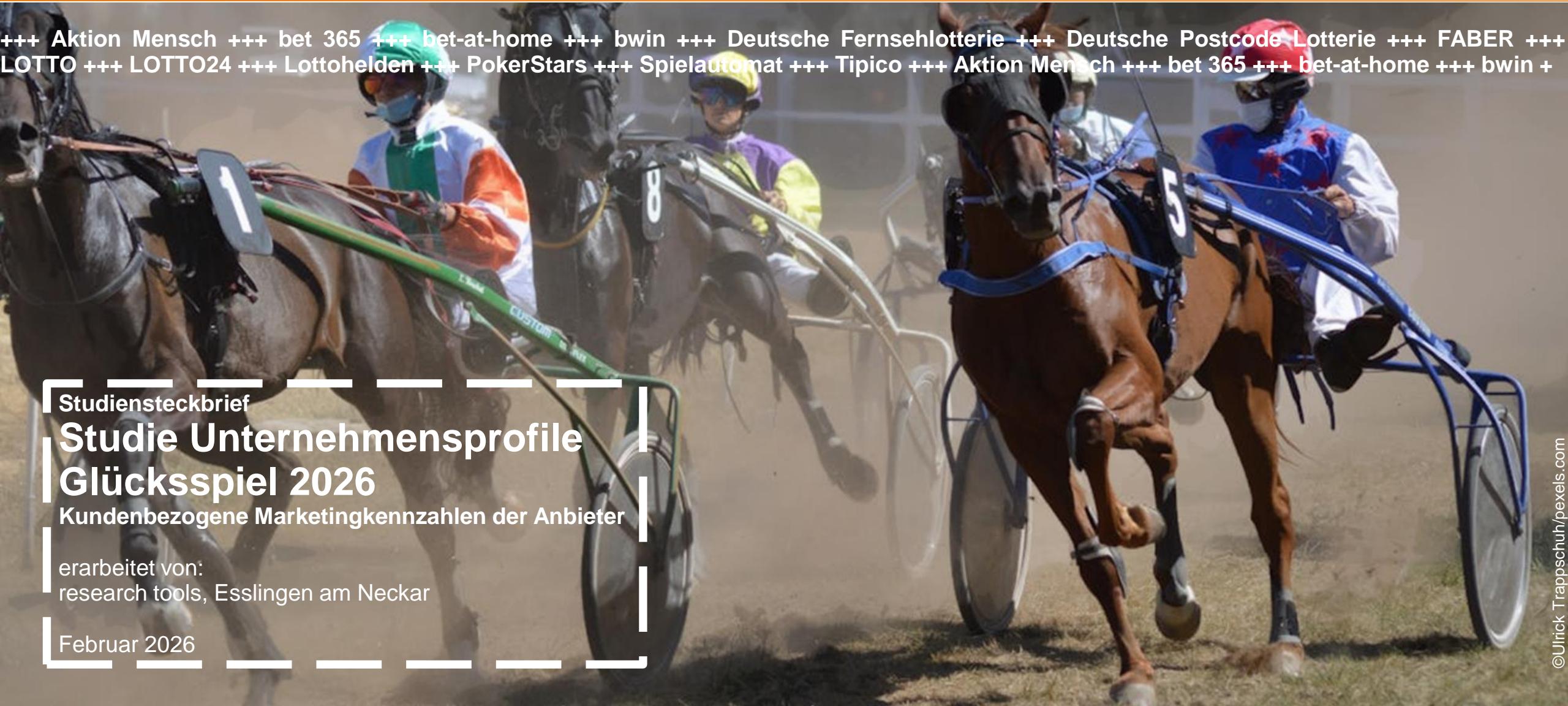


+++ Aktion Mensch +++ bet 365 +++ bet-at-home +++ bwin +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ FABER +++ LOTTO +++ LOTTO24 +++ Lottohelden +++ PokerStars +++ Spielautomat +++ Tipico +++ Aktion Mensch +++ bet 365 +++ bet-at-home +++ bwin +



Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 14 analysierten Glücksspielanbieter und Anbietergruppen 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?



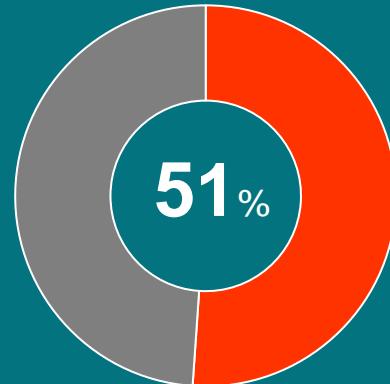
Bei welchen **Marketing-Kennzahlen** zeigen sich Potenziale?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Marktanteile

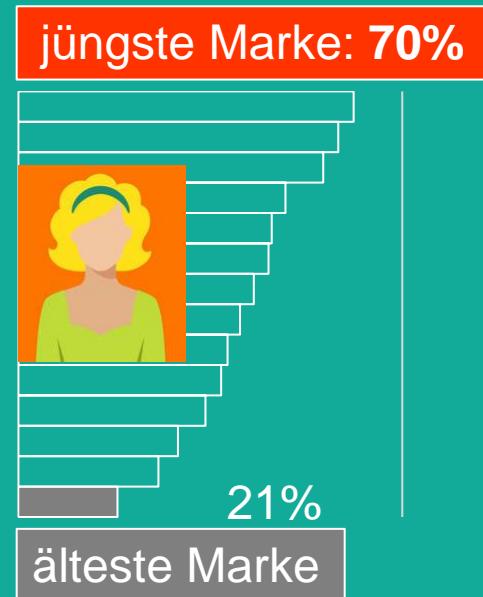
Teilnahmeabsicht



Top 3-Anbieter:
LOTTO
Lotto24
Tipico

Kundenstruktur

Junge Kunden bis 34 J.



Kundenverhalten

Werbewirksamkeit

Top-Anbieter: 21%

Low-Anbieter: 0%

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Glücksspielkunden**

von insgesamt **14 Anbieter und Anbietergruppen**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 114 PowerPoint-Seiten

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

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

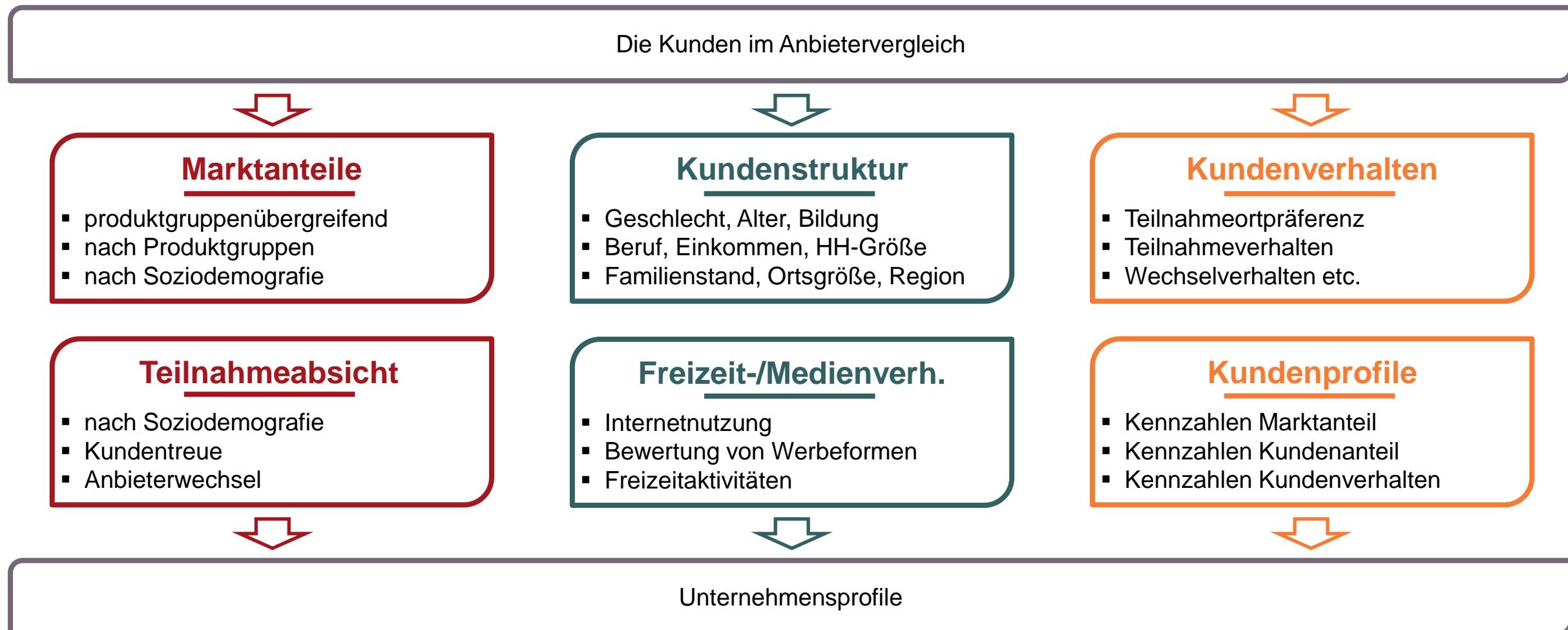
Nutzen: Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und
Kundenverhalten

untersuchte Anbieter und Anbietergruppen:

- Aktion Mensch
- bet 365
- bet-at-home
- bwin
- Dt. Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- FABER
- LOTTO
- Lotto24
- Lottohelden
- PokerStars
- Spielautomat
- Tipico
- Andere Glücksspiel-Anbieter

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000 Online- Interviews	3.133 analysierte Glücksspiel- teilnahmen	13 im Detail analysierte Glücksspiel- anbieter	8 Teilnahme- orte	13 Produkt- gruppen	11 Werbemedien- gattungen	14 Marketing- Kennzahlen im Anbieter- vergleich
---------------------------------------	---	---	--------------------------------	----------------------------------	--	--

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 Februar 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 114 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Marktanteile	13
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	40
Kundenausschöpfung, Teilnahmeart des letzten Produkts, Teilnahmemotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, regelmäßige Teilnahme, Frequenz der Teilnahmen, Kundentreue, Grund für Anbieterwahl, zuletzt genutzte Produktgruppe, Produktnutzung nach Anbietern, Teilnahmeort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Teilnahmeabsicht	65
Teilnahmeabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	72
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	94
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 16 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	111
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	113

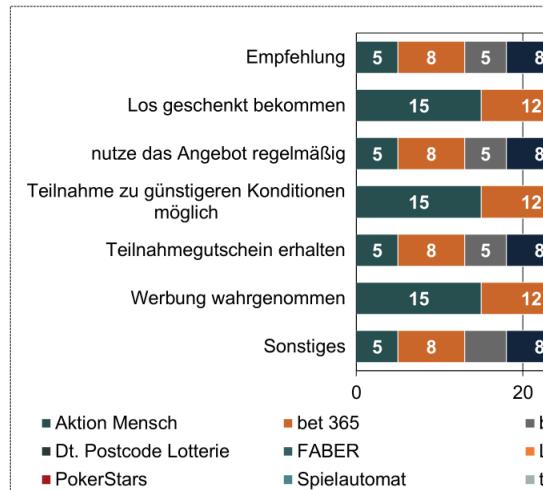


Analysebeispiele (1)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Teilnahmemotivation (Angaben in %)



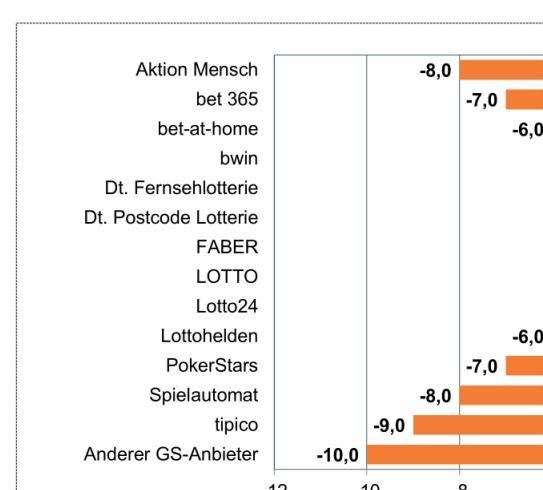
Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie am letzten Glücksspiel teilgenommen?



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Marktanteile

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



Basis: letzte zwei Teilnahmen, nächste geplante Teilnahme



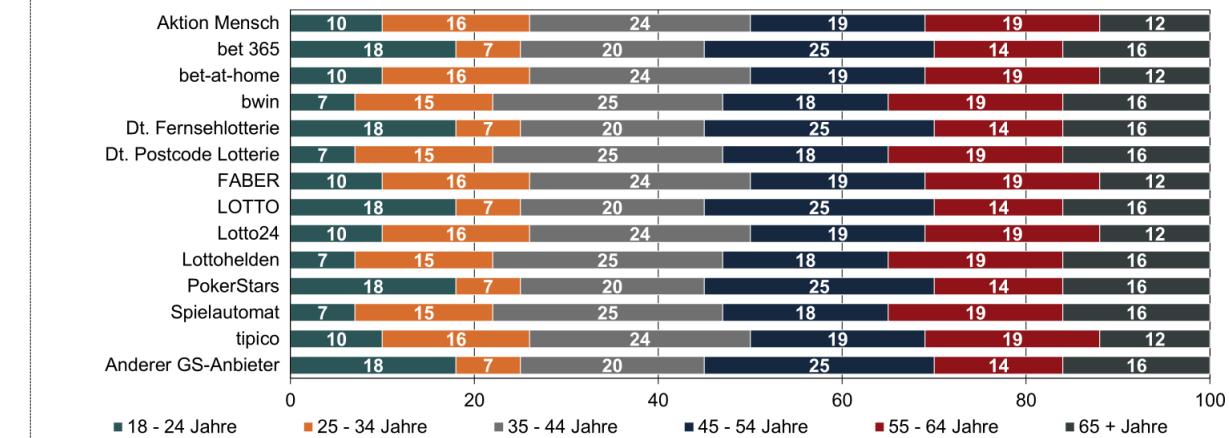
research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

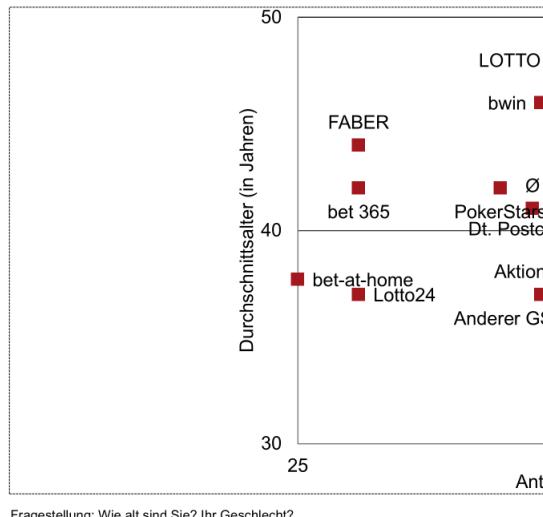
Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

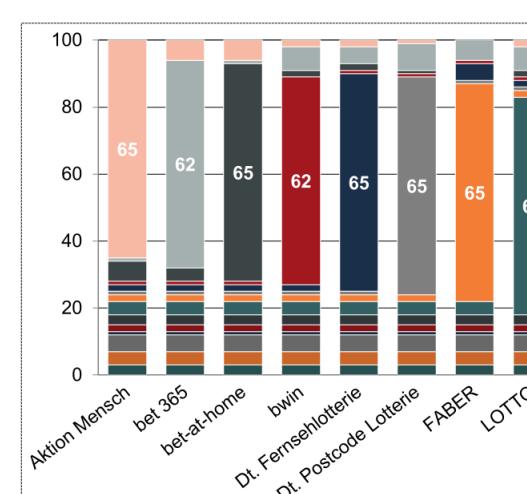
Kundenstruktur

Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur



Kundenverhalten

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

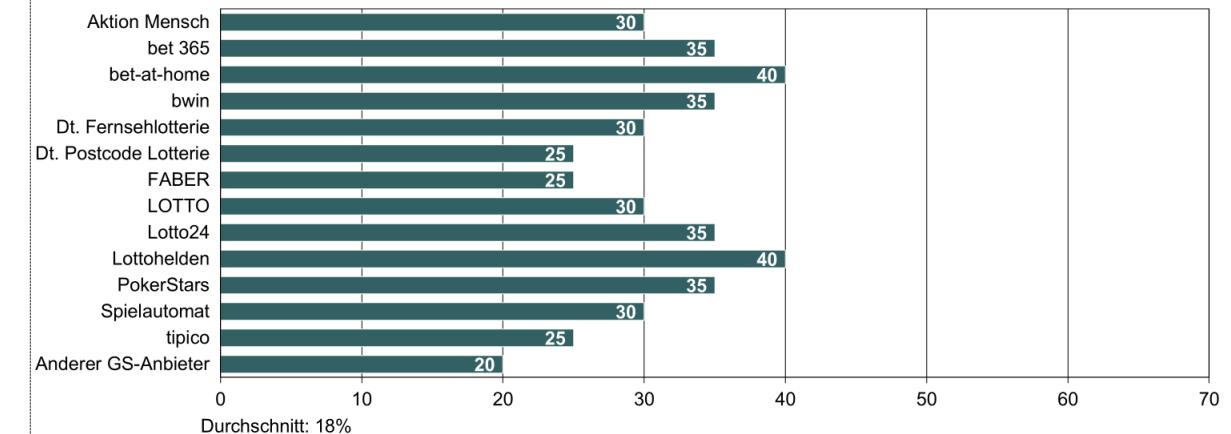


Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Welches Institut verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



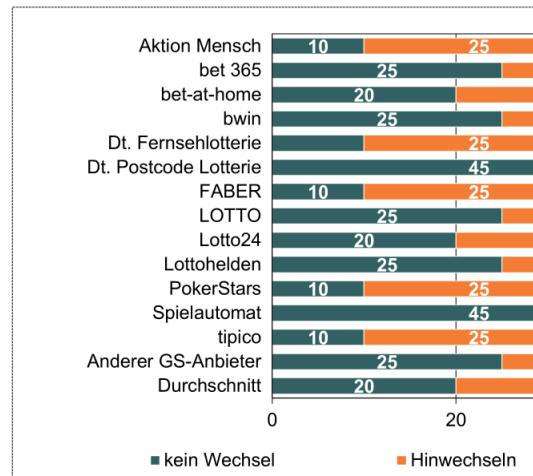
Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

Abschlussabsicht

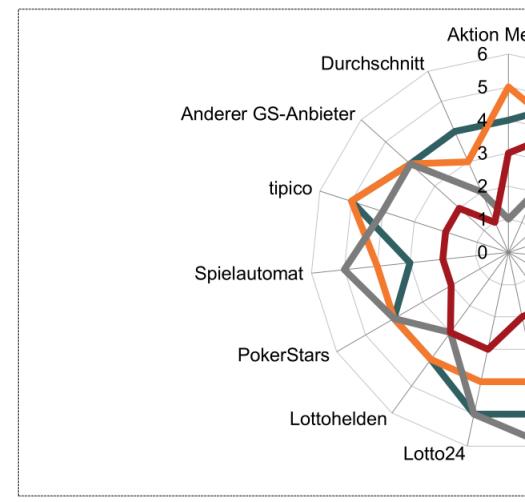
Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Freizeit- und Medienverhalten

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



Welche Wechselrichtungen
herrschen vor?

Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?

Kundenprofile der Anbieter

Überblick – Anbieter XY

Markt-anteil*	Kundenstruktur	insgesamt	1,1%	Rang 16	Kundenstruktur	Teilnahmeabsicht: Kunden < 45 Jahre	8,8%	Rang 7
		im primären Nielsen-Gebiet (NRW)	2,2%	Rang 15	Kundenloyalität	9,9%	Rang 6	
Kundenstruktur	Teilnahmeabsicht	3,3%	Rang 12	Empfehlungsquote	1,1%	Rang 5		
	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		



Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2026

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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026**.

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.

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 2025
- Studie eVisibility Glücksspiel 2025
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2025
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2025
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Multiproduktkunden 2025
- Studie Social Media Ad Perception Glücksspiel 2025

Glücksspielbranche: seit 2015 mehr als 50 Studien veröffentlicht

