

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

Studiensteckbrief

# Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020

Längsschnittanalyse von Produktnutzung und Wechselverhalten

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

März 2020



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Kundenpfade Glücksspiel 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die Produktgruppen Spielautomaten sowie Sportwetten weisen einen, im Vergleich mit anderen Produktgruppen, erhöhten Männeranteil auf.
- Bei mehr als der Hälfte der Nutzer liegt ein Jahr oder weniger zwischen zwei Glücksspielteilnahmen.
- Wahrgenommene Werbung zählt zu den vorrangigen Anlässen, aufgrund derer an Glücksspielen teilgenommen wird.
- Über die Hälfte der Kunden haben an dem letzten Glücksspiel wiederholt und ohne Anbieterwechsel teilgenommen.
- Gain-Loss-Analysen weisen einen Anbieter mit besonders stabiler, treuer Klientel aus.
- Junge Glücksspieler haben mehr Bedenken als ältere. Nur wenige Spieler befürchten versteckte Kosten.
- Unter den Teilnahmeorten ist die Online-Teilnahme produktübergreifend am häufigsten.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### der Kunde

Kunden bis **44 Jahre**

junge Anbieter: **bwin, Pokerstars**

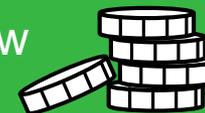
älteste Marke: 49 %



### das Produkt

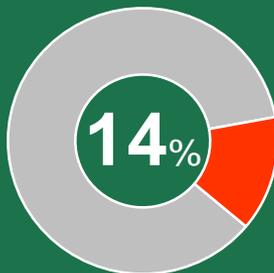
Glücksspiele mit **höchstem Frauenanteil:**

- Lotto
- Preisrätsel/Quizshow
- Rubbellose



### der Gedanke

Teilnahme-  
motivation:



wahrgenommene Werbung

### der Weg



liegen zwischen  
zwei Glücksspiel-  
teilnahmen



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Kundenpfade Glücksspiel 2020

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

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

zu **15 Glücksspielanbietern** und **13 Produktgruppen**

auf Basis von **2.000 online-repräsentativen Interviews**,  
davon **1.185 Glücksspielkunden**

viele Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 143 PowerPoint-Seiten

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

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

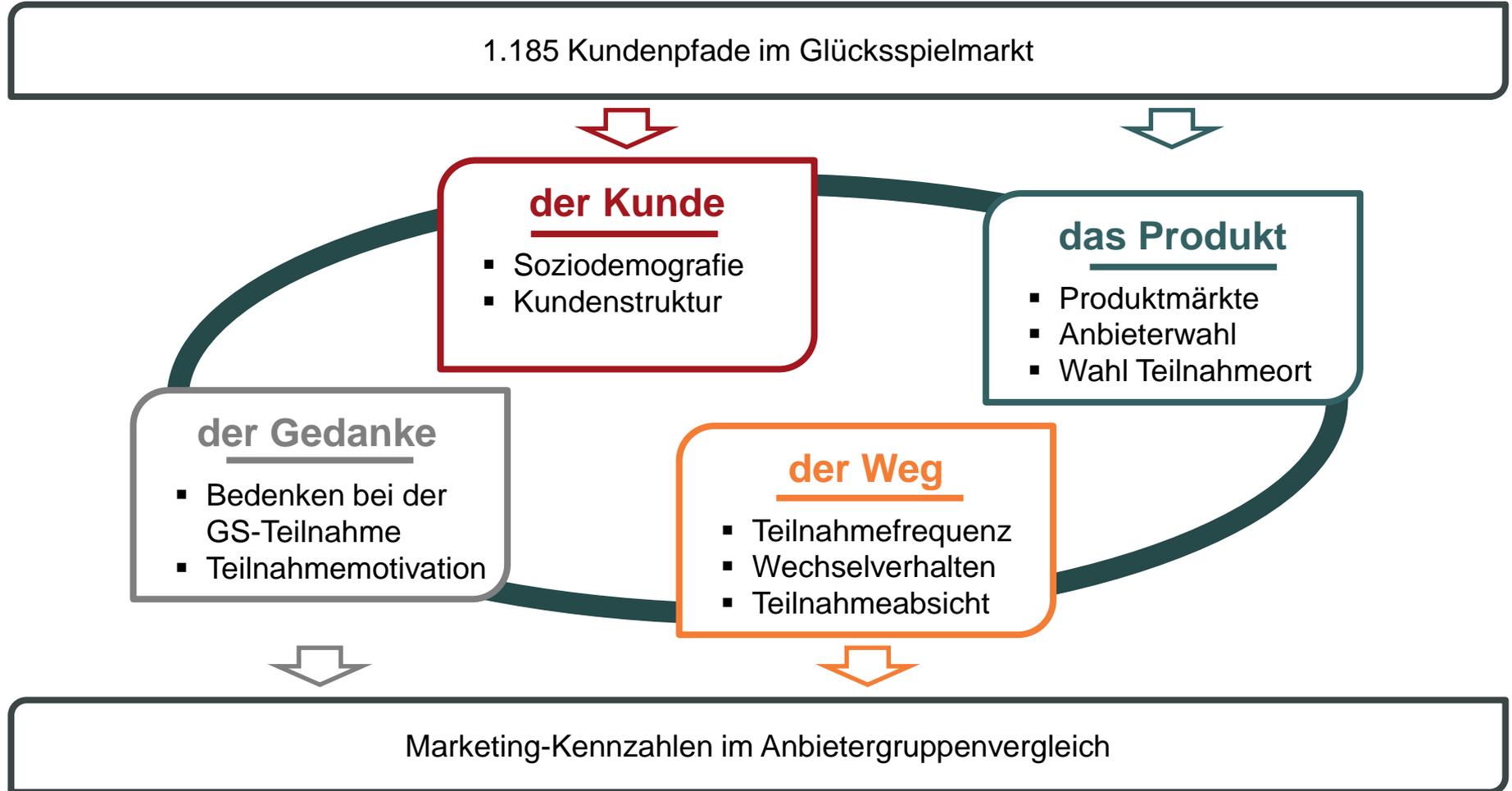
**Nutzen:** Kundenpfade im Glücksspielmarkt

## untersuchte Glücksspielprodukt- gruppen:

- Bingo
- Kartenspiele
- Keno
- Lotto
- Online-Casino
- Poker
- Preisrätsel / Quizshow
- Rentenlotterie
- Roulette
- Rubbellose
- Spielautomat
- Sportwetten (incl. 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 Kunden von Glücksspielen?
- welche Teilnahmeorte für Glücksspiele werden bevorzugt?
- zwischen welchen Glücksspielanbietern 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:

- 2.000 Online-Interviews
- 1.185 Glücksspielkunden
- bis zu 15 im Detail analysierte Anbieter
- 13 Glücksspiel-Produktgruppen
- 8 Marketing-Kennzahlen im Vergleich

### Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 2.000 Online-Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 1.185 Personen mit Glücksspielteilnahme. Zielsetzung der Studie ist die Identifikation der Kundenpfade im Glücksspielmarkt. Die Studie ist im März 2020 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 143 Seiten umfassende Studie kostet **3.400 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| ➤ Management Summary  | 4  |
| ➤ Forschungsdesign  | 12 |
| ➤ Soziodemografie der Glücksspielkunden   | 17 |
| ➤ Produktmärkte   | 30 |
| Genutzte Glücksspiele, Soziodemografie der Kunden in den Glücksspielproduktgruppen, Nutzungsreihenfolge nach Produktgruppen, Anzahl genutzter Glücksspielproduktarten, zuletzt persönlich verwendete Glücksspielprodukte                            |    |
| ➤ Teilnahmeorte   | 51 |
| Teilnahmeort der Glücksspiele, Soziodemografie der Kunden der verschiedenen Teilnahmeorte, Teilnahmeort nach Glücksspielanbieter, Teilnahmeort nach Glücksspielproduktgruppe, Nutzungsreihenfolge nach Teilnahmeort, Anzahl genutzter Teilnahmeorte |    |
| ➤ Kundenstruktur der Glücksspielanbieter  | 66 |
| ➤ Anbieterwahl  | 74 |
| Produktgruppenübergreifende Marktanteile der Anbieter, Nutzungsreihenfolge nach Glücksspielanbieter, Anzahl genutzter Anbieter  |    |
| ➤ Teilnahmemotivation   | 80 |
| Teilnahmemotivation in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Teilnahmemotivation in den Glücksspielproduktgruppen  |    |
| ➤ Bedenken bei der Teilnahme  | 97 |
| Bedenken nach Produktgruppen, Bedenken nach Abschlussart, Bedenken in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Bedenken in den Produktgruppen   |    |



# Inhaltsverzeichnis

|   |     |
|---|-----|
| ➤ <b>Teilnahmefrequenz</b>  | 96  |
| Teilnahmefrequenz nach Anbieter, Teilnahmefrequenz nach Produktgruppen  |     |
| ➤ <b>Wechselverhalten</b>   | 102 |
| Nutzungsart des letzten Glücksspiels, 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 |     |
| ➤ <b>Teilnahmeplan</b>  | 123 |
| Geplante Glücksspielteilnahme, Differenz der Marktanteile (Teilnahmeabsicht abzüglich letzte Teilnahmen), Soziodemografische Struktur der Kunden mit Teilnahmeplan nach Produktgruppen, Soziodemografische Struktur der Kunden mit Teilnahmeplan nach Anbieter  |     |
| ➤ <b>Kennzahlen der Glücksspielanbieter</b>   | 136 |
| Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, regelmäßige Nutzung, Brandhopper, Kundenloyalität, Preisreagibilität, Cross-Selling  |     |
| ➤ <b>Kontakt</b>  | 142 |

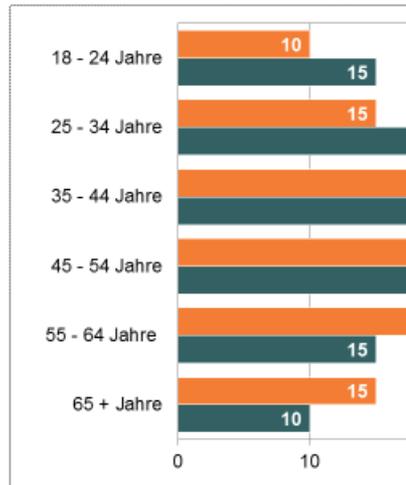


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie der Glücksspielkunden

Altersverteilung der Glücksspielkunden (Angaben in %)

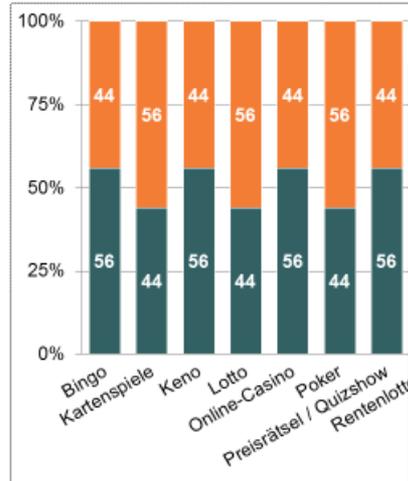


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



### Produktmärkte

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



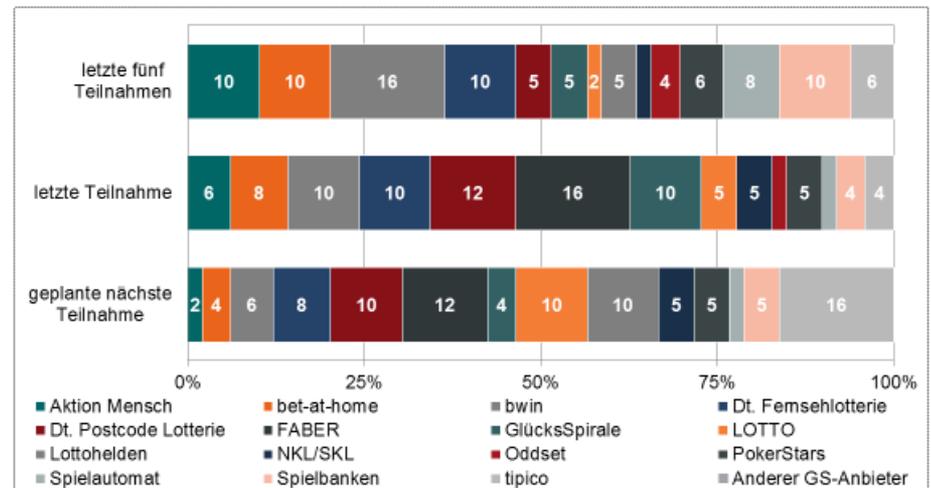
Fragestellung: Welches Glücksspielangebot wurden zuletzt von wem genutzt?



Welche Geschlechterverteilung weisen die Produktmärkte auf?

### Anbieterwahl

Produktübergreifende Marktanteile der Glücksspielanbieter



Fragestellung: Welche Glücksspiele wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt?



Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020

In welche Altersgruppe fällt die Nutzung der Glücksspiele?

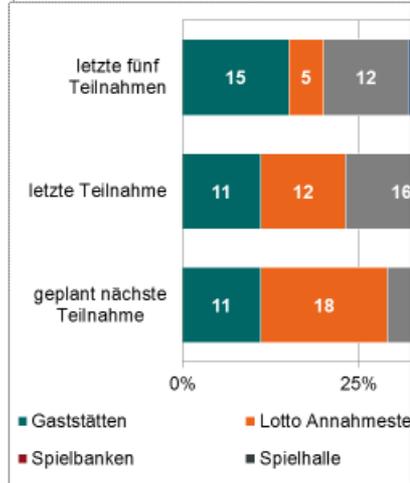
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Erwerbssorte

#### Teilnahmeort der genutzten Produkte

(Basis: letzte fünf Teilnahmen; letzte Teilnahme und geplante Teilnahme)

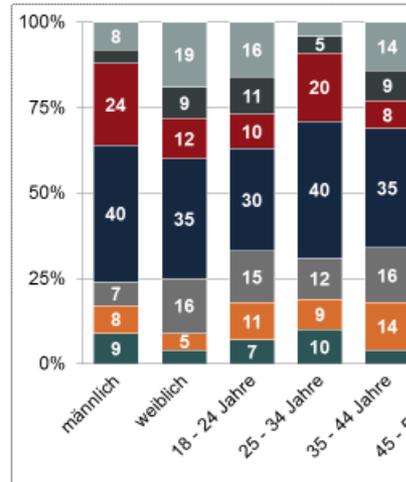


Fragestellung: Bitte geben Sie nun den Ort der Glücksspielteilnahme



### Teilnahmemotivation

Teilnahmemotivation in den Geschlechter- und Altersgruppen (Basis: letzte Produktnutzung)



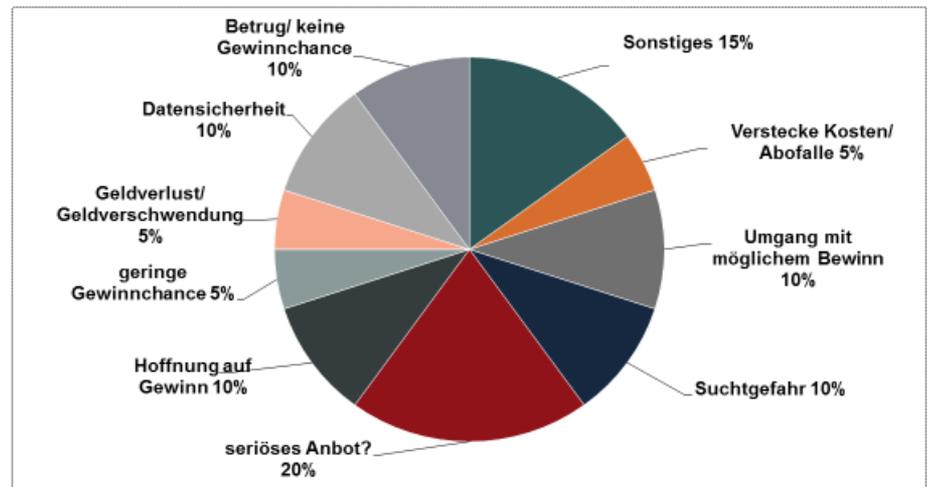
Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt



Welche Bedenken haben die Glücksspielkunden?

### Bedenken bei der Teilnahme

Übersicht aller Bedenken bei der letzten Glücksspielteilnahme



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



Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020

Welche Teilnahmeorte wählen die Kunden bevorzugt?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

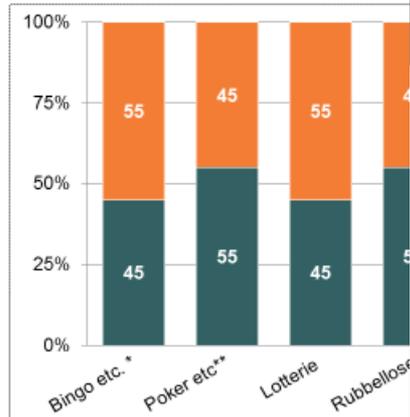
### Wechselverhalten

Produktgruppenwechsel von ... zu

| von | Preisrätsel / Quizshow     | von | Rubbellose           |
|-----|----------------------------|-----|----------------------|
| zu  | Lotto 44,4%                | zu  | Lotto 66,6%          |
|     | Poker 33,3%                |     | Rubbellose 55,5%     |
|     | Preisräts./ Quizzes. 22,2% |     | Roulette 44,4%       |
|     | Kartenspiele 11,1%         |     | Sportwetten* 33,3%   |
|     |                            |     | Rentenlotterie 22,2% |
|     |                            |     | Keno 11,1%           |
| von | Anderes Glücksspiel        |     |                      |
| zu  | Lotto 0,0%                 |     |                      |

### Teilnahmeplan

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen bei geplanter Teilnahme

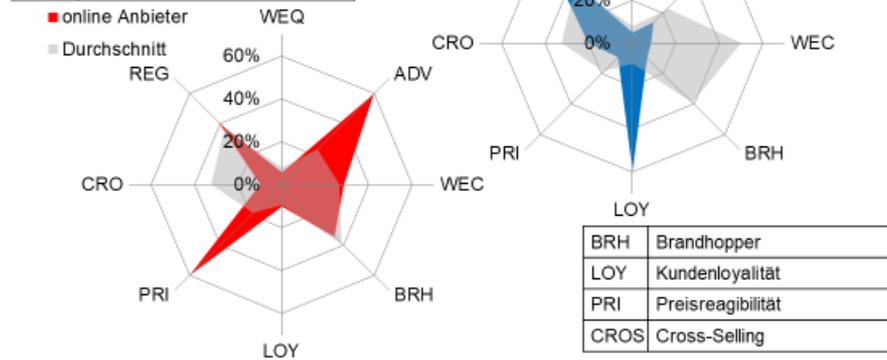


Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?

### Kennzahlen der Glücksspielanbieter

Kennzahlenprofil Anbieter Lotto und online Anbieter\*

|     |                        |
|-----|------------------------|
| WEQ | Weiterempfehlungsquote |
| ADV | Werbewirksamkeit       |
| WEC | Wechselkunden          |
| REG | regelmäßige Nutzung    |



|      |                   |
|------|-------------------|
| BRH  | Brandhopper       |
| LOY  | Kundenloyalität   |
| PRI  | Preisreagibilität |
| CROS | Cross-Selling     |

Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto: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 3.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Kundenpfade Glücksspiel 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](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**research tools**  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Branche Glücksspiel erschienen:

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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudienspezialist. Seit 2015 sind 15 Studien zur Glücksspielbranche erschienen. Seit 2017 wurden acht Studien Kundenpfade veröffentlicht.

