

+++ Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ FABER +++ LOTTO ++
+ Lottohelden +++ NKL/SKL +++ PokerStars +++ Spielautomaten +++ Spielbanken +++ tipico +++ Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ D

Studiensteckbrief

Studie Kundenpfade Glücksspiel 2023

Längsschnittanalyse von Produktnutzung
und Wechselverhalten

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Kundenpfade Glücksspiel 2023

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Einige Produktgruppen wie beispielsweise Rubbellose weisen einen, im Vergleich mit anderen Produktgruppen, deutlich höheren Frauenanteil auf.
- Die Lottoannahmestelle belegt unter den Teilnahmeorten beim Glücksspiel nur Rang zwei.
- Jede zweite Glücksspielteilnahme erfolgte wiederholt und ohne Wechsel des Anbieters.
- Geringe Gewinnchancen gehören zu den primären Bedenken beim Glücksspiel.
- Die Frequenz der Nutzung von Glücksspielen ist von Spieler zu Spieler extrem unterschiedlich.
- Empfehlungen sind einer der wichtigen Motivatoren für eine Glücksspielteilnahme.
- Drei Produktkategorien sind typische Einstiegsprodukte für Glücksspielkunden.
- Gain-Loss-Analysen weisen einen Anbieter mit besonders stabiler, treuer Klientel aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

der Kunde

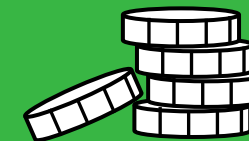
Kunden bis 44 Jahre



das Produkt

Glücksspiele mit höchstem Männeranteil:

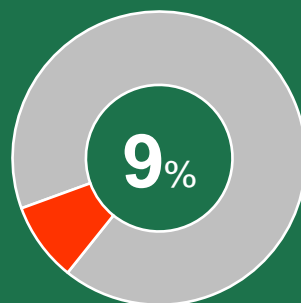
- Sportwetten
- Roulette
- Spielautomat



der Gedanke

Teilnahmemotivation:

Empfehlung



der Weg



liegt für knapp die Hälfte der Kunden zwischen zwei Glücksspielteilnahmen



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Kundenpfade Glücksspiel 2023

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Längsschnittanalyse Produktnutzung und Wechselverhalten:
Produkt- und Anbieterwahl, Teilnahmeort, Motivation, Wechselverhalten

zu **13 Glücksspielanbieter** und **13 Produktgruppen**

auf Basis von **4.000 online-repräsentativen Interviews**,
davon **2.213 Glücksspielkunden**

viele Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich**
auf 142 PowerPoint-Seiten

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

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

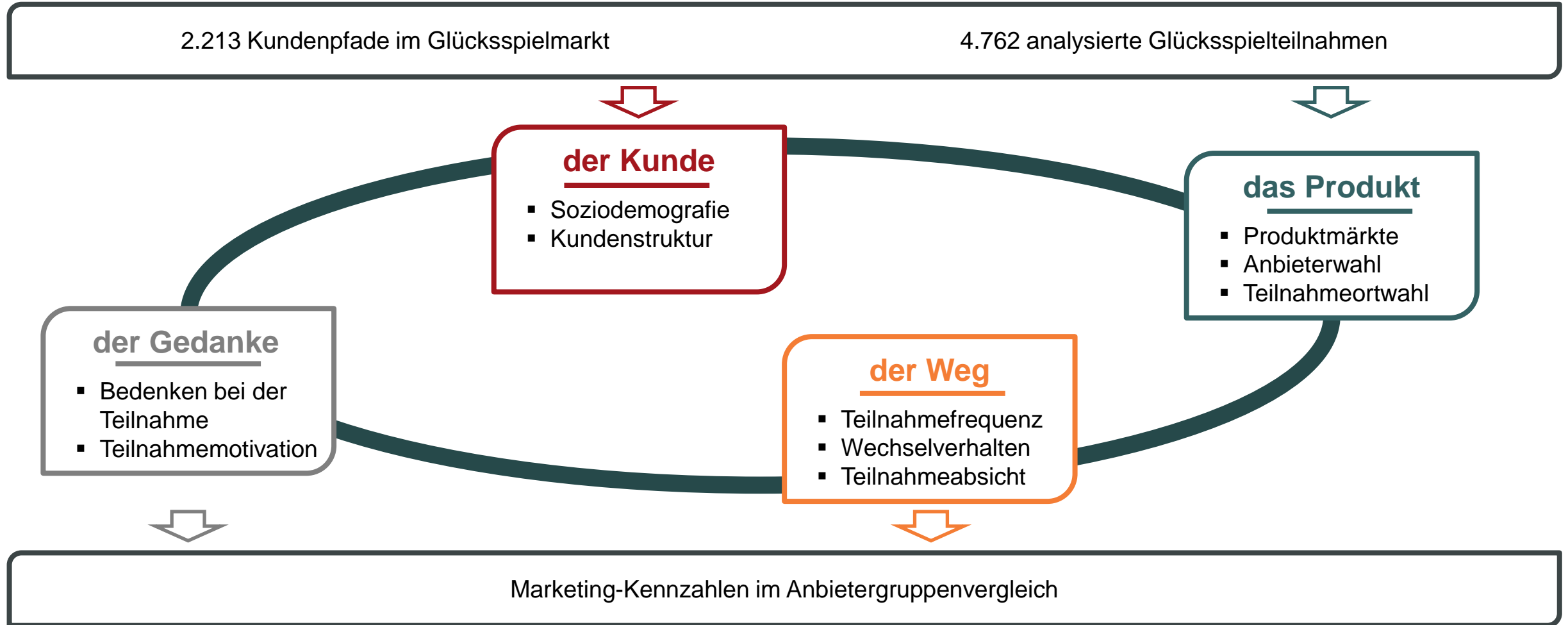
Nutzen: Kundenpfade im Glücksspielmarkt

untersuchte Glücksspiel- produktgruppen:

- Bingo
- Kartenspiele
- Keno
- Lotto
- Online-Casino
- Poker
- Preisrätsel / Quizshow
- Rentenlotterie
- Roulette
- Rubbellose
- Spielautomat
- Sportwetten (inkl. Toto)
- Würfelspiele

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- welche Kundenstruktur besteht in den einzelnen Produktgruppen?
- welche Marktanteile und Nutzerprofile weisen die Anbieter auf?
- welche Teilnahmemotivation begründet die Glücksspielteilnahme?
- welche Bedenken haben die Glücksspielnutzer?
- welche Teilnahmeorte für Glücksspiele werden bevorzugt?
- zwischen welchen Anbietern wechseln die Kunden?
- welche Teilnahmefrequenzen weisen die Kunden in der Branche auf?
- welches Wechselverhalten zeigt die geplante Glücksspielteilnahme?
- bei welchen Marketing-Kennzahlen zeigen sich Potenziale?

Die Studie in Zahlen:

- 4.000 Online-Interviews
- 2.213 Kundenpfade
- 4.762 analysierte Glücksspielteilnahmen
- bis zu 13 im Detail analysierte Anbieter
- 13 Glücksspiel-Produktgruppen
- 8 Marketing-Kennzahlen im Vergleich
- Informationen auf 142 Studienseiten

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Online-Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 2.213 Personen mit Glücksspielteilnahme. Zielsetzung der Studie ist die Identifikation der Kundenpfade im Glücksspielmarkt. Die Studie ist im Mai 2023 erschienen.

Preis der Studie: Die 142 Seiten umfassende Studie kostet **4.400 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Soziodemografie der Glücksspielkunden	16
➤ Produktmärkte	29
Genutzte Glücksspiele, Soziodemografie der Kunden in den Glücksspielproduktgruppen, Nutzungsreihenfolge nach Produktgruppen, Anzahl genutzter Glücksspielproduktarten, zuletzt persönlich verwendete Glücksspielprodukte	
➤ Teilnahmeorte	49
Teilnahmeort der Glücksspiele, Soziodemografie der Kunden der verschiedenen Teilnahmeorte, Teilnahmeort nach Glücksspielkunden, Teilnahmeort nach Glücksspielproduktgruppe, Nutzungsreihenfolge nach Teilnahmeort, Anzahl genutzter Teilnahmeorte	
➤ Kundenstruktur der Glücksspielkunden	63
➤ Anbieterwahl	70
Produktgruppenübergreifende Marktanteile der Anbieter, Nutzungsreihenfolge nach Glücksspielkunden, Anzahl genutzter Anbieter	
➤ Teilnahmemotivation	76
Teilnahmemotivation in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Teilnahmemotivation in den Glücksspielproduktgruppen	
➤ Bedenken bei der Teilnahme	84
Bedenken nach Produktgruppen, Bedenken nach Abschlussart, Bedenken in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Bedenken in den Produktgruppen	

Inhaltsverzeichnis

➤ Teilnahmefrequenz	93
Teilnahmefrequenz insgesamt, Teilnahmefrequenz nach Anbietergruppen, Teilnahmefrequenz nach Produktgruppen	
➤ Wechselverhalten	98
Nutzungsart des letzten Glücksspieles, Nutzungsart in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Nutzungsart in Produktgruppen, Kundenausschöpfung, Anbieterwechsel von...zu, Produktgruppenwechsel von...zu, Gain-Loss-Analyse Teilnahmehistorie nach Anbieter, Anzahl genutzter Anbieter, Brandhopper nach Anbieter, Wechsel zwischen Anbietergruppen, Gain-Loss-Analyse Teilnahmeplan nach Anbieter	
➤ Teilnahmeplan	121
Geplante Glücksspielteilnahmen, Differenz der Marktanteile (Teilnahmeabsicht abzüglich letzte Teilnahmen), Soziodemografische Struktur der Kunden mit Teilnahmeplan nach Produktgruppen, Soziodemografische Struktur der Kunden mit Teilnahmeplan nach Anbieter	
➤ Kennzahlen der Glücksspielanbieter	135
Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, regelmäßige Nutzung, Brandhopper, Kundenloyalität, Preisreagibilität, Cross-Selling	
➤ Kontakt	141

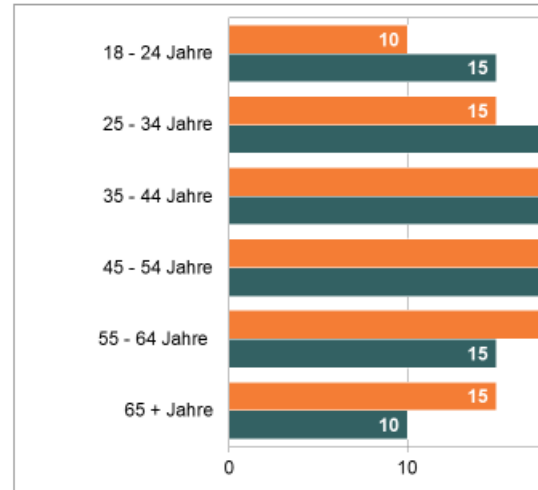


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie der Glücksspielkunden

Altersverteilung der Glücksspielkunden (Angaben in %)

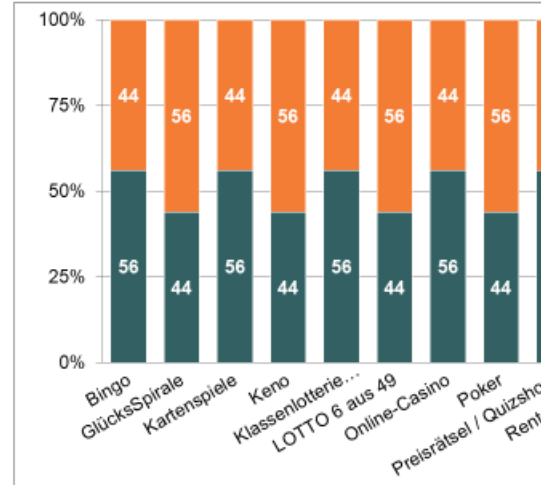


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Produktmärkte

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



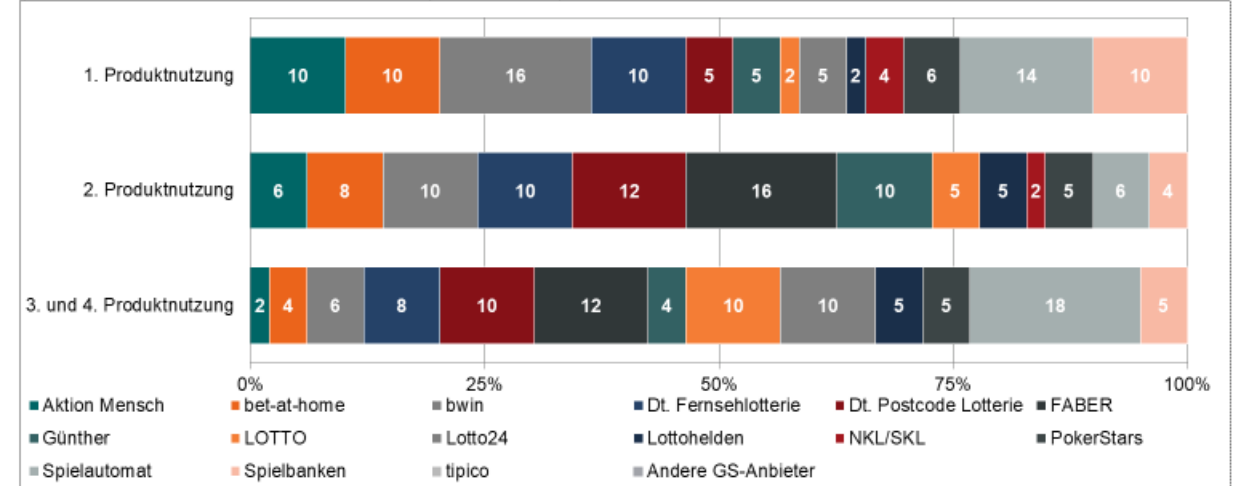
Fragestellung: Welches Glücksspielangebot wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



Welche Geschlechterverteilung weisen die Produktgruppen auf?

Anbieterwahl

Nutzungsreihenfolge nach Glücksspielanbieter
(Basis: Personen mit bisher maximal vier Glücksspiel-Teilnahmen)



Fragestellung: Welche Glücksspiele wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



Studie Kundenpfade
Glücksspiel 2023

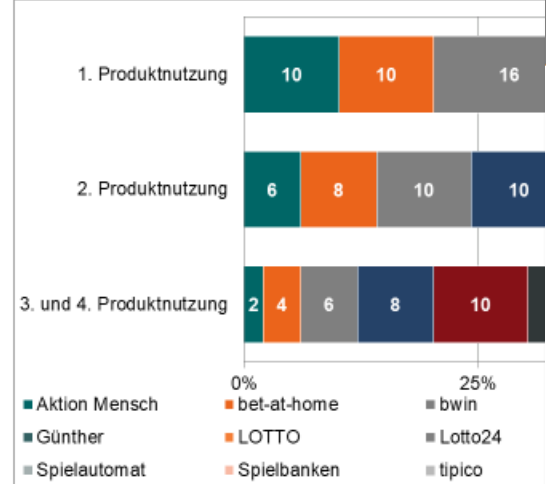
In welche Altersgruppe fällt die Nutzung der Glücksspielprodukte?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Anbieterwahl

Nutzungsreihenfolge nach Glücksspielanbieter
(Basis: Personen mit bisher maximal vier Glücksspiel-Teilnahmen)

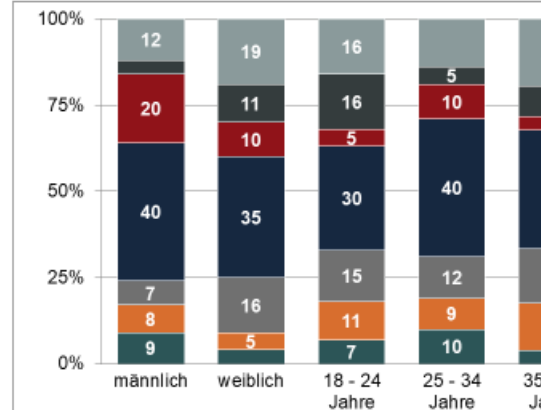


Fragestellung: Welche Glücksspiele wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



Teilnahmemotivation

Teilnahmemotivation in den Geschlechter- und Altersgruppen (Basis: letzter Produktabschluss)



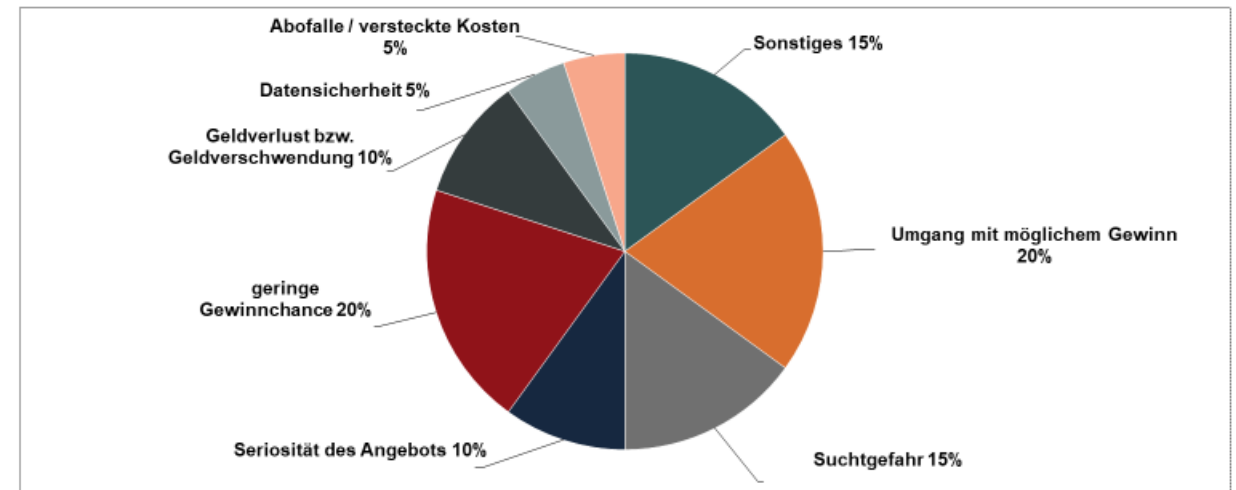
Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt genutzte Glücksspiel...



Welche Bedenken haben die Glücksspielkunden?

Bedenken bei der Teilnahme

Übersicht aller Bedenken beim letzten Energieproduktabschluss



Fragestellung: Welche Bedenken oder Befürchtungen gingen Ihnen bei der Teilnahme an Ihrem letzten Glücksspiel durch den Kopf?



Studie Kundenpfade Glücksspiel 2023

Welche Motivatoren zeigen stark altersabhängige Ausprägungen?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wechselerhalten

Produktgruppenwechsel von ... zu

von	Bingo	
zu	Bingo	7,7%
	Lotto	6,6%
	Kartenspiele	5,5%
	Spielautomat	4,4%
	Online-Casino	3,3%

von	Lotto	
zu	Lotto	7,7%
	Rubbellose	6,6%
	Sportwetten*	5,5%
	Bingo	4,4%
	Kartenspiele	3,3%
	Keno	2,2%

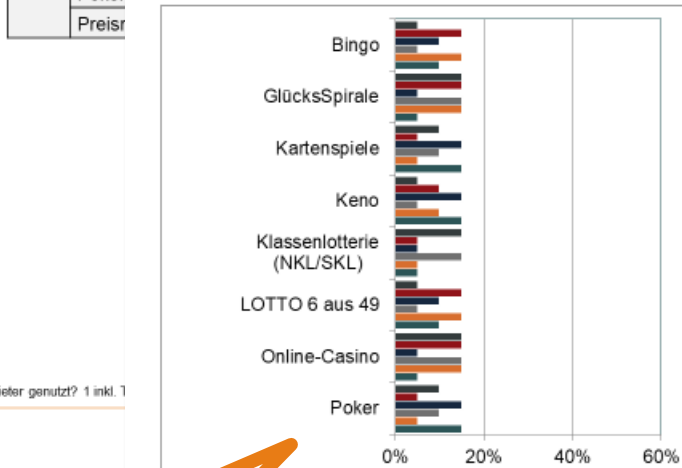
Fragestellung: Welches Glücksspiel wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt? 1 inkl. 1



Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?

Teilnahmeplan

Altersverteilung je Produktgruppe bei geplanter Teilnahme



g: Welches Glücksspielangebot wird als nächstes genutzt?

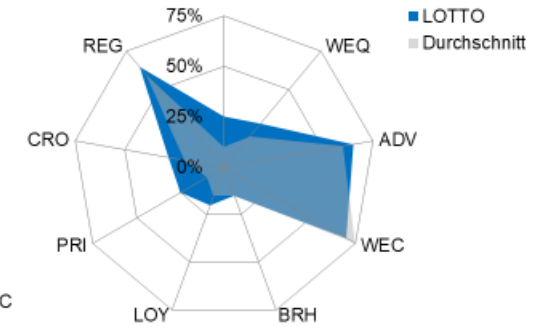
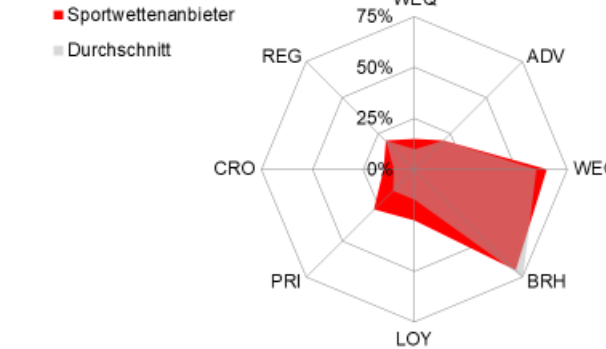


Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?

Kennzahlen der Energieanbieter

Kennzahlenprofil LOTTO und Sportwettenanbieter¹

WEQ	Weiterempfehlungsquote
ADV	Werbewirksamkeit
WEC	Wechselkunden
REG	regelmäßige Nutzung



BRH	Brandhopper
LOY	Kundenloyalität
PRI	Preisreagibilität
CROS	Cross-Selling

¹ bet-at-home, bwin, tipico



Studie Kundenpfade Glücksspiel 2023

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 4.400 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Kundenpfade Glücksspiel 2023**.

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 Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe Kundenpfade sind seit 2017 mehr als 20 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Glücksspielbranche:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2022
- Studie eVisibility Glücksspiel 2022
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2022
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2022
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022

Branche Glücksspiel: seit 2020 mehr als 20 Studien veröffentlicht

