

+++ Aktion Mensch +++ bwin +++ Dt. Fernsehlott. +++ Dt. Postcode Lott. +++ DrückGlück +++ Mr Green ++
+ mybet +++ PokerStars +++ Sunmaker +++ Wunderino +++ u. weit. 90 Anbieter mit quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

August 2020

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Glücksspielen innerhalb eines Jahres über 540 Millionen Euro ausgegeben.
- Online-Casino ist der Produktmarkt mit dem größten Werbevolumen.
- Im Durchschnitt werben 64 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl unverändert.
- TV ist das Top-Werbemedium.
- Zwölf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro, davon haben zehn ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbeprodukt Glücksspiel

2018/2019:
393 Mio €

2019/2020:
540 Mio €

Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
Aktion Mensch

9 Produktmärkte



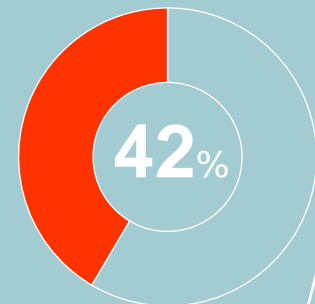
Top-Volumenmarkt:
Online-Casino

größter Anteil Zeitschriften:
Spielbanken

Werbekonzentration



DrückGlück
Hyperino
Wunderino



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **100 Anbieter von Glücksspielen**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **neun Teilmärkten**, darunter
Fernsehlotterien, Online-Casino, sonstige Lotterien, Sportwetten

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 153 PowerPoint-Seiten

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

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

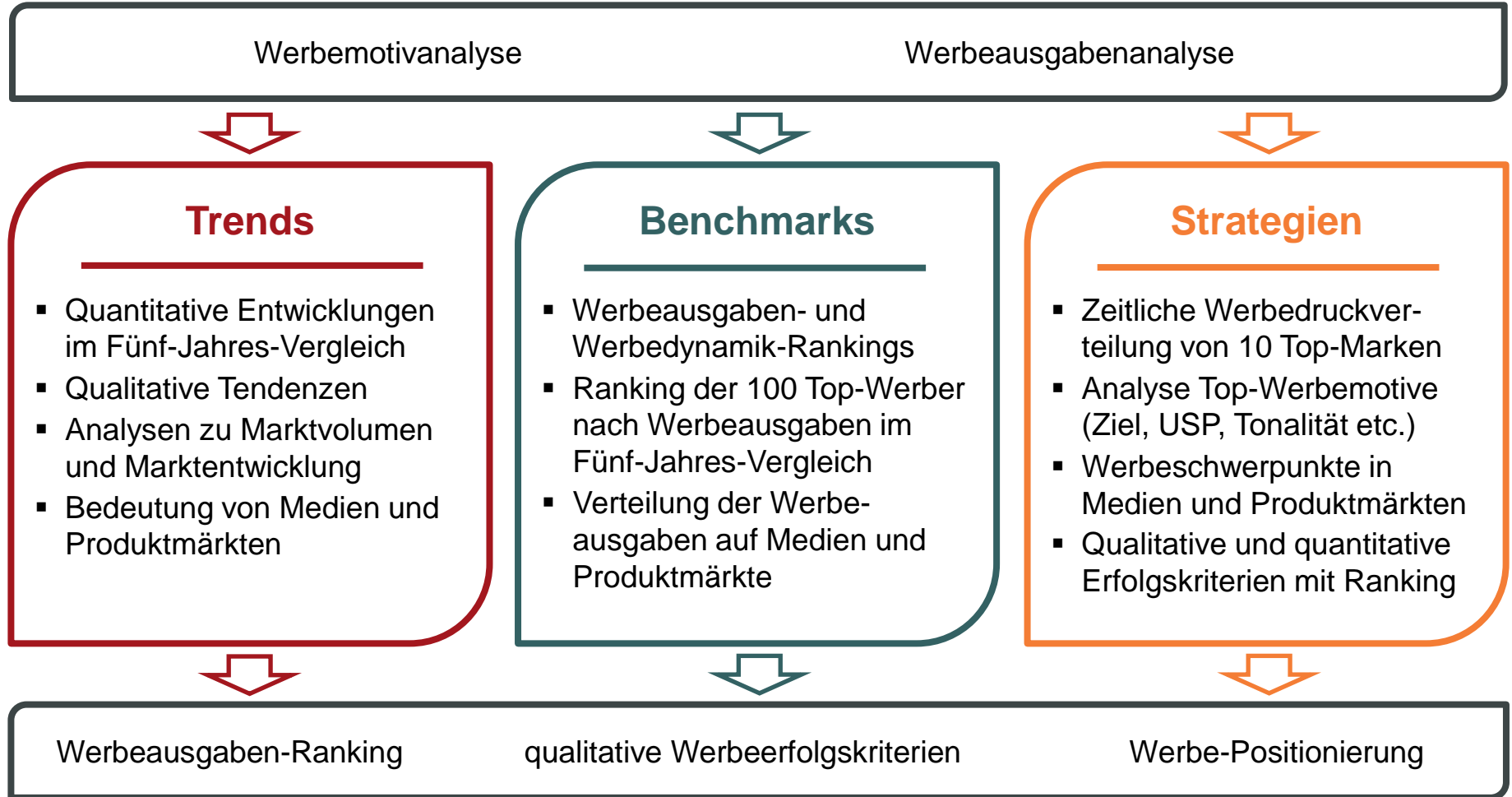
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- bwin
- Dt. Fernsehlotterie
- Deutsche
Postcode Lotterie
- DrückGlück
- Mr Green
- mybet
- PokerStars
- Sunmaker
- Wunderino
- + Spendings für
90 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 153 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	19
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	23
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2019/2020	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2019/2020	
▪ Qualitative Tendenzen	37
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020, aktuelle Trends 2019/2020	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	45
▪	Werbeausgaben-Rankings	48
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 100-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	63
	Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	70
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	73
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ Aktion Mensch	79
▪ bwin	85
▪ Deutsche Fernsehlotterie	90
▪ Deutsche Postcode Lotterie	96
▪ DrückGlück	102
▪ Mr Green	108
▪ mybet	113
▪ PokerStars	118
▪ Sunmaker	123
▪ Wunderino	128
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	133
▪ Motiv-Highlights	139
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	142
Kommunikationspositionierung von 100 Marken auf Basis Mediensplit, Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen	
➤ Kontakt	152



Analysebeispiele (1)

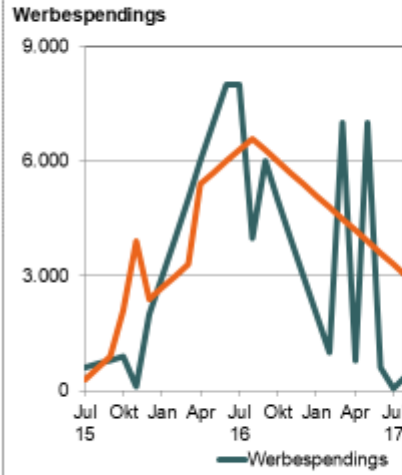
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



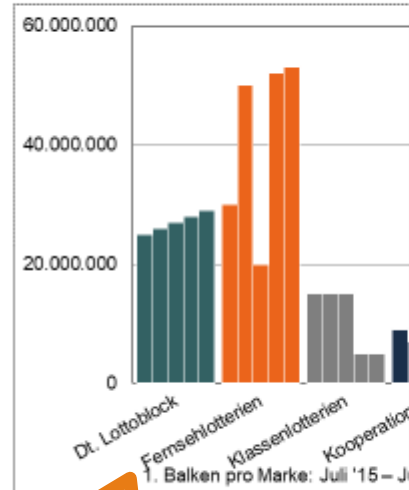
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)



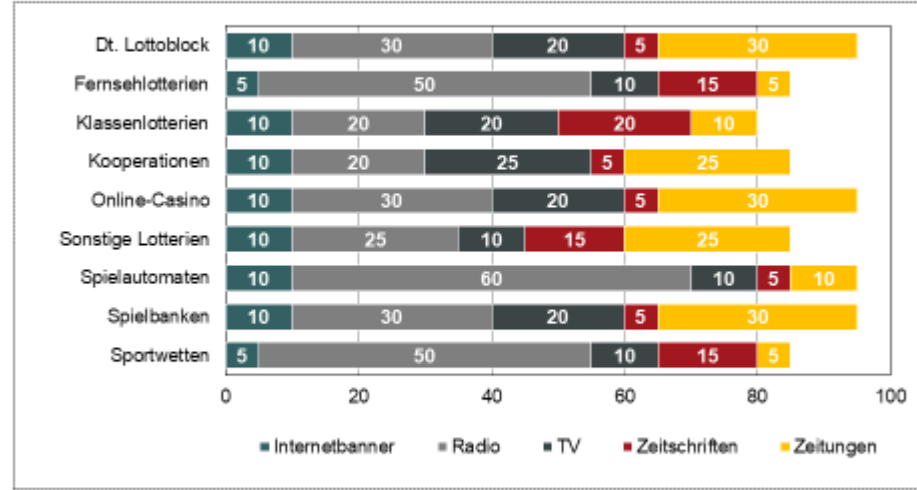
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

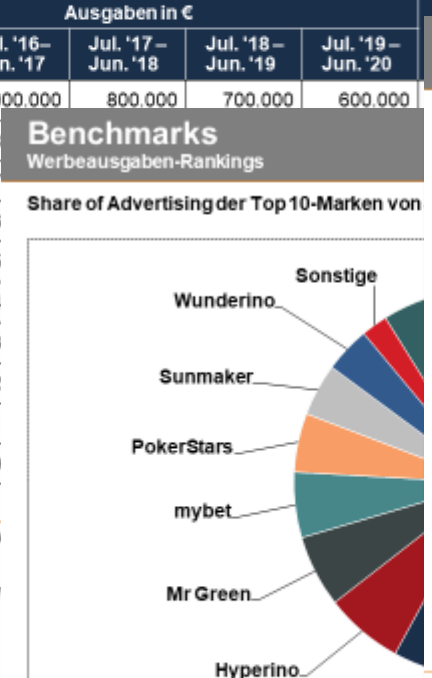
Ranking der Top 100-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jul. '15 – Jun. '16	Jul. '16 – Jun. '17	Jul. '17 – Jun. '18	Jul. '18 – Jun. '19	Jul. '19 – Jun. '20
11	bet-at-home.com	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	bwin	900.000	800.000	700.000	600.000	500.000
13	Casumo	800.000	700.000	600.000	500.000	400.000
14	LeoVegas	700.000	600.000	500.000	400.000	300.000
15	Lotto	600.000	500.000	400.000	300.000	200.000
16	NKL	500.000	400.000	300.000	200.000	100.000
17	Rizk Casino	400.000	300.000	200.000	100.000	50.000
18	SKL	300.000	200.000	100.000	50.000	20.000
19	Tipico	200.000	100.000	50.000	20.000	10.000
20	Unibet	100.000	50.000	20.000	10.000	5.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbeanalytische Glücksspiel 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '18/19	xxx € zu '17/'18, +xx% Anteil an d. ges. Branche (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige TV-Spots, Testimonials corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.19-xx.19	🕒	14-16 Uhr
📅	täglich	AG	Agentur A
MED	RTLZWEI, ProS.	UF	Serie, Soap,
€	xxx €	SCH	xxx
🎯	Produktrelevanz	ZG	Casinospiele
USP	Dein mobiles Ca.	TON	freudig

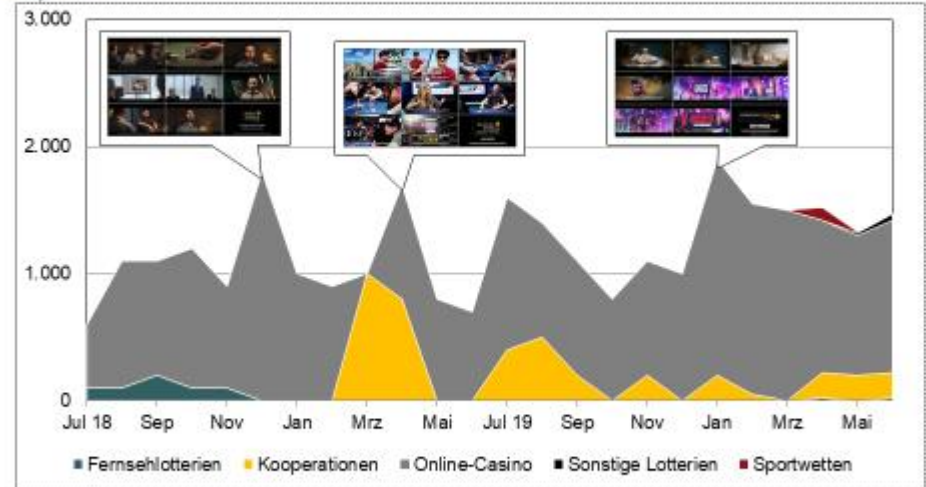
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien Marke C

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2020

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

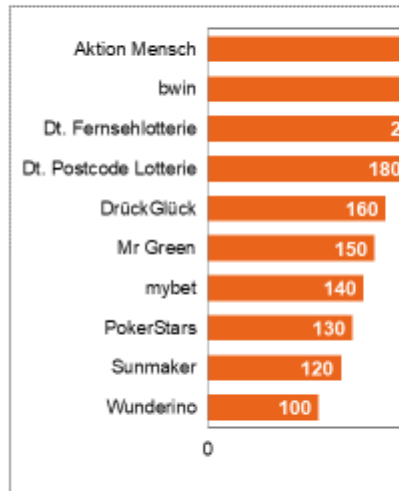
Marken	Awareness		De ko
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
Aktion Mensch	●●○	●●○	●
bwin	●○○	○○○	●
Dt. Fernsehlotterie	●○○	○○○	●
Dt. Postcode Lotte.	●●○	○○○	●
DrückGlück	●○○	○○○	●
Mr Green	●○○	○○○	●
mybet	●○○	○○○	●
PokerStars	○○○	○○○	●
Sunmaker	●○○	○○○	●
Wunderino	●○○	○○○	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte* in allen acht Werbeerfolgskategorien)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital: *



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgskategorien



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2020.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@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 Unternehmensprofile Glücksspiel 2020
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Mobile Device 2020
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2019
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2019
- Marketing Mix Analysis Virtual Sports Betting 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

