

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2020

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Glücksspiel 2020

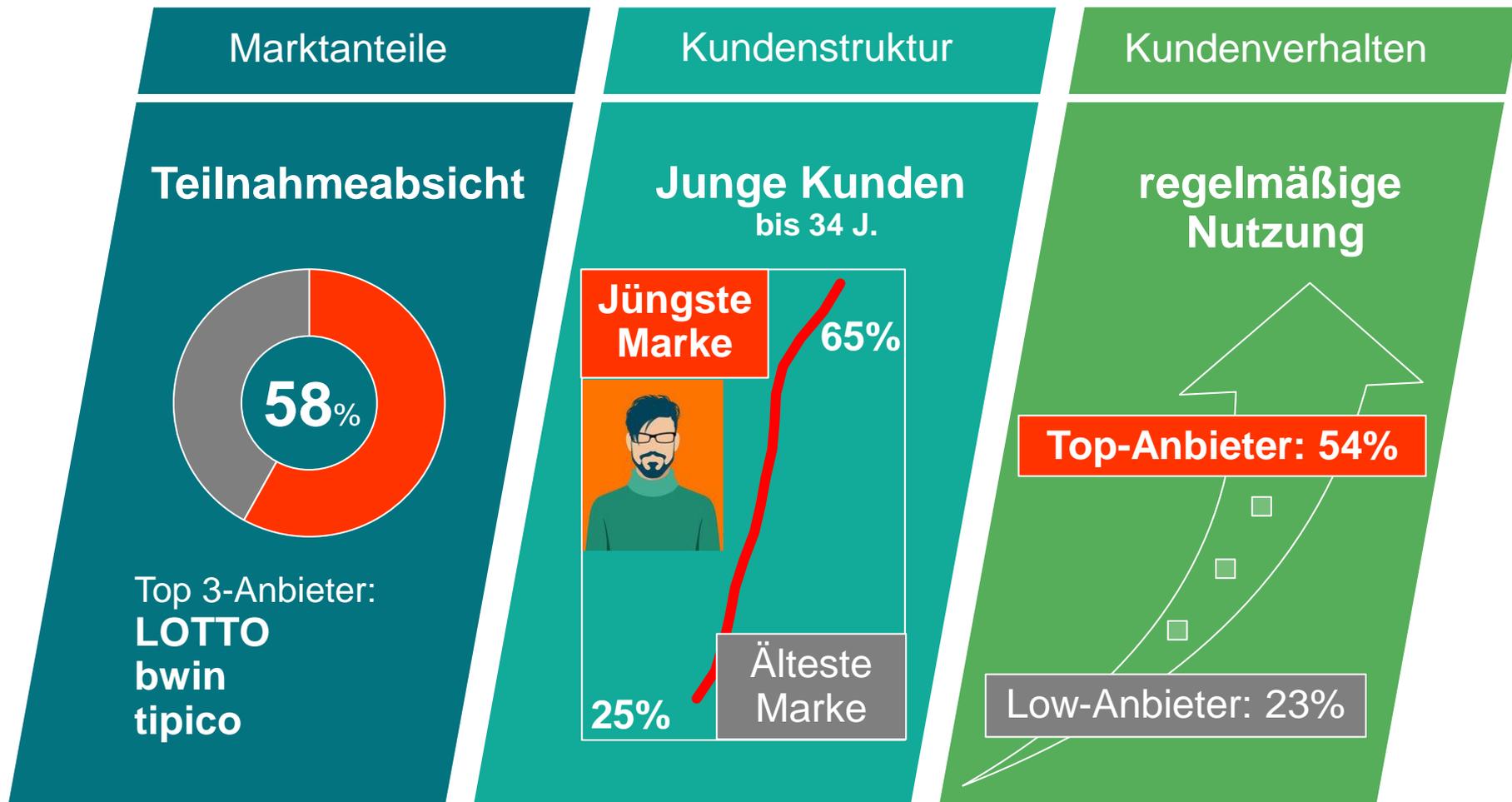
Informationen zur Studie

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 12 und 35 Prozent.
- Der Anteil treuer Kunden liegt je nach Anbieter zwischen 6 und 12 Prozent.
- Ein erheblicher Anteil der Kunden nimmt bei der Glücksspielteilnahme einen Anbieterwechsel vor. Zwischen 59 und 78 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.
- Wahrgenommene Werbung ist ein bedeutender Motivator bei der Glücksspielteilnahme.
- Bei den Marktanteilen zur Teilnahmeabsicht hebt sich ein Anbieter mit stark erhöhten Werten deutlich von den Mitbewerbern ab.

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 121 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarking von
Kundenstruktur und Kundenverhalten

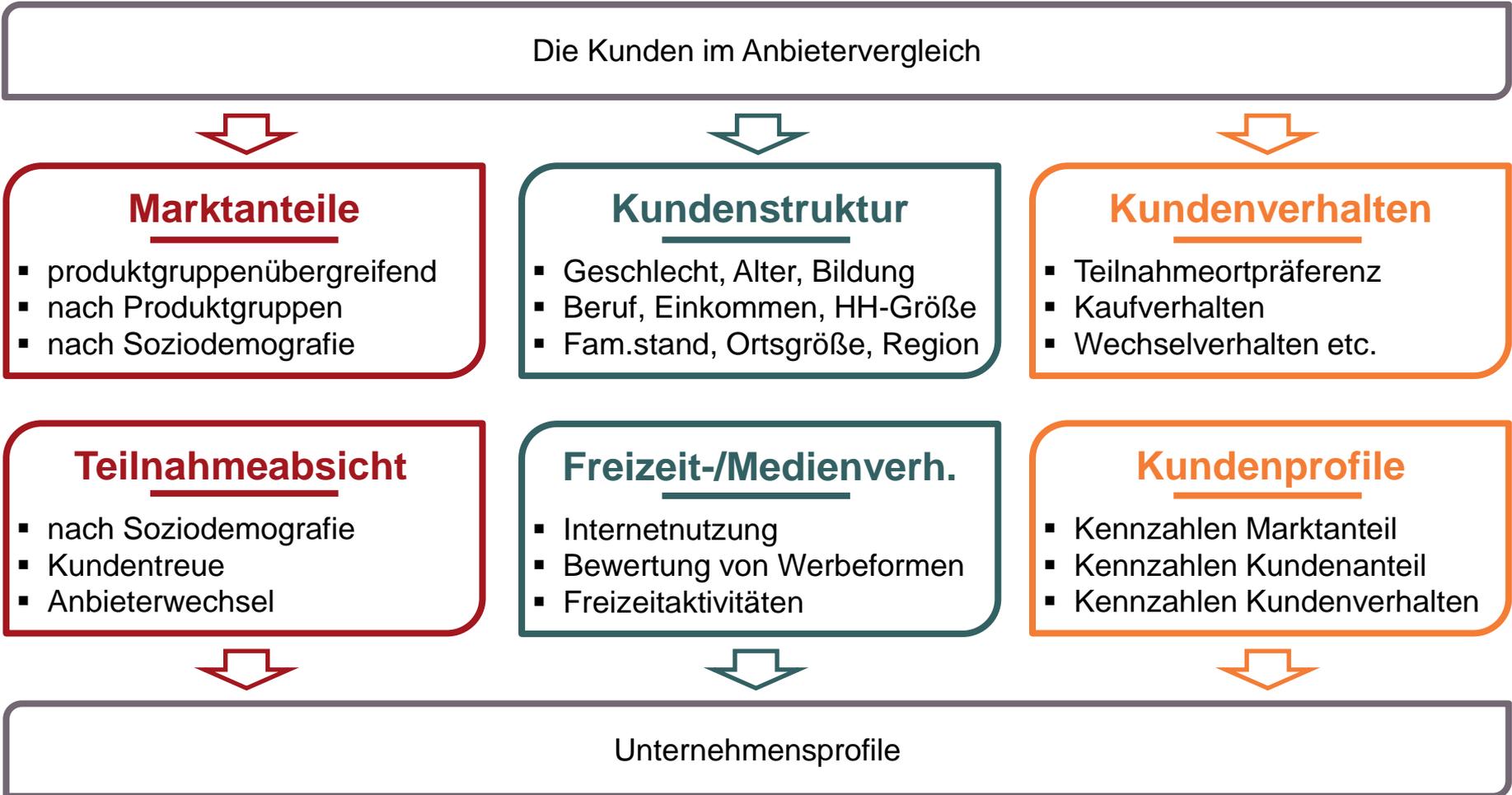
untersuchte Glücksspielanbieter:

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



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 Glücksspiel-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
- 2.182 analysierte GS-Teilnahmen
- 15 im Detail analysierte GS-Anbieter
- 7 Teilnahmeorte
- 13 Produktgruppen
- Bewertung von 11 Werbemedien-gattungen
- 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 Juli 2020 erschienen.

Preis der Studie: Die 121 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, Teilnahmemotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, Wirksamkeit, Angebot, Frequenz der Glücksspielteilnahmen, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Teilnahmeort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, Teilnahmeart des letzten Produkts	
➤ 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 Glücksspielanbieter	99
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 16 Glücksspielanbieter,	
➤ Positionierung	117
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	120



Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Marktanteile

Marktanteile der Glücksspielanbieter nach Teilnahmemotivation (Angaben in %)

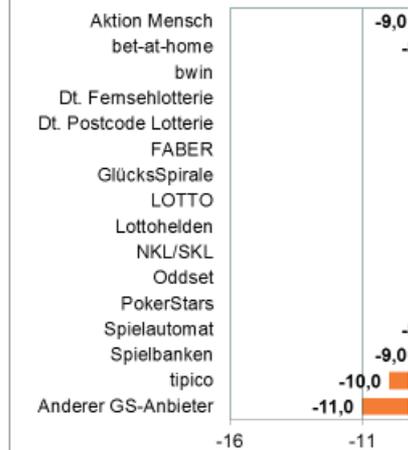


Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie am letzten



Marktanteile

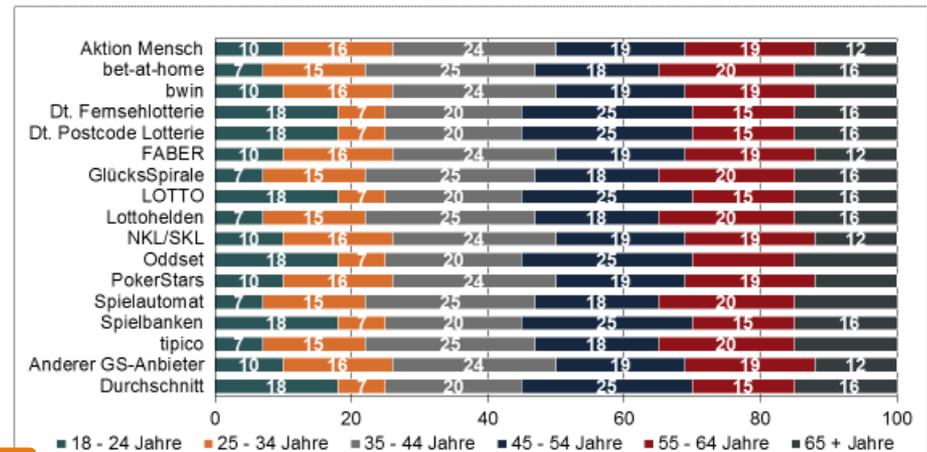
Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Teilnahmeabsicht abzüglich letzte Glücksspielteilnahme, Angaben in Prozentpunkten)



In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2020

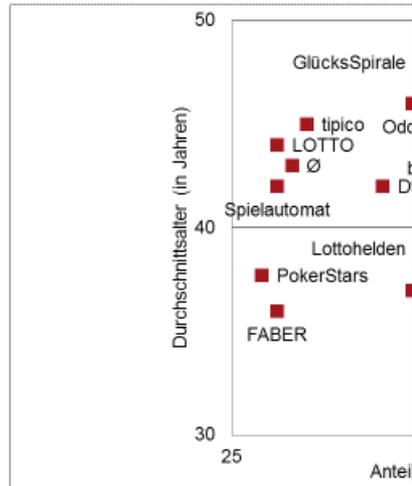
In welchen Bereichen der Teilnahmemotivation zeigt sich Potenzial?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

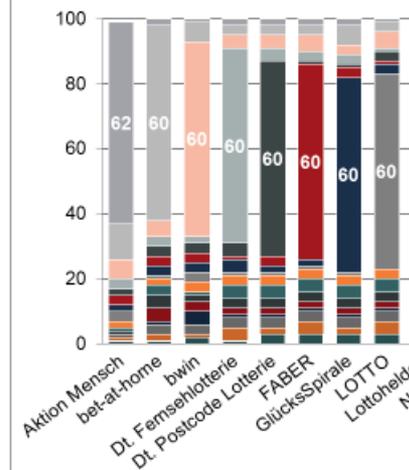
Kundenstruktur

Positionierung der Glücksspielanbieter nach Kundenstruktur



Kundenverhalten

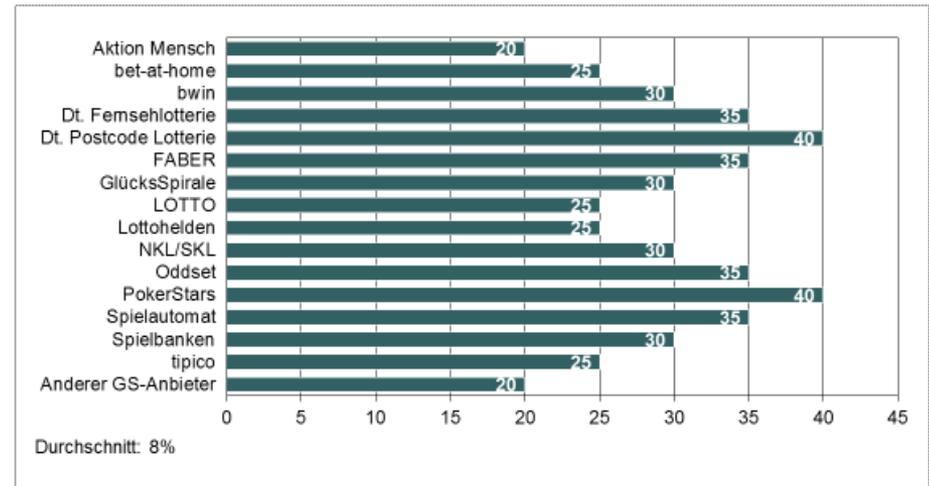
Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an allen Produktnutzungen eigener Kunden (Angaben in %)



Lesbeispiel: Von allen Glücksspielteilnahmen, welche LOTTO-Kunde...

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote* (Angaben in %)



* Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung genutzt; Basis: letzte Glücksspielteilnahme



Studie Unternehmensprofile
Glücksspiel 2020

Welcher Anbieter verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

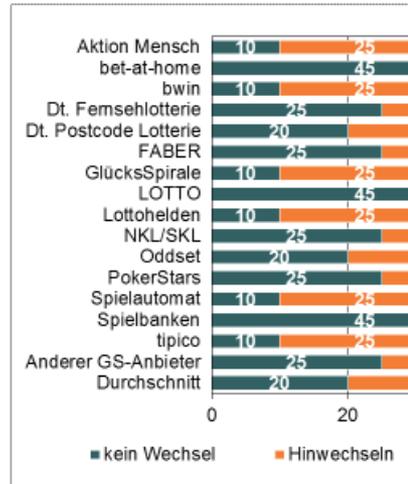
Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

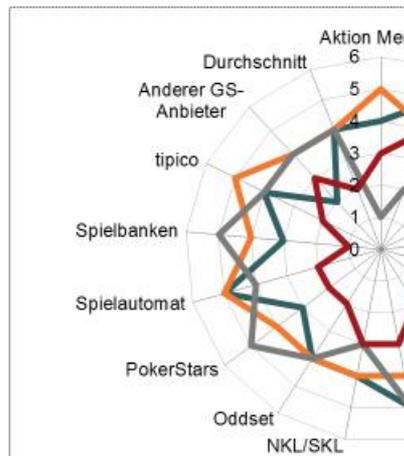
Teilnahmeabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



Freizeit- und Medienverhalten

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



Fragestellung: Wählen Sie fünf Freizeitaktivitäten die Ihnen wichtig sind

Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?

Kundenprofile der Glücksspielanbieter

Überblick – Aktion Mensch

Kategorie	Beschreibung	Anteil	Rang	Kundenstruktur	Beschreibung	Anteil	Rang
Marktanteil*	im primären Nielsen-Gebiet (BY)	2,2%	Rang 2	Kundenverhalten	Kundenloyalität	9,9%	Rang 11
	Teilnahmeabsicht	3,3%	Rang 3		Empfehlungsquote	11,1%	Rang 12
	4+-Personen-Haushalte	4,4%	Rang 4		Online Teilnahme	22,2%	Rang 13
Kundenstruktur	Haushaltsbruttoverdienst > 60.000€	5,5%	Rang 5	kein Wechsel trotz besserer Kondition.	33,3%	Rang 14	
	Kundenausschöpfung	6,6%	Rang 6	Kauffrequenz bis 2 Jahre	44,4%	Rang 15	
	Neukundenüberschuss	7,7%	Rang 7	Regelmäßige Nutzung	55,5%	Rang 16	

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2020

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 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

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

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2020
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2019
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2019
- Marketing Mix Analysis Virtual Sports Betting 2019
- Studie Sponsoring Glücksspiel 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien Spezialist. Seit 2015 sind 17 Studien zur Glücksspielbranche erschienen. In der Studienreihe Unternehmensprofile sind bisher mehr als 20 Studien erschienen.

