

+ Aktion Mensch +++ bet 365 +++ bet-at-home +++ bwin +++ Dt. Fernsehlotterie +++ Dt. Postcode Lotterie +++ FABER +++ LOTTO +++ LOTTO24
+++ Lottohelden +++ PokerStars +++ Spielautomat +++ tipico +++ Aktion Mensch +++ bet 365 +++ bet-at-home +++ bwin +++ Dt. Fernsehlotterie +

Studiensteckbrief

Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2026

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Junge Frauen 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Glücksspielkunden?



Welche **Motivatoren** sind für Frauen im Alter 18-34 Jahre bei der Produktnutzung besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Glücksspielprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Worüber kommunizieren junge Frauen mit Glücksspielanbietern?




Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

6%



Junge Frauen
in der Online-Bevölkerung

Produkt

★ ★ ★

Top-Produkte

- LOTTO 6 aus 49
- Rubbellose
- Bingo

Kundenverhalten

13%

Teilnahme aufgrund von **Werbung**

Glücksspielanbieter

beliebteste Anbieter in allen Glücksspielarten (Marktanteil)

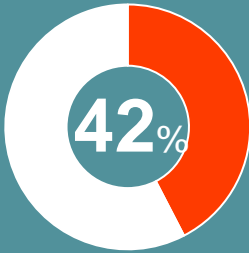


LOTTO

Lotto24

FABER

Teilnahmeorte



42%

der Glücksspielteilnahmen erfolgen **online**

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt überdurchschnittlich häufig



Handyspiele

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Spieleinsteiger**

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

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

alle Information auf **68 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-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 6 Prozent aus der Zielgruppe junge Frauen
- im Juni 2026 erschienen

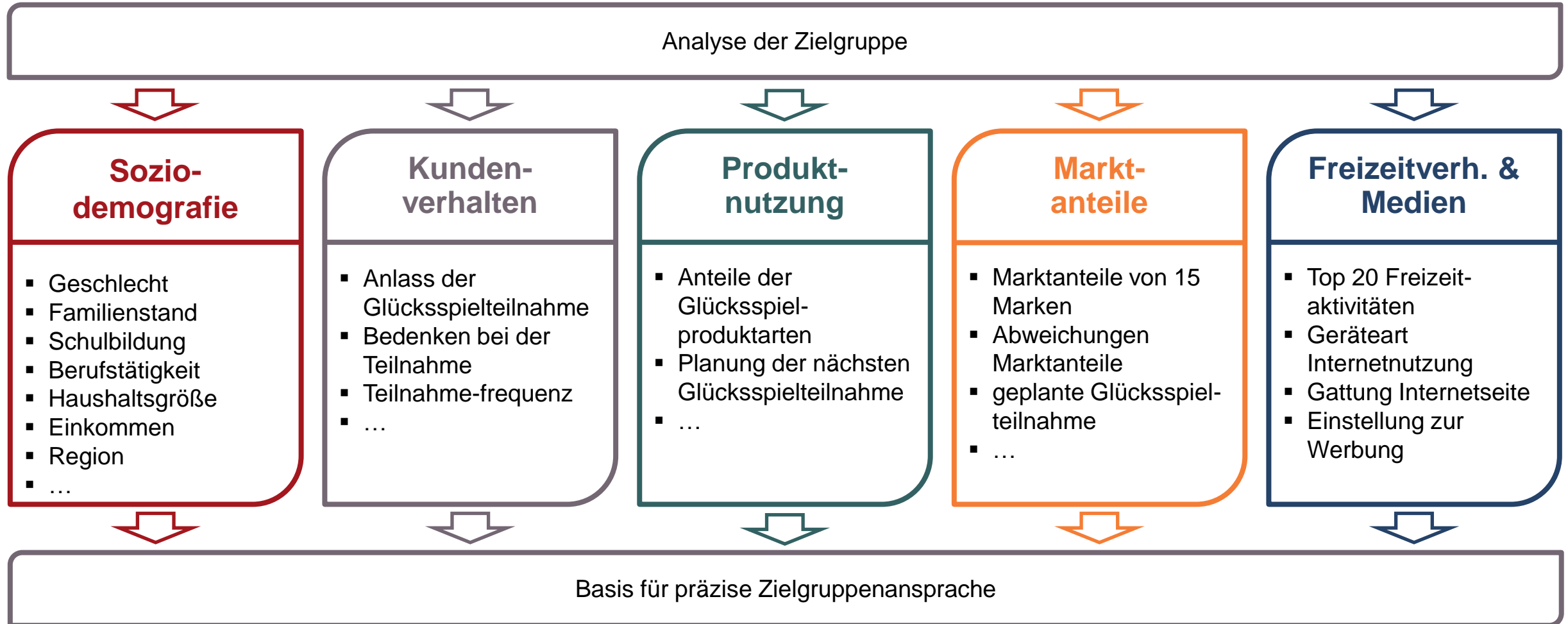
Preis:

- die 68 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, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Konkreter Anlass der letzten Glücksspielteilnahme, Bedenken bei der Glücksspielteilnahme, Nutzungsart des zuletzt genutzten Glücksspiels, Frequenz der Produktnutzungen	
➤ Produktkategorien	32
Zuletzt genutzte Produktkategorien, letzte beide genutzte Produktkategorien, voraussichtlich nächste Produktnutzung, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	39
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Teilnahmeorte	47
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	52
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	67

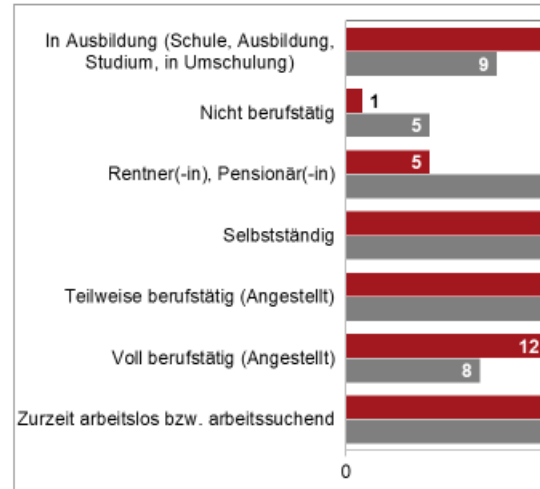


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

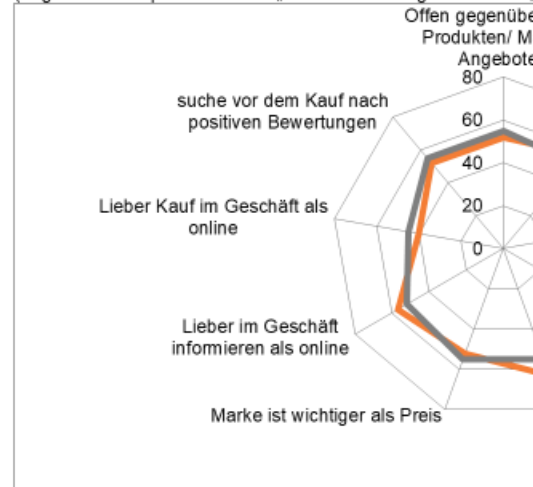


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

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



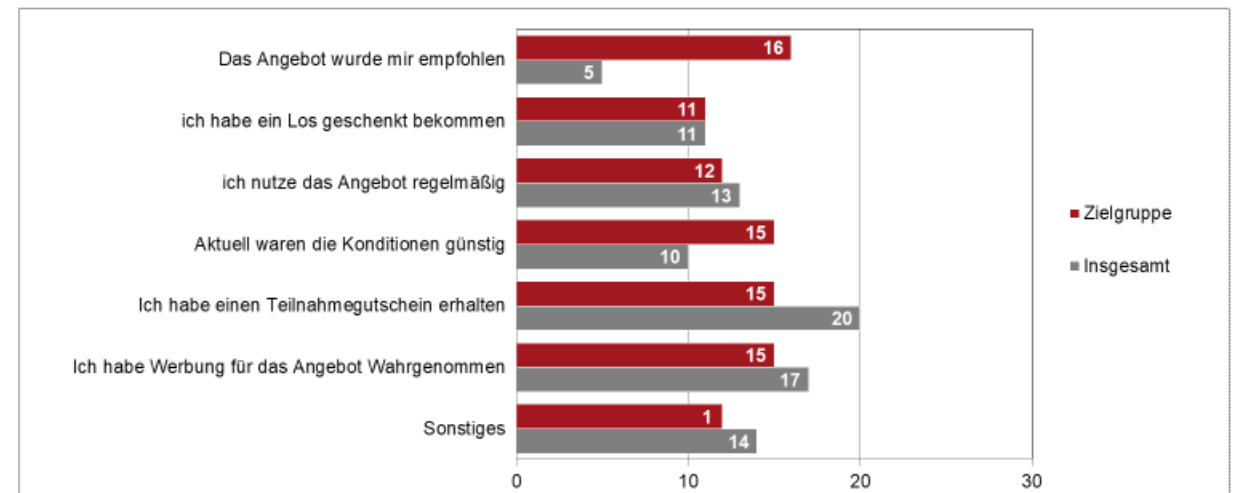
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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
Junge Frauen 2026

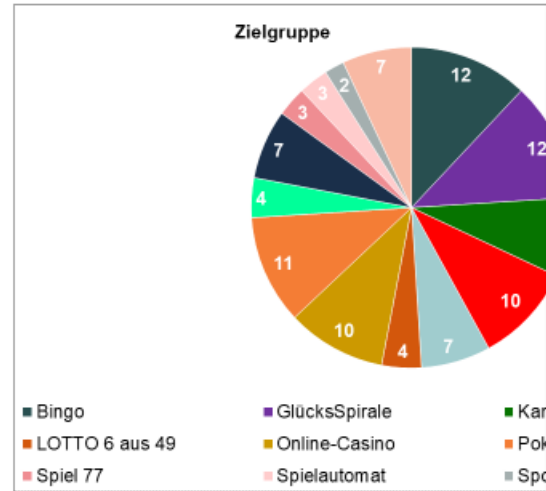
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

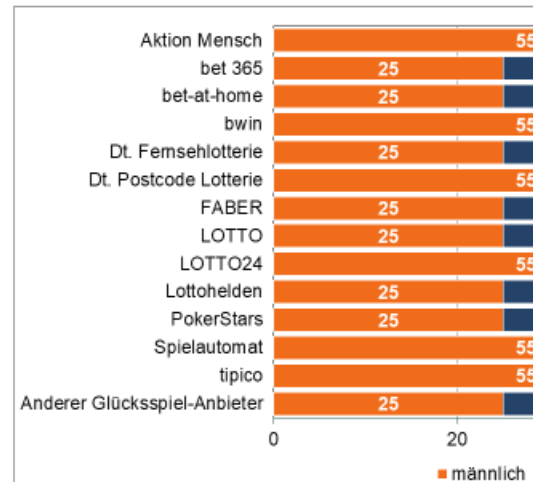


¹ Basis: letzte 2 Produktnutzungen



Anbieter

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



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

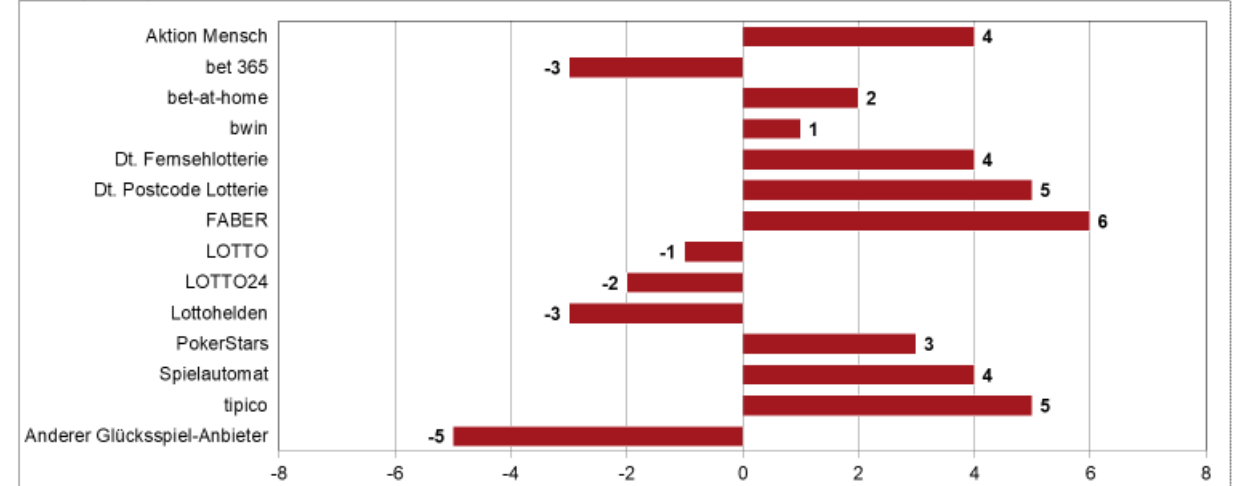


Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

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 2 Produktnutzungen (Anbieter)



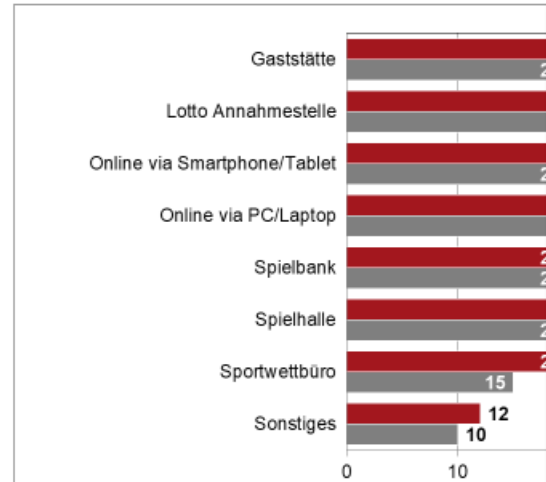
Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

Verteilung der Produktnutzungen auf die Teilnahmeorte¹ (Angaben in %)

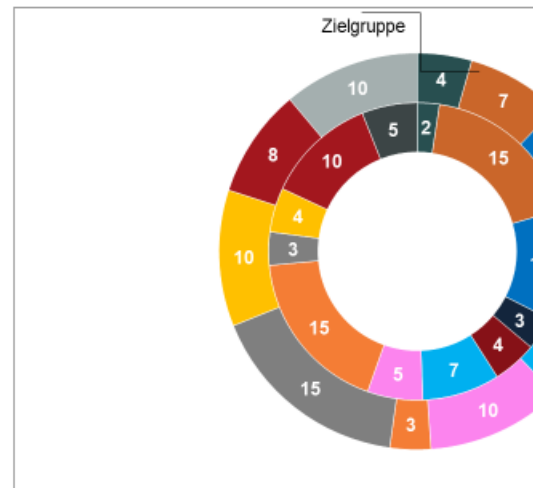


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie das oben genannte Glücksspielangebot genutzt / Glücksspielteilnahme ein Glücksspiel online via Smartphone/Tablet



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



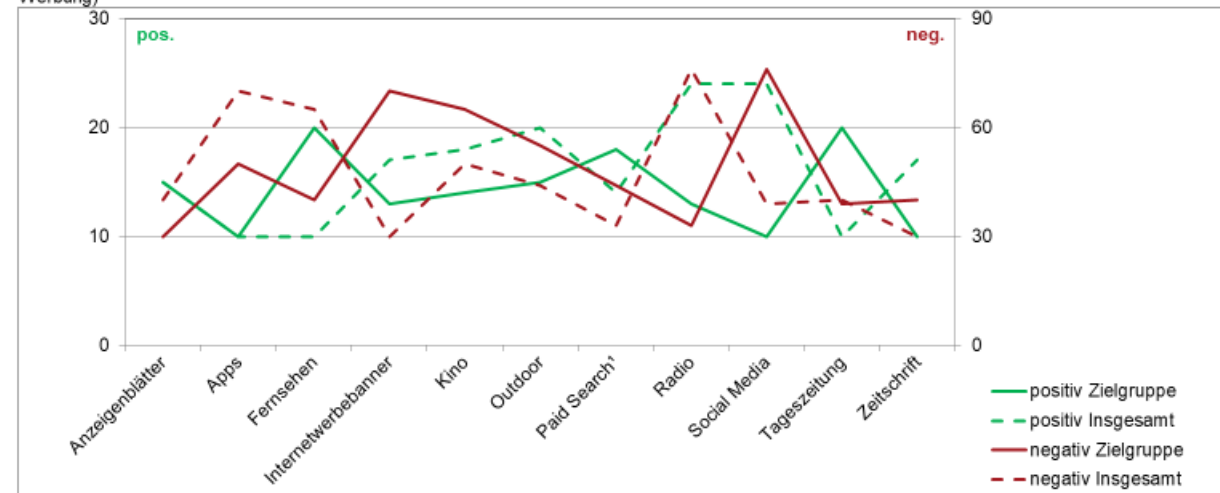
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite z



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 Junge Frauen 2026

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 Junge Frauen 2026**.

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 mit dem Aktivitätsschwerpunkt Eigenstudien.

In der Reihe ‚Zielgruppen-Studien‘ sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2026
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2026
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2025
- Studie eVisibility Glücksspiel 2025
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2025

Glücksspielbranche: seit 2020 mehr als 40 Studien veröffentlicht

