



Pressemitteilung

Social Media Glücksspielmarkt: Facebook deutlich beliebter als YouTube



In der Glücksspielbranche zählt Facebook zu den beliebtesten Social Media-Plattformen, bei YouTube hingegen zeigt sich Potenzial. Interaktionsrate und Followerzahl sind hier wichtige Erfolgsmesser. Einige Anbieter haben ihre Fanbase innerhalb von zwölf Monaten verdoppelt.

Esslingen am Neckar, 10. März 2021 – Unter den vier Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube ist Facebook im Glücksspielmarkt die am häufigsten genutzte Plattform. 88 der untersuchten 100 Anbieter sind hier aktiv. In der Beliebtheitsskala folgt YouTube, danach Instagram. Einen offiziellen Twitter-Account haben weniger als zwei Drittel der Anbieter. Eine breite Präsenz zeigen beachtliche 41 Prozent der Anbieter: sie betreiben auf allen vier Plattformen einen Account.

Hinsichtlich des Nutzungsgrads überrascht die deutliche Diskrepanz zwischen Facebook und YouTube: ganze 16 Prozentpunkte liegen dazwischen. YouTube birgt demnach noch deutliches Potenzial. In anderen Branchen wie beispielsweise Arzneimittelhersteller oder Banken ist das Videoportal stärker verbreitet und zählt zu den beliebtesten Plattformen.

Die auf YouTube aktiven Glücksspielanbieter hatten im aktuell untersuchten Zwölf-Monats-Zeitraum im Schnitt knapp 3.000 Abonnenten. In dieser Dimension setzt der deutsche Kanal von bwin Maßstäbe und führt mit über 80.000 Abonnenten. Was die Anzahl an hochgeladenen Videos betrifft, steht WESTLOTTO mit über 300 Videos klar an der Spitze. Zum Vergleich: der Durchschnittswert liegt hier bei 22 hochgeladenen Videos. Aktion Mensch überzeugt auf YouTube mit der höchsten Anzahl an Interaktionen, dazu zählen Reaktionen oder Kommentare. Aber auch auf anderen Plattformen ist die Soziallotterie vorne mit dabei. Sie erreicht die höchste Abonnenten- und Followerzahl auf Instagram und Twitter und platziert sich in vielen Einzelrankings auf den vorderen Rängen.

Neben der absoluten Anzahl an Followern ist auch deren Entwicklung ein wichtiger Gradmesser für den Erfolg. So konnten vier der 100 analysierten Glücksspielanbieter ihre Abonnentenzahl auf YouTube innerhalb von zwölf Monaten um mehr als die Hälfte steigern. Dies sind Eurojackpot, Lotto.de, LOTTO Hessen und WESTLOTTO. Auf den drei anderen Plattformen sind weitere Glücksspielanbieter erfolgreich. So hat beispielsweise LOTTO Schleswig-Holstein auf Facebook seine Fangemeinde um rund 200 Prozent gesteigert. Auf Instagram vergrößerte Tipp24 seine Fanbase um ein Vielfaches. Und auf Twitter erhöhte sich die Followerzahl bei der Postcode Lotterie am stärksten. Über alle vier analysierten Plattformen hinweg punktet ebenfalls die letztgenannte Lotterie: sie hat mit einem Plus von über 10.500 Fans das höchste absolute Abonnentenwachstum auf einer Plattform erreicht, in diesem Fall auf Facebook.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2021‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performance von 100 Glücksspielanbietern auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen

der User in den Social Media-Accounts. Ein Social Media-Ranking führt die Bewertungen der Performances auf den vier Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich bei den zeitraumbezogenen Ergebnissen vom 21. Januar 2020 bis 20. Januar 2021.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-gluecksspiel-2021>

Die 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

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen stellt als Anbieter für Social Media- und Produkt-Monitoring die Datenbasis für diese Studie. Sie versteht sich zudem als Berater in Social Media Angelegenheiten, verfügt über einen Marktforschungsfachbereich und bietet Agenturleistungen an.

www.vico-research.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