



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Glücksspielmarkt mit starkem Werbeplus



**Das Werbevolumen im Glücksspielmarkt schießt nach oben. Im Vergleich zum Vorjahr ist ein Werbeplus von 37 Prozent zu beobachten. Online-Casinos sind die Haupttreiber dieser Entwicklung.**

*Esslingen am Neckar, 26. August 2020* – Im Werbemarkt der Glücksspielanbieter geht es steil bergauf. Jahr für Jahr ergibt sich ein neuer Peak. Im aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum liegt das Werbevolumen bei rund 540 Millionen Euro und damit 37 Prozent über dem Wert des Vorjahres. Im Vergleich zur Periode 2016/2017 hat sich das Werbevolumen gar mehr als verdoppelt.

Haupttreiber dieses Werbeschubs sind die Online-Casinos. Sie erhöhen im aktuellen Betrachtungszeitraum ihre Werbeausgaben um knapp 160 Millionen Euro. Damit stammen im Werbemarkt für Glücksspiel annähernd zwei von drei Werbeeuros von der Anbietergruppe der Online-Casinos. Präferiertes Werbemedium dieser Gruppe ist die hochpreisige TV-Werbung. In starkem Kontrast dazu steht der breit gefächerte Mediensplit des Deutschen Lottoblocks. Die werbenden Lotteriegesellschaften nutzen einen Medienmix aus unterschiedlichen Hauptmedien: Internetbanner, TV und Zeitungen mit Anteilen zwischen 29 und 33 Prozent. Ergänzend schalten sie Radio- und Zeitschriftenwerbung, deren Anteile bei jeweils unter fünf Prozent liegen.

In diesem überaus werbestarken Markt finden sich allein zwölf Marken mit einem Werbevolumen von mehr als zehn Millionen Euro. Ein Großteil davon verzeichnet ein deutliches Werbeplus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Neben den drei Topwerbern DrückGlück, Hyperino und Wunderino finden sich mit Aktion Mensch und Deutsche Fernsehlotterie gleich zwei Soziallotterien unter den zehn werbestärksten Anbietern.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der werbungstreibenden Glücksspielanbieter in Deutschland. Sie gibt auf 153 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in neun Teilmärkten, darunter Fernsehlotterien, Online-Casino, sonstige Lotterien, Sportwetten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 Marken werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungstreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

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

#### **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](http://www.research-tools.net)

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

**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)