

+++ Aktion Mensch +++ bet-at-home +++ bwin +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ FABER +++ Günther +++ LOTTO +++ LOTTO24 +++ Lottohelden +++ NKL/SKL +++ PokerStars +++ Spielautomat +++ Spielbanken +++ tipico +++ Aktion Mensch +++ be



Studiensteckbrief

# Studie Unternehmensprofile

## Glücksspiel 2024

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2024

©Andrea Piacquadio/pexels.com



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Unternehmensprofile Glücksspiel 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 15 analysierten Glücksspielanbieter auf?



Wie unterscheidet sich das **Kundenverhalten**? Welcher Anbieter hat die höchste Weiterempfehlungsquote, wer liegt vorn bei der Kundenausschöpfung?



Welche **Teilnahmemotivation** begründete die letzte Glücksspielteilnahme?



Welches **Wechselverhalten** zeigt die nächste Glücksspielteilnahme auf?



Wer sind die **Benchmarks** bei Marktanteil, Kundenstruktur und -verhalten?



Über welche **Freizeitaktivitäten** und **Medien** sind die Kunden erreichbar?



Bei welchen **Marketing-Kennzahlen** zeigen sich Potenziale?

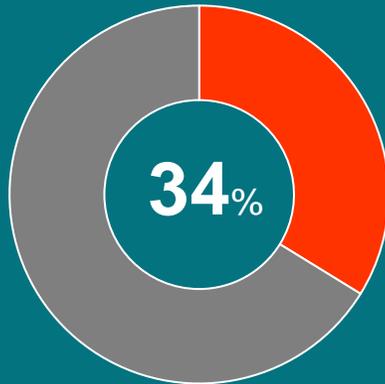


# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Marktanteile

#### Teilnahmeabsicht

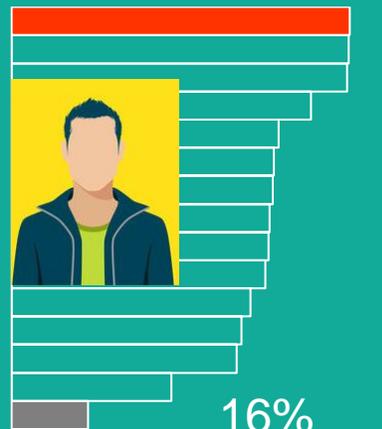


Top 2-Anbieter:  
**LOTTO**  
**tipico**

### Kundenstruktur

#### Junge Kunden bis 34 J.

jüngste Marke: 71%



älteste Marke

### Kundenverhalten

#### Werbewirksamkeit

Top-Anbieter: 21%

Low-Anbieter: 1%



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Unternehmensprofile Glücksspiel 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Glücksspielkunden**

von insgesamt **15 Anbieter und Anbietergruppen**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 122 PowerPoint-Seiten

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

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

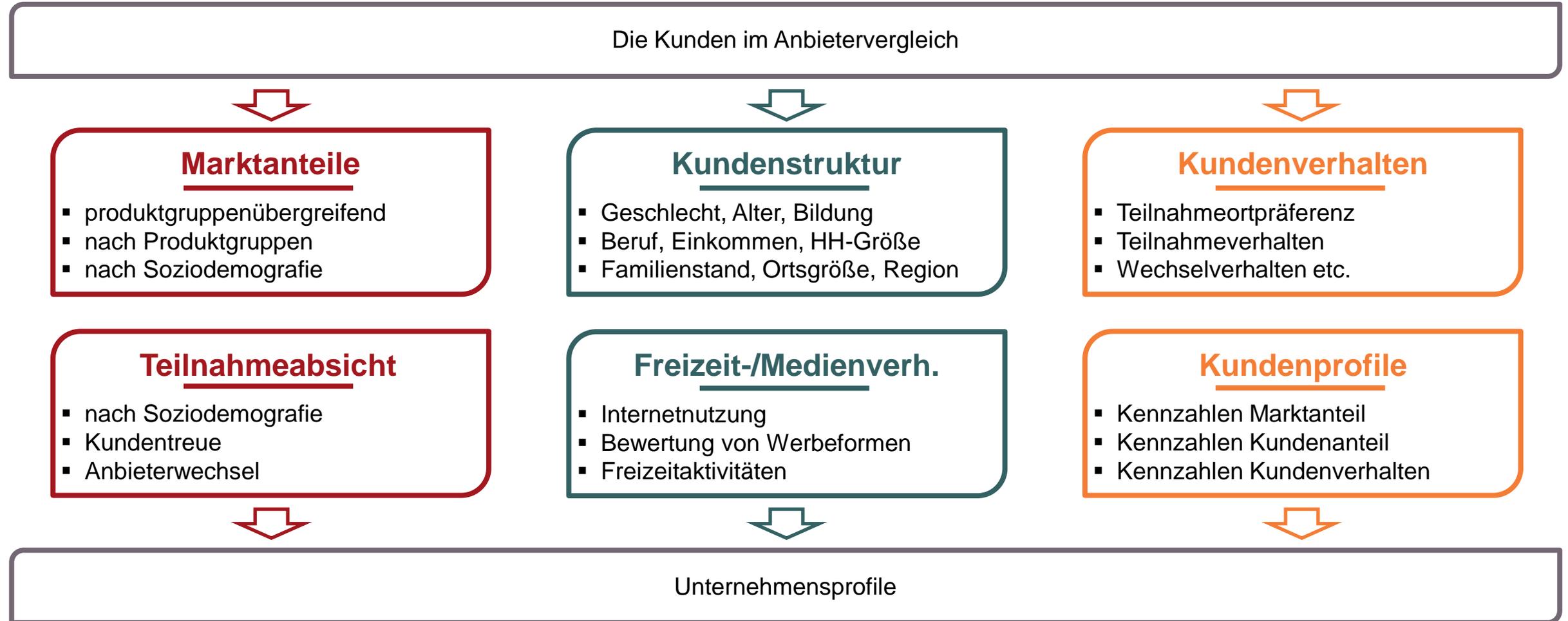
**Nutzen:** Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und Kundenverhalten

## untersuchte Anbieter und Anbietergruppen:

- Aktion Mensch
- bet-at-home
- bwin
- Dt. Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- FABER
- Günther
- LOTTO
- LOTTO24
- Lottohelden
- NKL/SKL
- PokerStars
- Spielautomat
- Spielbanken
- Tipico
- Anderer GS-Anbieter

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**4.000**

Online-Interviews

**3.453**

analyisierte Glücksspielteilnahmen

**15**

im Detail analysierte Glücksspielanbieter

**7**

Teilnahmeorte

**15**

Produktgruppen

**11**

Werbemediengattungen

**14**

Marketing-Kennzahlen im Anbietervergleich

### Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ (auf zwei Jahre verteilt) bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im Mai 2024 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 122 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

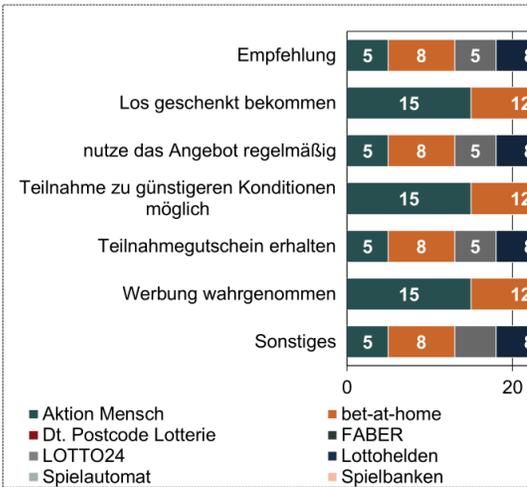
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Teilnahmemotivation, Teilnahmeort, Teilnahmeabsicht, Anteile der Anbieter an den Teilnahmen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	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 Teilnahme, Frequenz der Teilnahmen, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Produktnutzung nach Anbietern, Teilnahmeort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Teilnahmeabsicht	68
Teilnahmeabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	76
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	98
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 16 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	118
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	121

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Teilnahmemotivation (Angaben in %)

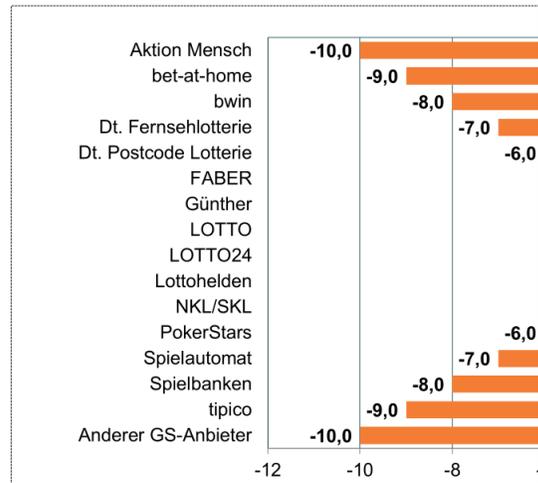


Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie am letzten Glücksspiel teilgenommen?



### Marktanteile

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



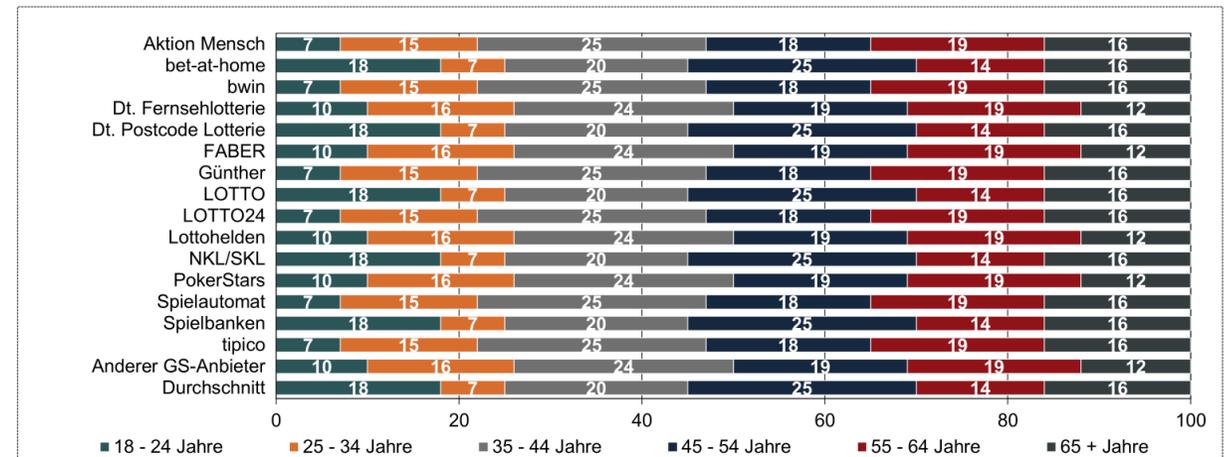
Basis: letzte zwei Teilnahmen, nächste geplante Teilnahme



In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

### Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2024

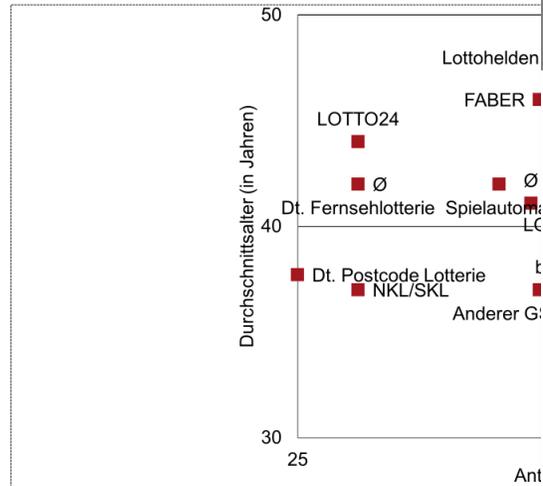
In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kundenstruktur

#### Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur



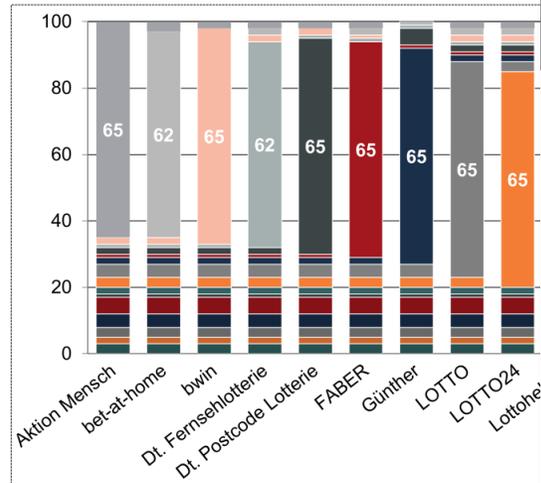
Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht?



**Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?**

### Kundenverhalten

#### Kundenaus schöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an allen Produktnutzungen eigener Kunden (Angaben in %)

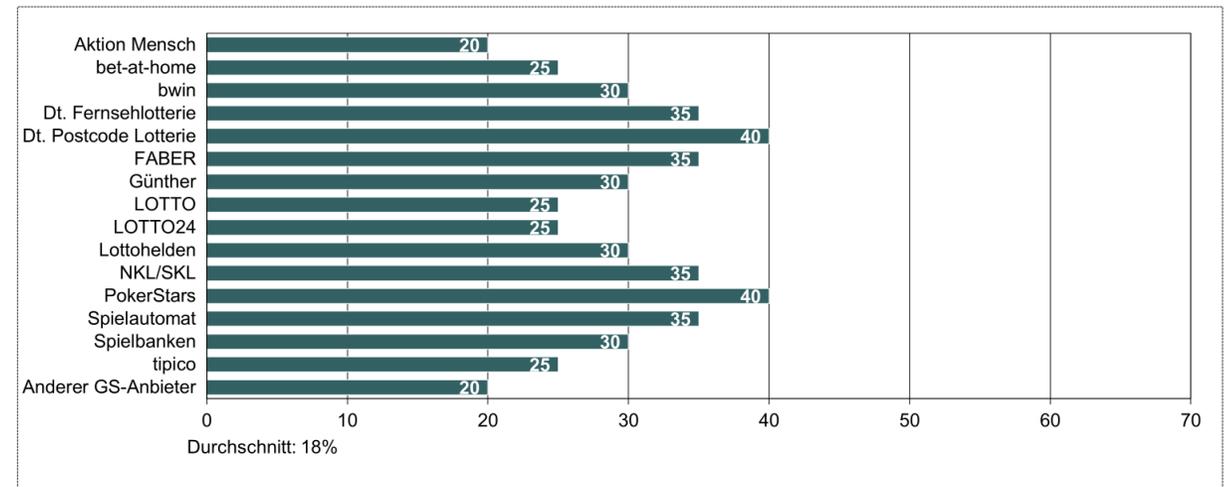


Lesebeispiel: Von allen Teilnehmern, welche LOTTO-Kunden getätigt haben, entfallen 65%



### Kundenverhalten

#### Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



Durchschnitt: 18%

Am Glücksspiel wurde aufgrund einer Empfehlung teilgenommen; Basis: letzte Glücksspielteilnahme



Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2024

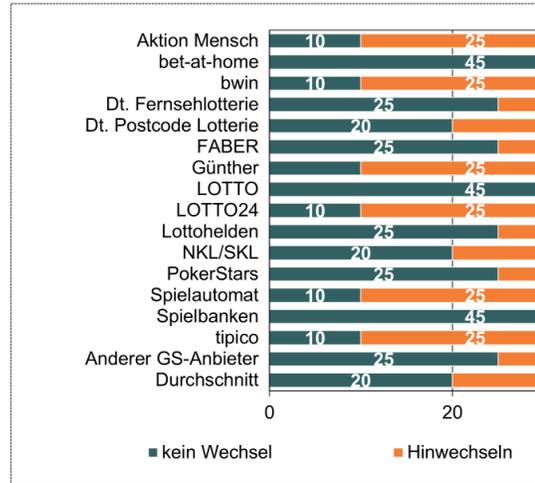
**Welches Institut verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?**

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

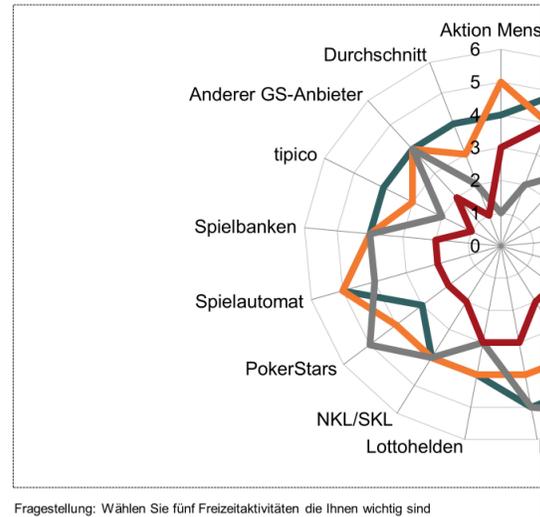
### Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



### Freizeit- und Medienverhalten

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



Fragestellung: Wählen Sie fünf Freizeitaktivitäten die Ihnen wichtig sind

**Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?**

### Kundenprofile der Anbieter

Überblick – Anbieter XY

Kategorie	Beschreibung	Anteil	Rang	Kundenstruktur		
				Teilnahmeabsicht	Anteil	Rang
Markt-anteil*	insgesamt	1,1%	Rang 16	Teilnahmeabsicht: Kunden < 45 Jahre	8,8%	Rang 7
	im primären Nielsen-Gebiet (NRW)	2,2%	Rang 15	Kundenloyalität	9,9%	Rang 6
	Teilnahmeabsicht	3,3%	Rang 12	Empfehlungsquote	1,1%	Rang 5
Kundenstruktur	4+-Personen-Haushalte	4,4%	Rang 11	Online Teilnahme	2,2%	Rang 4
	Haushaltsbrutto-verdienst > 60.000€	5,5%	Rang 10	kein Wechsel trotz besserer Kondition.	3,3%	Rang 3
	Kunden-ausschöpfung	6,6%	Rang 9	Kauffrequenz bis 2 Jahre	4,4%	Rang 2
	Neukundenüberschuss	7,7%	Rang 8	Regelmäßige Nutzung	5,5%	Rang 1

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welche Wechselrichtungen herrschen vor?**

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2024

# 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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2024**.

**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.

Seit dem Jahr 2020 sind mehr als zehn Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Glücksspielbranche:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spiel 77 2024
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2023
- Studie eVisibility Glücksspiel 2023
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2023
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2023
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023

Glücksspielbranche: seit 2015 mehr als 40 Studien veröffentlicht

