

+++ Aktion Mensch +++ Dt. Fernsehlotterie +++ Dt. Postcode Lotterie +++ DrückGlück +++ Hyperino +++ Lotto +++ mybet +++ PokerStars +++ Tipico +++ Wunderino +++ u. weit. 160 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Glücksspiel 2021

Werbeausgaben für 170 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

August 2021



powered by:



©deagtreez/123RF.COM



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Glücksspielen innerhalb eines Jahres über 500 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Teilmarkt Online-Casino ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 42 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 104 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist aktuell das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 69 Prozent. Zeitschriften-Werber Nr. 1 ist FABER Lotto-Service.
- 51 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb des jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraums.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien ist ‚Alleinstellung‘ unter den Topwerbern aktuell der größte Schwachpunkt.
- Aktion Mensch und die Deutsche Fernsehlotterie positionieren sich in Bezug auf die saisonale Verteilung der Werbespendings deutlich abseits der übrigen Top 10 Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Glücksspiel

2020/2021

**582** Mio. €



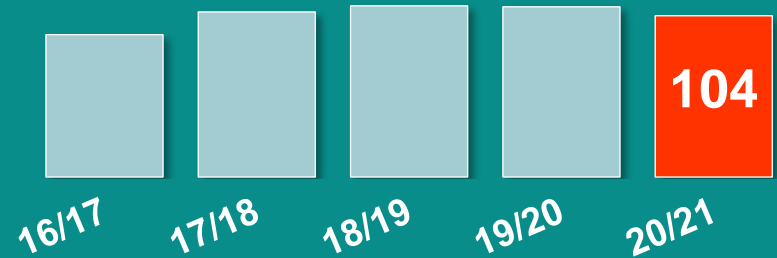
davon  
**42%**  
im Produktmarkt  
**Online-Casino**

### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**FABER Lotto-Service**

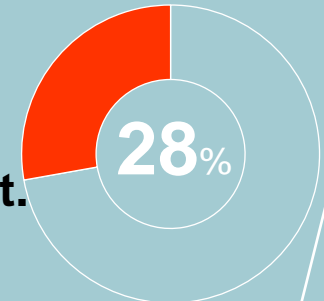
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Dt. Postcode Lott.**  
**PokerStars**  
**Wunderino**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **170 Anbieter von Glücksspielen**  
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **neun Teilmärkten**, darunter  
Fernsehlotterien, Online-Casino, Dt. Lottoblock, Sportwetten

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 163 PowerPoint-Seiten

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

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

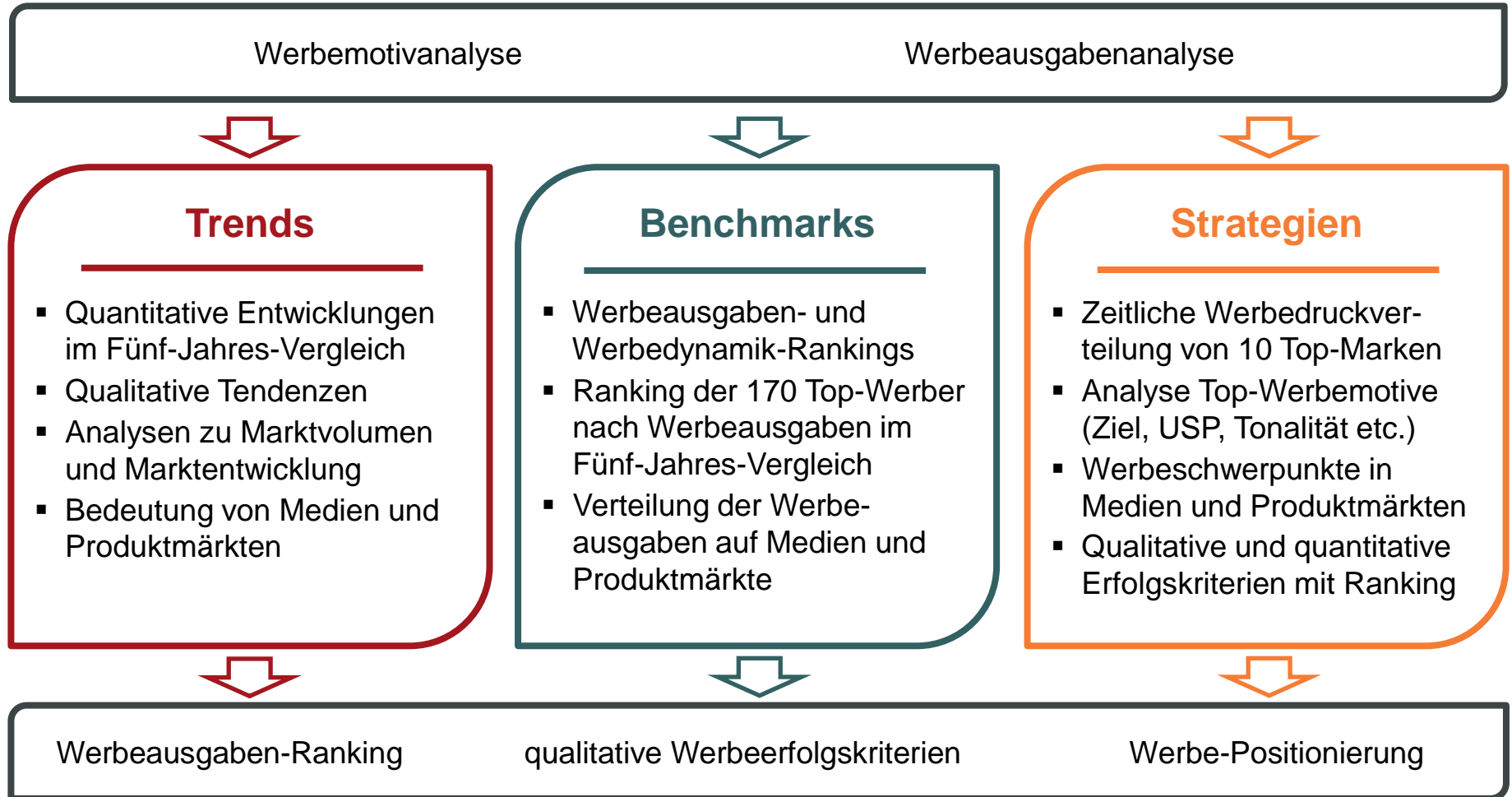
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- Dt. Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- DrückGlück
- Hyperino
- Lotto
- mybet
- PokerStars
- Tipico
- Wunderino
- + Spendings für  
160 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 170 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

## **Forschungsdesign:**

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Out-of-Home, Radio, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 163 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	18
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 2020/2021	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2020/2021	
▪ Qualitative Tendenzen	37
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021, aktuelle Trends 2020/2021	
➤ Benchmarks	47
▪ Werbeausgaben-Rankings	50
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 170-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	



# Inhaltsverzeichnis

▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	72
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	80
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	
➤ Strategien	83
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	89
▪ Deutsche Fernsehlotterie	95
▪ Deutsche Postcode Lotterie	101
▪ DrückGlück	107





# Inhaltsverzeichnis

▪ Hyperino	112
▪ Lotto	117
▪ mybet	123
▪ PokerStars	128
▪ Tipico	134
▪ Wunderino	139
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	145
▪ Motiv-Highlights	151
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	154
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt, Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen	
➤ Kontakt	163



# Analysebeispiele (1)

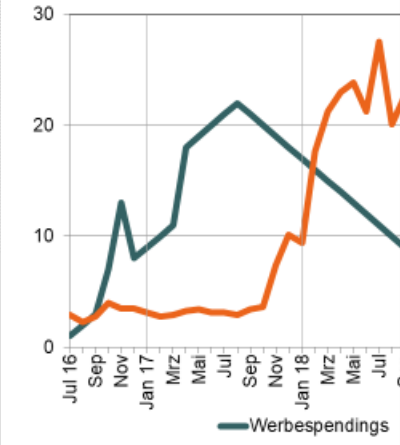
## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

#### Werbespendings



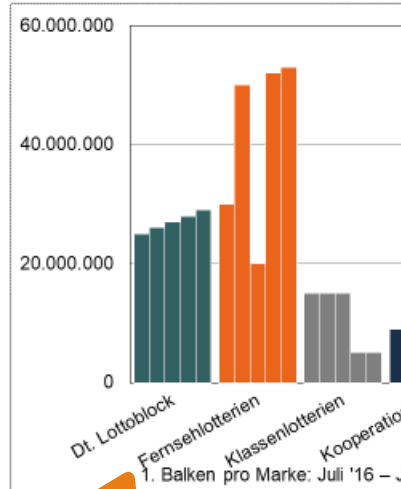
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### 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

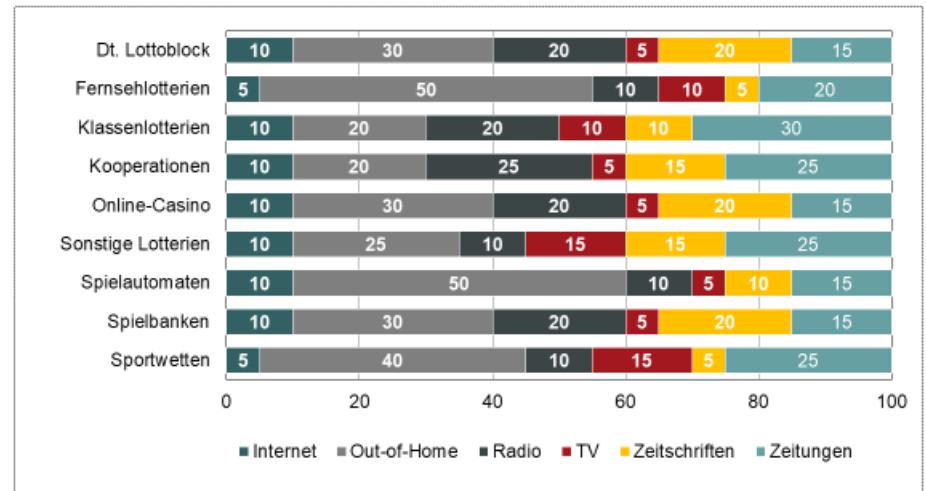
Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse Glücksspiel 2021

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 170-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jul. '16 – Jun. '17	Jul. '17 – Jun. '18	Jul. '18 – Jun. '19	Jul. '19 – Jun. '20	Jul. '20 – Jun. '21
11	bwin	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	FABER Lotto-Servic.	900.000	800.000	700.000	600.000	500.000
13	Glücksspirale	800.000	700.000	600.000	500.000	400.000
14	Interwetten	700.000	600.000	500.000	400.000	300.000
15	Lotto Bayern	600.000	500.000	400.000	300.000	200.000
16	Mr Green	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	Slotilda	200.000	100.000	50.000	20.000	10.000
20	Unibet	100.000	50.000	20.000	10.000	5.000

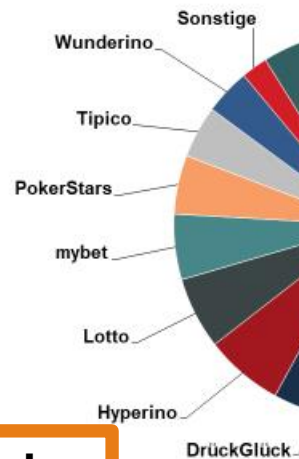
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

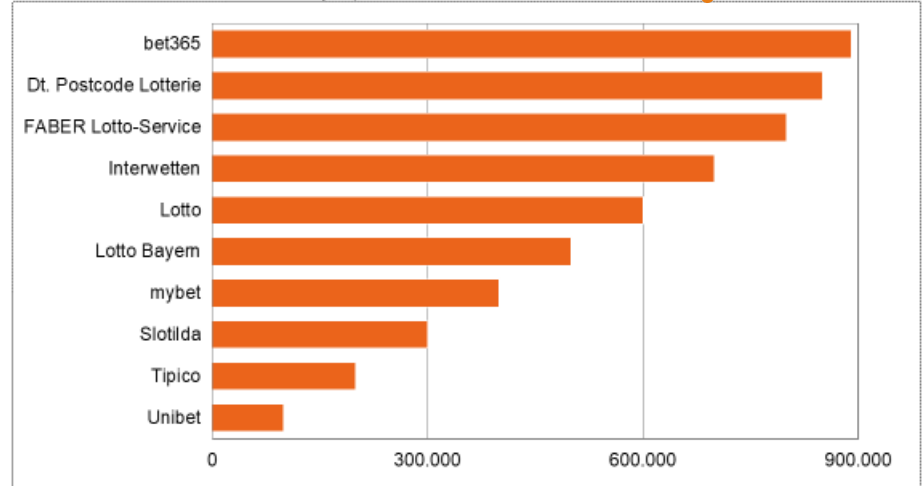
Share of Advertising der Top 10-Marken von



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '20/21	xxx € zu '19/'2'0, +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.20-xx.20	🕒	09-11 Uhr
📺	täglich	AG	Agentur A
MED	RTL ZWEI, ProS.	UF	Serie, Doku,
€	xxx €	SCH	xxx
🎯	Produktrelevanz	ZG	Pokerspieler
USP	Dein mobiles Ca.	TON	sachlich-freu

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



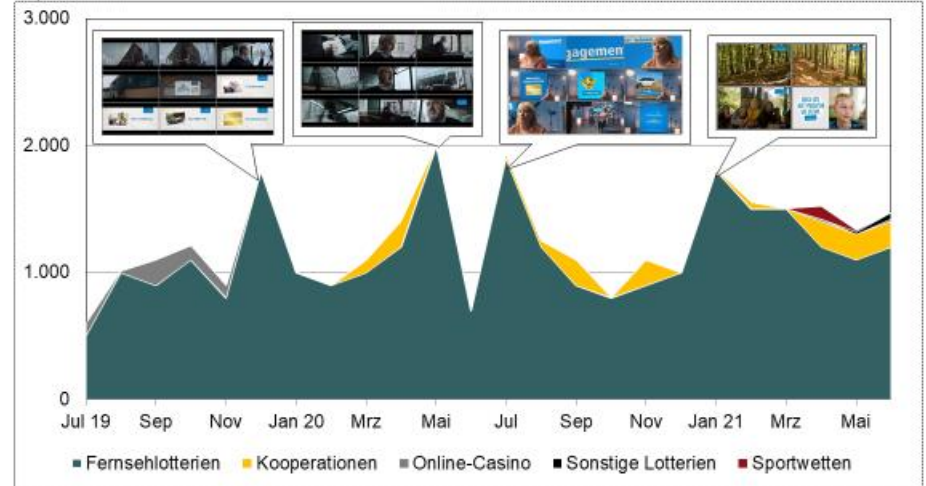
Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

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 2021

# Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

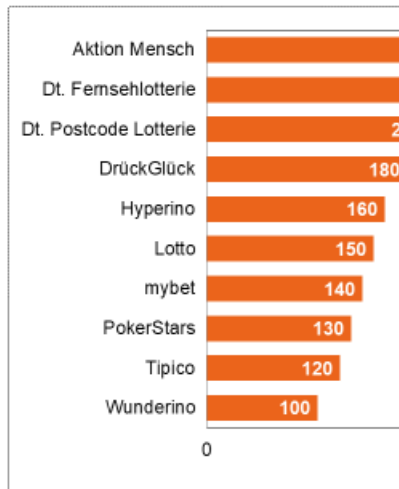
Marken	Awareness		Durchgängigkeit	Detektor
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit		
Aktion Mensch	●●○	●●○	●	●
Dt. Fernsehlotterie	●○○	○○●	●	●
Dt. Postcode Lotte.	●○○	●●○	●	●
DrückGlück	●●○	○○●	●	●
Hyperino	●○○	○○●	●	●
Lotto	●○○	●○○	●	●
mybet	●○○	○○●	●	●
PokerStars	○○●	○○●	●	●
Tipico	●○○	●●○	●	●
Wunderino	●○○	○○●	●	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien Markenranking

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



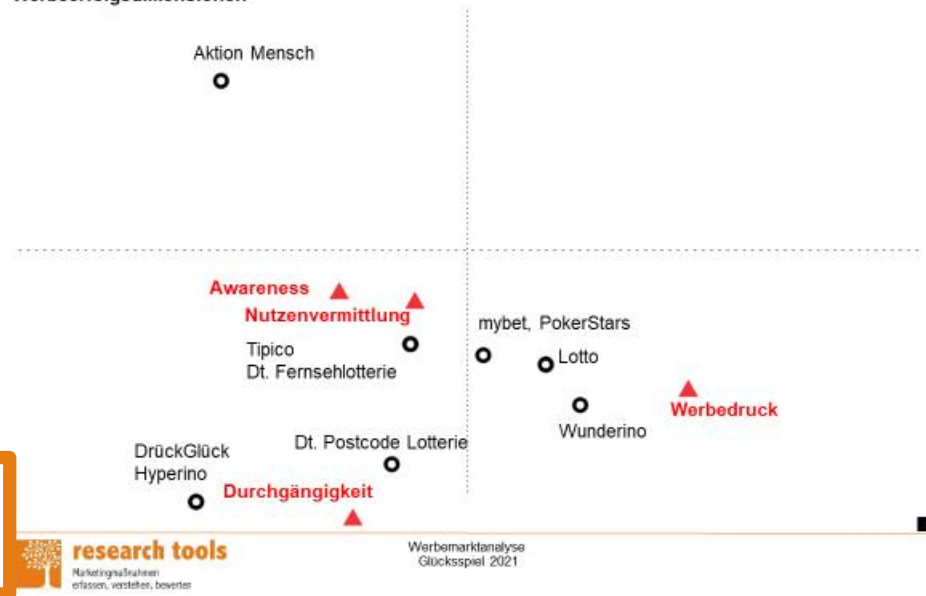
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; \*s



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

## Kommunikationspositionierung

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



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](mailto: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 2021.**

**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 Paid Search Glücksspiel 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2020
- Studie eVisibility Glücksspiel 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

