



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Glücksspiel: am häufigsten spielen Nutzer über das Internet



**Glücksspiele über das Internet sind überaus beliebt. Knapp die Hälfte der Glücksspielteilnahmen erfolgt online. Ein Viertel der Nutzer hat beim Glücksspiel Bedenken. Ältere Glücksspieler zeigen sich hier deutlich gelassener als Jüngere.**

*Esslingen am Neckar, 26. März 2020* – Die ‚Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020‘ untersucht Produktnutzung und Wechselverhalten von insgesamt 1.185 Glücksspielnutzern, die im Rahmen einer online-repräsentativen Stichprobe mit 2.000 Personen befragt wurden. Auffällig ist die fast komplette Übereinstimmung der Altersverteilungskurve von Glücksspielkunden und Onlinebevölkerung. Natürlich gibt es Präferenzen hinsichtlich der Anbieter und Marken. Über einen hohen Anteil junger Nutzer unter 45 Jahren verfügen bwin und PokerStars. Bei Aktion Mensch, Lotto und Spielbanken liegt der Altersdurchschnitt deutlich darüber. Betrachtet man einzelne Produktgruppen, dann sind Rubbellose besonders bei Frauen beliebt, Spielautomaten und Sportwetten hingegen bei Männern.

Viele Nutzer spielen übers Internet. Etwas weniger als die Hälfte der Glücksspielnutzungen entfällt auf Laptop, PC, Smartphone oder Tablet. Auf Platz zwei der Spielorte folgt die Lotto-Annahmestelle. Sportwettbüros, Spielhallen und Spielbanken kommen zusammen auf einen Anteil von etwas mehr als zehn Prozent.

Bei der Motivation zeigen sich deutliche altersabhängige Ausprägungen. Mit zunehmendem Alter wird immer mehr aus Gewohnheit gespielt. Günstige Konditionen, geschenkte Lose oder erhaltene Teilnahmegutscheine werden unwichtiger, diese Anteile gehen von insgesamt 45 Prozent unter den 18- bis 24-Jährigen auf 20 Prozent in der Altersgruppe 65+ zurück. Starke Unterschiede zeigen sich ebenfalls bei den Geschlechtern. Während Frauen stärker auf ein geschenktes Los reagieren, ist für Männer verstärkt Werbung der Auslöser.

Knapp ein Viertel der Nutzer hat beim Glücksspiel Bedenken. Während geschlechtsspezifische Unterschiede kaum hervortreten, so zeigt sich mit zunehmendem Alter und entsprechender Spielerfahrung ein deutlicher Rückgang der Bedenken. Liegt der Anteil der Bedenkenträger in der jüngsten Altersgruppe noch bei 36 Prozent, so haben unter den älteren Spielern von über 65 Jahren nur noch 13 Prozent Bedenken, beispielsweise hinsichtlich Gewinnchancen, Suchtgefahr oder Geldverlust.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020“ von *research tools* gibt auf 143 Seiten Einblick in Produktnutzung und Wechselverhalten von 1.185 Glücksspielnutzern auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-kundenpfade-gluecksspiel-2020>

**Der Studienherausgeber:**

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)