

Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Dt. Fernseh. +++ Dt. Postc. L. +++ FABER +++ GlücksSpirale  
+++ LOTTO +++ Lottoheld. +++ NKL/SKL +++ Oddset +++ PokerStars +++ Spielauto. +++ Spielbank. +++ tipic

Studiensteckbrief

# Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2021



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-  
Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

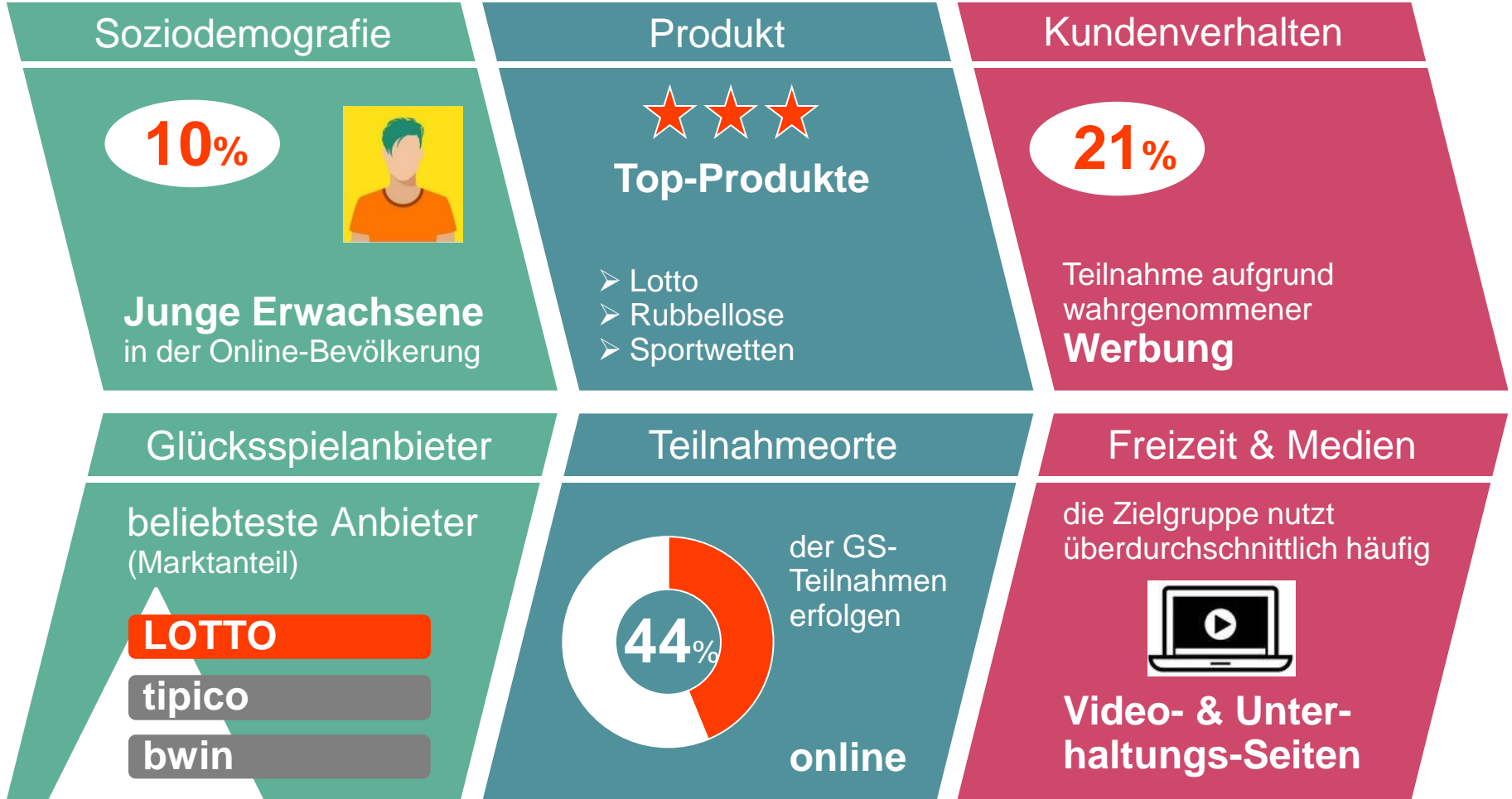
# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Zu der untersuchten Zielgruppe junge Erwachsene zählen Personen, die zwischen 18 und 24 Jahre alt sind. Zehn Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Glücksspielmarkt analysiert wird.
- Die Befragten der Zielgruppe sind deutlich häufiger Studierende als die Glücksspielkunden insgesamt.
- Im Vergleich zu den Glücksspielkunden insgesamt tätigt die Zielgruppe häufiger Spontankäufe.
- Die Zielgruppe hat deutlich mehr Bedenken bei der Glücksspielteilnahme als die Vergleichsgruppe der Glücksspielkunden insgesamt.
- Die Zielgruppe nutzt deutlich seltener Lotto als die Vergleichsgruppe der Glücksspielkunden insgesamt.
- Junge Erwachsene nutzten Glücksspielangebote innerhalb ihrer letzten fünf Glücksspielteilnahmen deutlich häufiger online über Handy oder Tablet als die Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe steht Social-Media Werbung deutlich positiver gegenüber als die Glücksspielkunden insgesamt.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe junge Erwachsene**

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

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **15 Glücksspielanbieter**

alle Information auf **76 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:

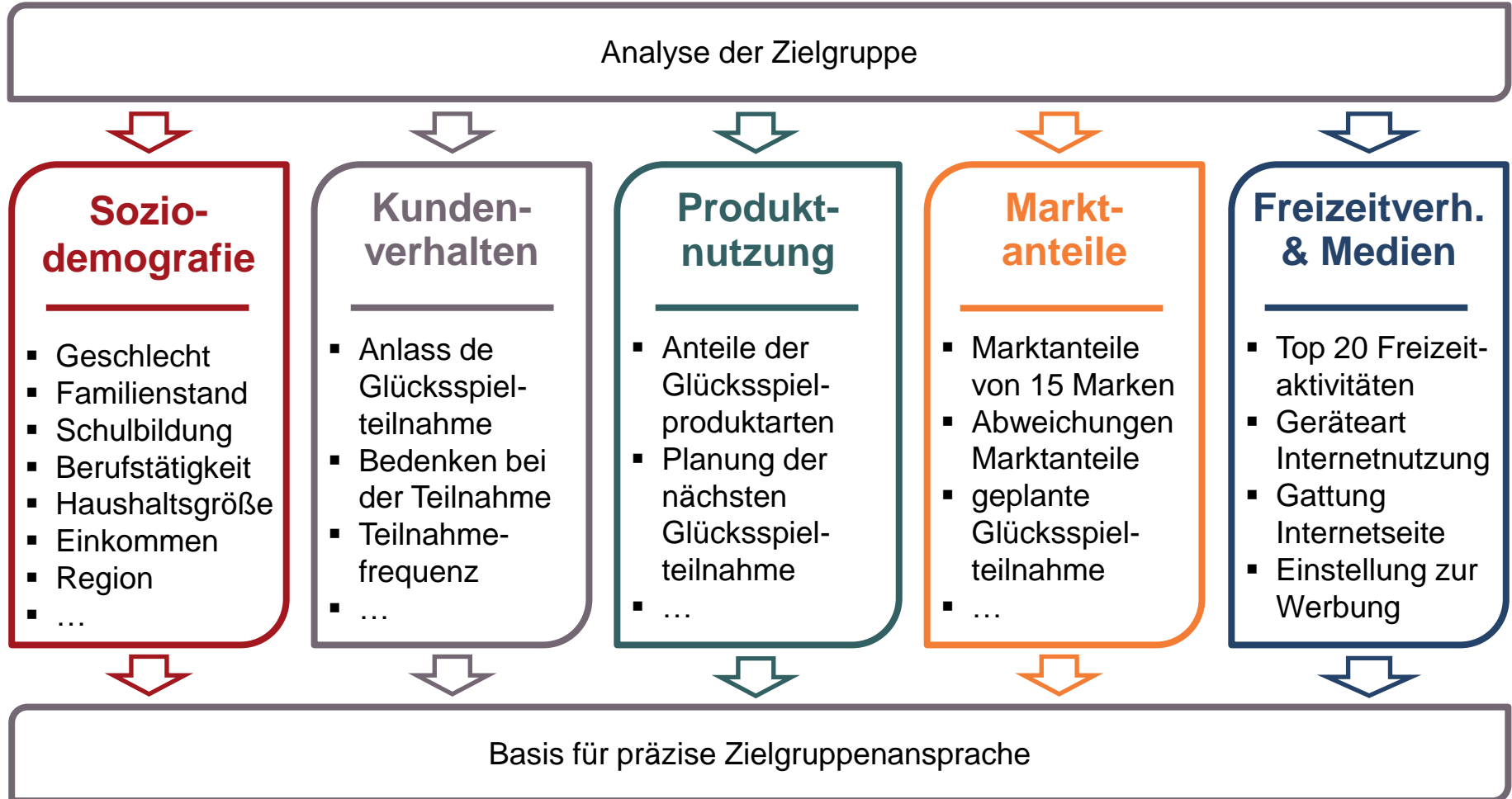
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 10 Prozent aus der Zielgruppe junge Erwachsene
- im Januar 2021 erschienen

## Preis:

- die 76 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit den Glücksspielkunden insgesamt in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt genutzten Glücksspielangebots, Bedenken bei der Teilnahme, treue Kunden und Brandhopper, Teilnahmeart des zuletzt genutzten Glücksspielangebots, Frequenz der Glücksspielteilnahmen	
➤ Produktkategorien	32
Zuletzt genutzte Glücksspielangebote, letzte fünf genutzte Glücksspielangebote, voraussichtlich nächste Glücksspielteilnahme, Differenz der Marktanteile	
➤ Glücksspielanbieter	39
Verteilung der Glücksspielanbieter, Marktanteile der Glücksspielanbieter, Abweichungen Marktanteile, Teilnahmeplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Teilnahmeorte	49
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile, Teilnahmeplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	58
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	75

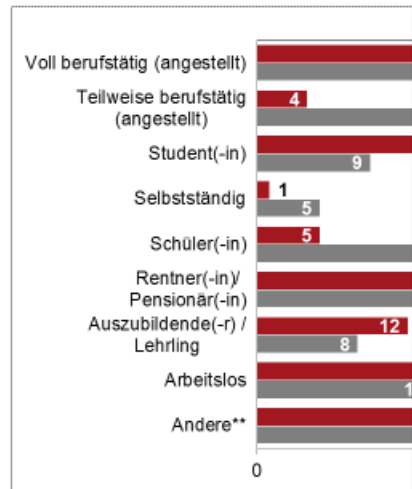


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



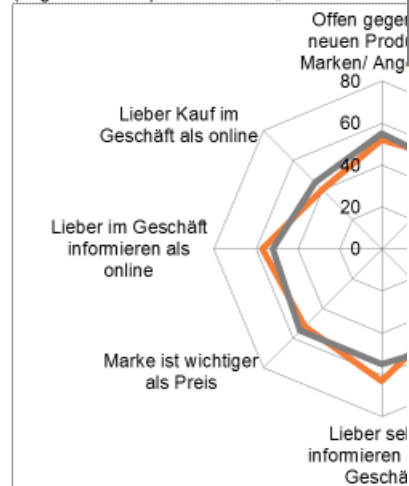
Fragestellung: Ihr Beruf?; \*\* Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Studie  
Junge Erwachsene

### Kundenverhalten

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



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

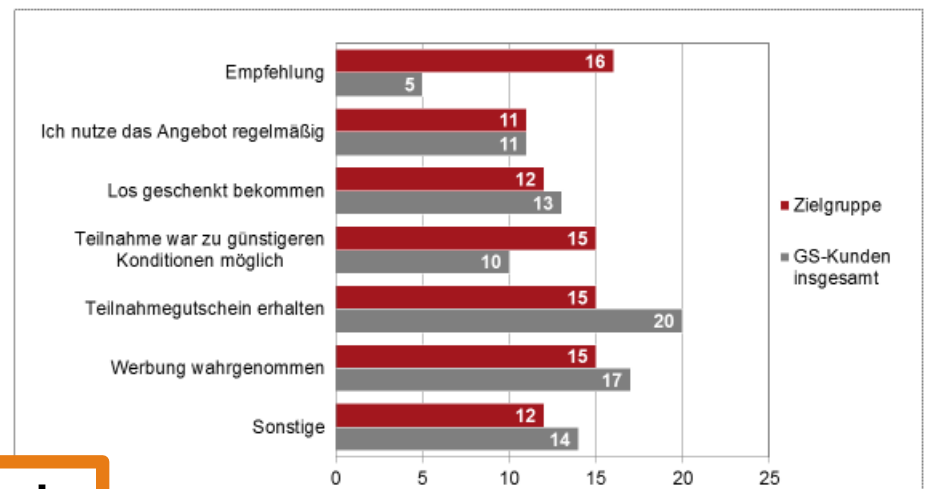


Studie  
Junge Erwachsene

Was war der konkrete Anlass für die letzte Glücksspielteilnahme?

### Kundenverhalten

Konkreter Anlass der letzten Glücksspielteilnahme (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt genutzte Glücksspielangebot genutzt? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Glücksspiel-Zielgruppe  
Junge Erwachsene 2021

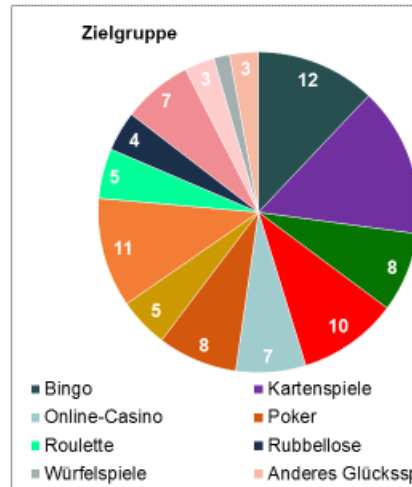
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Glücksspielteilnahmen**\* (Angaben in %)

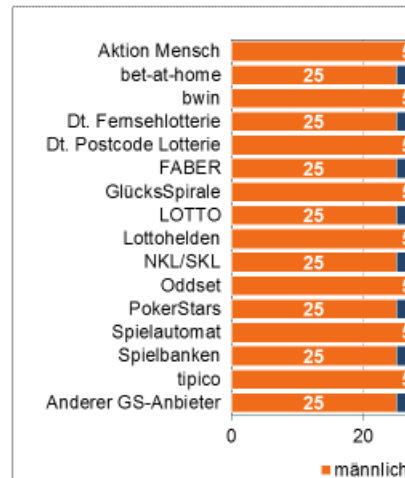


\* Basis: letzte 5 Glücksspielteilnahmen



### Glücksspielanbieter

Anteile der Geschlechter nach Glücksspielanbieter in der Zielgruppe (Angaben in %)



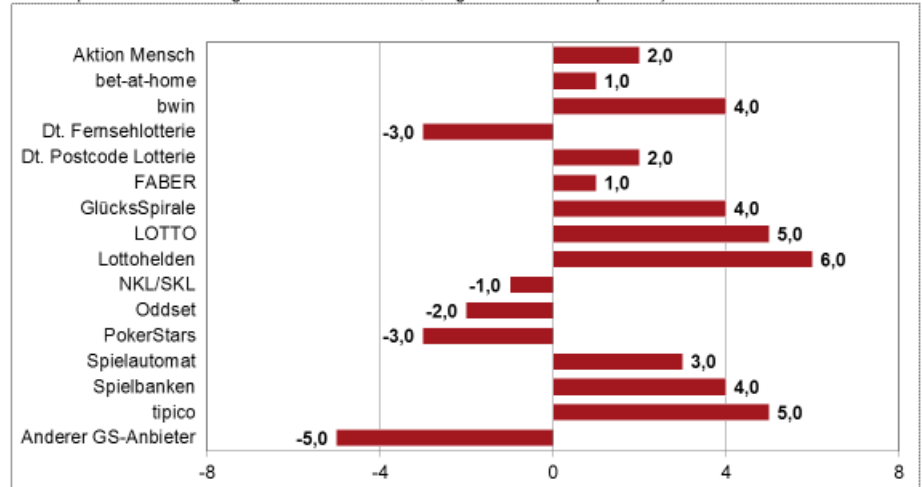
Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Glücksspielanbieter Glücksspielteilnahmen (Glücksspielanbieter)



**Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?**

### Glücksspielanbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe\* (geplante Glücksspielteilnahme abzüglich letzte Teilnahmen, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie das voraussichtliche nächste Glücksspielangebot nutzen möchten. \* Basis: letzte fünf Glücksspielteilnahmen; voraussichtlich nächste Glücksspielteilnahme (Glücksspielanbieter)



**Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?**

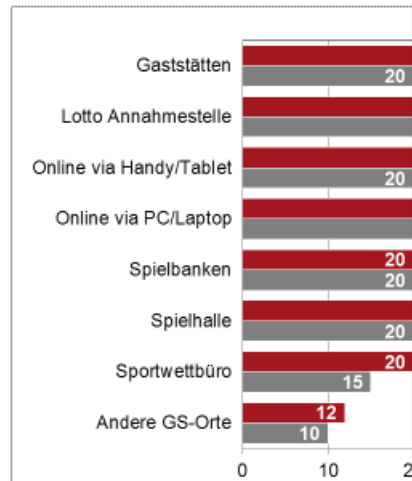


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Teilnahmeorte

Verteilung der Glücksspielteilnahmen auf die Teilnahmeorte\* (Angaben in %)

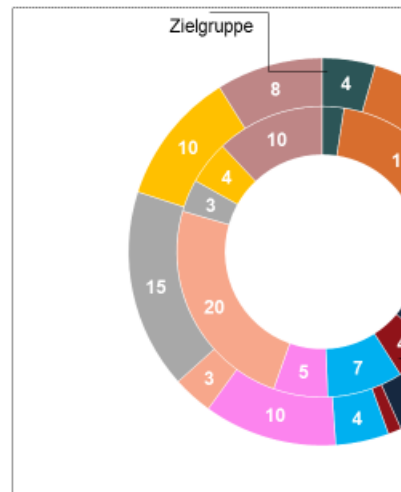


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten GS-Arten bei den t  
 Lesbeispiel: 50% der Befragten aus der Zielgruppe nutzte bei den t



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt b

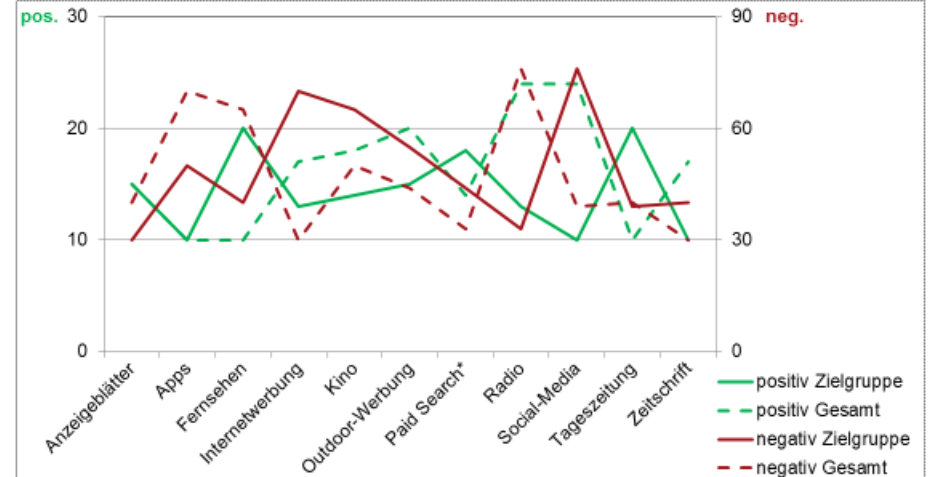


Welche Teilnahmeorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 Werbemaßnahmen. (Mehrfachantworten möglich); Gesamt = GS-Kunden gesamt; \* Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto: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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

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.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2020
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe gelegentliche Nutzer 2020
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Glücksspielbranche wurden seit 2015 20 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 88 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

