

+++ Aktion Mensch +++ bwin +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ DrückGlück +++ Jackpot Piraten +++ Lotto24 +++ Slotmagie +++ Tipico +++ Wunderino +++ und weitere 120 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Aktion Mensch +++ Deutsche Fe

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023

Werbeausgaben für 130 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2023

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Anbieter von Glücksspielen innerhalb eines Jahres rund 414 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Teilmarkt Online-Casino ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 32 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 95 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist aktuell das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 73 Prozent. Internet-Werber Nr. 1 ist Lotto Bayern.
- 41 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb des jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraums.
- Unter den Top 20-Marken finden sich drei, die im jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraum erstmals werben.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien ist ‚Alleinstellung‘ unter den zehn Topwerbern aktuell der größte Schwachpunkt.
- Aktion Mensch positioniert 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

August 22-Juli 2023

414 Mio. €



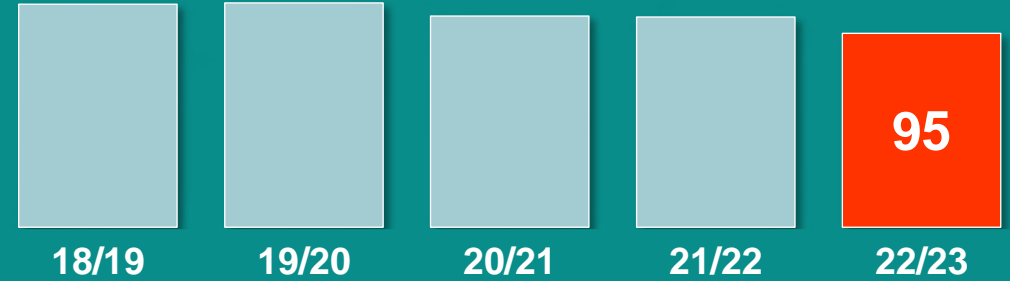
davon
32%
im Produktmarkt
Online-Casino

Mediensplit

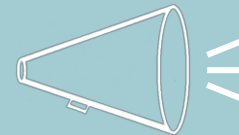


Internet-Werber Nr. 1:
Lotto Bayern

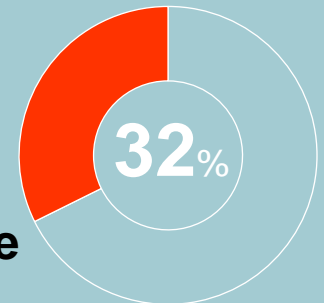
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Aktion Mensch
Deutsche Postcode Lotterie
Slotmagie



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **130 Anbieter von Glücksspielen**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **neun Teilmärkten**, darunter Deutscher Lottoblock, Fernsehlotterien,
Klassenlotterien, Online-Casino, Spielbanken, Sportwetten

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 155 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

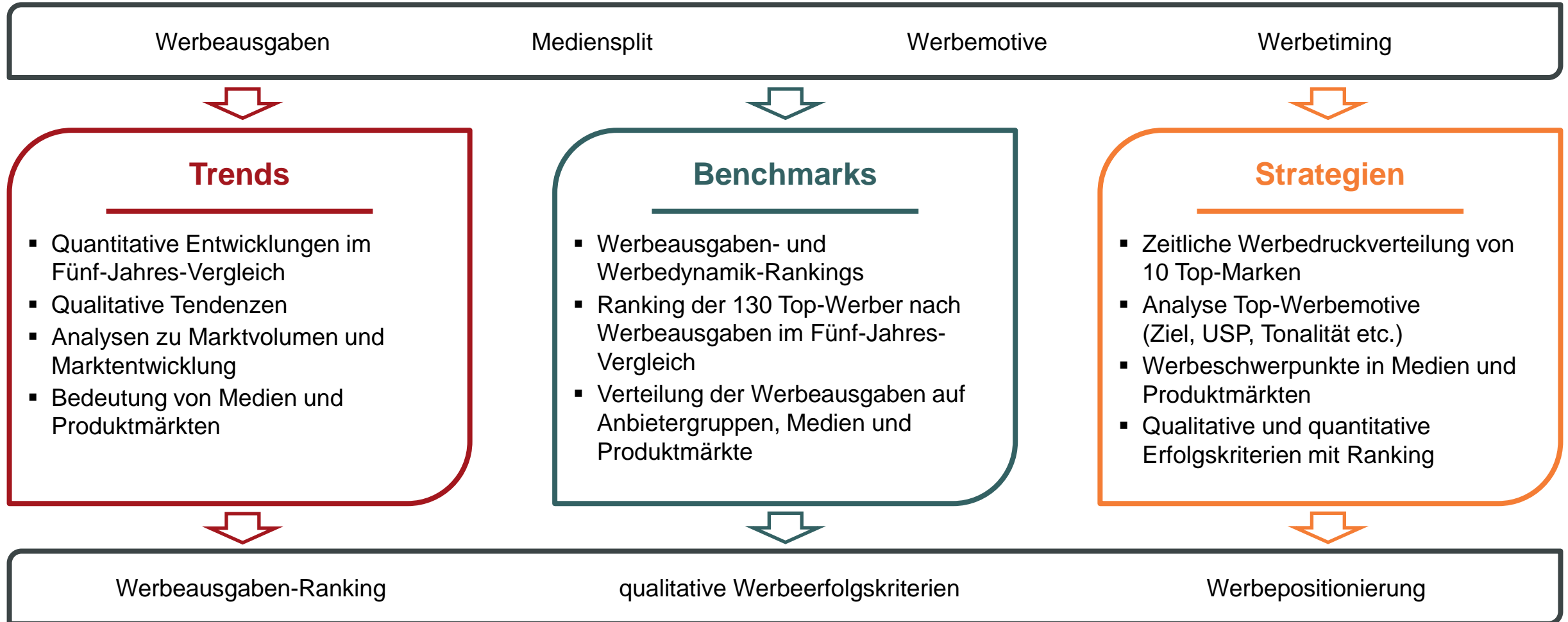
Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- bwin
- Dt. Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- DrückGlück
- Jackpot Piraten
- Lotto24
- Slotmagie
- Tipico
- Wunderino
- + Spendings für
120 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?
- 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?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken, wie positionieren sie sich im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 130 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in neun Produktmärkten
- Werbespendings für zwei Anbietergruppen
- 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 (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), 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 155 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	16
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	21
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2022/2023	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	29
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2022/2023	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	36
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2022/2023, aktuelle Trends 2022/2023	



Inhaltsverzeichnis

➤ Benchmarks	47
▪ Werbeausgaben-Rankings	48
Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	67
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	75
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	78
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	80
▪ bwin	85
▪ Deutsche Postcode Lotterie	91
▪ Deutsche Fernsehlotterie	97
▪ DrückGlück	103
▪ Jackpot Piraten	108
▪ Lotto24	114
▪ Slotmagie	119
▪ Tipico	124
▪ Wunderino	130
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	135
▪ Motiv-Highlights	142
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	145
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	154



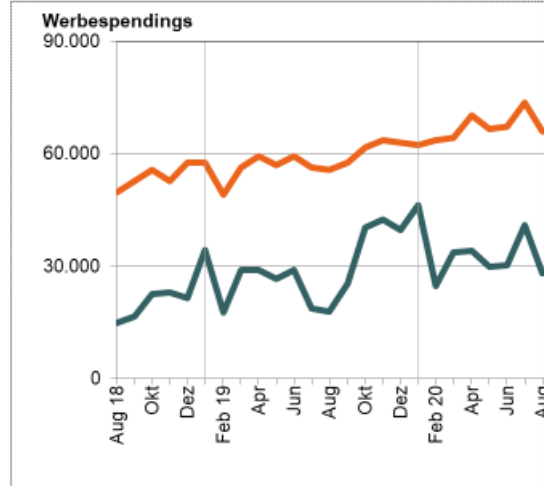
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

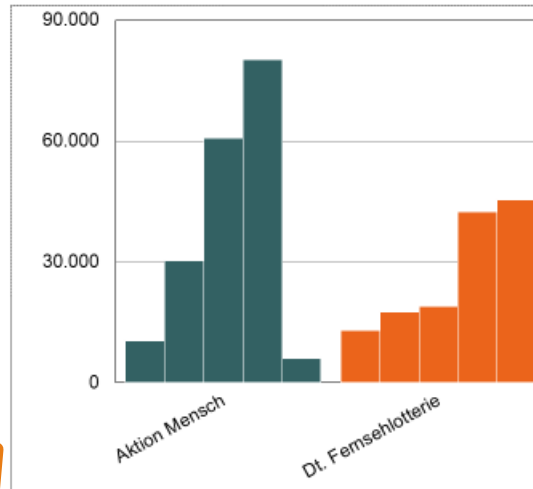
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

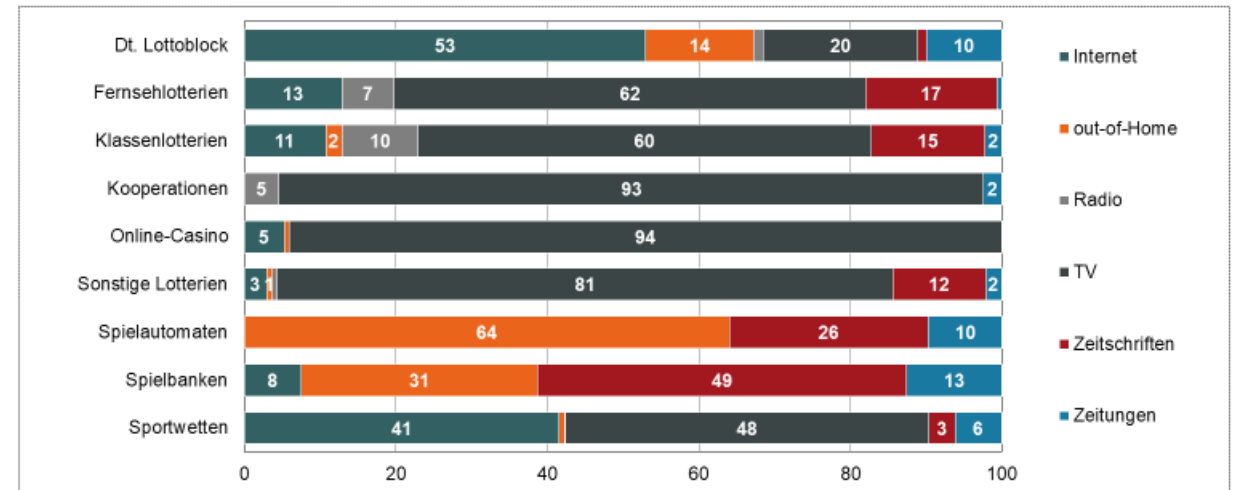
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich (Top 1-5 letztes Jahr, Angaben in T€)



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2022/2023 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2023

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

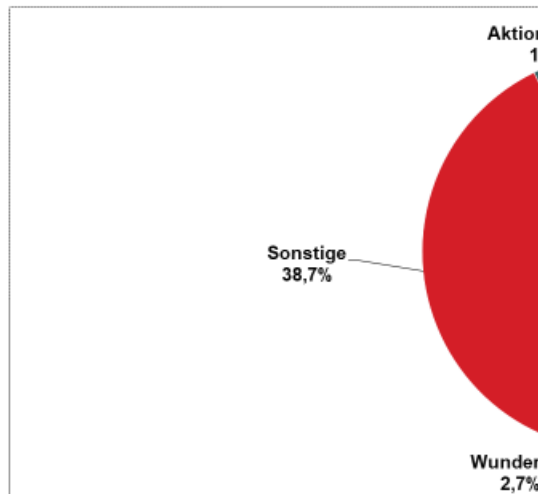
Ranking der Top 130-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '18 – Jul. '19	Aug. '19
11	bet365	5.000.000	
12	Bing Bong	2.400.800	
13	bwin	6.000.000	
14	FABER Lotto-Service	15.300.500	
15	GG Poker	9.000.000	1
16	Interwetten	3.260.800	
17	Lotto	3.900.600	
18	Lotto Bayern	2.100.800	
19	Neo.bet	9.400.750	1
20	SKL Süddeutsche Klassenl.	8.730.800	

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

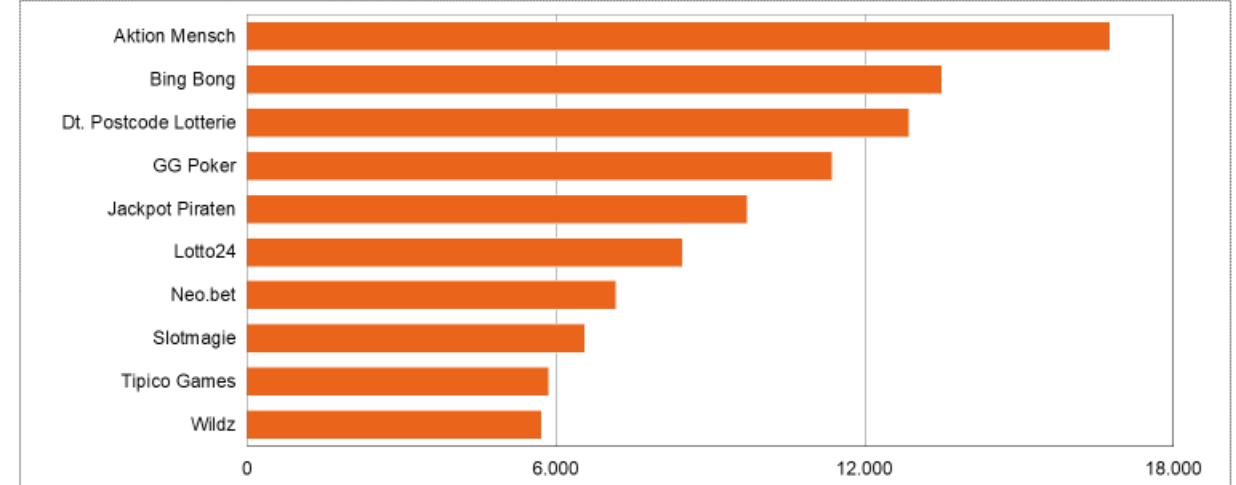
Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2022 bis Juli 2023



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '22/'23	xxx Mio. €, +28,4% zu '21/'22, 12,4% Anteil an d. ges. Branche (Rang 1)
Alleinstellung	keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	freudig-sachliche, rasante, TV-Spots
Design – Konsistenz	medienübergreifend und im Zeitverlauf Variationen

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Strategien

Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.xx.-xx.xx.xx	🕒	xx-xx Uhr
📺	mehrere Pausen	AG	keine Angabe
MED	Dmax, Welt, Tele5	UF	Doku, Serie, Soap
€	xxx €	SCH	xxx
🎯	Produktrelevanz	ZG	Loskäufer
USP	gleich anmelden	TON	freudig, auffordernd

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

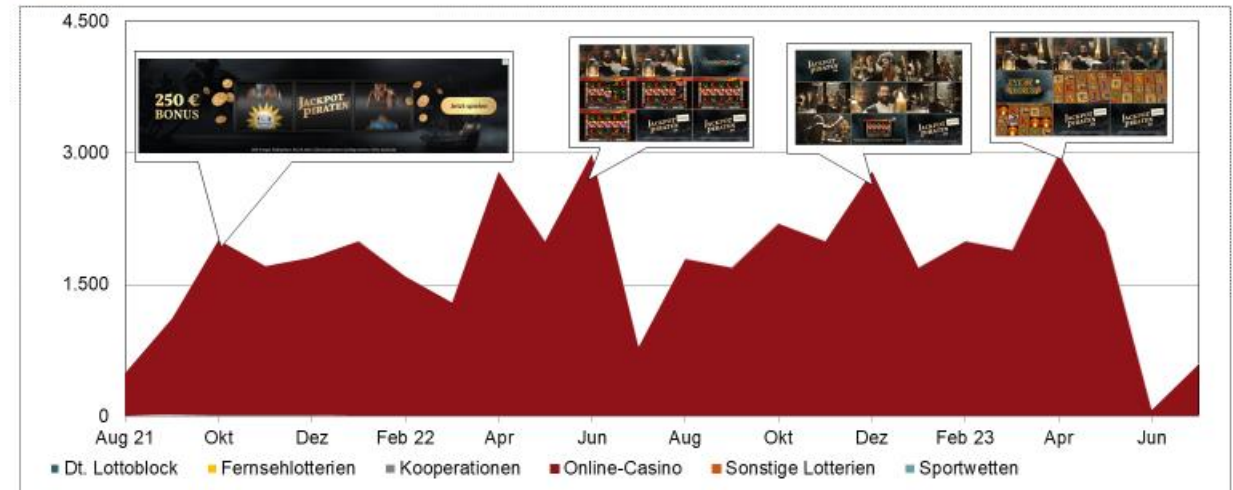
Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

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€)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

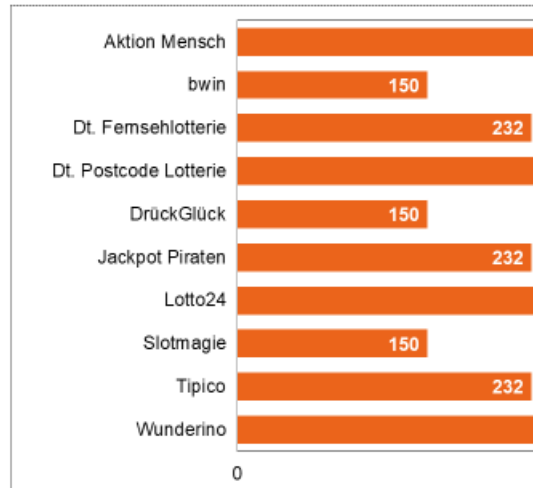
Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Awareness		De kons
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
Aktion Mensch	●○○○	●○○○	●
bwin	●○○○	●○○○	●
Dt. Fernsehlotterie	●○○○	●○○○	●
Dt. Postcode Lotterie	●○○○	●○○○	●
DrückGlück	●○○○	●○○○	●
Jackpot Piraten	●○○○	●○○○	●
Lotto24	●○○○	●○○○	●
Slotmagie	●○○○	●○○○	●
Tipico	●○○○	●○○○	●
Wunderino	●○○○	●○○○	●

Strategien Markenranking

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

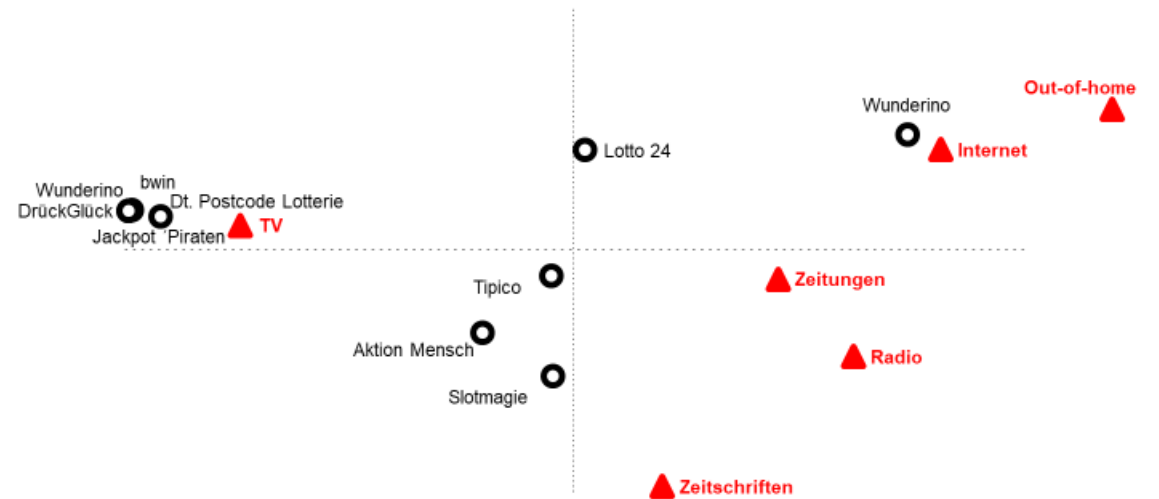


* siehe vorhergehende Seite, maximal erreichbare Punktzahl: 800

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2023

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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Glücksspiel 2023**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Glücksspielbranche erschienen:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Keno 2023
- Studie Kundenpfade Glücksspiel 2023
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Automatenspieler 2023
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2023
- Studie eVisibility Glücksspiel 2022
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2022

Glücksspielbranche: seit 2020 mehr als 20 Studien veröffentlicht

