

Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Dt. Fernseh. +++ Dt. Postcode L. +++ FABER +++ GlücksSpir. +++ LOTTO +++ Lottohel. +++ NKL/SKL +++ Oddset +++ PokerStars +++ Spielauto. +++ Spielbank. +++ tipico

Studiensteckbrief

Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Online-Casino 2021

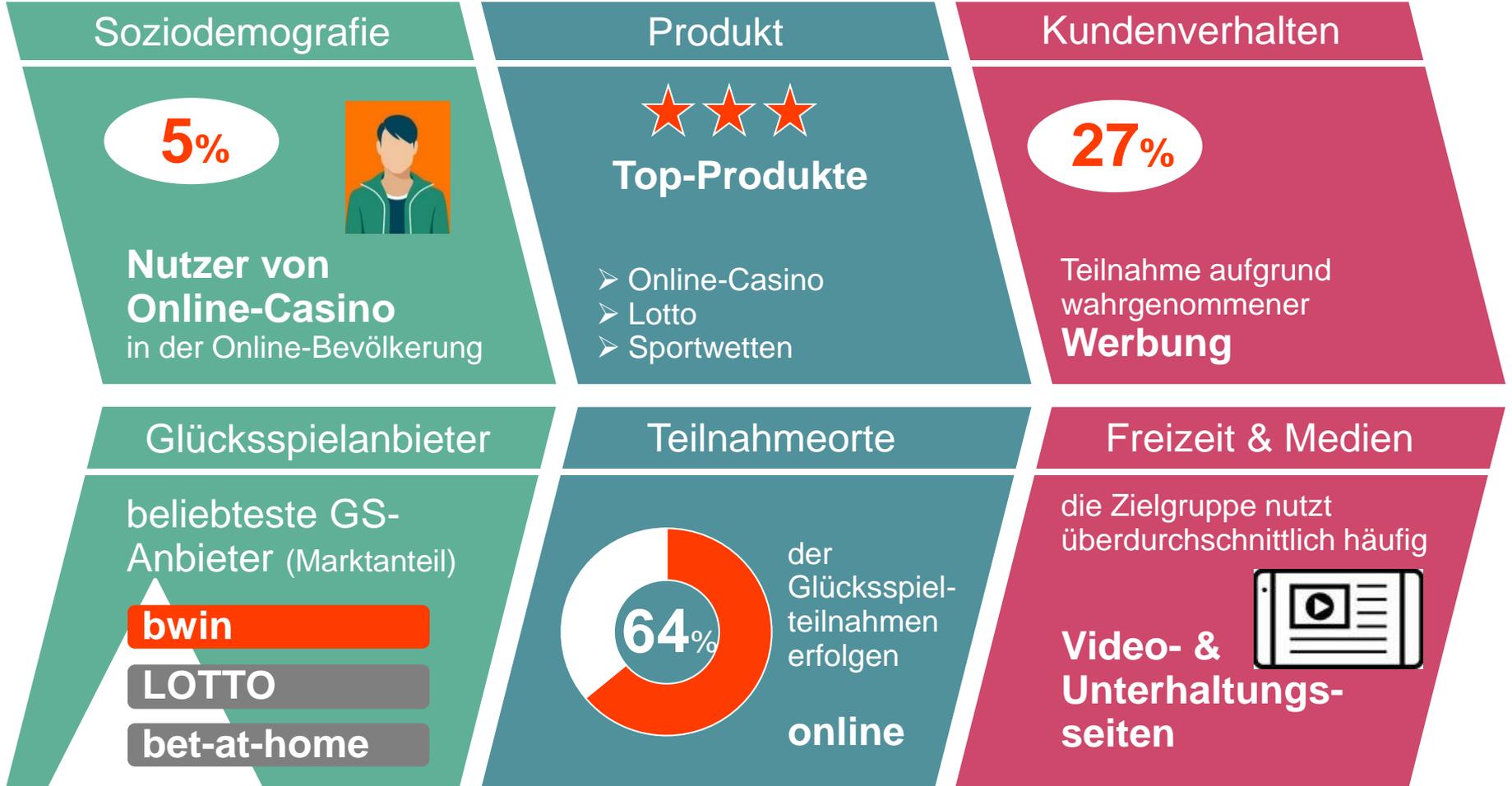
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe der Online-Casino-Kunden wird repräsentiert von Personen, die innerhalb ihrer letzten fünf Glücksspielnutzungen mindestens einmal Online-Casino gespielt haben. Fünf Prozent der 2.000 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.
- Die Zielgruppe hat mehr Bedenken bei der Glücksspielteilnahme als die Vergleichsgruppe der Glücksspielkunden insgesamt.
- Die konkreten Spielanlässe unterscheiden sich deutlich von denen der Vergleichsgruppe.
- Auch einige andere Glücksspielangebote nutzt die Zielgruppe überdurchschnittlich häufig.
- Die Zielgruppe steht Social Media-Werbung 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 Online-Casino**

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

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

alle Information auf **75 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:

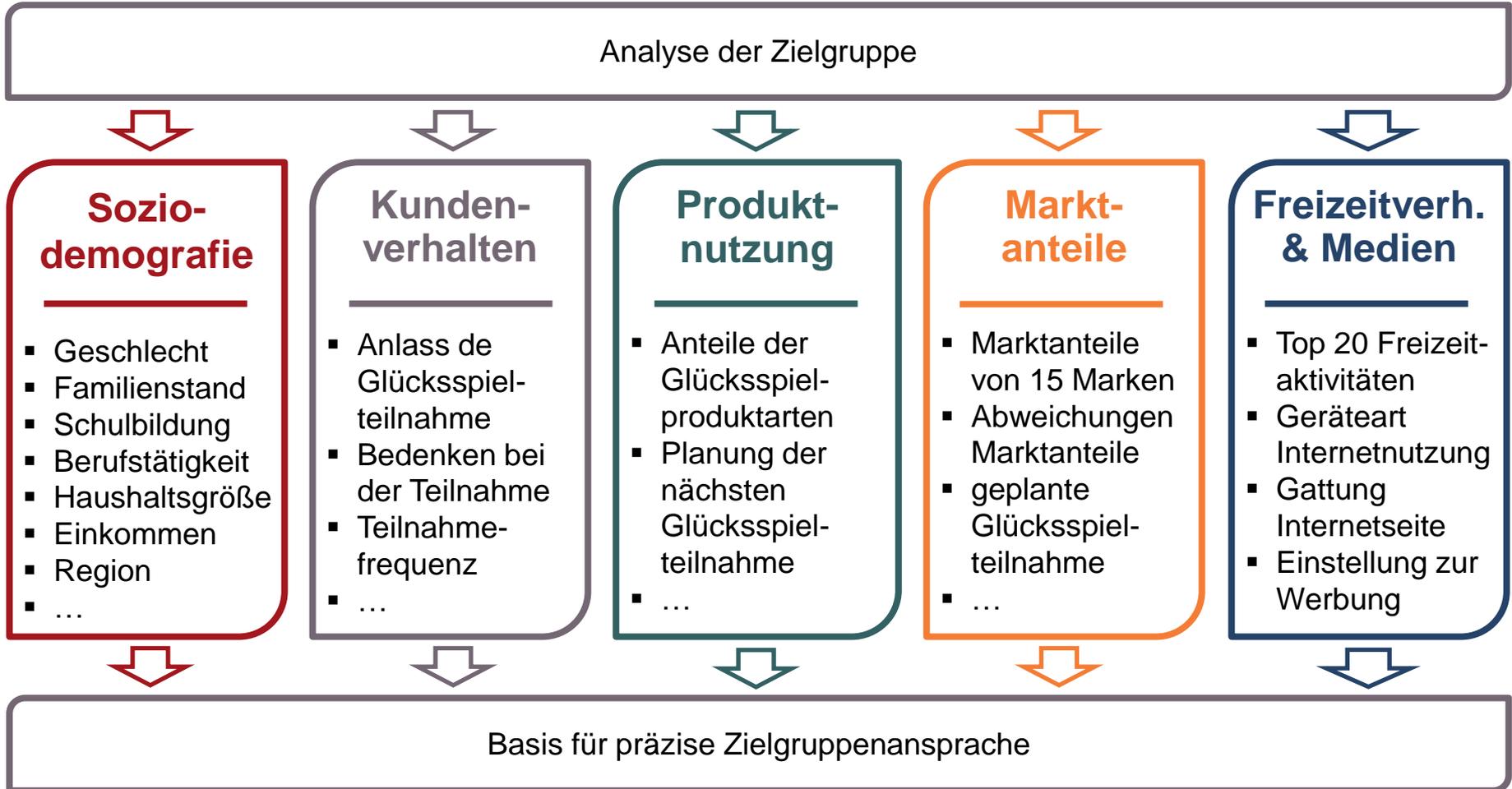
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 5 Prozent aus der Zielgruppe Online-Casino
- im März 2021 erschienen

Preis:

- die 75 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	74

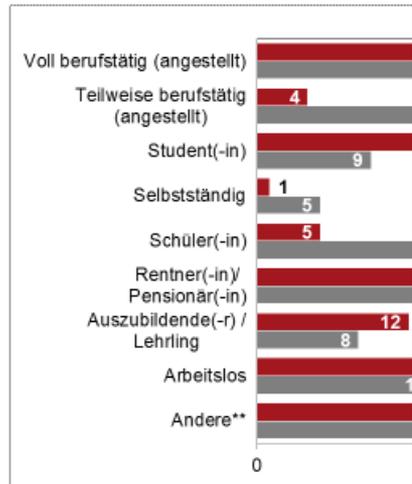


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



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



Kundenverhalten

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



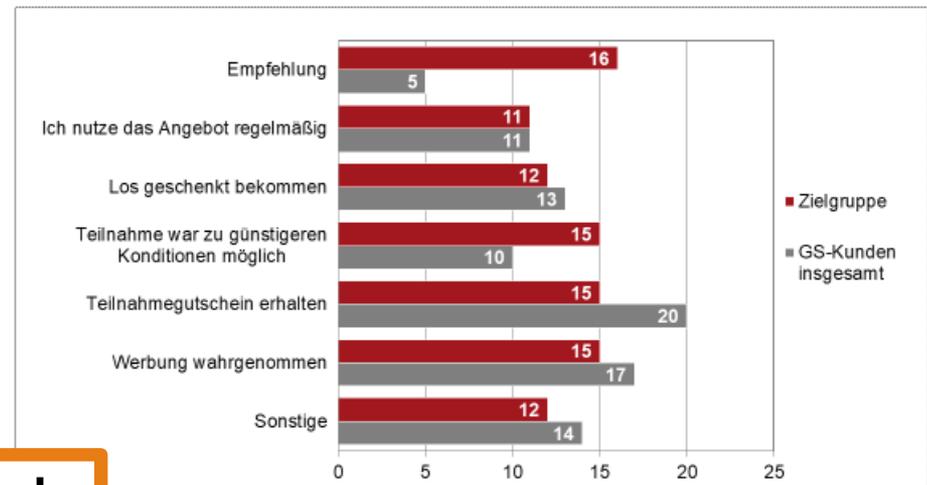
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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
Online-Casino 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 %)



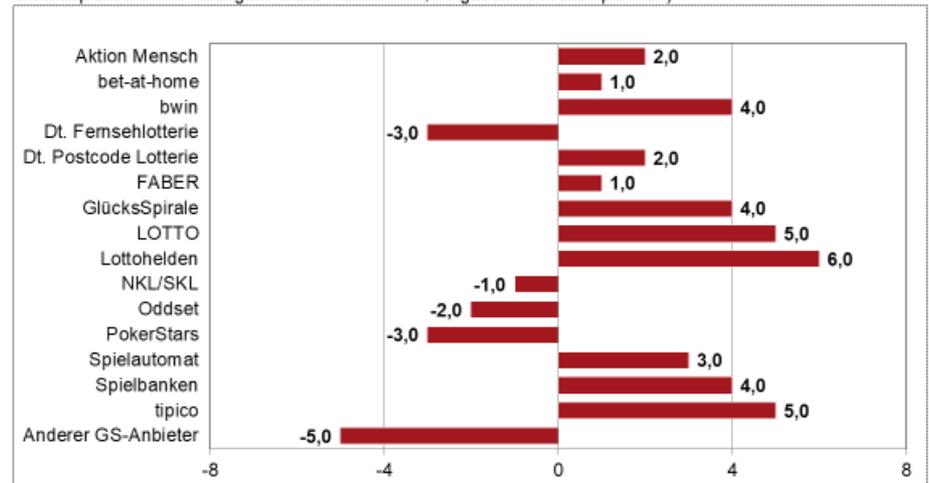
Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Glücksspielanbieter Glücksspielteilnahmen (Glücksspielanbieter)



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)



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021

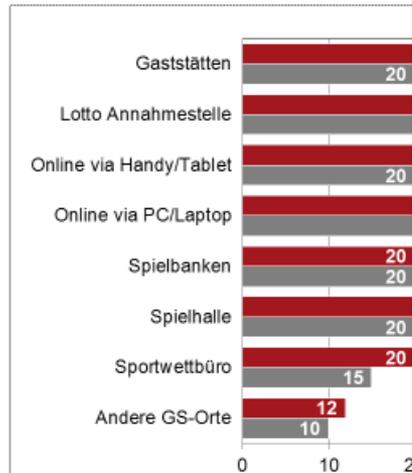
Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

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

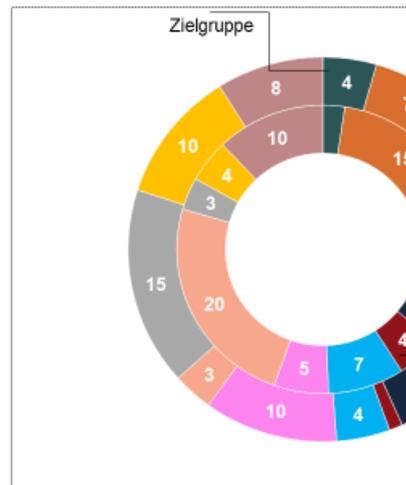


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten GS-A...
 Lesebeispiel: 50% der Befragten aus der Zielgruppe nutzte bei den t...



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



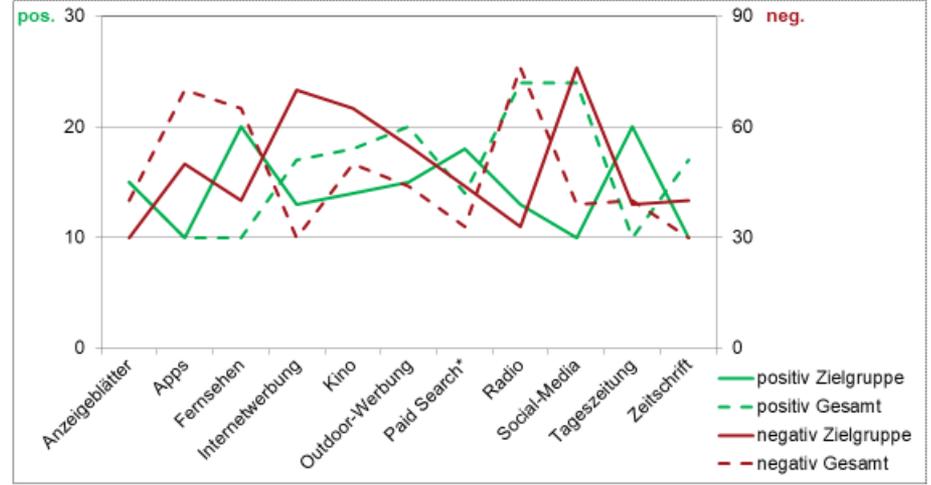
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be...



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); Gesamt = GS-Kunden gesamt; * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021

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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 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 Social Media-Performance Glücksspiel 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2020
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe gelegentliche Nutzer 2020
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Glücksspielbranche wurden seit 2017 über 20 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppen sind bisher fast 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

