research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Studie Glücksspiel: Lottogesellschaften bei Kundenausschöpfung Nummer eins

Im Glücksspielmarkt bewegen sich die Marketing-Kennzahlen innerhalb einer hohen Bandbreite. Je nach Kennzahl ist eine Spanne von 20 oder 30 Prozentpunkten nicht ungewöhnlich.

Esslingen am Neckar, 01. Dezember 2023 – Die ‚Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2023' zeigt mit Hilfe von 14 Marketingkennzahlen Unterschiede namhafter Glücksspielanbieter auf und liefert Benchmarks. Grundlage hierfür sind 4.000 online-repräsentative Interviews. Erste Unterschiede zeigen sich in der Kundenstruktur. So liegt das Durchschnittsalter bei Aktion Mensch und Lotto jenseits der 40, bei den übrigen Marken sind die Spieler und Spielerinnen im Schnitt zwischen 32 und 38 Jahre alt, Pokerstars und Spielbanken haben die jüngsten Kunden. Bei der Geschlechterverteilung findet sich mit einem Verhältnis von vier zu eins bei Tipico ein klarer Männerüberhang.

Unter den Marketingkennzahlen ist die Kundenausschöpfung ein wichtiger Erfolgsfaktor. Sie beläuft sich je nach Anbieter auf Werte zwischen 59 und 79 Prozent. Lotto ist hier erfolgreichster Anbieter. Rund vier von fünf Spielteilnahmen der Lotto-Kunden entfallen auf die eigene Marke, nur 21 Prozent gehen an andere Anbieter. Lotto24 liegt bei dieser Kennzahl mit etwas Abstand auf Rang zwei, Aktion Mensch und Tipico teilen sich einen dritten Rang.

Stärkster Beweggrund für eine Glücksspielteilnahme ist die regelmäßige Nutzung. Etwa jede sechste Spielteilnahme wird durch wahrgenommene Werbung gestärkt. Bei diesem Motivator sind die Unterschiede zwischen den Anbietern mit einer Spanne von 18 Prozentpunkten stark ausgeprägt. NKL/SKL sowie Deutsche Postcode Lotterie liegen bei dieser Kennzahl vorne gefolgt von Bet-at-home und Faber.

Über die Studie:
Die „Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2023" von *research tools* gibt auf 122 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Glücksspielanbietern auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung und -loyalität, Teilnahmeabsicht und Empfehlungsquote zeigen Unterschiede der Anbieter auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-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