

+ 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 Sportwetten 2026

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2026



©Jonathan Borbar/pexels.com



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Sportwetten 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



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



Welche **Motivatoren** sind für Sportwetten-Teilnehmer 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 Sportwetten-Teilnehmer mit Glücksspielanbietern?



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

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

5%



Sportwetten-Spieler
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte

- Sportwetten
- Lotto 6 aus 49
- Rubbellose

Kundenverhalten

52%

Teilnahme aufgrund von **regelmäßiger Nutzung**

Glücksspielanbieter

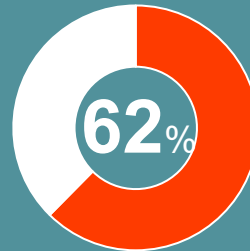
beliebteste Anbieter in allen Glücksspielarten (Marktanteil)

LOTTO

Tipico

bwin

Teilnahmeorte



der Glücksspiel-
teilnahmen
erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig



Computerspiele



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Glücksspiel-
Zielgruppe Sportwetten 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Sportwetten**

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

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **13 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:

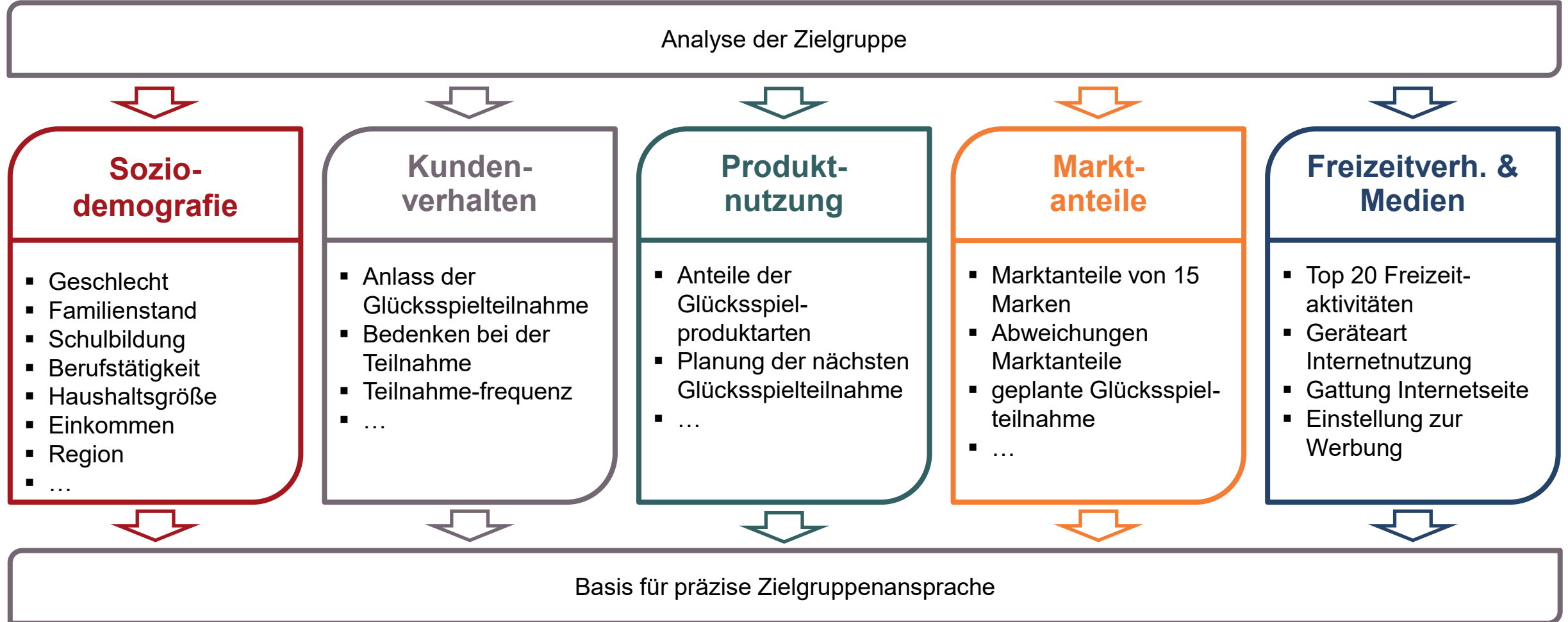
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 5 Prozent aus der Zielgruppe Sportwetten
- im Juli 2026 erschienen

Preis:

- die 71 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, Produktnutzung nach Geschlecht	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Nutzungsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile, Anbieter nach Geschlecht	
➤ Teilnahmeorte	49
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile, Teilnahmeorte nach Geschlecht	
➤ 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

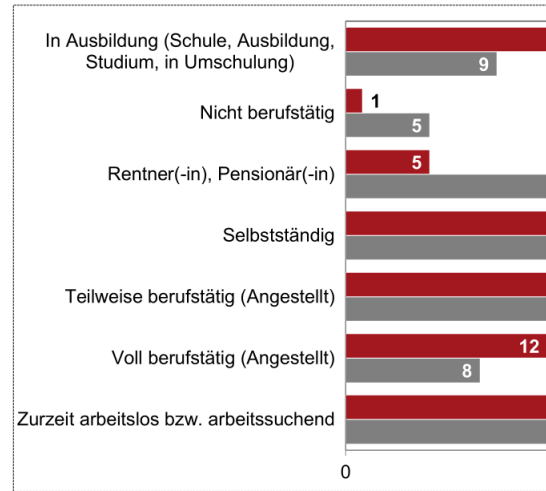


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

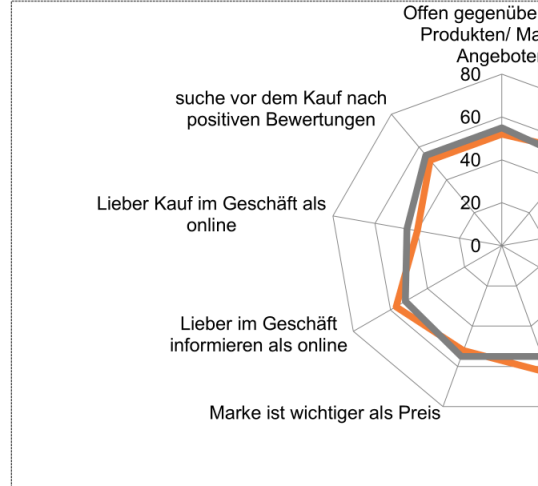


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

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



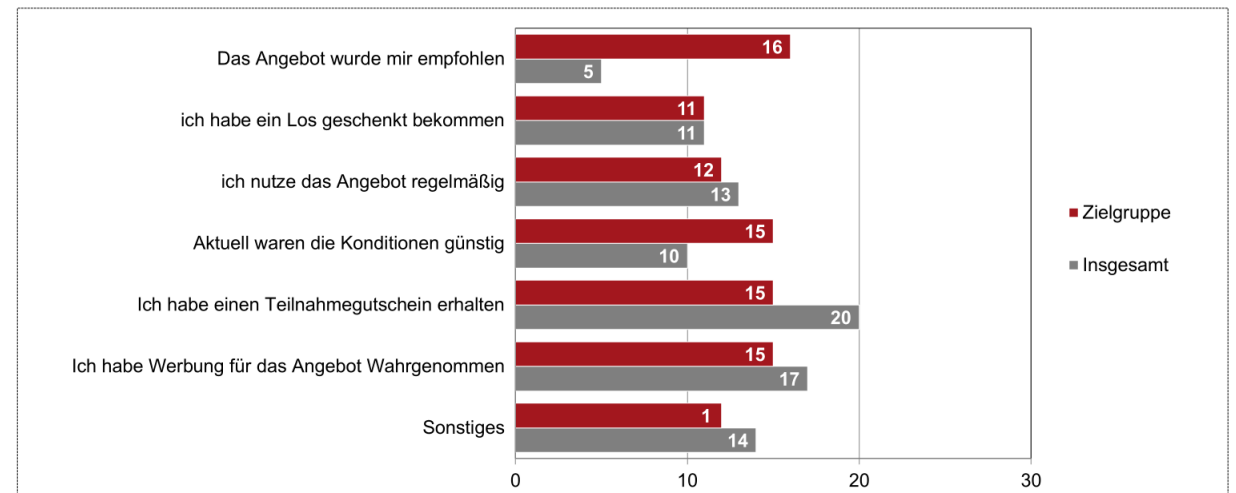
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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 Sportwetten 2026

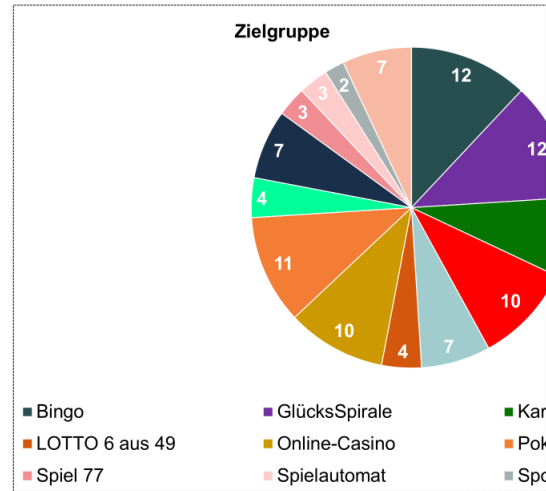
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

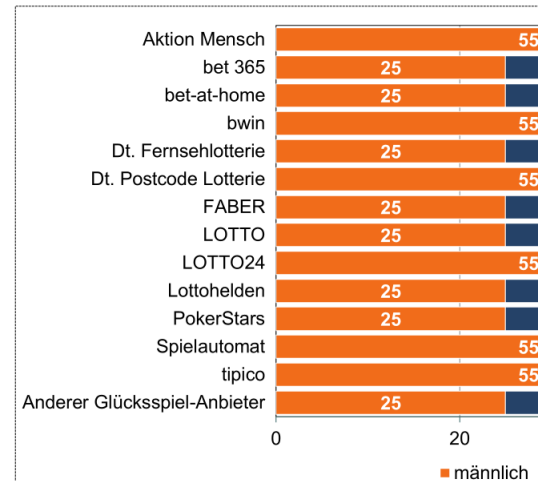
Produktkategorien

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



Anbieter

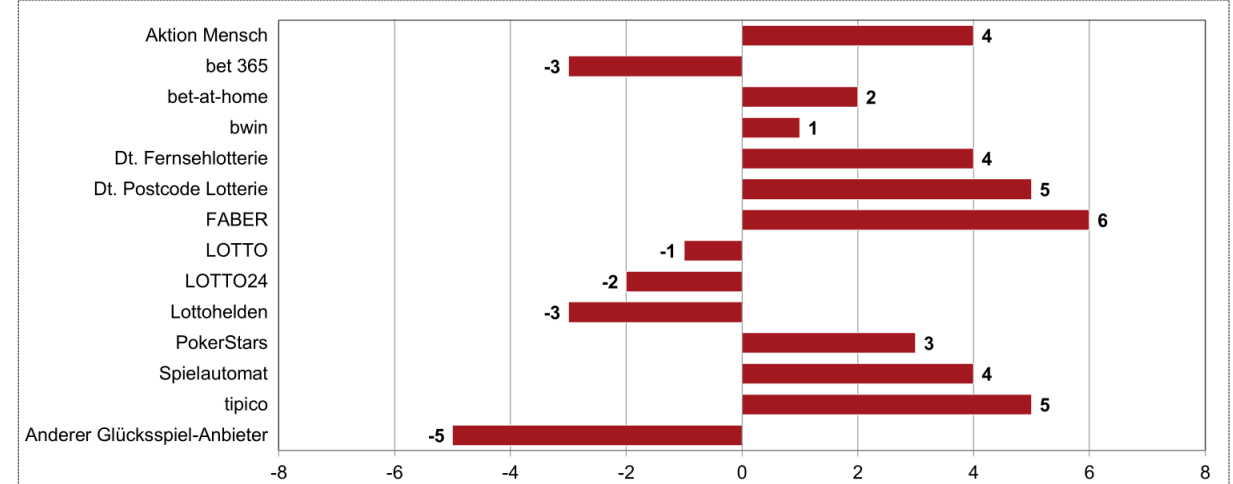
Anteile der Geschlechter nach Anbieter in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)



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

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)

Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

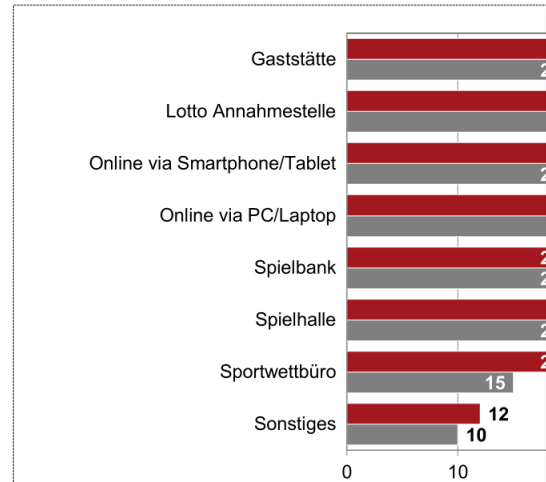
Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

Verteilung der Produktnutzungen auf die Teilnahmeorte¹ (Angaben in %)

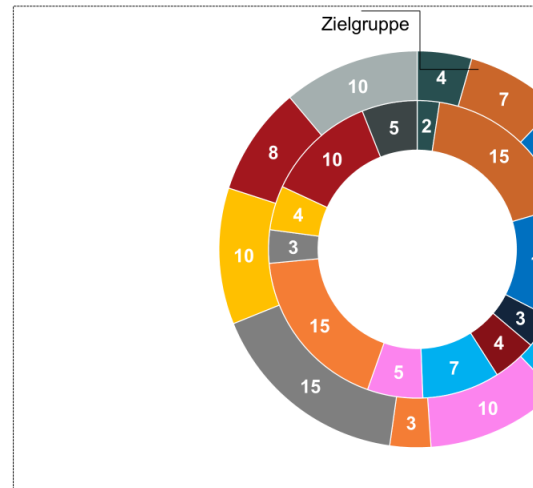


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie das oben genannte Glücksspielangebot genutzt | Glücksspielteilnahme ein Glücksspiel online via Smartphone/Tablet



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



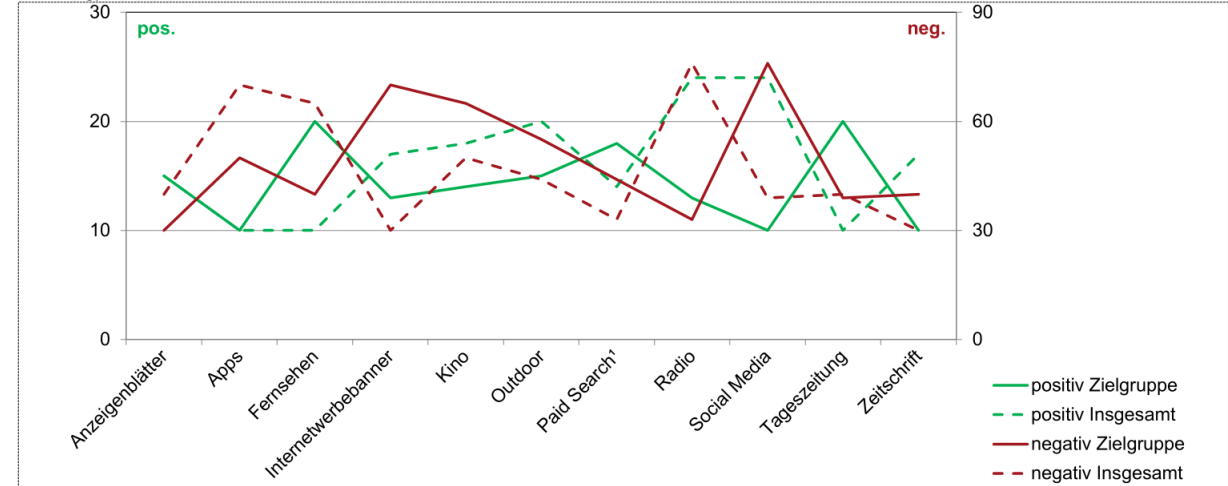
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite z



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 Sportwetten 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 Sportwetten 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. In der Reihe Zielgruppen-Studien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen. Die Zielgruppen werden anhand sozio-demografischer, verhaltensbezogener oder produktnutzungsorientierter Kriterien definiert.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2026
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2026
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2026
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2025
- Studie eVisibility Glücksspiel 2025

Glücksspielbranche: seit 2020 mehr als 40 Studien veröffentlicht

