

+++ Aktion Mensch +++ Betano +++ bwin +++ Clima Clic +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ Lotto24 +++ Neo.bet
+++ Tipico +++ WestLotto +++ und weitere 170 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends Dornbracht +++ Aktion Mensch +++ Betano +++ bwin

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2026

Werbeausgaben für 180 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2026

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



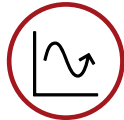
Welche der **180 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



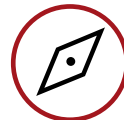
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Glücksspiel

August 2025 - Juli 2026

487 Mio. €



davon
26%
im Produktmarkt
Sportwetten

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
bet365

Werbungtreibende pro Monat im Ø



2021/2022



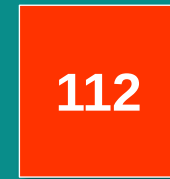
2022/2023



2023/2024



2024/2025



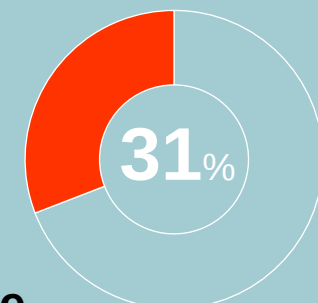
2025/2026

112

Werbekonzentration



Aktion Mensch
Betano
Deutsche Postcode Lotterie



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

180 Glücksspiel-Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in neun **Produktmärkten** darunter:
Dt. Lottoblock, Online-Casino, Sportwetten

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 128 PowerPoint-Seiten

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

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

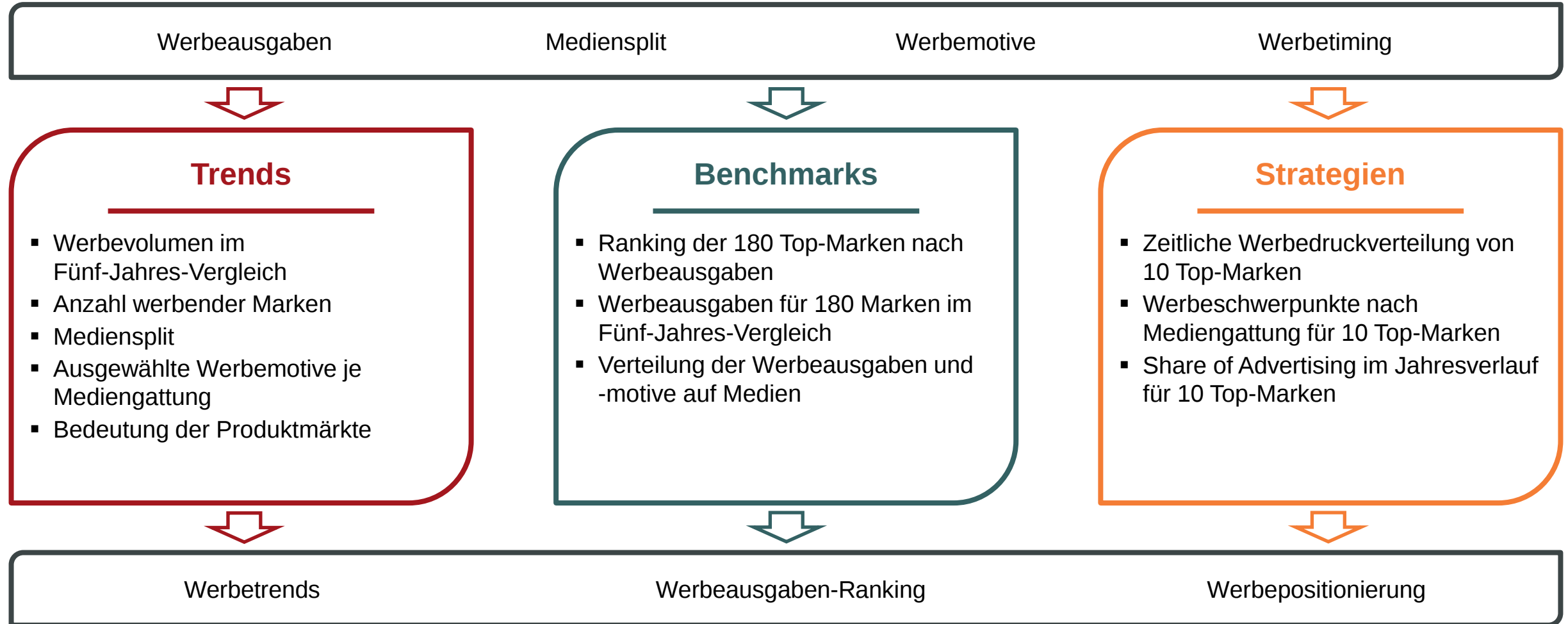
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- Betano
- bwin
- Clima Clic
- Deutsche Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- Lotto24
- Neo.bet
- Tipico
- WestLotto
- + Spendings für 170 weitere Marken



Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

180

Glücksspiel-Marken

9

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, 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 128 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
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	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	27
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	34
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	45
▪ Werbeausgaben-Rankings	46
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 180-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	70
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	



Inhaltsverzeichnis

▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	78
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Produktmärkte und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	81
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	123
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	127



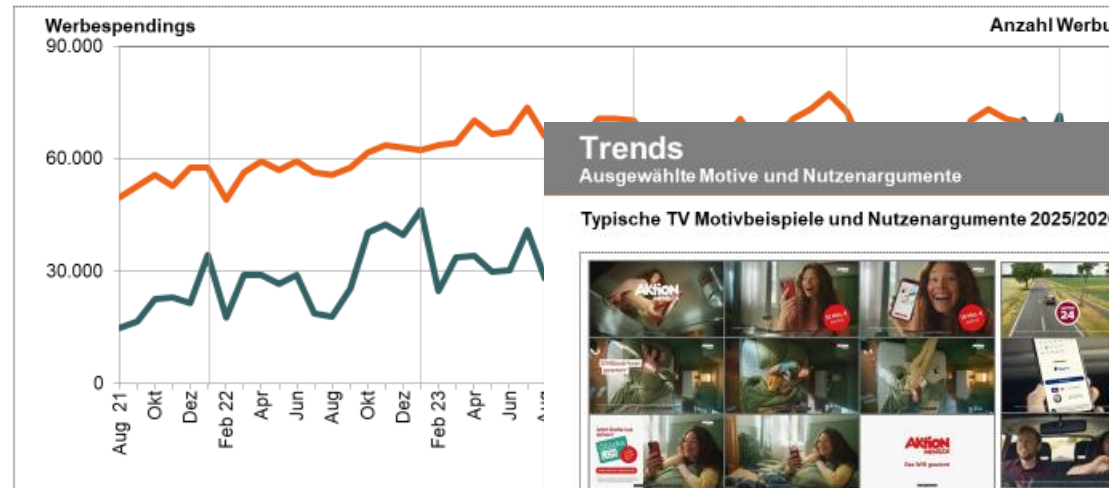
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

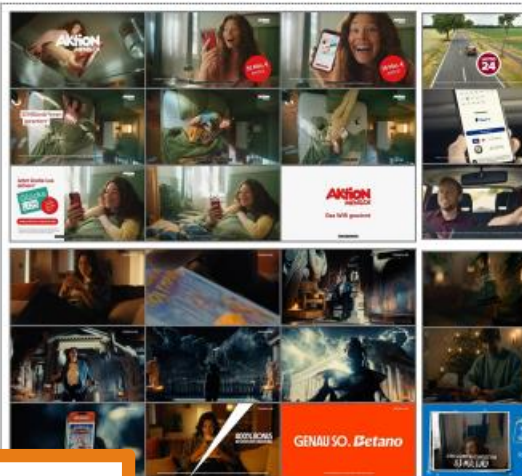
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

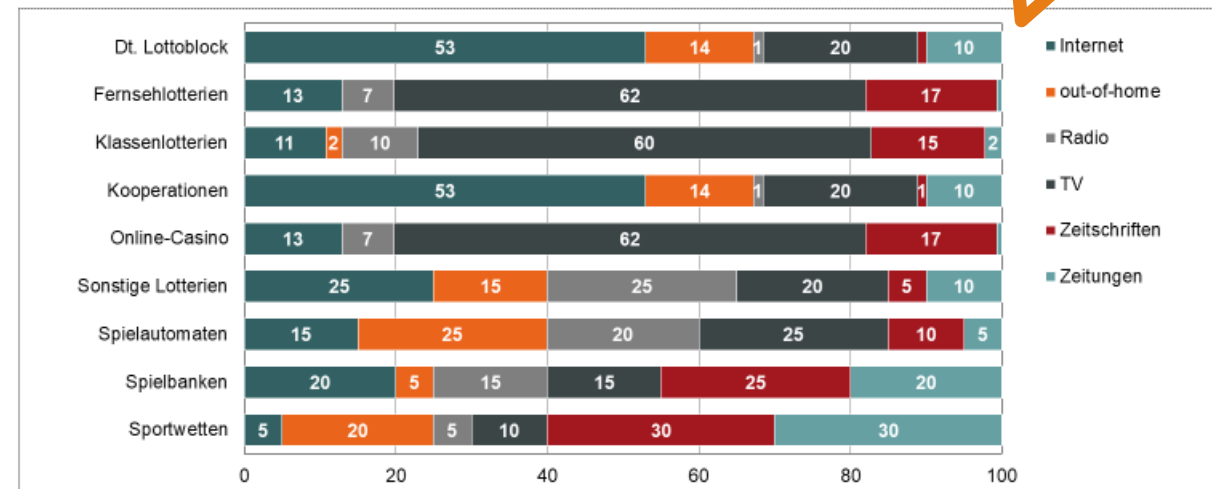
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2025/2026



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2025/2026 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

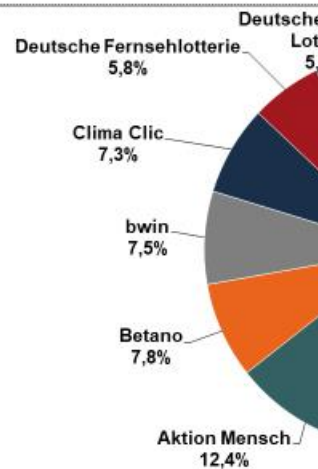
Ranking der Top 180-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Aug. '21 – Jul. '22	Aug. '22 – Jul. '23	Aug. '23 – Jul. '24	Aug. '24 – Jul. '25	Aug. '25 – Jul. '26
11	bet365	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Erwin	2.400.800				
13	Lotto	6.000.000				
14	Lotto Baden-Württemberg	15.300.500				
15	Lotto Bayern	9.000.000	1			
16	Lotto Hessen	3.260.800				
17	Oddset	3.900.600				
18	Slotmagie	5.000.000				
19	Traumhausverlosung	2.400.800				
20	Wunderino	3.260.800				

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

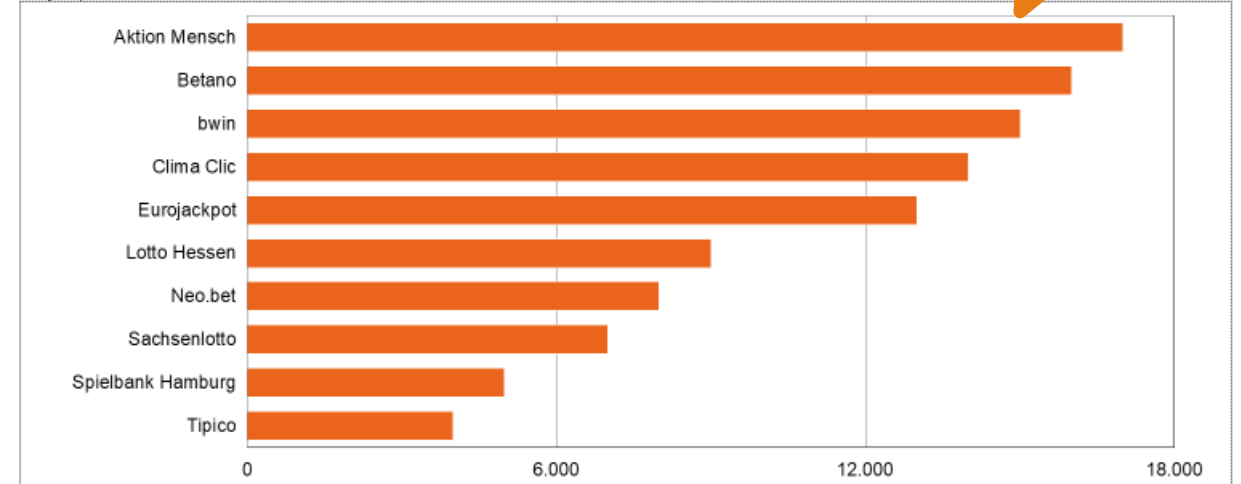
Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2025 bis



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?



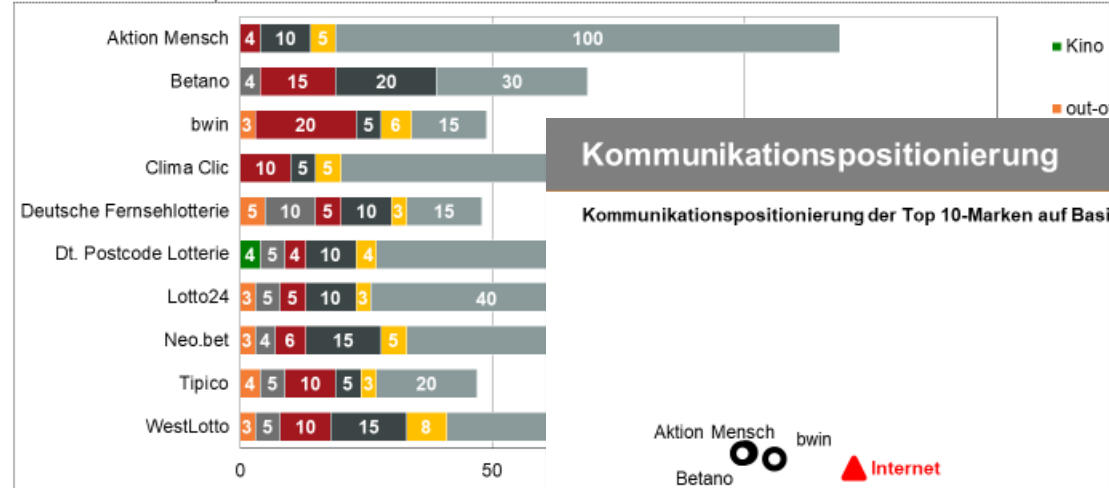
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

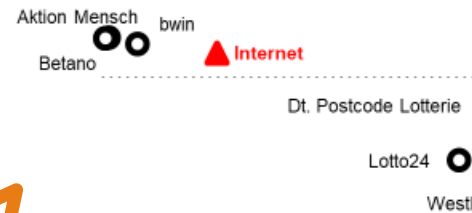
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis

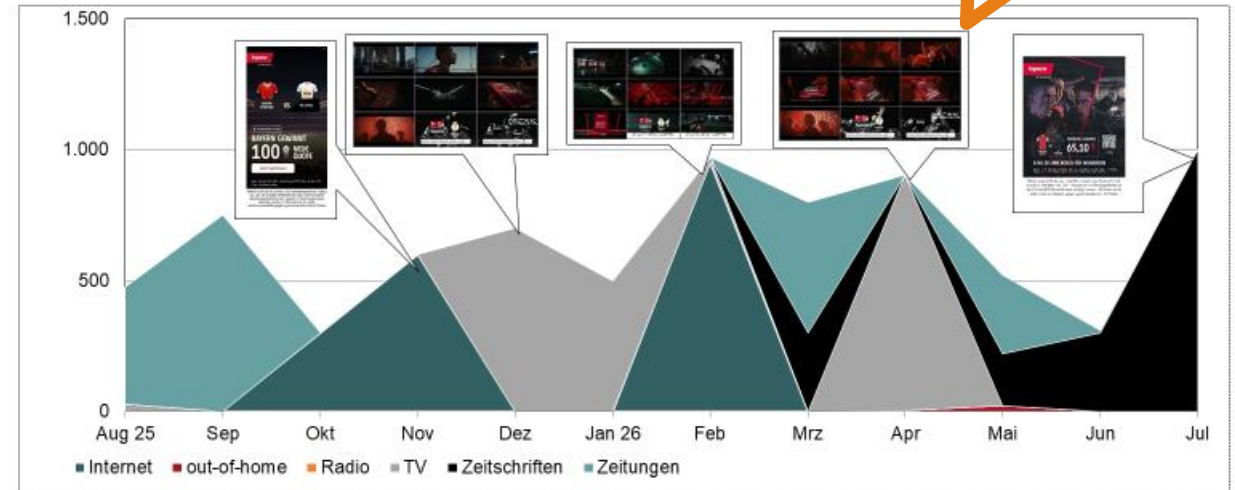


Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

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 2026**.

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 researchtools marketing-und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien Spezialist.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind allein seit 2022 über 90 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Super 6 2026
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Sportwetten 2026
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Frauen 2026
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spieleinsteiger 2026
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2026
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2026

Glücksspielbranche: Seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht.

