

+++ 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 2025

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2025

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?



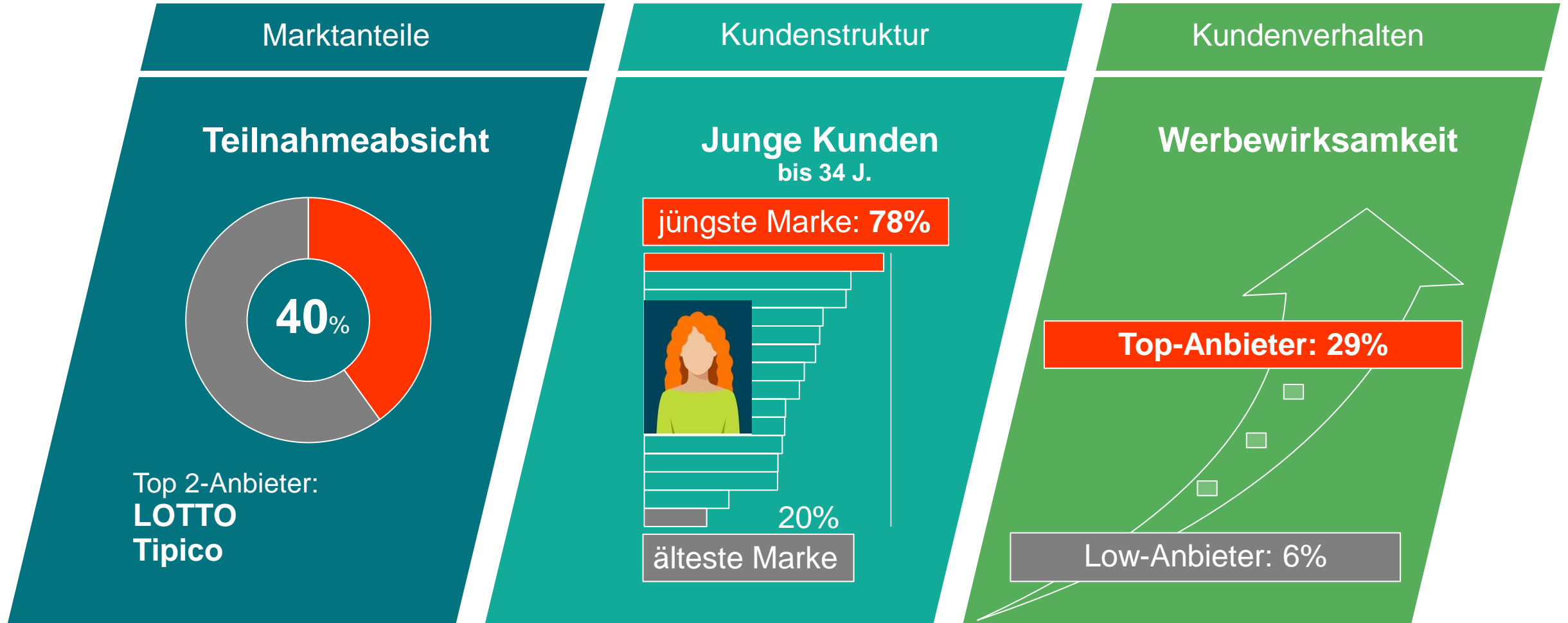
Über welche **Freizeitaktivitäten** und **Medien** sind die Kunden erreichbar?



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

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



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

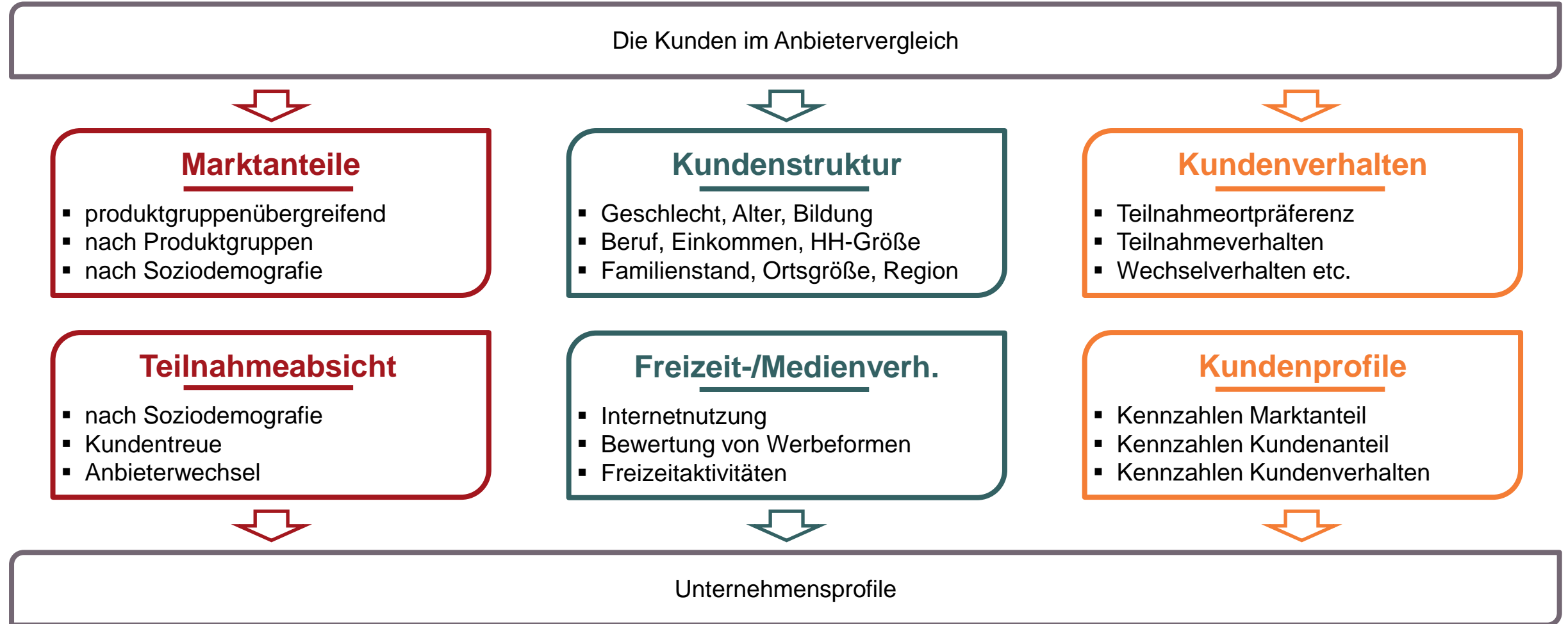
untersuchte Anbieter und Anbietergruppen:

- 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

3.510

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 April 2025 erschienen.

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

Inhaltsverzeichnis

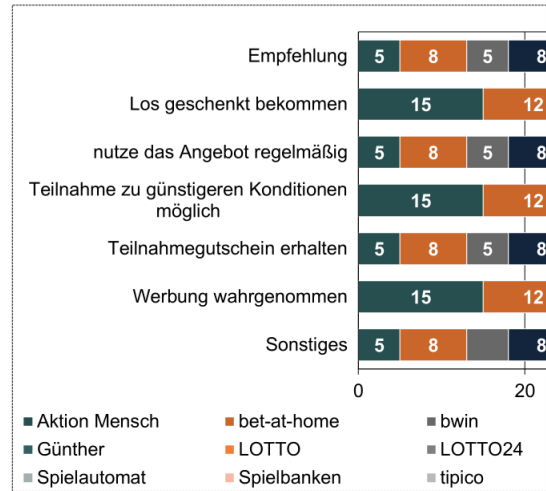
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Teilnahmemotivation, Teilnahmeort, Teilnahmeabsicht, Anteile der Anbieter an den Teilnahmen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	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 %)

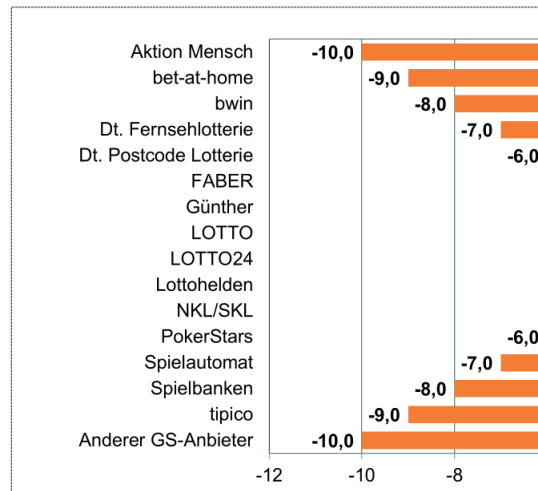


Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie am letzten Glücksspiel teilgenommen



Marktanteile

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



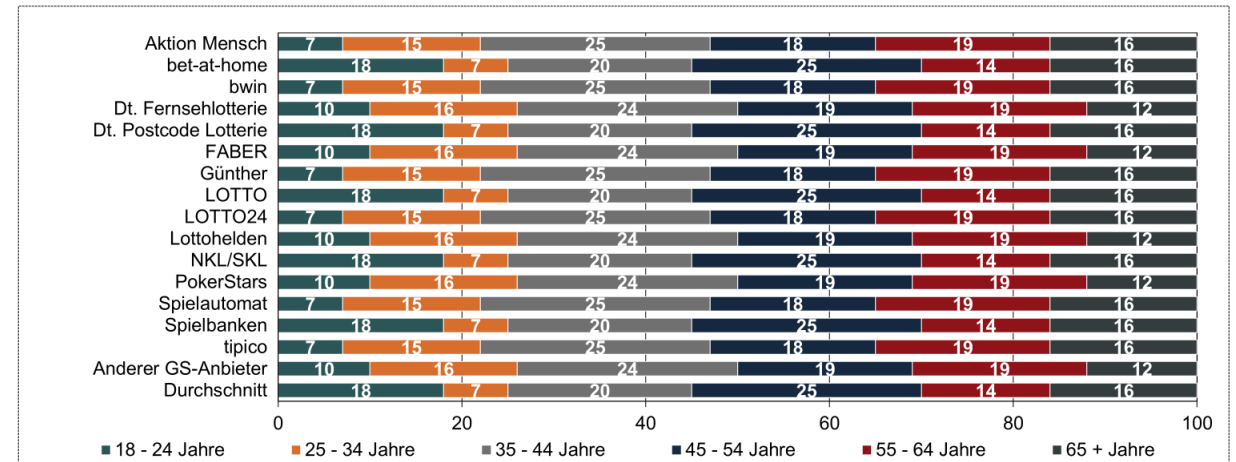
Basis: letzte zwei Teilnahmen, nächste geplante Teilnahme



In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2025

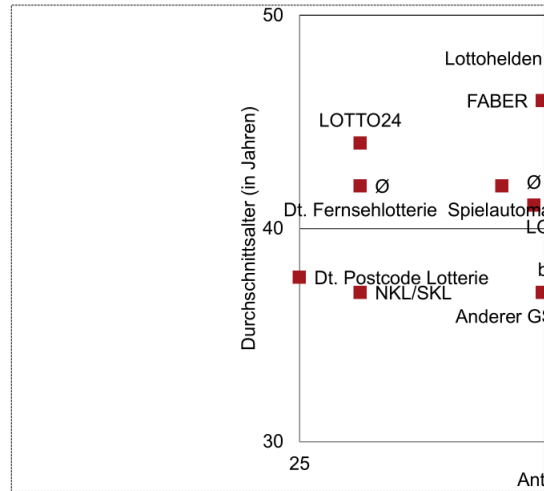
In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenstruktur

Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur

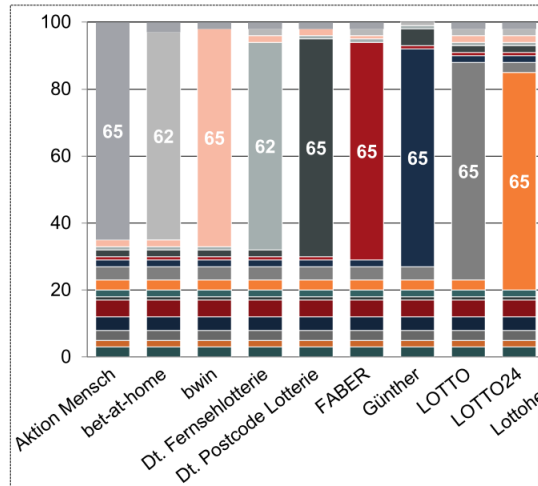


Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht?



Kundenverhalten

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



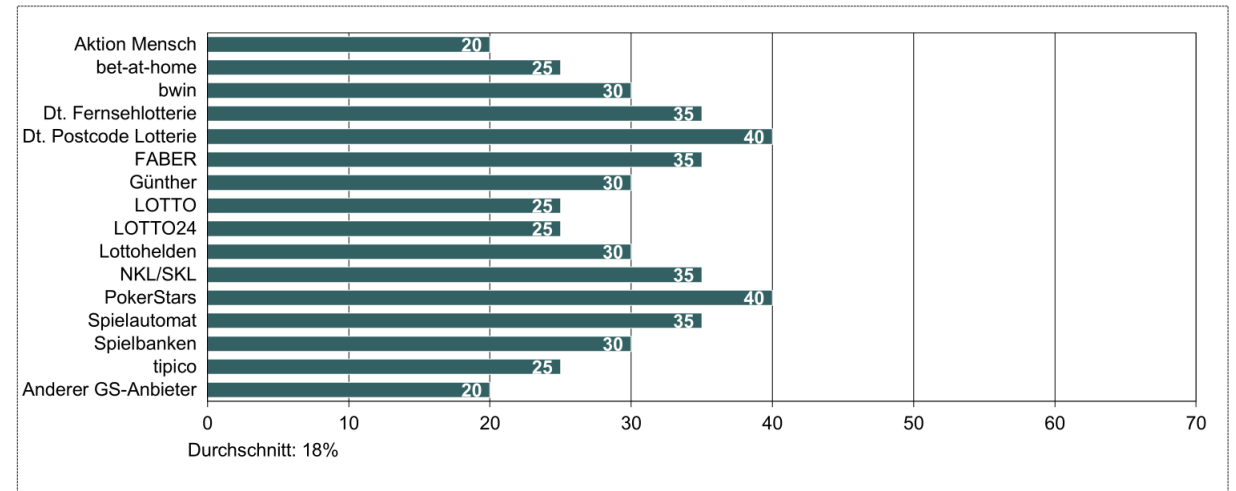
Lesebeispiel: Von allen Teilnehmern, welche LOTTO-Kunden getätigt haben, entfallen 65%



Welches Institut verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



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



Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2025

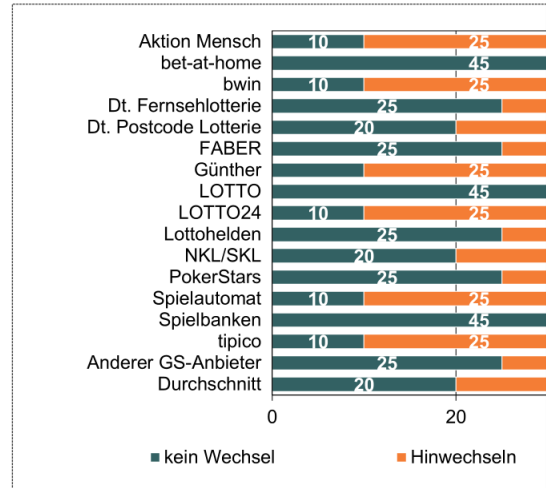
Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

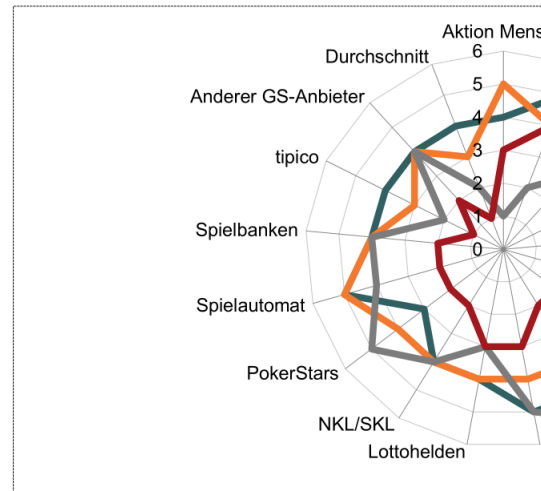
Abschlussabsicht

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

Segment	Metric	Value	Rank	Category	Metric	Value	Rank
Markt-anteil*	insgesamt	1,1%	Rang 16	Kunden- struktur	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
Kunden- struktur	4+-Personen-Haushalte	4,4%	Rang 11	Kunden- verhalten	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 2025

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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2025**.

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 20 Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Glücksspielbranche:

- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2024
- Studie eVisibility Glücksspiel 2024
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2024
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2024
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2024
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2024

Glücksspielbranche: seit 2015 mehr als 50 Studien veröffentlicht

