

+++ Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ FABER +++ LOTTO +++
+ Lottohelden +++ NKL/SKL +++ PokerStars +++ Spielautomat +++ Spielbanken +++ tipico +++ Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Deu

Studiensteckbrief

Studie Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe der Automatenspieler wird repräsentiert von Glücksspielkunden, die innerhalb der letzten zwölf Monate am Spielautomaten gespielt haben. Fünf Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Glücksspielmarkt analysiert wird.
- Die Befragten der Zielgruppe sind deutlich jünger als die Gesamtheit der Glücksspielkunden.
- Im Vergleich zu den Glücksspielkunden insgesamt ist die Zielgruppe offener für Spontankäufe.
- Bei der Glücksspielteilnahme reagieren Automatenspieler deutlich häufiger auf eine Empfehlung als Glücksspielkunden insgesamt.
- Im Vergleich zu Glücksspielkunden insgesamt hat die Zielgruppe weit weniger Bedenken bei der Glücksspielteilnahme.
- Für eine Glücksspielteilnahme besucht die Zielgruppe Spielbanken und Spielhallen deutlich häufiger als die Glücksspielkunden insgesamt. Daneben weisen Gaststätten und Sportwettbüros erhöhte Anteile auf.
- Automatenspieler nutzen häufiger Smartphones oder Spielekonsolen für den Zugang zum Internet als die Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe steht Werbung in Apps oder Social Media positiver gegenüber als die Glücksspielkunden insgesamt.




Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

5%



Automatenspieler
in der Online-Bevölkerung

Produkt

☆☆☆
Top-Produkte

- Spielautomaten
- LOTTO 6 aus 49
- Online-Casino


Kundenverhalten

23%

Teilnahme aufgrund einer
Empfehlung

Glücksspielanbieter

beliebteste Anbieter
(Marktanteil)



LOTTO
PokerStars
Dt. Fernsehlotterie

Teilnahmeorte



39%
der Glücksspiel-
teilnahmen
erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig



**Video- &
Unterhaltungsseiten**

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Automatenspieler**

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

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **13 Glücksspielanbietern**

alle Information auf **69 PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 5 Prozent aus der Zielgruppe Automatenspieler
- im April 2023 erschienen

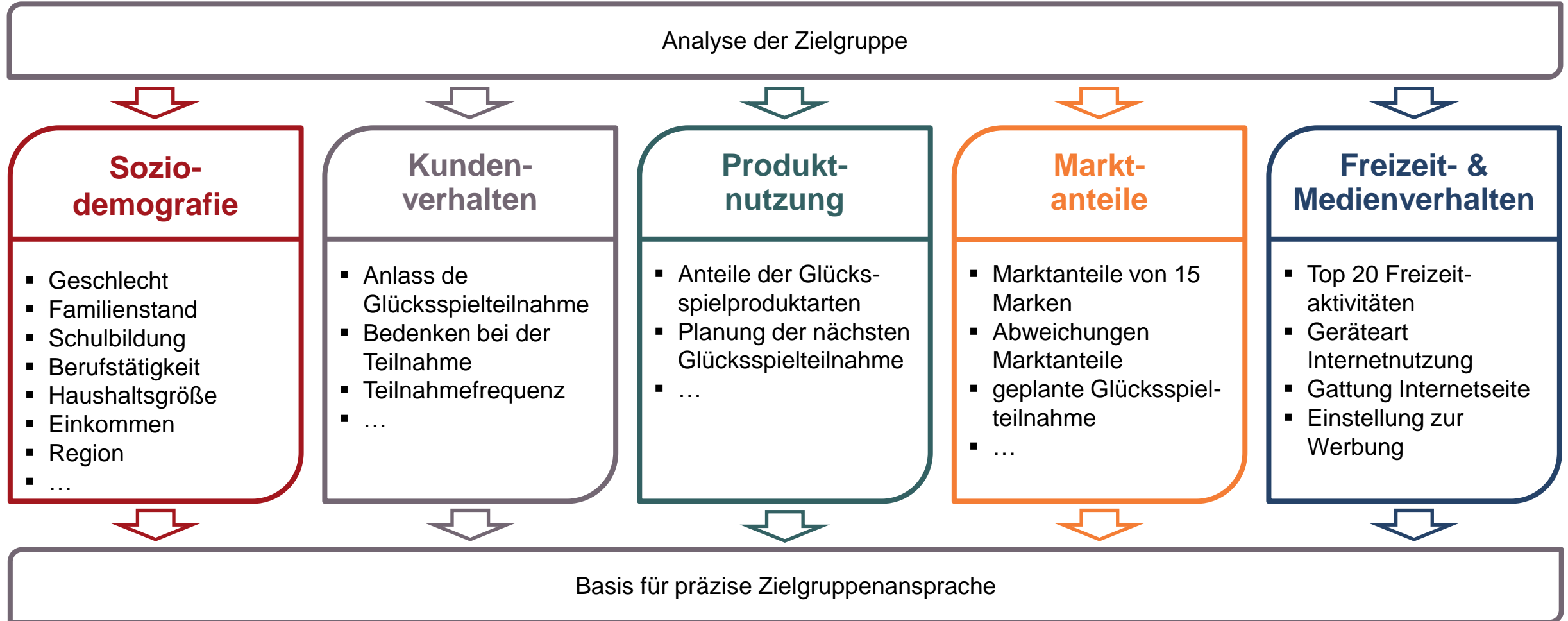
Preis:

- die 69 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Konkreter Anlass der letzten Glücksspielteilnahme, Bedenken bei der Glücksspielteilnahme, treue Kunden und Brandhopper, Nutzungsart des zuletzt genutzten Glücksspiels, Frequenz der Produktnutzungen	
➤ Produktkategorien	30
Zuletzt genutzte Produktkategorien, letzte fünf genutzte Produktkategorien, voraussichtlich nächste Produktnutzung, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	37
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Teilnahmeorte	46
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	54
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	68

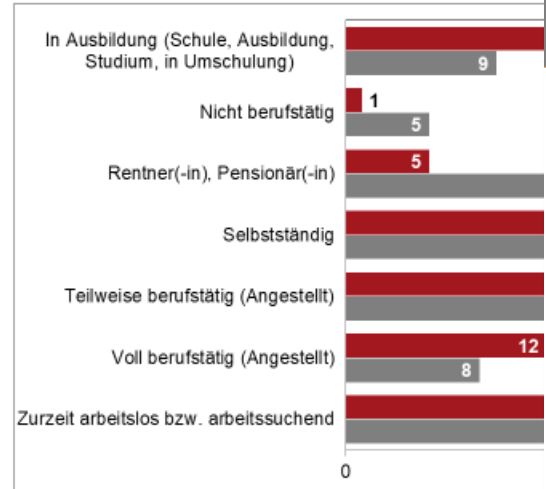


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

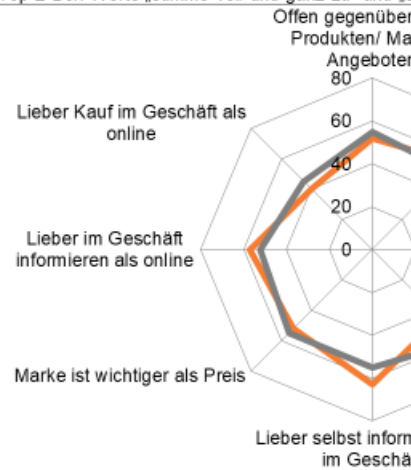


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Glücksspielkunden (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



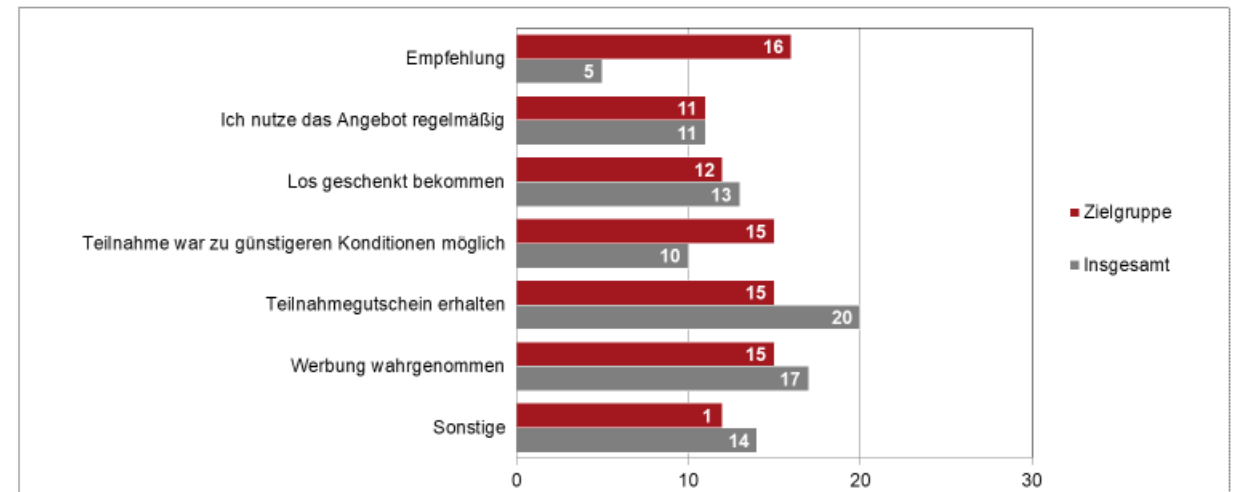
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für die letzte Glücksspielteilnahme?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass der letzten Glücksspielteilnahme (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt genutzte Glücksspielangebot wahrgenommen? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Automatenspieler 2023

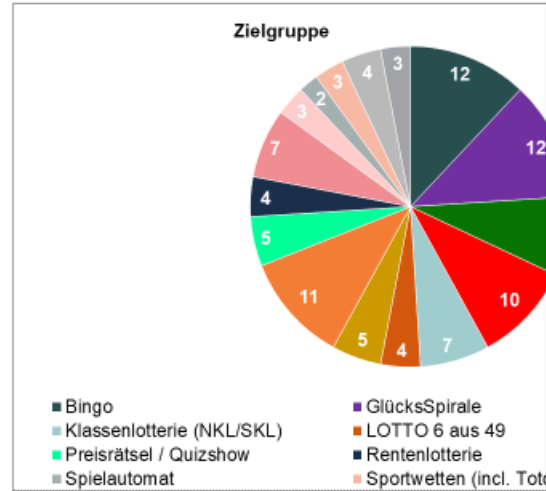
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktnutzungen**¹ (Angaben in %)

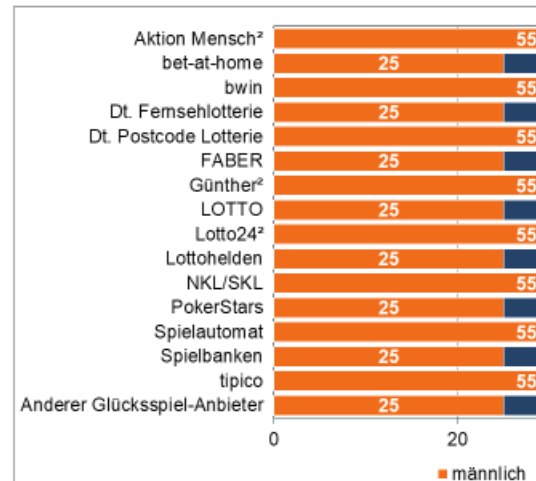


¹ Basis: letzte 5 Produktnutzungen



Anbieter

Anteile der Geschlechter nach Anbieter in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)



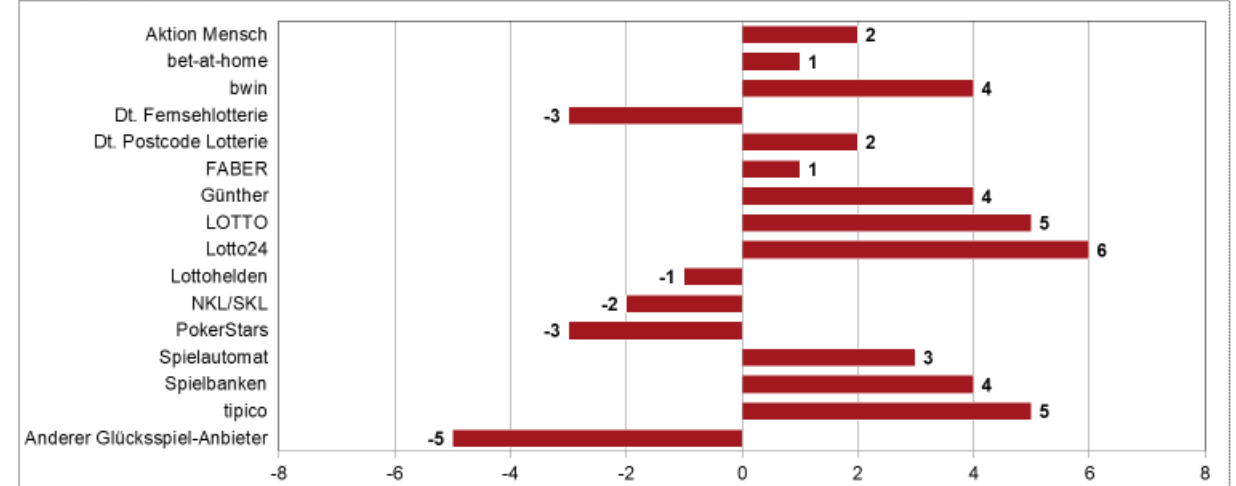
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Glücksspi...



Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

Anbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe¹ (geplante Nutzung abzüglich letzte Nutzungen, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Glücksspielangebote genutzt haben. 1 Basis: letzte 5 Produktnutzungen (Anbieter); vorsichtig interpretieren – geringe Datenbasis



Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Automatenspieler 2023

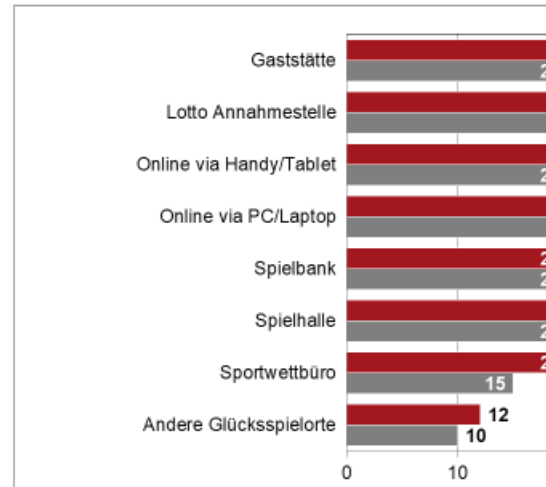
Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

Verteilung der Produktnutzungen auf die Teilnahmeorte* (Angaben in %)

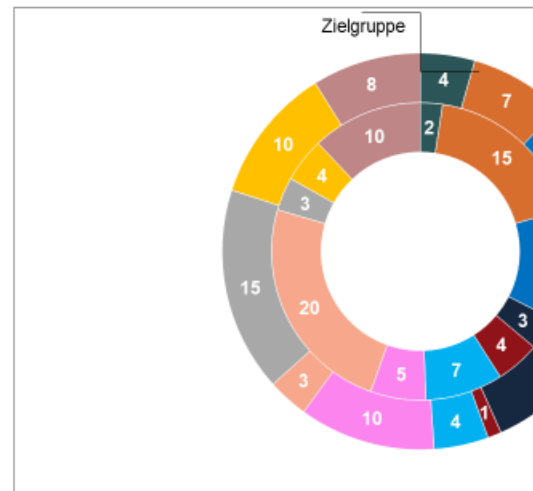


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie das oben genannte Glücksspielangebot genutzt / 5 Glücksspielteilnahmen ein Glücksspiel online via Handy/Tablet



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



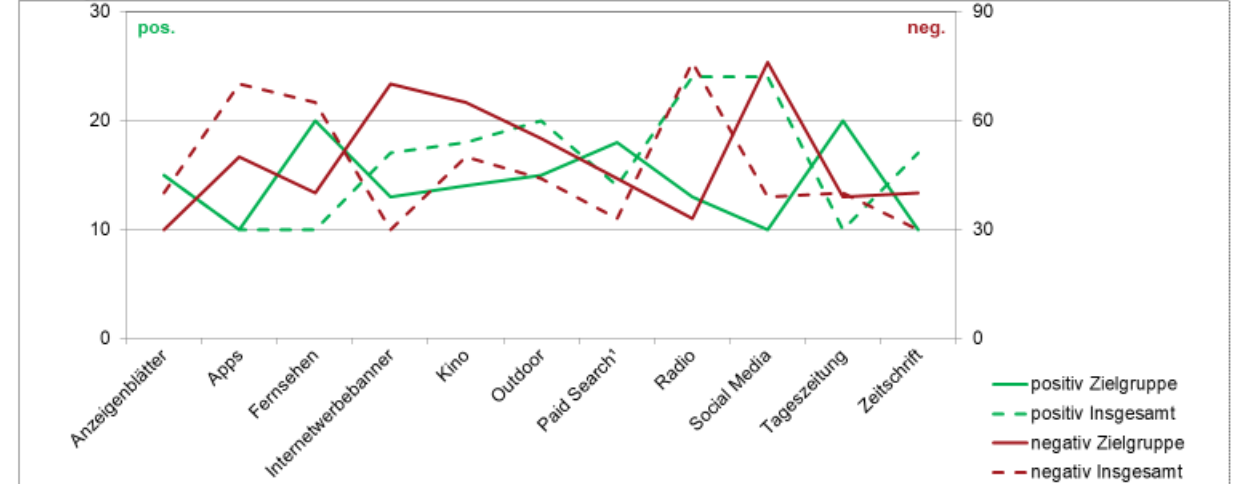
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite z



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023

Welche Teilnahmeorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

Bestellformular

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

E-Mail: ronja.inhofer@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 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

Seit 2016 sind über 70 Studien zur Versicherungsbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:
Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2022
Studie eVisibility Glücksspiel 2022
Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2022
Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2022
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022
Studie Kundenpfade Glücksspiel 2022

Glücksspielbranche: seit 2020 wurden 20 Studien veröffentlicht

