



Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Sportwetten stellen Wetten aus acht bis 29 unterschiedlichen Sportarten zur Verfügung. Ein Anbieter profiliert sich mit sechs Sportarten, die bei keinem der übrigen neun berücksichtigten Anbieter zur Auswahl stehen.
- Bei den Wettquoten k\u00f6nnen sich drei Anbieter mit vorteilhaften Wettquoten profilieren, zwei Anbieter fallen dagegen durch insgesamt deutlich schlechtere Gewinnquoten auf.
- Zwischen sechs und zwölf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Das Serviceteam eines Unternehmens steht an allen Wochentagen rund um die Uhr für Anfragen zu Verfügung.
- Die Qualit\u00e4t des Kundendienstes offenbart bei Telefonanfragen eine im Durchschnitt bessere Antwortqualit\u00e4t als bei per Mail eingereichten Fragen. Zwei Anbieter konnten telefonisch alle Fragen vollst\u00e4ndig beantworten, zwei andere waren nicht erreichbar.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter knapp 44 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Über ein Drittel davon entfällt auf ein Unternehmen.
- Alle Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen. Die Thematisierung von Sportwett-Angeboten wird von zwei Unternehmen besonders intensiv betrieben.



Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das Marketingverhalten der zehn Anbieter

Analyseinhalte: Product, Price, Place, Promotion

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus Anbietersicht

alle Information auf 341 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PPt-Datei kurzfristig verfügbar

Die Studie ist objektiv, unabhängig und neutral

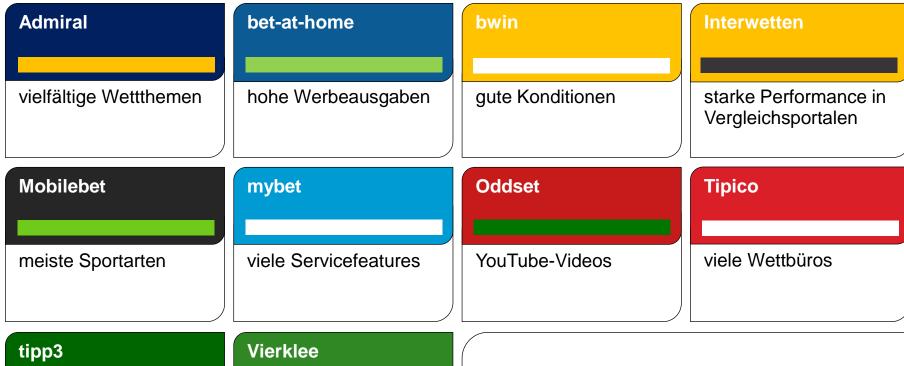
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von Sportwetten:

- Admiral
- bet-at-home
- bwin
- Interwetten
- Mobilebet
- mybet
- Oddset
- Tipico
- tipp3
- Vierklee



Analysierte Anbieter:



beste Antwortqualität bei Mailanfragen

meiste Alleinstellungen bei Sportarten

Diese Studie analysiert besonders marketingaktive Anbieter der Branche auf Basis einer Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Sportwetten



Produkt

- Portfolio
- Wettarten
- zur Verfügung stehende Sportarten
- Livewetten
- Wetthemen
- Sicherheiten
- Servicefeatures
- ...



Konditionen

- Teilnahmebedingungen
- Ein- und Auszahlungsmodalitäten
- Maximalgewinne
- Quoten
- Boni
- Hotline-Gebühren
- ...



Distribution

- Vertriebskanäle
- Apps
- Hotline
- Websitefeatures
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery Mails
- ..



- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- ...





Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Sportarten, Wettthemen, Servicefeatures
- Teilnahmebedingungen, Ein- und Auszahlungsmodalitäten, Maximalgewinne, Quoten, Boni
- Positionierung 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 Studie in Zahlen:

- Wetten zu 40 Sportarten
- detaillierte Analyse von Wettthemen: 4 Events
- Quotenanalyse von13 Sportevents der4 populärsten Sportarten
- 50 Mystery Calls,
 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in5 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 April 2017 erschienen.

Preis: Die 341 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR zuzüglich MwSt.



Management Summary	6	
Forschungsdesign	13	
Produkt	16	
■ Portfolio	20	
Einzel-, Kombi-, Systemwetten, Besonderheiten		
 Sportarten 	22	
Anzahl verfügbarer Sportarten, Popularität der Sportarten		
Livewetten And Martin and Conf. Shall Book at all Martin Latt. To a de Angel Martin and Conf.	31	
Anzahl, Wettthemen für Fußball, Basketball, Volleyball, Tennis, Anzahl Wettthemen Services	43	
Features, Kundenkarte	40	
Sicherheit	46	
Kommunizierte Sicherheiten und Verantwortlichkeiten	40	
■ Weitere Produktmaßnahmen	51	
Spezielle Angebote	56	
> Konditionen	58	
 Spielteilnahmebedingungen 	62	
 Einzahlungsmöglichkeiten 	72	
Dauer, Gebühr, Mindest-/Maximalbetrag, Anzahl		



 Auszahlungsmöglichkeiten Dauer, Gebühr, Mindest-/Maximalbetrag, Anzahl 	88
 Maximalgewinne 	101
Pro Wette, pro Woche Quotenvergleich	102
Basketball, Eishockey, Fußball, Handball, Tennis	102
Einzahlungsboni	112
Hotlinegebühren	113
 Weitere Konditionenmaßnahmen 	114
Alleinstellungsmerkmale	119
Distribution	121
Vertriebswege	127
Filialen, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
■ Vertriebsmodelle	128
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner Website	130
Usability, Features	130
 Apps für mobile Endgeräte 	134
 Kontaktmöglichkeiten 	137
Hotline, schriftlich, Social Media	



 Vergleichsportal-Marketing 	144
Anzahl Listungen, Platzierungen, Medianplatzierung, Scoring Servicecenter-Performance Telefon 50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	148
 Servicecenter-Performance Online 	153
50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	_
 Weitere Distributionsmaßnahmen 	164
 Alleinstellungsmerkmale 	166
> Kommunikation	168
■ Website	177
Slogans, Nutzenargumente	
 Flyer und Prospekte 	187
Formate, Inhalte, Motive	
 Kundenmedien 	188
Kundenmagazin, Newsletter	_
Werbung	189
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
 Suchmaschinen-Marketing 	205
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	



 Social Media-Marketing Blog, Forum, Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Scoring 	216	
Public Relations	242	
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz		
 USP-Analyse 	250	
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	005	
 Motivanalyse Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen 	265	
Alleinstellungsmerkmale	278	
➤ Stärken und Schwächen	280	
 Marketingranking 	294	
■ Produkt	297	
Konditionen	304	
 Distribution 	309	
 Kommunikation 	318	
Marketing-Mix gesamt	327	
 Marketing-Positionierung 	330	
Quellenverzeichnis	338	
	_	
> Kontakt	340	



Beispielseiten (1)

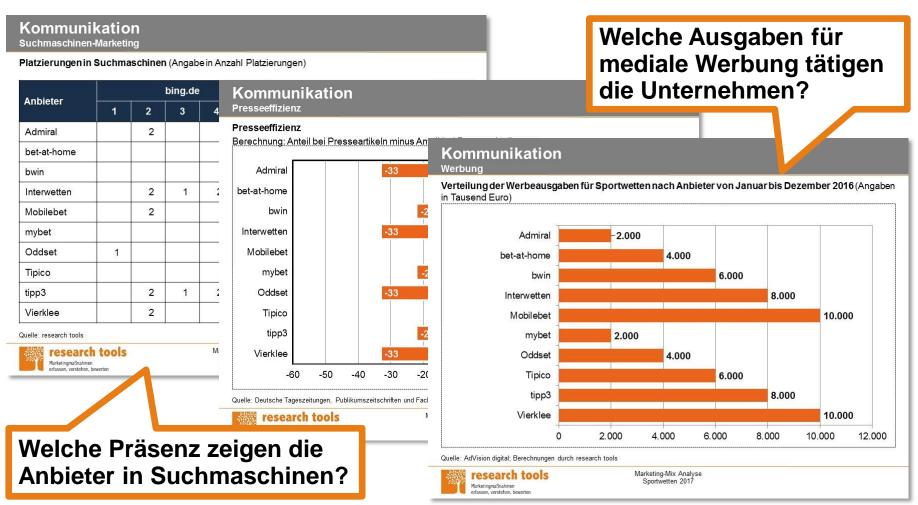




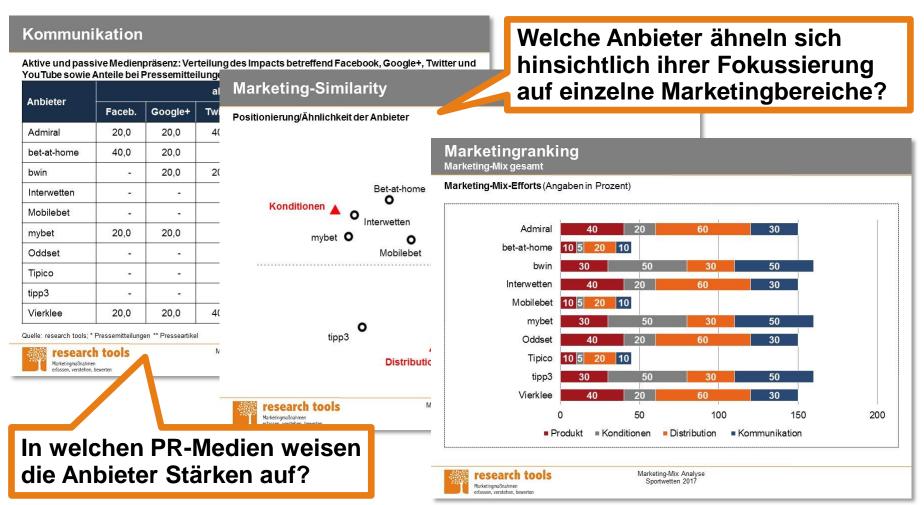
Beispielseiten (2)



Beispielseiten (3)



Beispielseiten (4)





Bestellformular

Ihro	Dootallung	nahman wii	aorno no	r formloogr	E Mail a	dar mit	auga of till to m	Doctollformular	ontagan
me	bestellung	nenmen wii	geme pe	Hommoser	E-IVIAII O	ouer mill a	ausgeruntern	Bestellformular	enigegen.

E-Mail: <u>uwe.matzner@research-tools.net</u>

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 Sportwetten 2017.

Auftraggeber: Firma:	
Ansprechpartner:	
, and proofiparation.	
E-Mail:	
Position/Funktion:	
Datum, Ort, Unterschrift:	



Kontakt / Branchenerfahrung

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 erschienene Studien zur Branche Glücksspiel:

- Marketing-Mix-Analyse Rubbellose 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2016
- Studie eVisibility Glücksspiel 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015
- Studie Lotteriemarkt-Zielgr.18-bis 40-jähr. Glücksspieler `13
- Studie Online Games auf Facebook 2012

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Glücksspiel erschienen seit 2015 vier Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind seit 2015 über 25 Studien erschienen.













