A close-up photograph of a hand holding a gold-colored pen, poised to mark a grid of numbers. The grid consists of multiple columns of numbers from 1 to 49, with some numbers already marked with an 'X'. The background is a light, neutral color.

Studiensteckbrief

Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottospieler <45 Jahre 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspielmarkt-
Zielgruppe Lottospieler <45 Jahre 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Lottospieler unter 45 Jahren sind mehrheitlich verheiratet und leben in Haushalten mit Kindern. Sie sind überwiegend in Vollzeit erwerbstätig und erzielen im Mittel höhere Haushaltseinkommen als die Gesamtstichprobe.
- Junge Lottospieler spielen häufiger regelmäßig Glücksspiele als die Vergleichsgruppe aller Glücksspielnutzer. Zudem macht sich die Zielgruppe häufiger Gedanken zu Gewinnchancen und Kosten.
- Lottospieler nutzen neben Lotto noch weitere Glücksspielformen wie beispielsweise Poker, Preisrätsel oder Sportwetten.
- In der Zielgruppe ist die Akzeptanz gegenüber Werbung insgesamt überdurchschnittlich hoch. Fernsehwerbung jedoch empfinden junge Lottospieler häufiger als lästig.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Lottospieler < 45 Jahre**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung staatlicher und privater **Glücksspielformen und -anbieter**

alle Information auf **70 PowerPoint-Seiten**

als **pdf- und ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

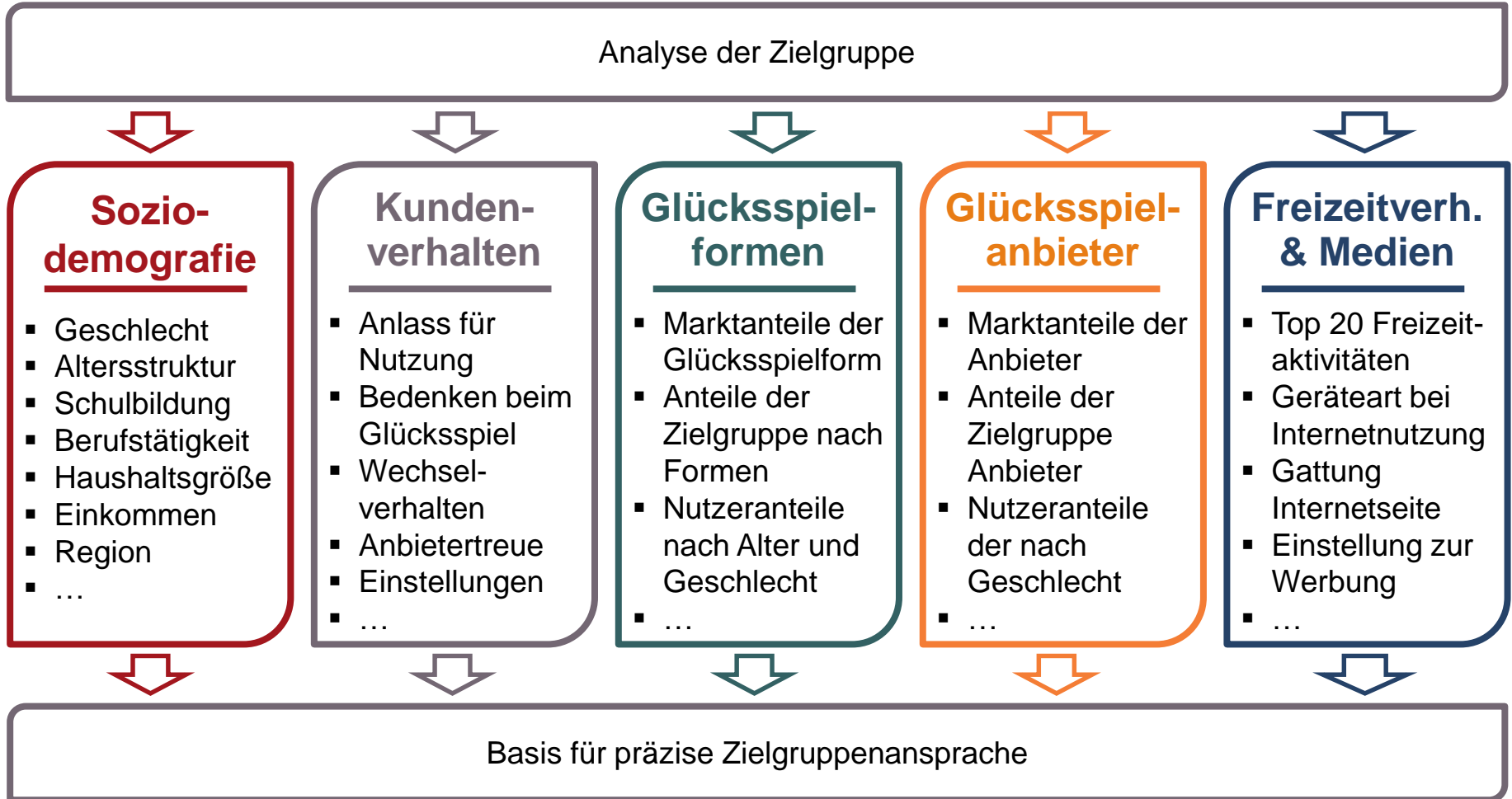
Forschungsdesign:

1.000 Online-Interviews wurden in 2016 für die vorliegende Studie online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 16,8 Prozent aus der Zielgruppe „Lottospieler < 45 Jahre“. Die Studie ist im Juli 2017 erschienen.

Preis:

Die 70 Seiten umfassende Studie kostet **900 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Soziodemografie	11
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtstichprobe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Bildungsabschluss, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt gespielten Glücksspiels, Bedenken beim Glücksspiel, Wechselverhalten zwischen Anbietern und Glücksspielformen, Verhältnis staatlicher und privater Anbieter	
➤ Glücksspielformen	35
Marktanteile der Glücksspielformen, Abweichungen der Zielgruppe von den Gesamtanteilen, Anteile der Zielgruppe an allen Nutzern nach Glücksspielform, Glücksspielformen nach Geschlecht und Alter	
➤ Glücksspielanbieter	46
Marktanteile der Glücksspielanbieter, Abweichungen der Zielgruppe von den Gesamtanteilen, Anteile der Zielgruppe an allen Nutzern nach Glücksspielanbieter, Glücksspielanbieter nach Geschlecht und Alter	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	57
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung in verschiedenen Medien	
➤ Kontakt	69

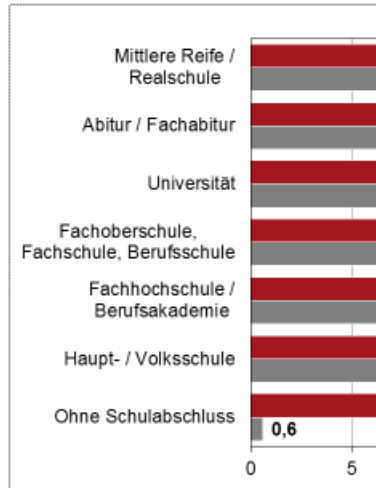


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Schulbildung (Angaben in %)



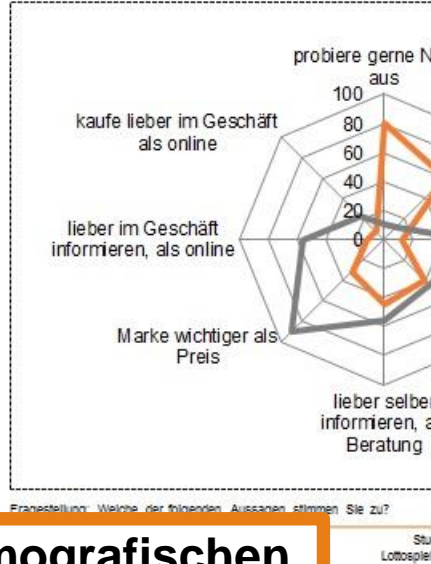
Fragestellung: Was ist ihr höchster Ausbildungsgrad, den Sie t



Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Lottospieler im Vergleich zur Gesamtstichprobe (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



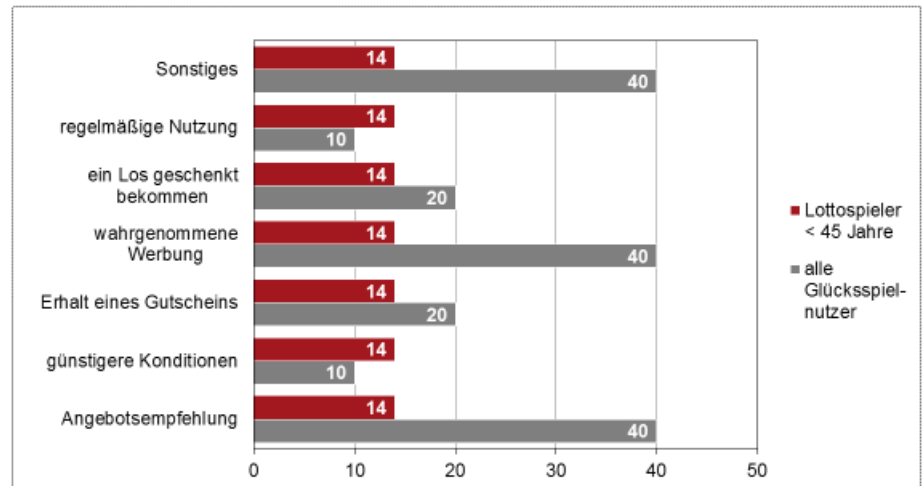
Fragestellung: Welche der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Studie Lottospiel

Was war der konkrete Anlass für die letzte Glücksspielnutzung?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass der letzten Glücksspielnutzung (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt gespielte Glücksspiel genutzt? (Mehrfachantworten möglich)



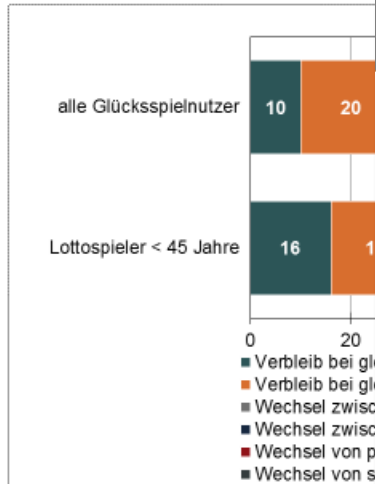
Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottospieler <45 Jahre 2017

Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Kundenverhalten

Anteile der Wechselrichtungen* (Angaben in %)

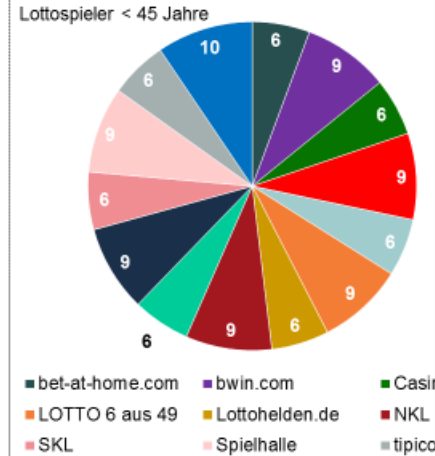


Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei vier und die nächste geplante Glücksspielnutzung.



Glücksspielanbieter

Anteile der Glücksspielanbieter an allen Glücksspielnutzungen* (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welchem

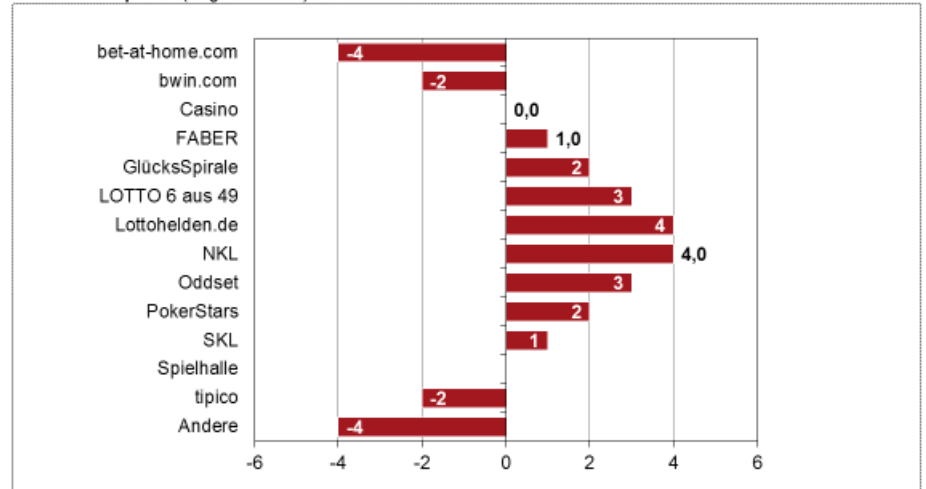


Wie steht es mit der Anbietertreue der Zielgruppe?

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Glücksspielanbietern?

Glücksspielanbieter

Abweichungen der Marktanteile der Anbieter* | Marktanteil Lottospieler abzüglich Marktanteil Gesamtstichprobe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welchem Anbieter zuletzt genutzt haben; *Basis: vergangene fünf Glücksspielnutzungen



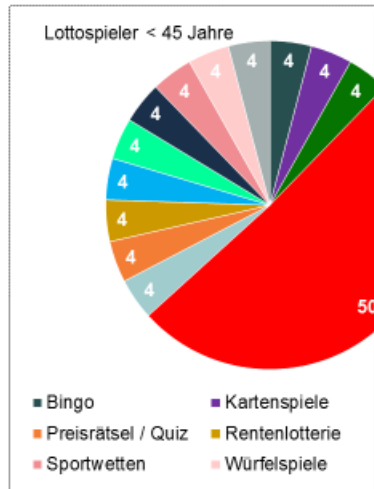
Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottospieler <45 Jahre 2017

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Glücksspielformen

Anteile der Glücksspielformen an allen Glücksspielnutzungen* (Angaben in %)

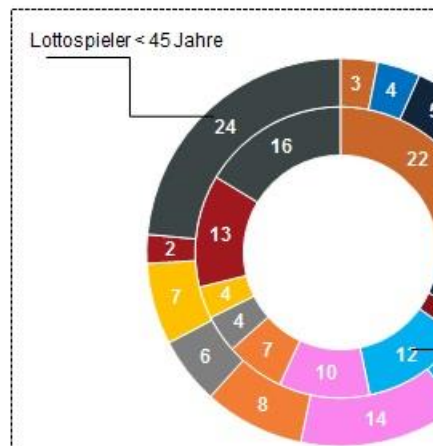


Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie be



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)

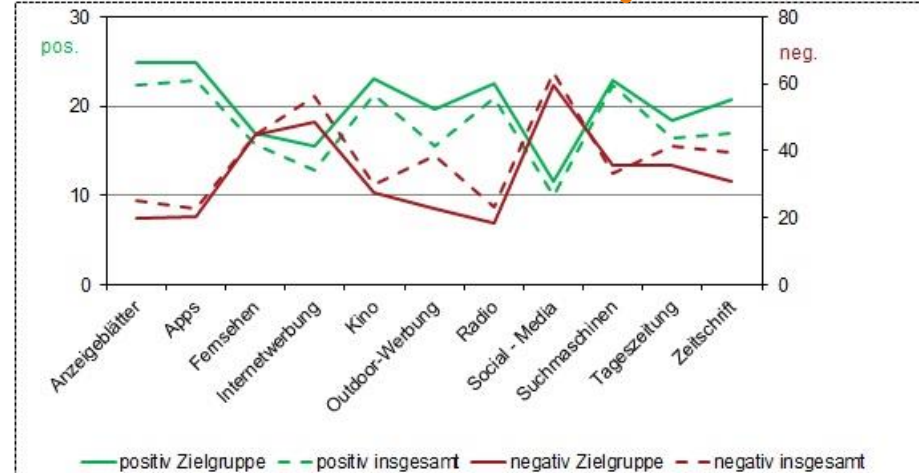


Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuch



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe und der Gesamtstichprobe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven¹ und negativen² Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie zum Abschluss folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich): "gläubwürdig, informativ, unterhaltend, wird erinnert, *tästig



Studie Zielgruppe
Lottospieler < 45 Jahre 2017

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Welche Marktanteile haben die Glücksspielformen?

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 900 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottospieler < 45 Jahre 2017.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

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:

- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2017
- Marketing-Mix-Analyse Sportwetten 2017
- Marketing-Mix-Analyse Rubbellose 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2016
- Studie eVisibility Glücksspiel 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2015 sind sechs Studien zur Glücksspielbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

