research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Social Media Glückspielmarkt: nur 8 von 100 Anbietern sind auf allen sechs Plattformen präsent

Im Glücksspielmarkt ist etwa jeder fünfte Anbieter mit einem offiziellen Kanal auf TikTok vertreten. Nur 8 der 100 analysierten Glücksspielanbieter sind auf allen sechs Plattformen mit einem offiziellen Account vertreten. Innerhalb der Top 10 sind dies Aktion Mensch und Tipico.

Esslingen am Neckar, 21. Dezember 2023 – In der ‚Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2023‘ werden die Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube analysiert. Unter den 100 untersuchten Glücksspielanbietern führt Facebook mit einem Nutzungsgrad von 89 Prozent die Beliebtheitsskala an, am anderen Ende der Skala steht TikTok mit 21 Prozent. Im Zwei-Jahres-Zeitvergleich haben Instagram und YouTube in Punkto Nutzungsgrad mit elf beziehungsweise zehn Prozentpunkten stark aufgeholt.

Auf der Plattform TikTok liegt Aktion Mensch in der Gesamtperformance an erster Stelle. Mit mehr als einhundert Videos innerhalb eines Jahres und gut einer halben Million Interaktionen setzt die Soziallotterie bei TikTok Maßstäbe und fungiert als Benchmark. Weitere überdurchschnittliche Performer auf dieser Plattform sind Admiral Sportwetten, GG Poker und Wettstar. Das Top Video nach Interaktionsrate kommt von der noch jungen Soziallotterie ClimaClic zum Thema veganes Kochen.

Mehr aktive Glücksspielanbieter finden sich bei LinkedIn, der Nutzungsgrad beträgt hier 62 Prozent. Die Unternehmen erfreuen sich auf dieser Plattform im Schnitt an 7.500 Followern, die mittels durchschnittlich 1.445 Likes, Kommentaren oder Shares auf die Posts reagieren. Bet365, LeoVegas und Pokerstars zählen zu den drei Top-Performern auf dieser Plattform, erstgenannter aufgrund der höchsten Anzahl an Followern, zweitgenannter wegen den meisten Interaktionen.

Acht der 100 analysierten Glücksspielanbieter sind auf allen sechs Plattformen mit einem offiziellen Account vertreten. Innerhalb der Top 10 haben die Anbieter Aktion Mensch und Tipico im Analysezeitraum von einem Jahr alle sechs Kanäle aktiv bespielt. Ebenfalls über alle Plattformen präsent und somit breit aufgestellt sind die Anbieter 888 Casino sowie Swisslos.

Über die Studie:
Die ‚Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2023' von *research tools* untersucht die Performances von 100 Glücksspielanbietern auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Sie gibt auf 171 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen in den Social Media-Accounts. Ein Gesamtranking führt die Bewertungen der Performances auf den sechs Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/studie-social-media-performance-gluecksspiel-2023

Der Studienherausgeber:
Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.
www.research-tools.net
www.linkedin.com/company/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