

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2022

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2022

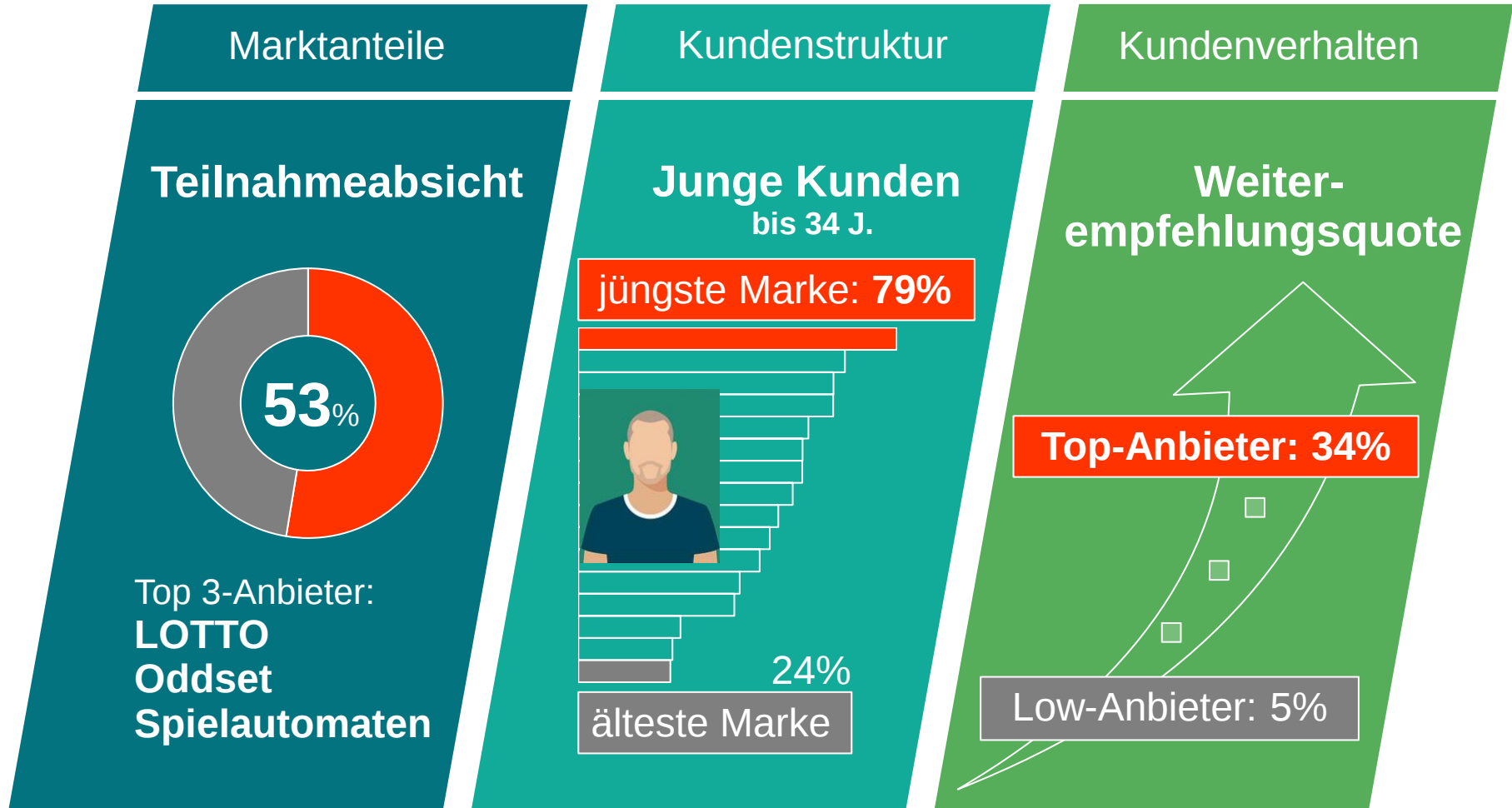
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die Kundenstrukturen der Glücksspielanbieter zeigen deutliche Unterschiede. So variiert der Anteil der 18- bis 24-jährigen Kunden bei den untersuchten Anbietern zwischen 8 und 46 Prozent.
- Wahrgenommene Werbung wiegt ähnlich stark wie Empfehlungen als Motivator bei der Glücksspielteilnahme.
- Die Kundenausschöpfung variiert beträchtlich. Zwischen 59 und 81 Prozent der Glücksspielteilnahmen eigener Kunden entfallen auf den jeweiligen Anbieter.
- Je nach Anbieter unterscheiden sich die Teilnahmeorte beträchtlich. Im Durchschnitt entfällt knapp die Hälfte der Glücksspielteilnahmen auf Onlinespiele bzw. -teilnahmen.
- Bei den Marktanteilen zur Teilnahmeabsicht hebt sich ein Anbieter deutlich von den Mitbewerbern ab.
- Der Anteil treuer Kunden liegt je nach Anbieter zwischen 3 und 24 Prozent.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Glücksspielkunden**

von insgesamt **15 Glücksspielanbietern**

auf Basis von **2.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 120 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarking von
Kundenstruktur und Kundenverhalten

untersuchte Glücksspielteilnehmer:

- Aktion Mensch
- bet-at-home
- bwin
- Dt. Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- FABER
- GlücksSpirale
- LOTTO
- Lottohelden
- NKL/SKL
- Oddset
- PokerStars
- Spielautomat
- Spielbanken
- tipico



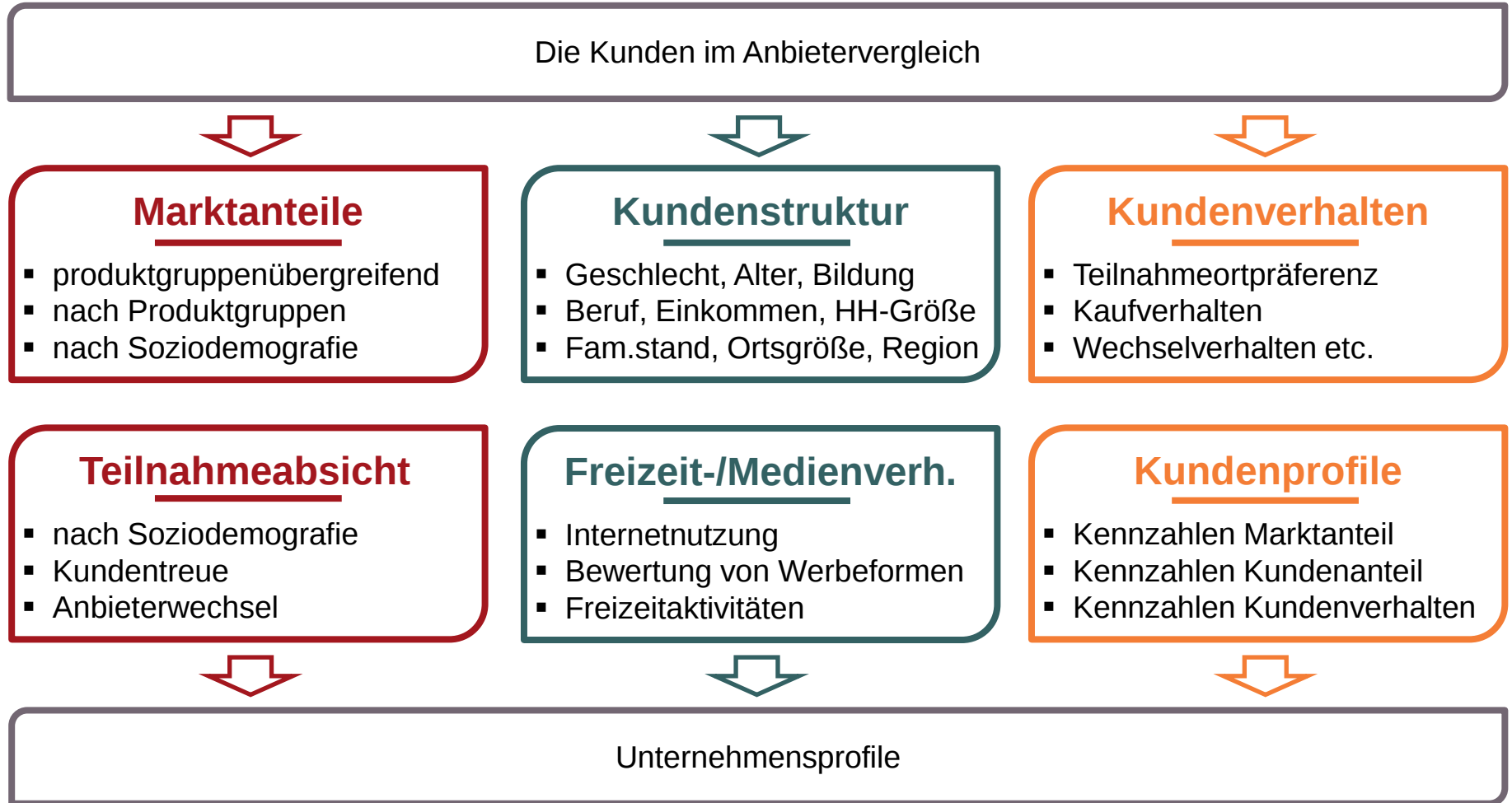
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2022

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- welche Marktanteile ergeben sich für die Unternehmen?
- welche Kundenstruktur weisen die Anbieter auf?
- wie unterscheidet sich das Kundenverhalten?
- welche Teilnahmemotivation begründete die letzte GS-Teilnahme?
- welches Wechselverhalten zeigt die nächste GS-Teilnahme?
- über welche Freizeitaktivitäten und Medien sind die Kunden erreichbar?
- bei welchen Marketing-Kennzahlen zeigen sich Potenziale?

Die Studie in Zahlen:

- 2.000 Online-Interviews
- 2.101 analysierte GS-Teilnahmen
- 15 im Detail analysierte GS-Anbieter
- 7 Teilnahmeorte
- 13 Produktgruppen
- Bewertung von 11 Werbemediengattungen
- 14 Marketing-Kennzahlen im Anbietervergleich

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 2.000 Online-Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im September 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 120 Seiten umfassende Studie kostet **2.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Kaufmotivation, Kaufort, Teilnahmeabsicht	
➤ Kundenstruktur	28
Kundenstruktur nach Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf, HH-Bruttoeinkommen, Haushaltsgröße, Familienstand, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße	
➤ Kundenverhalten	41
Kundenausschöpfung, Teilnahmeart des letzten Produkts, Teilnahmemotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, regelmäßige Nutzung, Frequenz der Glücksspielteilnahmen, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Teilnahmeort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen	
➤ Teilnahmeabsicht	67
Teilnahmeabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	75
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Glücksspielanbieter	98
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 16 Glücksspielanbieter,	
➤ Positionierung	116
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	119

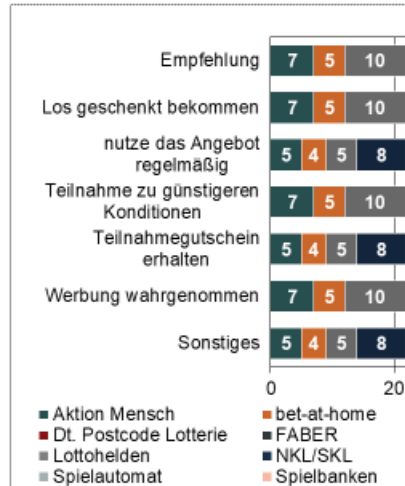


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Marktanteile

Marktanteile der Glücksspielanbieter nach Teilnahmemotivation (Angaben in %)

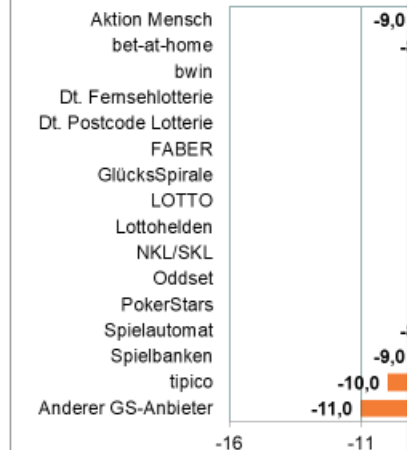


Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie am letzten



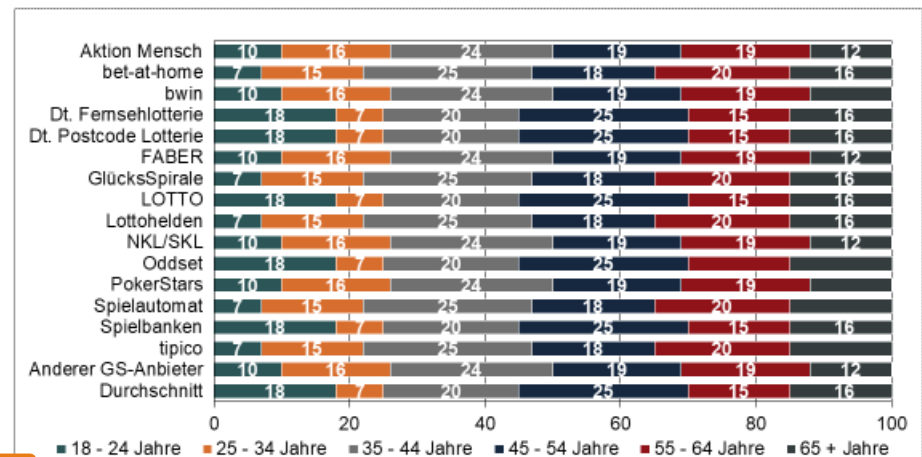
Marktanteile

Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Teilnahmeabsicht abzüglich letzte Glücksspielteilnahme, Angaben in Prozentpunkten)



Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2022

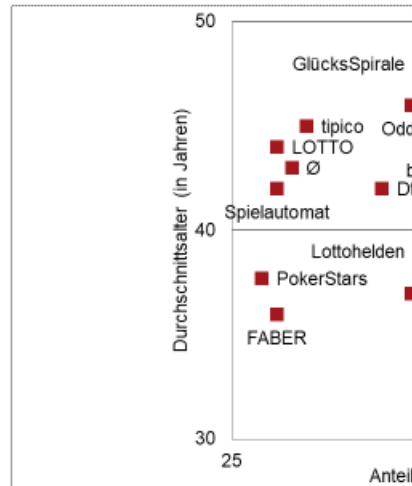
In welchen Bereichen der Teilnahmemotivation zeigt sich Potenzial?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenstruktur

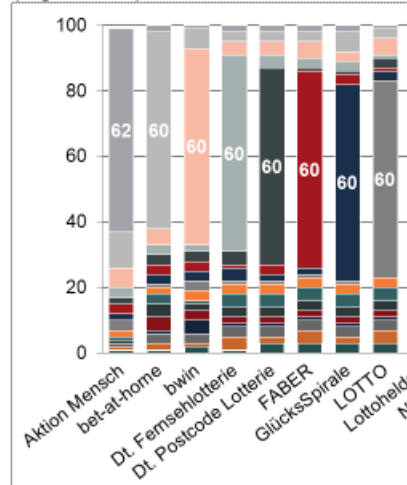
Positionierung der Glücksspielanbieter nach Kundenstruktur



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Kundenverhalten

Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an allen Produktnutzungen eigener Kunden
(Angaben in %)



Lesbeispiel: Von allen Glücksspieltätigkeiten, welche LOTTO-Kunde

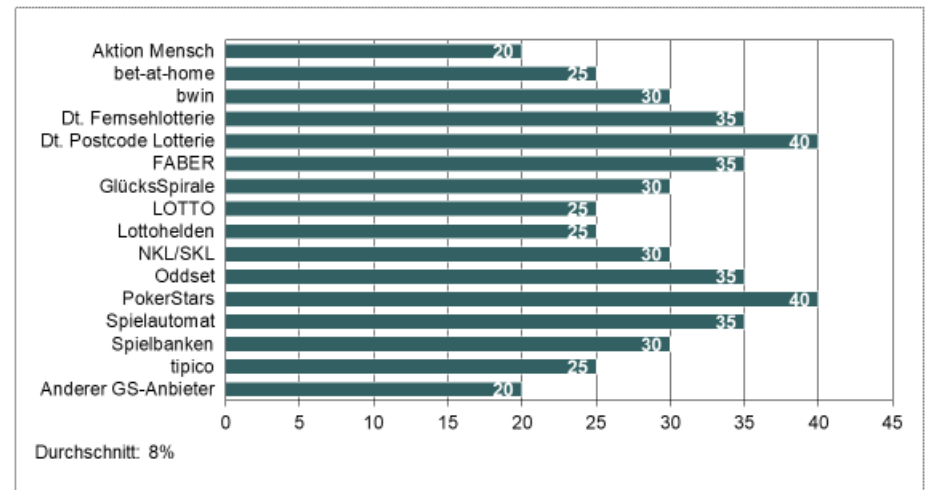
research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Welcher Anbieter verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



¹ Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung genutzt; Basis: letzte Glücksspieltätigkeit

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

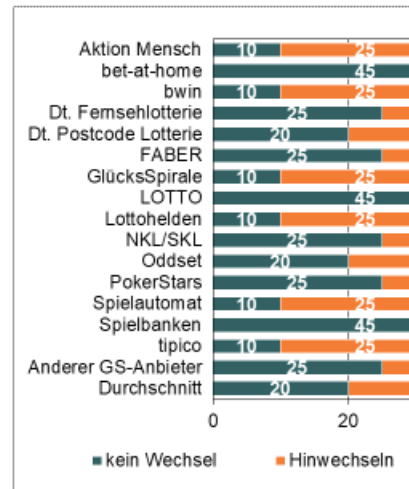
Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2022

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

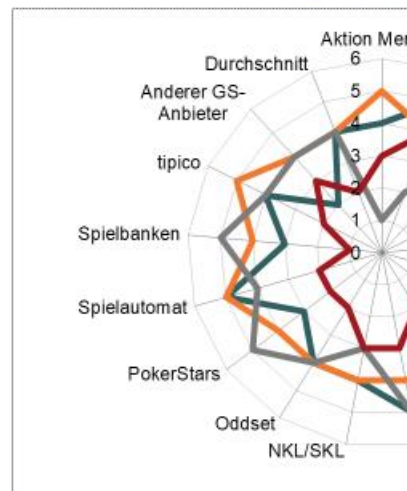
Teilnahmeabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



Freizeit- und Medienverhalten

Freizeitaktivitäten der Kunden – Sport (2) (Angaben in % aller genannten Freizeitaktivitäten)



Kundenprofile der Glücksspielanbieter

Überblick – Anbieter A

Markt-anteil*	insgesamt	1,1%	Rang 1	Kunden-struktur	Teilnahmeabsicht: Kunden < 45 Jahre	8,8%	Rang 10
	im primären Nielsen-Gebiet (BY)	2,2%	Rang 2		Kundenloyalität	9,9%	Rang 11
	Teilnahmeabsicht	3,3%	Rang 3		Empfehlungsquote	11,1%	Rang 12
Kunden-struktur	4+-Personen-Haushalte	4,4%	Rang 4	Kunden-verhalten	Online Teilnahme	22,2%	Rang 13
	Haushaltsbrutto-verdienst > 60.000€	5,5%	Rang 5		kein Wechsel trotz besserer Kondition.	33,3%	Rang 14
	Kunden-ausschöpfung	6,6%	Rang 6		Kauffrequenz bis 2 Jahre	44,4%	Rang 15
	Neukunden-überschuss	7,7%	Rang 7		Regelmäßige Nutzung	55,5%	Rang 16

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie

Fragestellung: Wählen Sie fünf Freizeitaktivitäten, die Ihnen wichtig sind

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2022

9

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 2.700 EUR zzgl. MwSt. die

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2022.

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

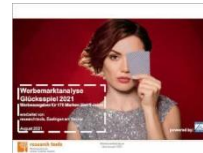
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2022
- Studie eVisibility Glücksspiel 2021
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2021
- Studie Paid Search Glücksspiel 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien Spezialist. Seit 2017 sind mehr als 20 Studien zur Glücksspielbranche erschienen. In der Studienreihe Unternehmensprofile sind bisher über 30 Studien erschienen.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2022