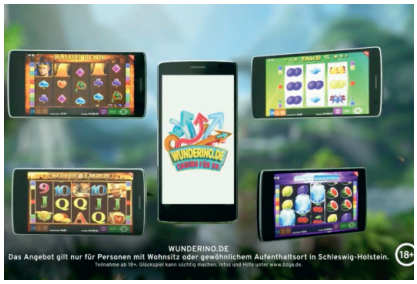
Steigendes Werbevolumen im Glücksspielmarkt

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020: Das Werbevolumen im Glücksspielmarkt steigt auf Rekordniveau. In ihrer neuen Studie beobachtet die Marktberatungsgesellschaft research tools im Vergleich zum Vorjahr ein sattes Werbeplus von 37 Prozent. Online-Casinos sind die Haupttreiber dieser Entwicklung.

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.
Dies sind die Ergebnisse der Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020 der Marktberatungsgesellschaft research tools. Im Vergleich zur Periode 2016/2017 habe sich das Werbevolumen gar mehr als verdoppelt.
Haupttreiber dieses Werbeschubs sind laut Studie die Online-Casinos.



Nicht nur Online-Casinos investieren Millionenbudgets in TV-Werbung. Auch Soziallotterien, wie Aktion Mensch steigern ihr Werbevolumen.

Online-Casinos im Fokus

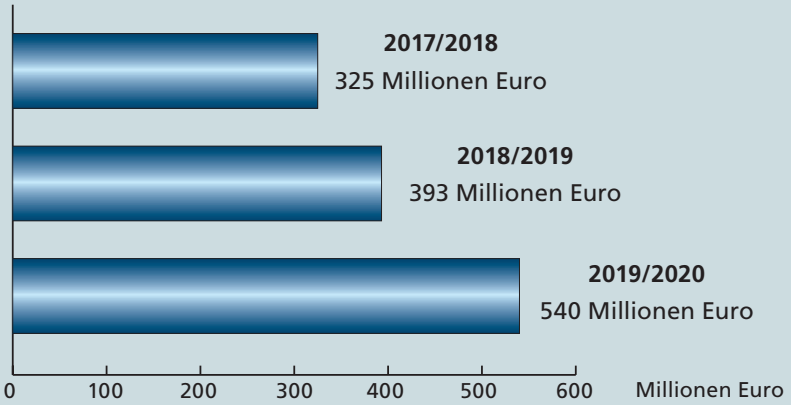
„Sie erhöhen im aktuellen Betrachtungszeitraum ihre Werbeausgaben um knapp 160 Millionen Euro. Damit stammen im Werbemarkt für Glücksspiel annähernd zwei von drei Werbeeuros von der Anbietergruppe der Online-Casinos“, analysiert die Werbemarktstudie.

Präferiertes Werbemedium dieser Gruppe ist die hochpreisige TV-Werbung. In starkem Kontrast dazu steht der breit gefächerte Mediensplit des Deutschen Lottoblocks.

Millionenstarke Budgets

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

Werbevolumen Glücksspiel



Quelle: Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020, research tools /Grafik: AutomatenMarkt

mehr als zehn Millionen Euro. Ein Großteil davon verzeichnet ein deutliches Werbeplus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Soziallotterien erhöhen Werbevolumen

Doch nicht nur Online-Casinos investieren viel in Werbung. Neben den drei Topwerbern „DrückGlück", „Hyperino" und „Wunderino" finden sich mit „Aktion Mensch" und „Deutsche Fernsehlotterie" gleich zwei Soziallotterien unter den zehn werbestärksten Anbietern.

Werbung in der Corona-Krise

Gerade in den ersten Monaten der Corona-Pandemie warben die Online-Casinos verstärkt im deutschen Privatfernsehen, während die gewerblichen Spielhallen erst im Laufe des Mai, teilweise erst im Juni wieder öffnen durften.
Daher sagte Georg Stecker, Vorstandssprecher des Dachverbandes Die Deutsche Automatenwirtschaft (DAW) am 20. April: „Außerdem fordern wir, dass die Werbung für illegale Online-Casinos umgehend unterbunden und strafrechtlich verfolgt wird, denn gerade jetzt, in der Corona-Krise, ist es besonders dreist und verantwortungslos für illegales Glücksspiel ohne jeden Jugend- und Spielerschutz zu werben."

Selbstregulierungsmodell

Daniela Ludwig (CSU), Bundesdrogenbeauftragte, forderte ebenfalls im April die Eindämmung von Werbung für Online-Glücksspiel.
Anfang Juli teilte das schleswig-holsteinische Innenministerium mit, dass es sich mit dem Deutschen Verband für Telekommunikation und Medien (DVTM) und mit dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) auf ein „Selbstregulierungsmodell zur Sicherstellung einer verhältnismäßigen bundesweiten TV-Werbung der im Land lizenzierten Online-Casino-Anbieter" geeinigt habe.

Ausgewählte Key Facts:

- Online-Casino ist der Produktmarkt mit dem größten Werbevolumen
- Werbekonzentration: die Top 3, DrückGlück, Hyperino und Wunderino, teilen sich 42 Prozent des Werbemarktes
- Radio-Werber Nr. 1: Aktion Mensch
- größter Werbeanteil in Zeitschriften: Spielbanken
- Im Durchschnitt werben 64 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl unverändert.
- TV ist das Top-Werbemedium
- Zwölf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro, davon haben zehn ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.

Quelle: Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020, research tools

Top 10 Marken in der Glücksspielbranche sortiert nach Werbevolumen

1	Wunderino
2	DrückGlück
3	Hyperino
4	PokerStars
5	Dt. Postcode Lotterie
6	Aktion Mensch
7	Mr Green
8	Sunmaker
9	Dt. Fernsehlotterie
10	mybet

Quelle: Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020, research tools

Je nach Entwicklung der Corona-Pandemie und den möglichen Folgen könnte dieser Konflikt nochmals aufflammen.

Über die Studie:
Die „Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020" von research tools untersucht die Werbeausgaben der werbungtreibenden 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 Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die Marktberatungsgesellschaft resarch tools nutzt die Datenbasis, die die Mediendatenbank AdVision erstellt hat. ❐