

+++ Betsson +++ Hopa +++ Interwetten +++ Lotto Hamburg +++ Lotto Thüringen +++ Lottoland +++ Tipp24
+++ Toto Lotto Baden-Württemberg +++ Westlotto +++ Win2Day +++ Betsson +++ Hopa +++ Interwetten +++

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Rubbellose 2016

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2016

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Rubbellose 2016

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die zehn berücksichtigten Anbieter von Rubbellosen verfügen über ein Portfolio zwischen fünf und 124 unterschiedlichen Rubbellos-Angeboten. Nur ein Anbieter offeriert sowohl Onlinelose, als auch Printlose.
- Drei Anbieter bieten eine wesentlich höhere Spannweite bei den möglichen Einsätzen zur Auswahl als die übrigen Anbieter.
- Die Produkte der Lotteriegesellschaften weisen erhebliche Unterschiede bei Gewinnchancen und Niveau des Hauptgewinns auf.
- Drei Anbieter erweitern ihre Distributionsmöglichkeiten mit einem Angebot über Onlineanbieter.
- Deutliche Unterschiede bestehen hinsichtlich der Qualität des Kundendienstes. Während zwei Anbieter die per E-Mail eingereichten Anfragen fast vollständig beantworteten, reagierten zwei andere Anbieter überhaupt nicht.
- Über 90 Prozent des Werbevolumens für klassische Werbung entfallen auf nur einen Anbieter. Sechs Anbieter verzichten völlig auf klassische Werbung.
- Sieben Anbieter unterhalten deutschsprachige Profile auf Social Media Kanälen, allerdings nutzen nur vier Anbieter diese Kanäle für rubbellosrelevante Inhalte.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **326 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

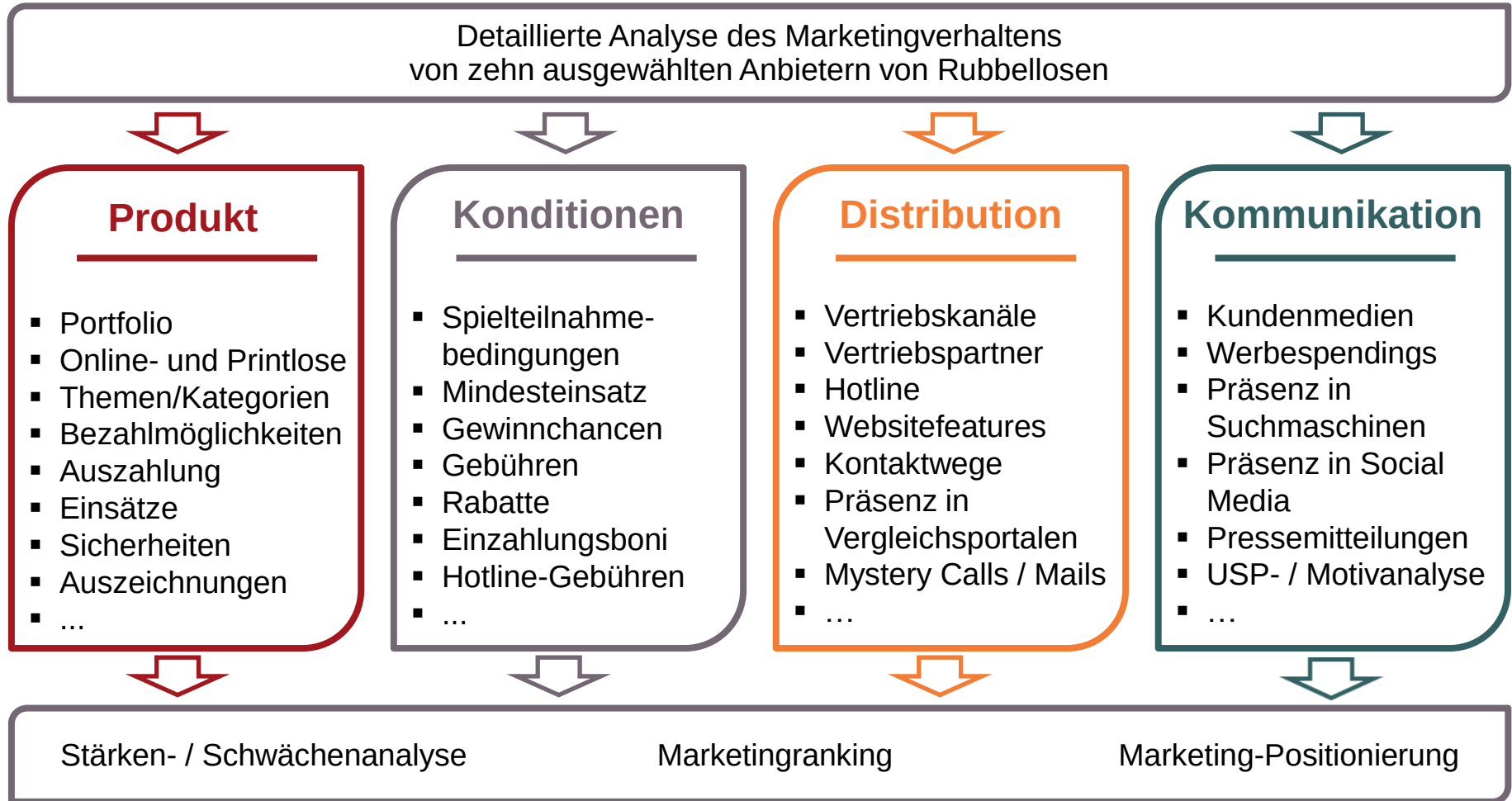
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von Rubbellosen:

- Betsson
- Hopa
- Interwetten
- Lotto Hamburg
- Lotto Thüringen
- Lottoland
- Tipp24
- Toto Lotto BW
- Westlotto
- Win2Day



Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse der Rubbellose
- Einsätze, Hauptgewinn und Gewinnchancen im Vergleich
- Positionierung bei Onlineanbietern und in Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die 326 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR zuzüglich MwSt.

Die Studie in Zahlen:

- 382 im Detail analysierte Rubbellose
- 7 thematische Kategorien
- für Top 10 Lose jeweils Gewinnchancen
- 16 analysierte Onlineanbieter
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 Mediengattungen
- 4 Social Media Kanäle

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Oktober 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	14
➤ Produkt	17
▪ Portfolio	22
Anzahl Produkte, Verteilung auf Online- und Printlose	
▪ Spielprinzip	24
▪ Rubbelloskategorien	25
Casino, Fantasy/Fun, Favoriten, Klassisch/Automat, Neu, Sport, Videoslots	
▪ Losnamen	28
▪ Bezahlmöglichkeiten	34
▪ Auszahlung von Gewinnen	29
Dauer, Mindestbetrag	
▪ Einsätze	43
▪ Sicherheiten	46
▪ Services	51
▪ Auszeichnungen	53
▪ weitere Produktmaßnahmen	55
▪ Alleinstellungsmerkmale	60



Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	62
▪ Spielteilnahmebedingungen	66
▪ Mindesteinsatz	76
▪ Preisspanne	77
▪ Einsätze, Hauptgewinn und Gewinnchance	79
Alle Lose, bei Betsson/Hopa/Interwetten jeweils Top10	
▪ Anbietervergleich	92
Hauptgewinn, Gewinnchance, Gebühren, Rabatte, Einzahlungsboni, Treueboni	
▪ Hotlinegebühren	97
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	98
▪ Alleinstellungsmerkmale	103
➤ Distribution	105
▪ Vertriebswege	111
Filiale, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	112
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Website	114
Usability, Features	
▪ Apps für mobile Endgeräte	118



Inhaltsverzeichnis

▪ Kontaktmöglichkeiten	121
▪ Präsenz bei Onlineanbietern	128
Onlineanbieter, Listungen, Platzierungen, Scoring	
▪ Servicecenter-Performance Telefon	132
50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance Online	141
50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	148
▪ Alleinstellungsmerkmale	153
➤ Kommunikation	155
▪ Website	165
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	175
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	178
Kundenmagazin, Newsletter	
▪ Werbung	179
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ Suchmaschinen-Marketing	191
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	



Inhaltsverzeichnis

▪ Social Media-Marketing	200
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	222
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	229
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	244
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	257
▪ Alleinstellungsmerkmale	262
➤ Stärken und Schwächen	264
➤ Marketingranking	278
▪ Produkt	282
▪ Konditionen	288
▪ Distribution	293
▪ Kommunikation	302
▪ Marketing-Mix gesamt	312



Inhaltsverzeichnis

➤ Marketing-Positionierung	315
➤ Quellenverzeichnis	323
➤ Kontakt	325



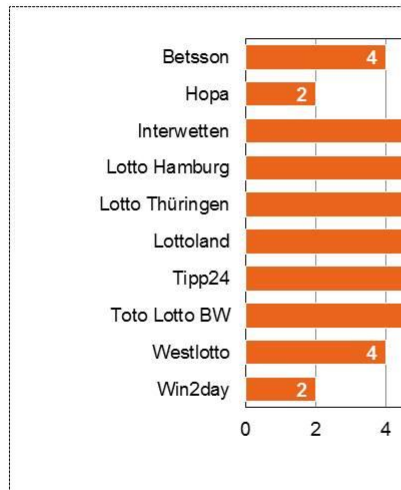
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt

Portfolio

Anzahl der Produkte in der Kategorie Rubbellos der untersuchten Anbieter



Quelle: research tools



Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Produkt

Rubbelloskategorien

Verteilung der Online- und Printlos-Kategorien der untersuchten Anbieter

Anbieter	Casino	Fantasy / Fun	Fav
Betsson	19	47	
Hopa	1	2	
Interwetten	19	47	
Lotto Hamburg*	1	2	
Lotto Thüringen*	19	47	
Lottoland*	1	2	
Tipp24*	19	47	
Toto Lotto BW*	1	2	
Westlotto*	19	47	
Win2day*	1	2	

Quelle: Website der Anbieter; durch doppelte Zuweisungen der Anbieter



Ma

Welche inhaltlichen Kategorien von Losen werden angeboten?

Produkt

Bezahlmöglichkeiten

Zur Verfügung stehende Zahlungsmöglichkeiten

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10*	11	12	13*	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Betsson		x			x		x					x	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
Hopa			x																x						
Interwetten		x			x		x					x	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
Lotto Hamburg			x																	x					
Lotto Thüringen		x			x		x					x	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
Lottoland			x																	x					
Tipp24		x			x		x					x	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
Toto Lotto BW			x																	x					
Westlotto		x			x		x					x	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
Win2day			x																	x					

Quelle: Website der Anbieter; * Anbieterspezifischer Gutschein



Marketing-Mix Analyse
Rubbellos 2016

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Anbierversgleich

Vergleich der Rubbellose mit der jeweils besten Gewinnchance (1:x)



Quelle: research tools



Distribution

Servicecenter-Performance Telefon

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in Wa schleife
Betsson	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 m
Hopa	persönlich	-
Interwetten	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 m
Lotto Hamburg	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 m
Lotto Th	persönlich	-

Distribution

Präsenz bei Onlineanbietern

Platzierung bei Onlineanbietern (Angabe: Rang)

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Lottoland	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22				
Tipp24	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1	10	11	8	9
Toto Lotto BW																				
Westlotto	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22				
Win2day	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1	10	11	8	9

Quelle: research tools



Marketing-Mix Analyse
Rubbellose 2016

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Betsson		2		
Hopa				
Interwetten				
Lotto Hamburg		2	1	
Lotto Thüringen		2		
Lottoland				
Tipp24	1			
Toto Lotto BW				
Westlotto		2	1	
Win2day		2		

Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation

Presseeffizienz

Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Rubbellosen



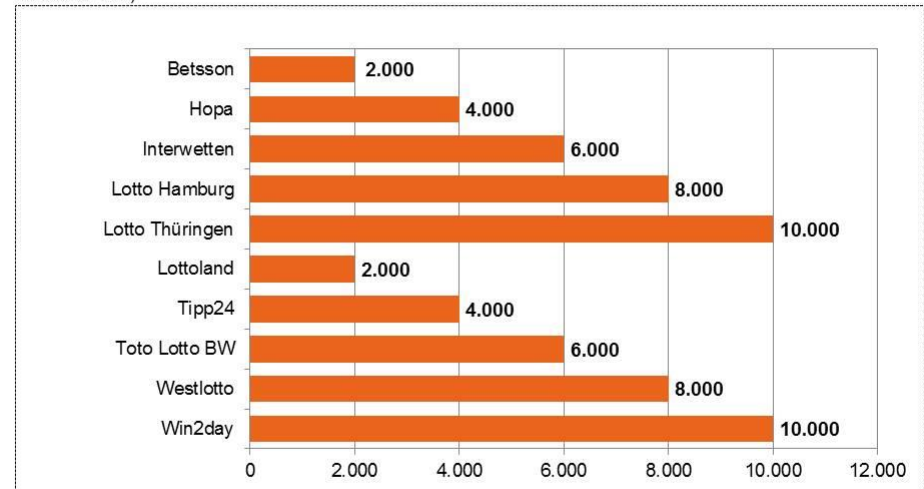
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften



Kommunikation

Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Rubbellose nach Anbieter von Juli 2015 bis Juni 2016 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse
Rubbellose 2016

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
Betsson	20,0	20,0	40,0
Hopa	40,0	20,0	
Interwetten	-	20,0	20,0
Lotto Hamburg	-	-	
Lotto Thüringen	-	-	
Lottoland	20,0	20,0	
Tipp24	-	-	
Toto Lotto BW	-	-	
Westlotto	-	-	
Win2day	20,0	20,0	40,0

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presseartikel



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

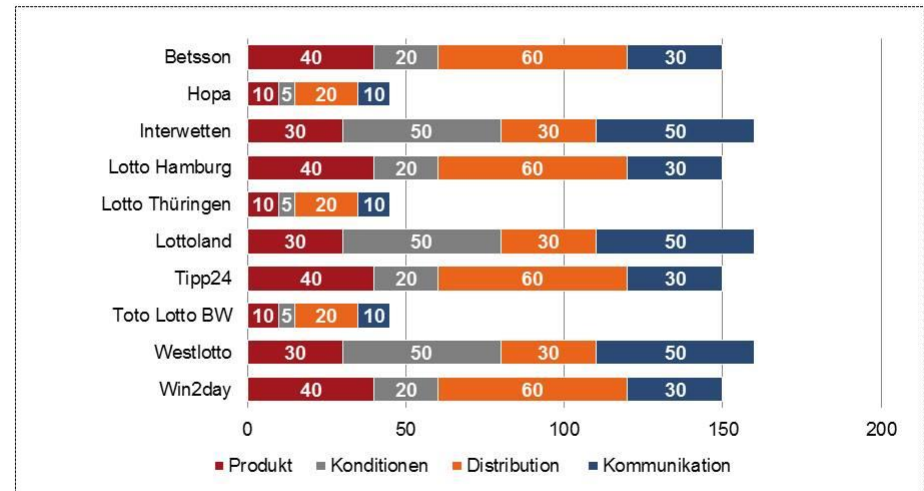


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Marketing-Mix Analyse
Rubbellose 2016

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse Rubbellose 2016.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Glücksspiel erschienen:

- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2016
- Studie eVisibility Glücksspiel 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015
- Studie Lotteriemarkt-Zielgruppe 18- bis 40-jährige Glücksspieler 2013
- Studie Online Games auf Facebook

Seit 2005 arbeitete research tools für zahlreiche Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind seit 2012 44 Marktstudien erschienen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Rubbellose 2016

Analysierte Aspekte

Alleinstellungen, USPs, Alleinstellungsmerkmale, Android, Ansprechpartner, Apps, Aufrufe, Auszeichnungen, Autoreply, Beispielrechnung, Blog, Blogbeiträge, Brief, Call-Back, Call-Center, Cash4web, Chat, Co-Browsing, Cross-Selling, Deckblatt-Slogan, De-Mail, Ecopayz, Einsätze, Einzahlungsboni, eMail, Entropay, EuroBon, Facebook, FAQ, Filialen, Filialfinder, Flyer, Follower, Formular, Formularangaben, Onlinekontakt, Forum, Freundschaftswerbung, Fundsend, Gebühren, Gewinnchancen, Gewinnplan, Google+, Gütesiegel, Hauptgewinn, Hilfeleistungen, Hotline-Betriebszeiten, Hotlinegebühren, Impact, Inbound, Internet, Internetwerbung, iOS, Konsistenz USPs, Kontaktwege, Kundenberichte, Kundenmagazin, Kundenservice, Laufzeit, Leistungsargumente, Live-Beratung, Mailanfragen, Antwortqualität, Mailanfragen, Reaktionszeit, Mindesteinsatz, mobile Seiten, mobile Spiele, mobiler Vertrieb, Motivanalyse, Motivkonsistenz, Mystery Calls, Mystery Mails, Newsletter, Nutzenargumente, Onlinelose, Optionen, Pflichtangaben, Portallistungen, Portalpräsenz, Positionierung, Postings, Presseeffizienz, Pressemitteilungen, Presseresonanz, Printlose, Produkterweiterungen, Produktfeatures, Produktportfolio, Prospekte, Rabatte, Radiowerbung, Ranking, Reaktionszeit, Rendite, Rubbellos, Scan Code, Serviceargumente, Sicherheiten, Skrill, Slogans, Sonderkonditionen, Social Media, Sollzinsen, Sparrate, spezielle Angebote, spezielle Zahlweisen, Spielprinzip, Spielteilnahmebedingungen, Stärken und Schwächen, Suchmaschinenlistung, Suchmaschinenpräsenz, Suchmaschinenanzeigen, Telefonanfragen, Antwortqualität, Telefonanfragen, Wartezeit, Tariftabellen, Testberichte, Treueboni, TV-Werbung, Tweets, Twitter, Usability Homepage, USP-Argumente, Vergleichsportal-Listung, Vergleichsportalpräsenz, Vertriebspartnerschaften, Vertriebswege, Videoberatung, Vpay, Website-Features, Website-Usability, Weiterempfehlung, Werbeausgaben, Werbemotive, Werbung in Zeitungen, Windows Phone, YouTube, Zeitschriftenwerbung, Zielgruppen

