

Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Dt. Fernseh. +++ Dt. Postc. L. +++ FABER +++ GlücksSpirale
+++ LOTTO +++ Lottoheld. +++ NKL/SKL +++ Oddset +++ PokerStars +++ Spielauto. +++ Spielbank. +++ tipic

Studiensteckbrief

Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2020

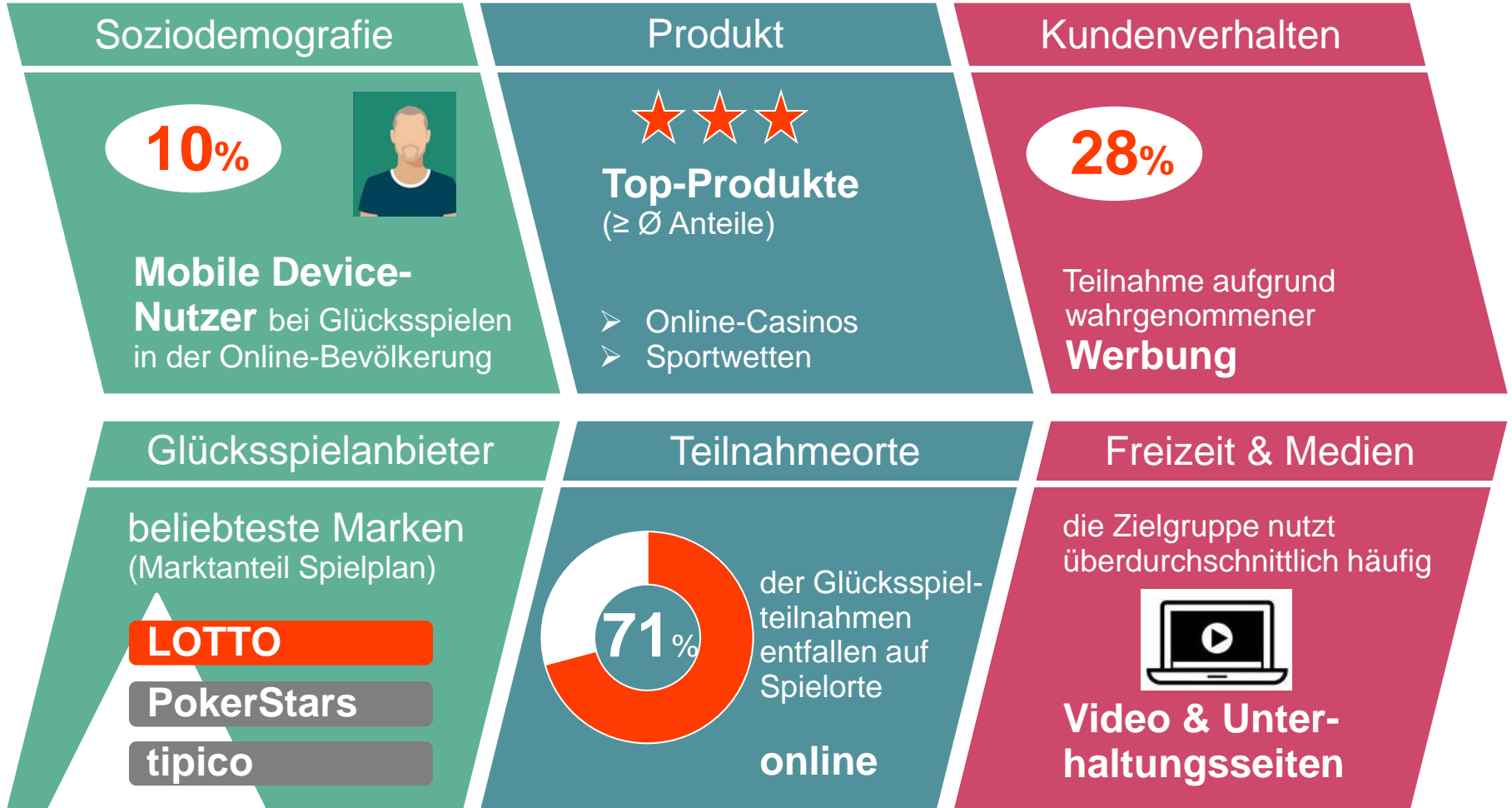
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Mobile Device-Nutzer wird repräsentiert von Personen, die innerhalb der letzten Glücksspielnutzungen mindestens einmal ein Glücksspielangebot online via Handy oder Tablet genutzt haben. Zehn Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Glücksspielmarkt analysiert wird.
- Die Altersgruppe der 18- bis 34-Jährigen ist in der Zielgruppe Mobile Device wenig überraschend deutlich stärker repräsentiert als in der Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe verfügt im Durchschnitt über ein höheres jährliches Haushalts-Bruttoeinkommen als die Befragten der Gesamtbevölkerung.
- Mobile Device-Nutzer zeigen sich bei der Wahl der Glücksspielanbieter weniger treu als die Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe hat mehr Bedenken bezüglich der Glücksspielteilnahme als die Gesamtbevölkerung.
- Die Gruppe der Mobile Device-Nutzer reagiert auf Werbung insgesamt positiver als die Gesamtbevölkerung. Drei Offline-Mediengattungen verzeichnen überdurchschnittliche Akzeptanzwerte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Mobile Device-Nutzer**

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

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **15 Anbieter**

alle Information auf **80 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

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

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

Forschungsdesign:

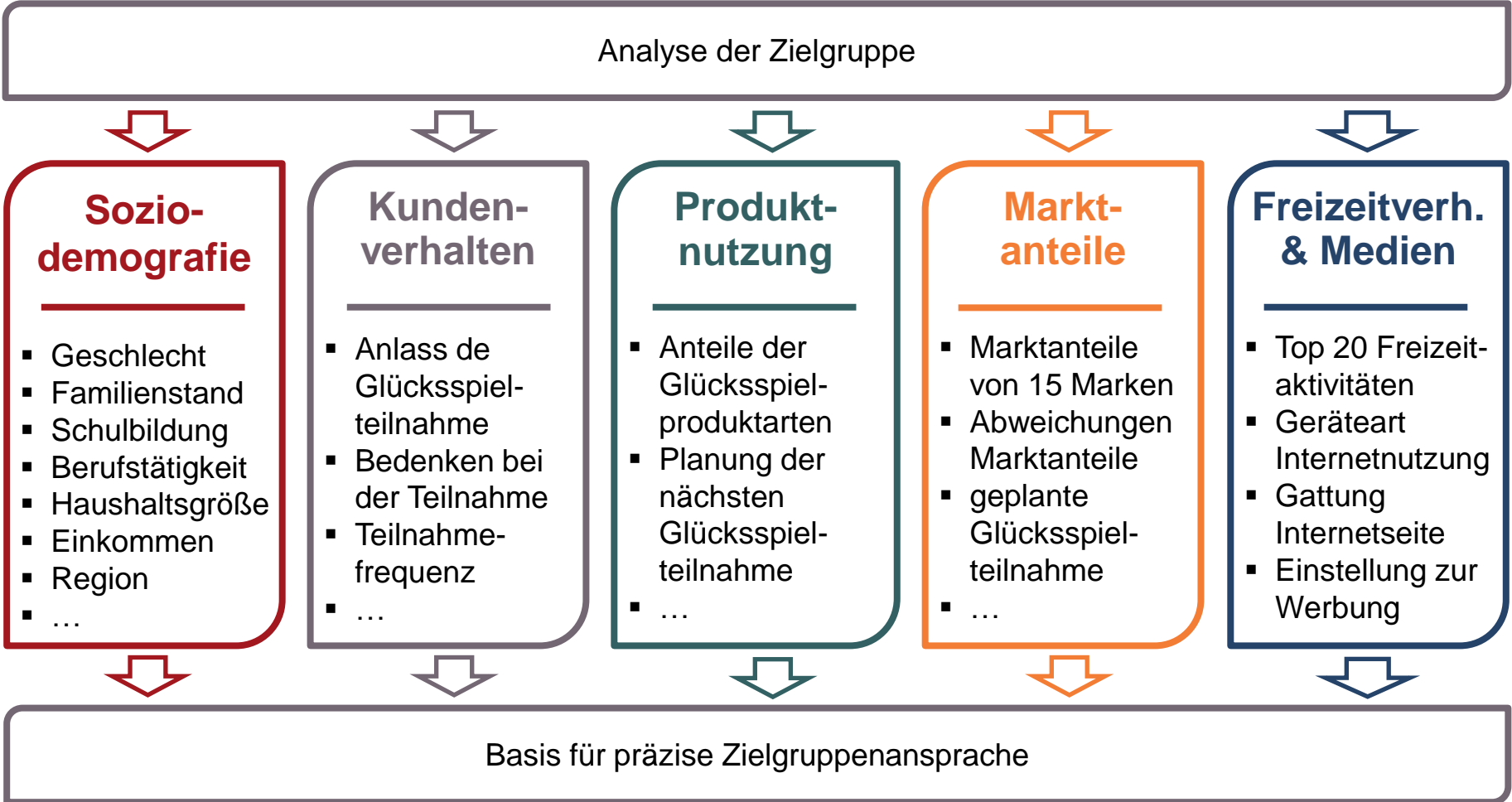
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 10 Prozent aus der Zielgruppe Mobile Device-Nutzer
- im Mai 2020 erschienen

Preis:

- die 80 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

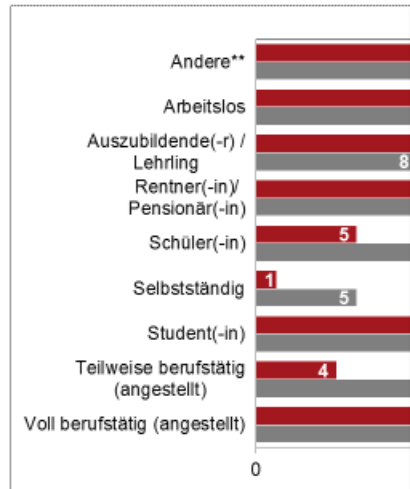
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt genutzten Glücksspielangebots, Bedenken bei der Teilnahme, treue Kunden und Brandhopper, Teilnahmeart des zuletzt genutzten Glücksspielangebots, Frequenz der Teilnahmen	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf genutzte Produktkategorien, voraussichtlich nächste Glücksspielteilnahme, Differenz der Marktanteile	
➤ Glücksspielanbieter	42
Verteilung der Glücksspielanbieter, Marktanteile der Glücksspielanbieter, Abweichungen Marktanteile, Teilnahmeplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Teilnahmeorte	52
Verteilung der Teilnahmeorte, Marktanteile der Teilnahmeorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	62
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	79

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

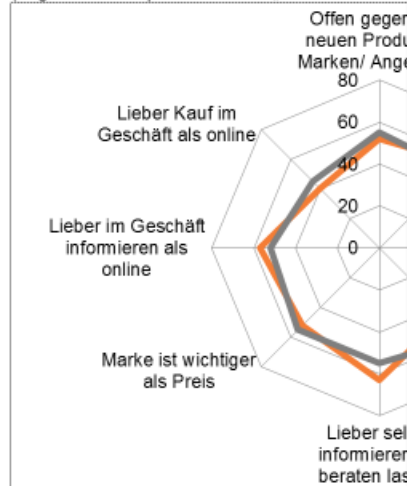


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



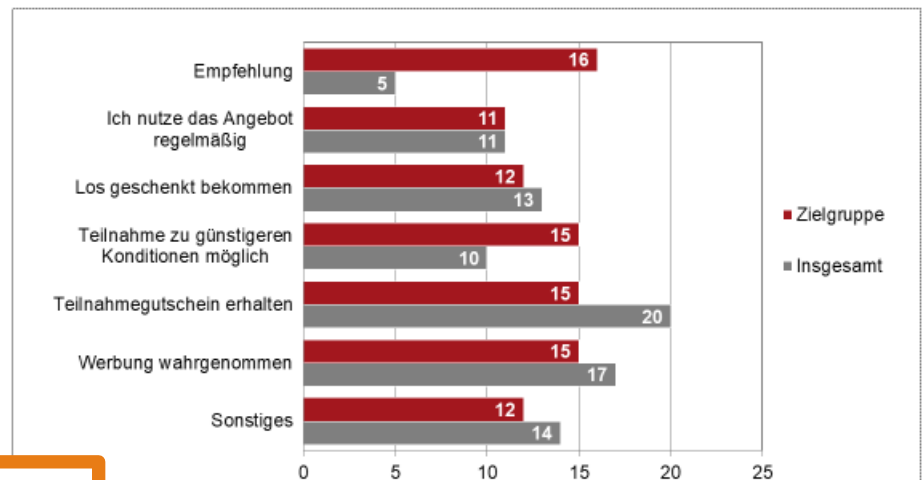
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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 wahrgenommen? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Mobile Device 2020

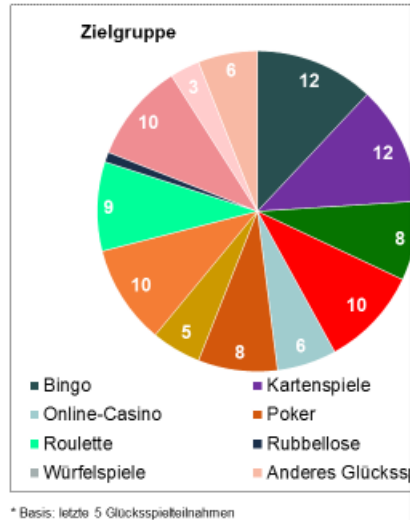
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

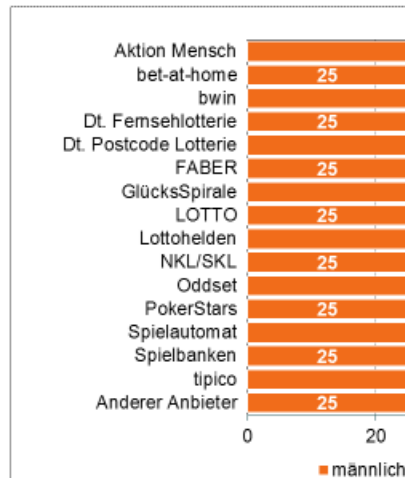
Produktkategorien

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



Glücksspielanbieter

Anteile der Geschlechter nach Glücksspielanbieter in der Zielgruppe (Angaben in %)

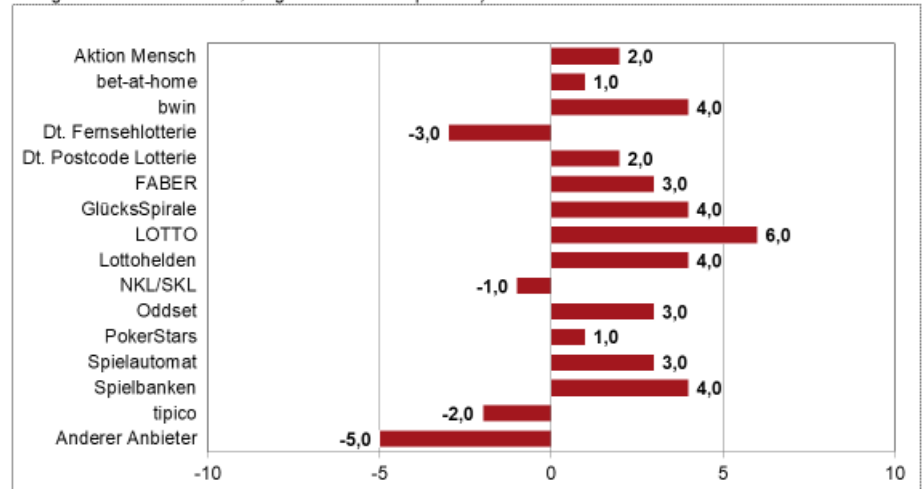


Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben Glücksspielteilnahmen (Glücksspielanbieter)

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Glücksspielanbietern?

Glücksspielanbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe * (geplante Teilnahme abzüglich letzte Teilnahmen, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben genannten Glücksspielangebote genutzt haben. * Basis: letzte 5 Glücksspielteilnahmen (Glücksspielanbieter)

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

Welche Produktgruppen nutzt die Zielgruppe verstärkt?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

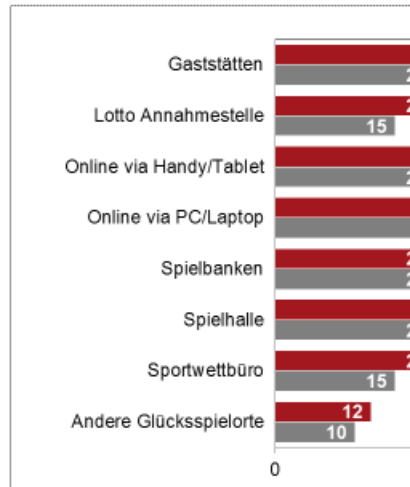
Studie Glücksspiel-Zielgruppe
Mobile Device 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Teilnahmeorte

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

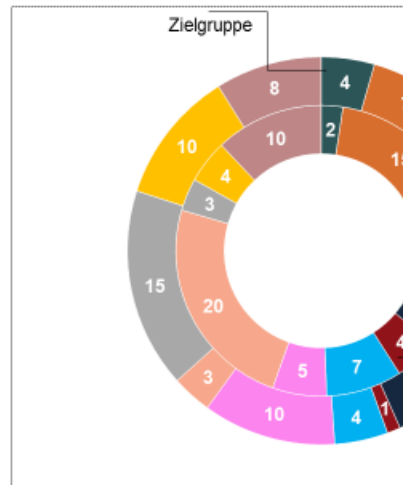


Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Glücksspielteilnahme bei den bis zu fünf letzten Glücksspielteilnahmen eine Lotto Annahme



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt b

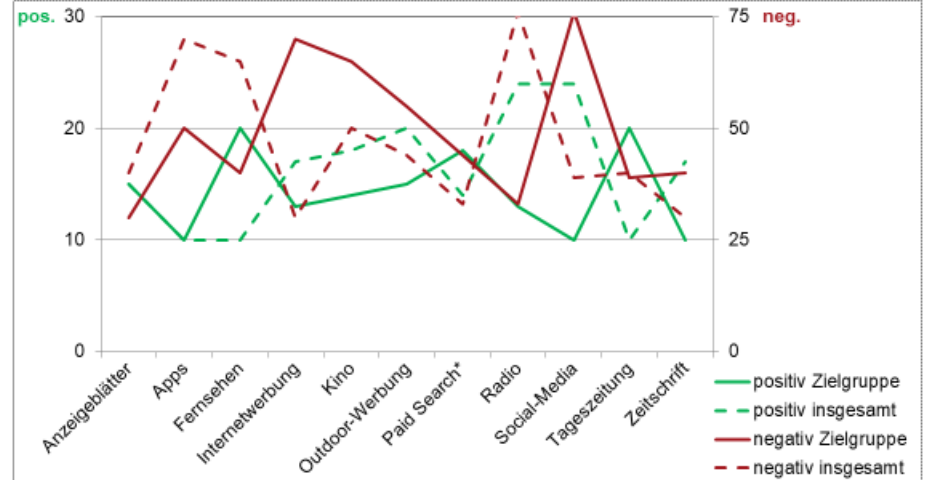


Welche Teilnahmeorte sind in der Zielgruppe beliebt?

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); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2020

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 Mobile Device 2020.

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 Branche Glücksspiel erschienen:

- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2019
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2019
- Marketing Mix Analysis Virtual Sports Betting 2019
- Studie Sponsoring Glücksspiel 2018
- Studie eVisibility Glücksspiel 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Glücksspielbranche wurden seit 2015 16 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher über 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

