



Studiensteckbrief

Studie Glücksspielmarkt- Zielgruppe Sportwetten 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Glücksspielmarkt-Zielgruppe Sportwetten 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Zur untersuchten Zielgruppe gehören Personen, die im Rahmen ihrer letzten fünf Glücksspielnutzungen mindestens einmal eine Sportwette abgeschlossen haben. Die Ergebnisse der Zielgruppe werden mit denen der Gesamtheit aller Nutzer von Glücksspielen beziehungsweise mit denen der Online-Bevölkerung kontrastiert.
- Die Hälfte der Nutzer von Sportwetten fallen in die Altersgruppen zwischen 25 und 44 Jahre, über ein Drittel sind ledig.
- Gewohnheit bzw. Regelmäßigkeit ist für die Zielgruppe mit Abstand der häufigste konkrete Anlass zur Nutzung von Glücksspielen.
- Nutzer von Sportwetten wählen als weitere Glücksspielart eher Lotterie, Poker, Roulette, Rubbellose oder Spielautomaten. Bingo, Kartenspiele, Keno, Preisrätsel, Rentenlotterie und Würfelspiele werden seltener genutzt.
- Die Zielgruppe empfindet Werbung im Internet als deutlich glaubwürdiger und informativer als die Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Nutzer von Sportwetten**

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

Nutzung staatlicher und privater **Glücksspielformen und -anbieter**

alle Information auf **68 PowerPoint-Seiten**

als **pdf- und ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

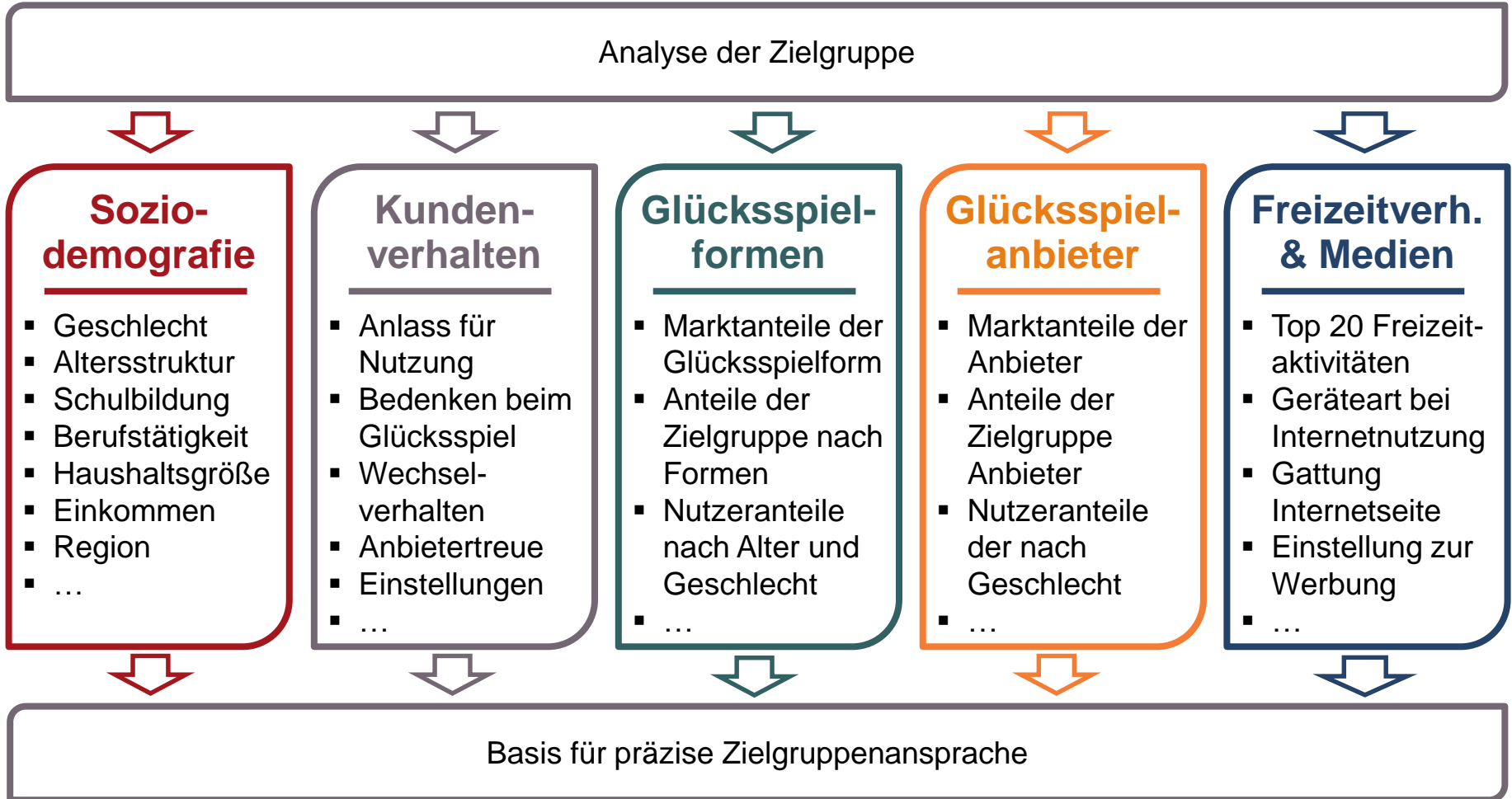
Forschungsdesign:

1.000 Online-Interviews wurden in 2016 für die vorliegende Studie online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 8,2 Prozent aus der Zielgruppe „Nutzer von Sportwetten“. Die Studie erschien im August '17.

Preis:

Die 68 Seiten umfassende Studie kostet **900 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 7 |
| ➤ Soziodemografie | 11 |
| Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung 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 gespielten Glücksspiels, Bedenken beim Glücksspiel, Wechselverhalten zwischen Anbietern und Glücksspielformen, Wechselintensität, Verhältnis staatlicher und privater Anbieter | |
| ➤ Glücksspielformen | 35 |
| Marktanteile innerhalb der Zielgruppe und an allen Glücksspielnutzungen, Abweichungen der Zielgruppe von den Gesamtanteilen, Anteile der Zielgruppe an allen Nutzern nach Glücksspielformen, Glücksspielformen nach Geschlecht und Alter | |
| ➤ Glücksspielanbieter | 45 |
| Marktanteile innerhalb der Zielgruppe und an allen Glücksspielnutzungen, Abweichungen der Zielgruppe von den Gesamtanteilen, Anteile der Zielgruppe an allen Nutzern nach Glücksspielanbieter, Glücksspielanbieter nach Geschlecht und Alter | |
| ➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung | 55 |
| Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der zuletzt besuchten Internetseite, Einstellung zur Werbung | |
| ➤ Kontakt | 67 |

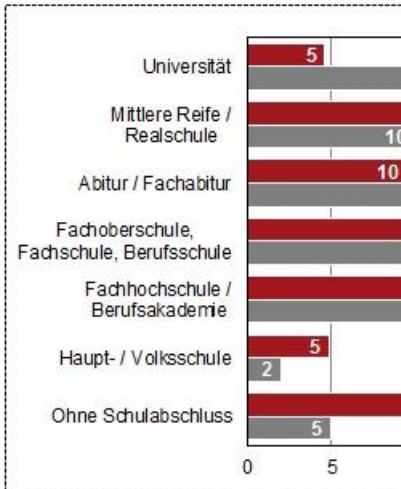


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Höchster Bildungsabschluss



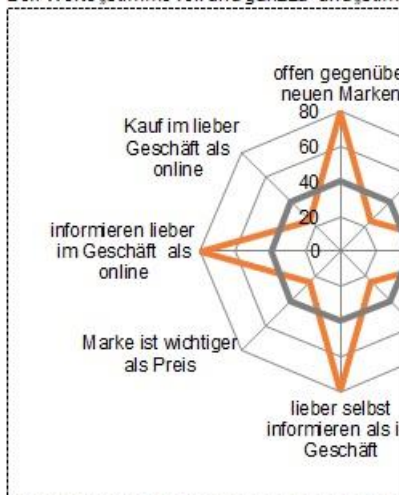
Fragestellung: Was ist Ihr höchster Ausbildungsgrad, den Sie bis zur



Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Kundenverhalten

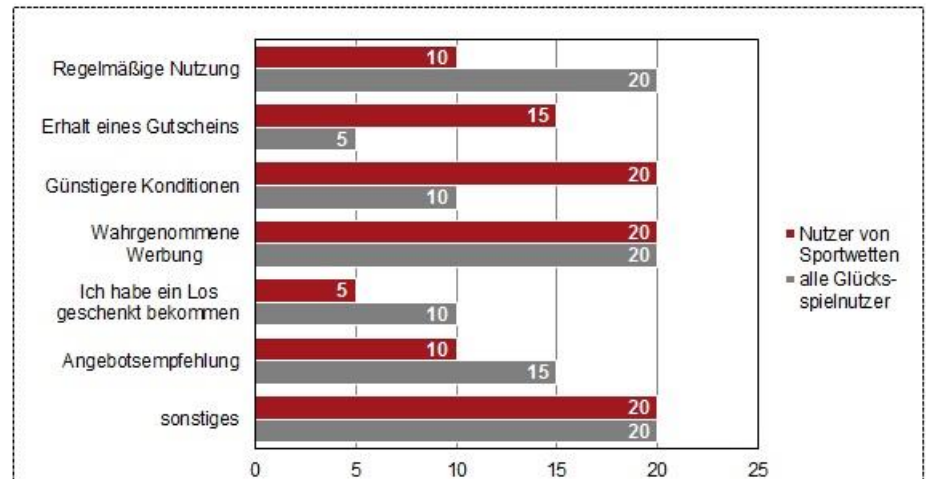
Kundenverhalten der Nutzer von Sportwetten im Vergleich zur Gesamtstichprobe (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



Fragestellung: Welche der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt genutzten Glücksspiels



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt gespielte Glücksspiel genutzt? (Mehrfachantworten möglich)



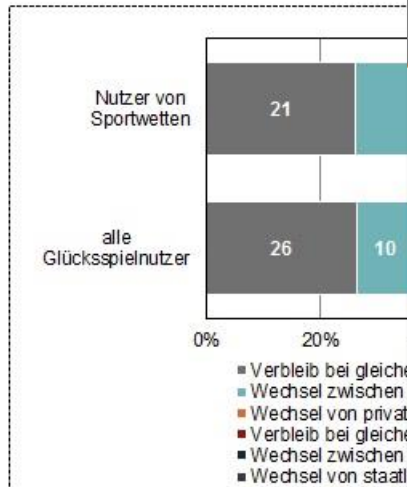
Studie: Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2017

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenverhalten

Wechsel zwischen staatlichen und privaten Glücksspielanbietern*

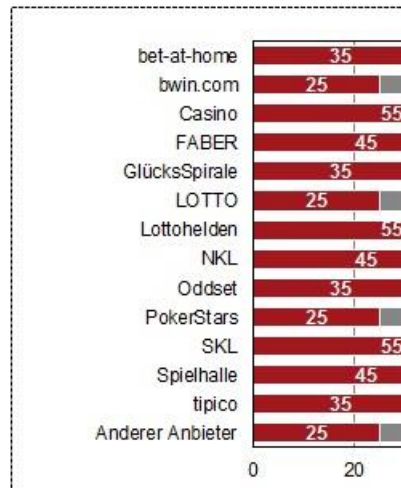


Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welcher Anbieter und die nächste geplante Glücksspielnutzung.

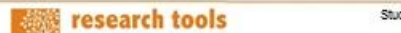


Glücksspielanbieter

Anteile der Zielgruppe nach Glücksspielanbieter* (Angaben in %)



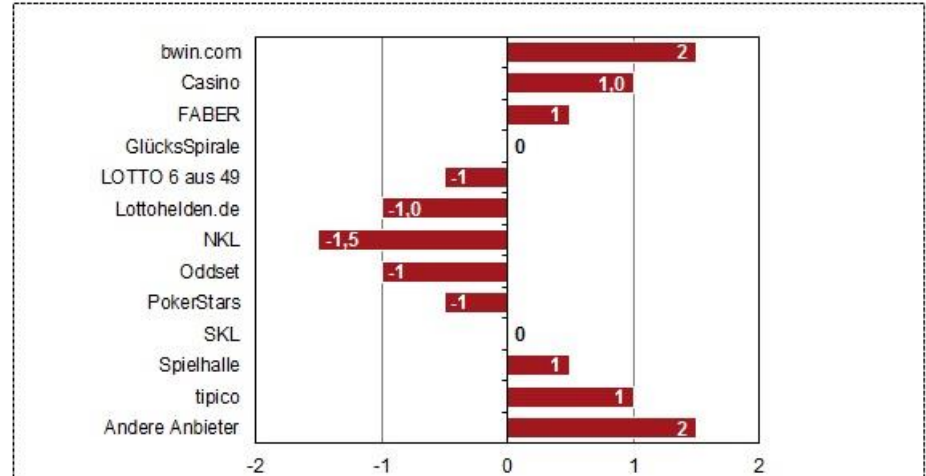
Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welchem Anbieter zuletzt genutzt haben.



Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Glücksspielanbietern?

Glücksspielanbieter

Abweichungen der Marktanteile der Glücksspielanbieter* | Marktanteil Zielgruppe abzüglich Marktanteil Gesamtstichprobe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welchem Anbieter zuletzt genutzt haben. *Basis: vergangene fünf Glücksspielnutzungen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2017

Wie steht es mit der Anbietertreue der Zielgruppe?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Glücksspielformen

Anteile der Glücksspielformen an allen Glücksspielnutzungen* (Angaben in %)

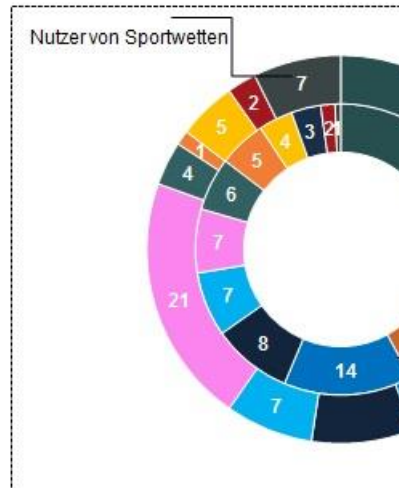


Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei weitem am liebsten spielen.
Studie



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite



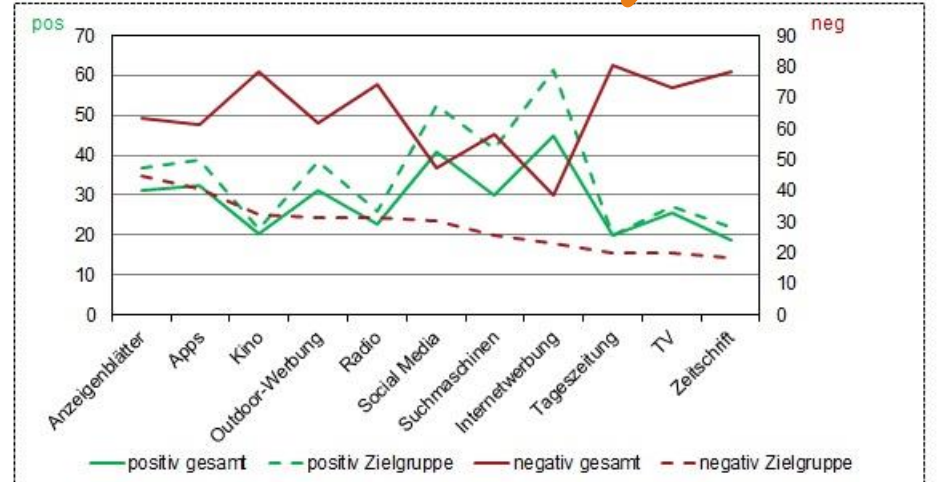
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite am liebsten zuordnen?
Studie



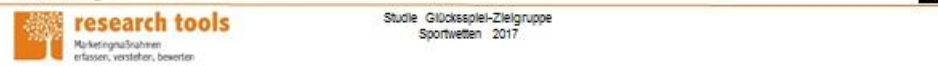
Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven¹ und negativen² Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie zum Abschluss folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); ¹ 'glaubwürdig, informativ, unterhaltend, wird erinnert, flüchtig'



Welche Anteile haben die Glücksspielformen?

Bestellformular

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

E-Mail: uwe.matzner@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 900 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Glücksspielmarkt-Zielgruppe Sportwetten 2017.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@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 Glücksspielmarkt-Zielgruppe Lottokunden 2017
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2017
- Studie Marketing Mix Analyse Sportwetten 2017
- Studie Marketing Mix Analyse Rubbellose 2016
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2016
- Studie eVisibility Glücksspiel 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2016 sind sechs Studien zur Glücksspielbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

