

+ 4.000 Interviews online-bevölkerungs-repräsentativ +++ davon 13 Prozent aus der Zielgruppe Multiproduktkunden +++ Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten +++ Nutzung von 14 Produktkategorien und 14 GS-Anbietern +++ 71 Seiten +++ 4.000 Interv

Studiensteckbrief

Studie Glücksspiel-Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2025



©Tima Miroshnichenko/pexels.com



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



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



Welche **Motivatoren** sind für Multiproduktkunden bei der Produktnutzung besonders relevant?



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



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



Worüber kommunizieren Multiproduktkunden mit Glücksspielanbietern?



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



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

13%



Multiproduktkunden
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte

- LOTTO 6 aus 49
- Sportwetten
- Online-Casino

Kundenverhalten

12%

Teilnahme aufgrund von
Werbung

Glücksspielanbieter

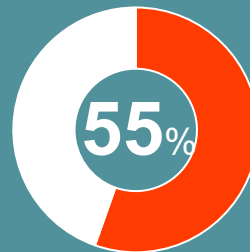
beliebteste Anbieter in allen
Glücksspielarten (Marktanteil)

LOTTO

LOTTO24

bwin/Faber

Teilnahmeorte



der Glücksspiel-
teilnahmen
erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig



Wissenseiten



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Multiproduktkunden**

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

Nutzung von **14 Produktkategorien** und **14 Glücksspielanbieter**

alle Information auf **71 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 13 Prozent aus der Zielgruppe Multiproduktkunden
- im August 2025 erschienen

Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



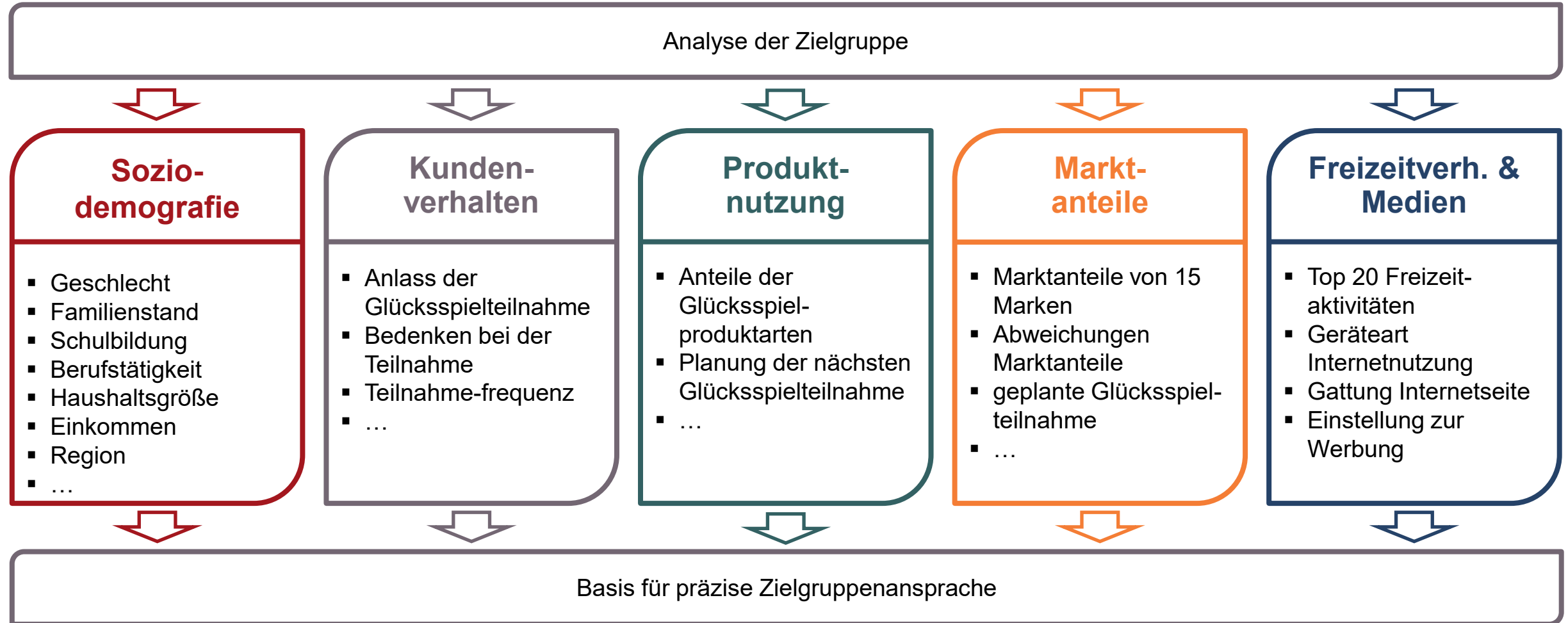
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

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, Nutzungsart nach Produktkategorie	
➤ Produktkategorien	32
Zuletzt genutzte Produktkategorien, letzte beide genutzte Produktkategorien, voraussichtlich nächste Produktnutzung, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Teilnahmeorte	49
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	70

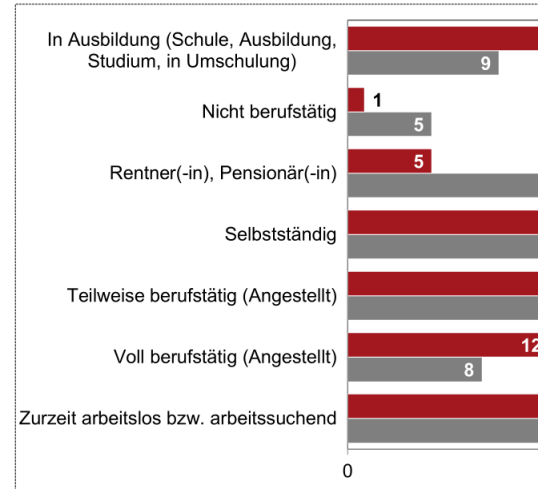


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

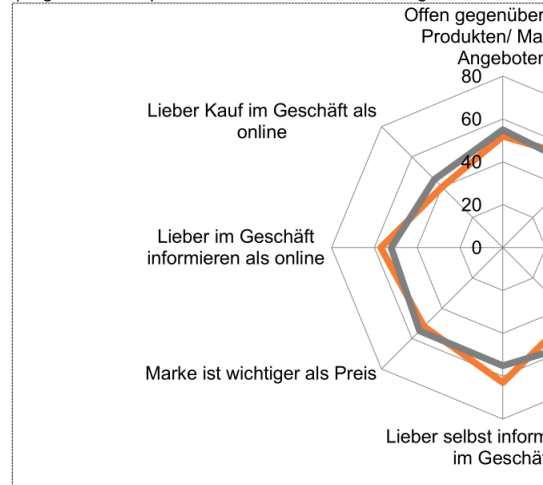


Fragestellung: Ihr Beruf?



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?

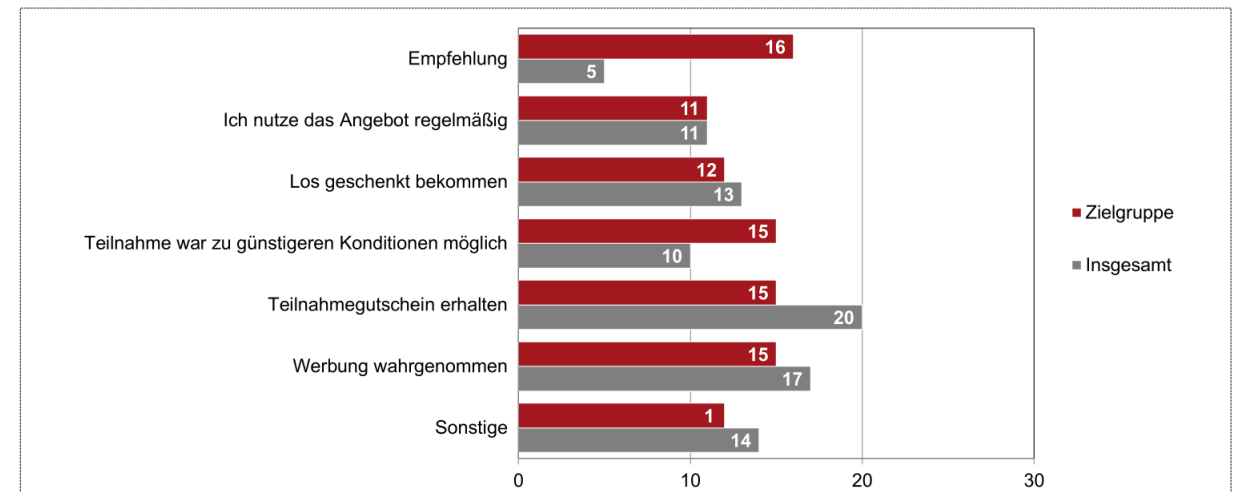


Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

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)



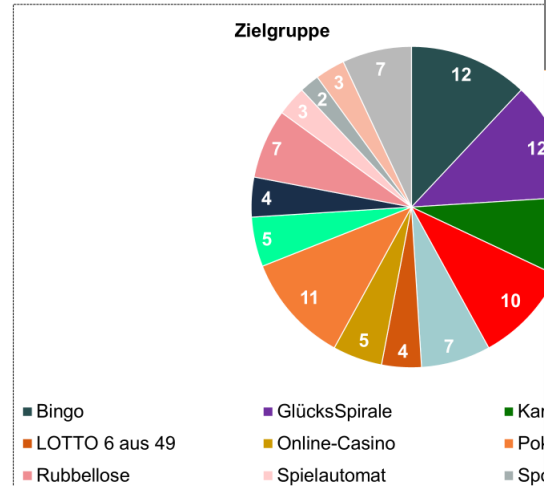
Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Multiproduktkunden 2025

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

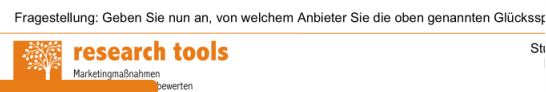
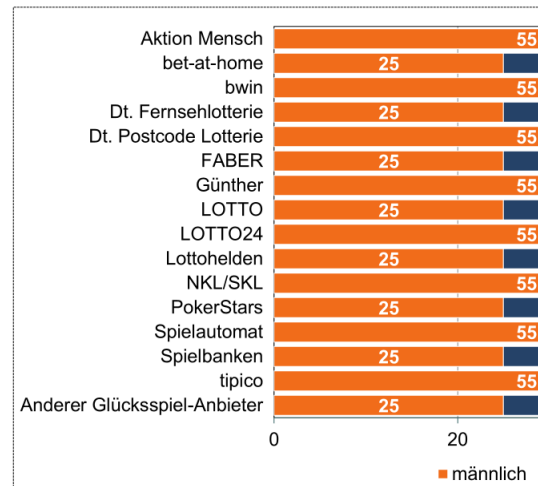
Produktkategorien

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



Anbieter

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

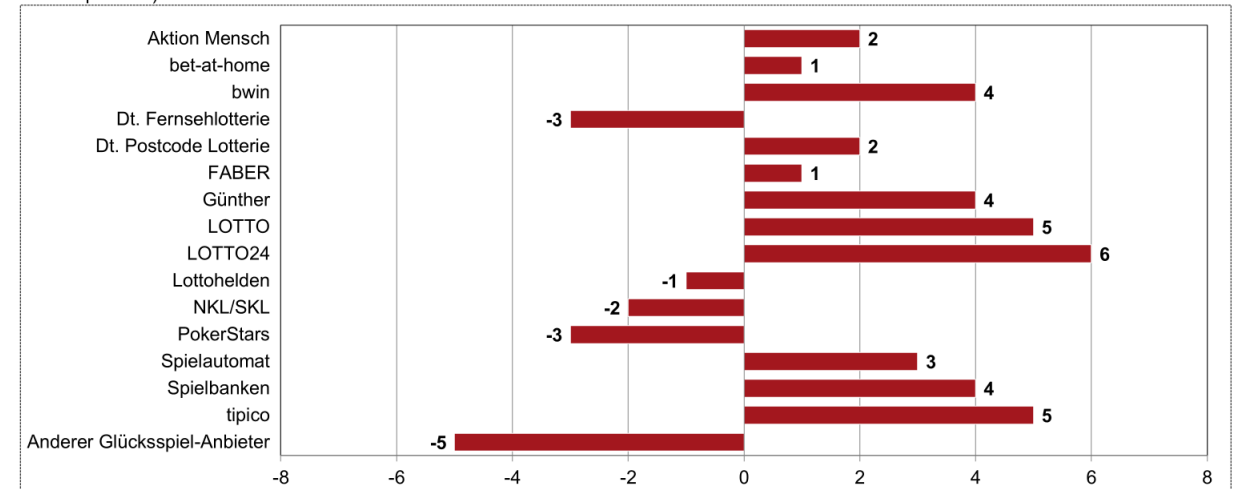


Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

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)



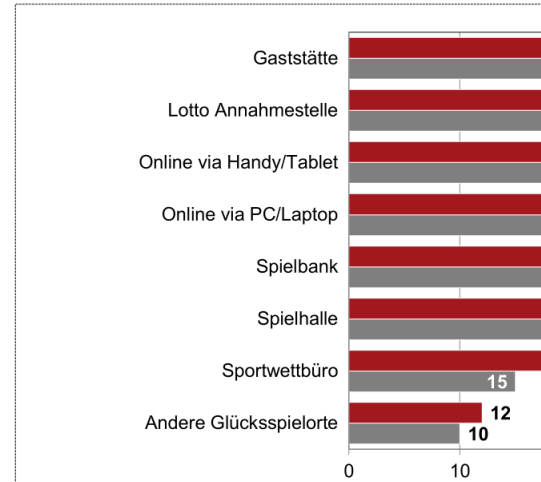
Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Multiproduktkunden 2025

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

Verteilung der Produktnutzungen auf die Teilnahmeorte¹ (Angaben in %)

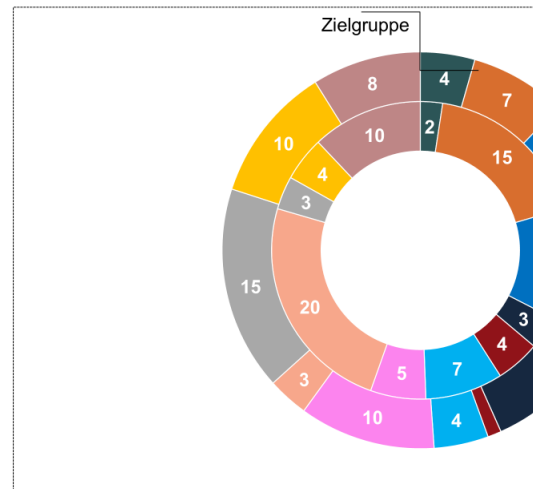


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie das oben genannte Glücksspielangebot genutzt haben. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen? (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen

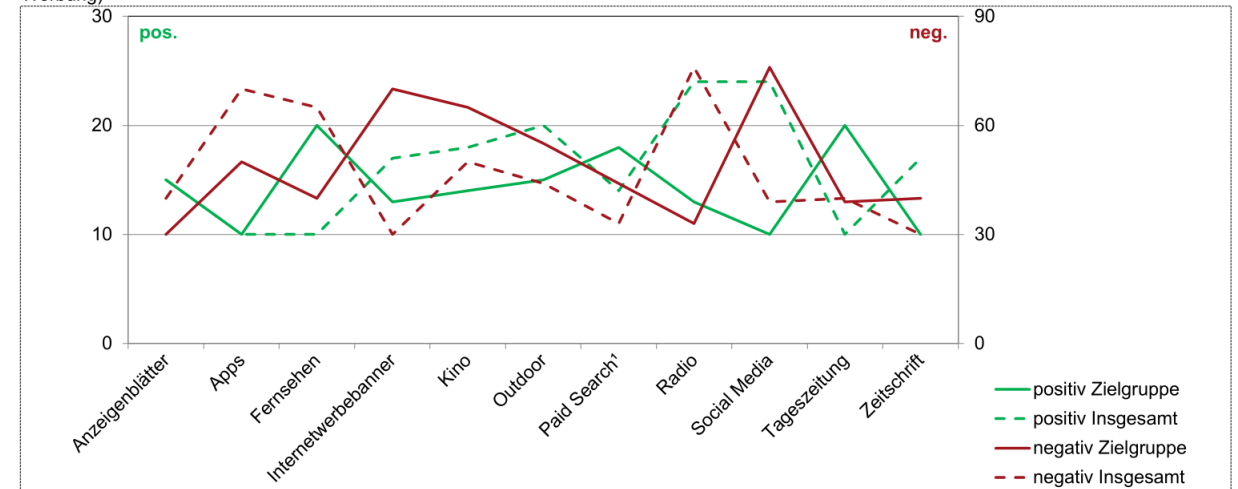


Welche Teilnahmeorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Multiproduktkunden 2025

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 Multiproduktkunden 2025**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Multiproduktkunden 2025

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.

In der Reihe ‚Zielgruppen-Studien‘ sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Social Media Ad Perception Glücksspiel 2025
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Lottospieler bis 45 Jahre 2025
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2025
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2024
- Studie eVisibility Glücksspiel 2024
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2024

Glücksspielbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

