



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Glücksspielbranche: 71 Prozent aller Ad Impressions entfallen auf die 10 werbestärksten Anbieter



Im Social Media-Werbemarkt der Glücksspielbranche dominieren zehn führende Anbieter, von denen 71 Prozent aller rund 68.000 erfassten Anzeigenauspielungen ausgehen. Lotto ist mit 49 Prozent aller Anzeigen die am stärksten beworbene Produktgruppe.

Esslingen am Neckar, 04. September 2025 – Das IT-Unternehmen Murmuras GmbH erfasst die Anzeigenschaltungen zum Thema Glücksspiel auf den Plattformen Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok und YouTube. Dabei wird die Ausspielung der Anzeigen an mehr als 3.000 Verbraucher im Zeitraum April 2024 bis März 2025 berücksichtigt und mit Informationen wie Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp angereichert.

Im Durchschnitt sah eine Person auf ihrem Smartphone etwa alle 19 Tage eine Glücksspielanzeige. Auf die Top 10-Advertiser entfallen beachtliche 71 Prozent aller Ad Impressions, mit Aktion Mensch, LOTTO24 und Deutsche Postcode Lotterie an der Spitze, die zusammen bereits auf einen Anteil von 44 Prozent kommen. Insgesamt erfolgten im 12-Monats-Zeitraum Anzeigenauspielungen von 161 verschiedenen Anbietern.

Die Anbieter mit einem besonders hohen Anteil an Ad Impressions weisen jedoch nicht zwingend den größten Anteil an verschiedenen Anzeigen auf. In diesem Ranking führt Betano mit 374 unterschiedlichen Anzeigen, gefolgt von Aktion Mensch mit 255 und der Deutschen Postcode Lotterie mit 188 Anzeigen.

Lotto ist mit 49 Prozent aller ausgespielten Anzeigen die am stärksten beworbene Produktgruppe. Sportwetten erreichen 14 Prozent, Online-Casino sieben Prozent, während weitere Produktkategorien nur geringe einstellige Werte erzielen.

Bei den Plattformen dominiert Facebook mit 58 Prozent aller Ad Impressions. Instagram folgt mit 30 Prozent. YouTube erreicht mit jeweils drei Prozent in den Videos und im Feed einen Gesamtanteil von sechs Prozent und liegt damit gleichauf mit TikTok. Pinterest wird dagegen kaum zur Werbeschaltung genutzt.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Glücksspiel 2025‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 148 Seiten die Ad Perception im Glücksspielmarkt auf den Plattformen Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok und YouTube. Dabei wird die Anzeigenauspielung nach Soziodemographie der App-User, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp differenziert. In der Studie werden Anzeigenauspielungen von 161 verschiedenen Anbietern analysiert.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-gluecksspiel-2025/>

Die Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

<https://research-tools.net>

<https://linkedin.com/company/research-tools-net>

Die **Murmuras GmbH** aus Bonn erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Die Technologie ermöglicht es, echte Verhaltensdaten von Smartphone-Nutzern im Alltag zu messen – DSGVO-konform und ausschließlich für Studienzwecke.

<https://murmuras.com>

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