



## Pressemitteilung

### Glücksspiel-Werbemarkt: vier Aufsteiger in die Top 10



**Der Werbemarkt für Glücksspiel wächst weiter. Das Volumen hat sich innerhalb von fünf Jahren fast verdoppelt bei einer relativ konstanten Anzahl Werbungtreibender. Laut der ‚Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015‘ spielt seit kurzem Social-Gaming-Anbieter Yazino im Werbegeschäft ganz groß mit.**

*Esslingen am Neckar, 13. August 2015* – Für die mediale Kommunikation haben die werbetreibenden Anbieter von Glücksspielen innerhalb eines Jahres insgesamt fast 150 Millionen Euro ausgegeben. Der Fünf-Jahres-Trend zeigt fast eine Verdoppelung der Werbeausgaben seit 2010.

Betrachtet man die Top 10 Werbungtreibenden nach Teilmärkten, dann ist der Sektor Lotterie mit einem Volumen von etwa 26 Millionen Euro trotz eines deutlichen Rückgangs gegenüber dem Vorjahr der Werbestärkste. Zweitstärkster Sektor sind die Sportwetten, deren Werbevolumen innerhalb der letzten zwölf Monate enorm zugelegt hat. In diesem Bereich beeinflussen häufig sportliche Großereignisse wie beispielsweise die Fußball-WM das Werbeaufkommen.

Werbenewcomer und Social-Gaming-Anbieter Yazino schafft es auf einen Wurf in die Top 10 des produktmarktübergreifenden Volumenrankings. Weitere Aufsteiger in die Top 10 sind die etablierten bet-at-home, bwin und Glücksspirale.

Das dominierende Werbemedium der Top 10-Glücksspielanbieter ist das Fernsehen, gefolgt von Zeitschriften. Bemerkenswert ist angesichts der zahlreichen reinen Online-Anbieter der mit zehn Prozent vergleichsweise geringe Werbeanteil des Werbemediums Internet. Die Kommunikation von Werbemotiven differiert in Abhängigkeit von den Teilmärkten. Neben den omnipräsenten, mit einem Gewinn verbundenen, Glücksgefühlen, wird bei Sportwetten, Online-Poker und Online-Glücksspiel zudem der Spaß am Spielen und Wetten fokussiert. Die Kommunikation von Alleinstellungsmerkmalen zeigt besonders im Bereich Lotterie weiteres Potenzial.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Glücksspiel 2015“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Anbieter von Glücksspielen in Deutschland für den Betrachtungszeitraum Juni 2014 bis einschließlich Mai 2015. Sie gibt auf 117 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den zehn Teilmärkten Bingo, Keno, Kooperationen, Lotterie, Online-Glücksspiel, Online-Poker, Rentenlotterie, Rubbellose, Sonderauslosungen und Sportwetten. Neben der Entwicklung von Werbespendings werden Fünf-Jahres-Trends und -Vergleiche erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)