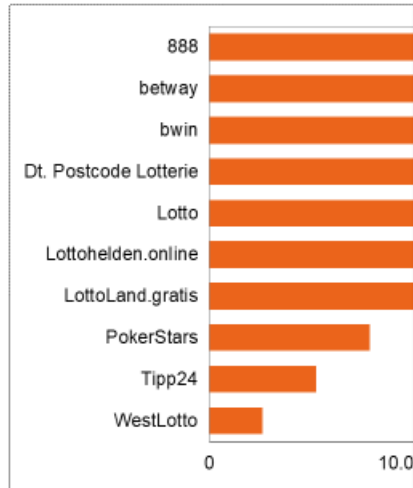
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



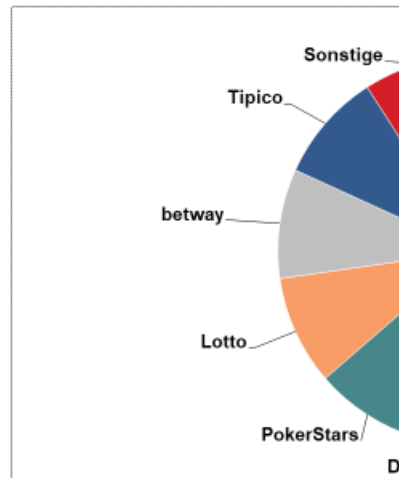
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Anbieter von Juli 2016 bis Juni 2017



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

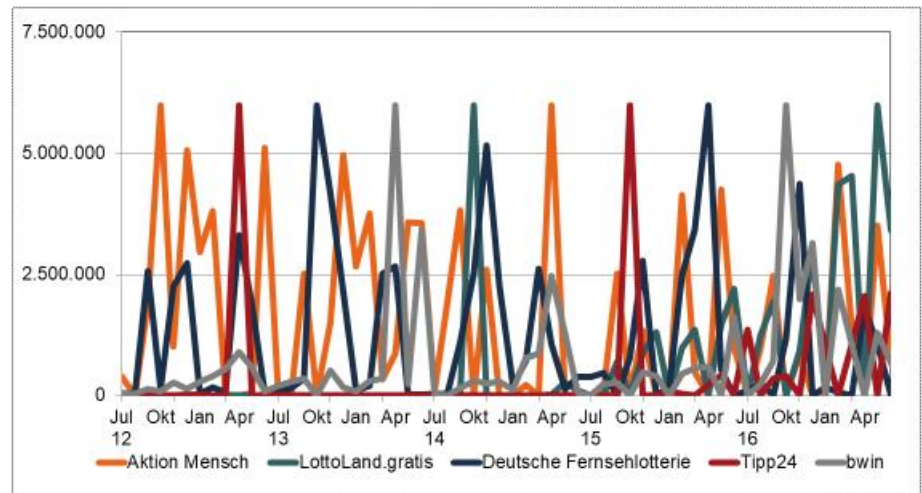


Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 – 5)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Anbieter A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '16/'17	XX.310.512 € (+ XXX% zu '15/'16) Rang X
Alleinstellung	keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	moderne dunkle, eindringliche TV-Spots, sachliche Radio-Spots
Design – Konsistenz	2 verschiedene TV-Spots im Zeitverlauf, medienübergreifend ähnlich

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

LottoLand.gratis

LottoLand.gratis | Sonstige Lotterien Analyse Top-Werbemotive



MED	DMAX, Eurospo.	UF	Sport, Serie,
SCH	1154	🕒	1X – 1X Uhr
€	X.XXX.167 €	📺	1X.X.-1X.X.P
ZR	XX.XX.2016 – XX.XX.2016	ZG	jung - alt
AG	–	USP	X00 € cash k
🏆	Produktneuheit	TON	freudig

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, 1

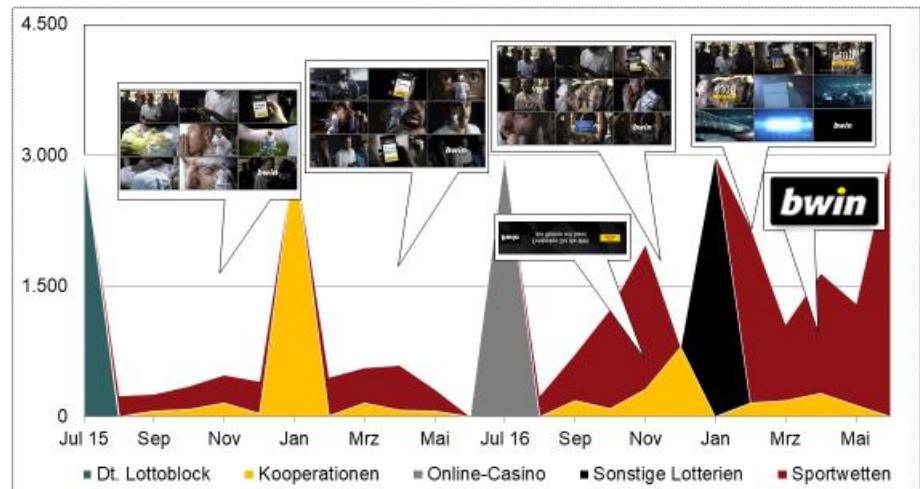


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Anbieter B | Zeitliche Werbepadruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Werbedruck		Awareness	
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung	
betway	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
bwin	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Dt. Postcode L	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
GlücksSpirale	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Lotto	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
LottoLand.grat.	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
PokerStars	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Tipico	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Tipp24	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
WestLotto	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●

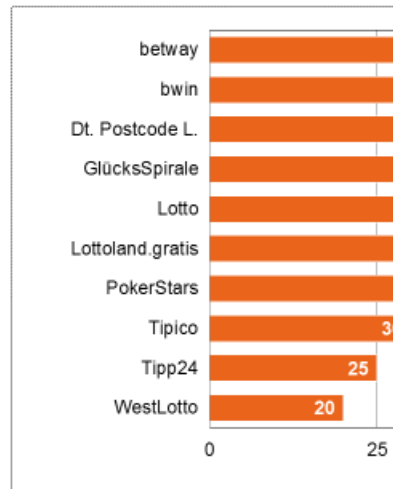
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Anbieterranking

Anbieterranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2017.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Sportwetten 2017
- Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottokunden 2017
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2017
- Studie Marketing Mix Analyse Sportwetten 2017
- Studie Marketing Mix Analyse Rubbellose 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 30 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

