

+++ Aktion Mensch +++ Crazy Buzzer +++ Deutsche Fernsehlotterie +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ DrückGlück +++ Lotto Bayern +++ Lotto24 +++ Oddset +++ Slotmagie +++ Tipico +++ WestLotto +++ Wunderino +++ und weitere 128 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Glücksspiel 2024

Werbeausgaben für 140 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2024

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Glücksspiel 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche der **140 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?



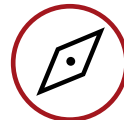
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?



# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Glücksspiel

Jul. 23-Jun. 24  
**477** Mio. €



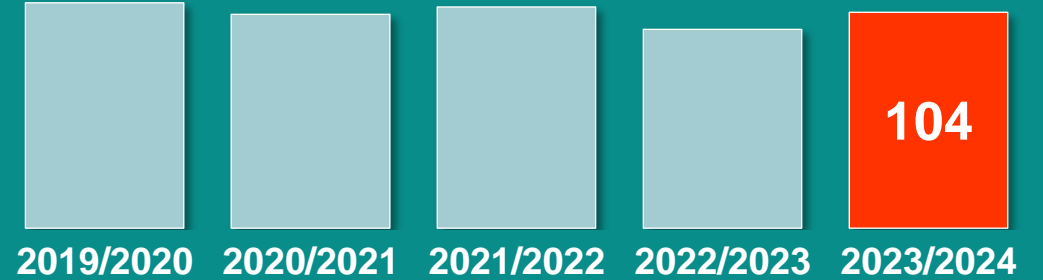
davon  
**22%**  
im Produktmarkt  
Online-Casino

### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**Lotto Bayern**

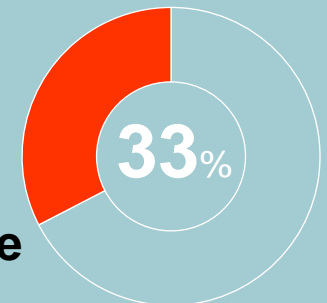
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Aktion Mensch**  
**Deutsche Postcode Lotterie**  
**Slotmagie**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**140 Glücksspiel-Marken** mit den höchsten Spendings

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

In **9 Produktmärkten**, darunter Dt. Lottoblock, Online-Casino, Sportwetten

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 113 PowerPoint-Seiten

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

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

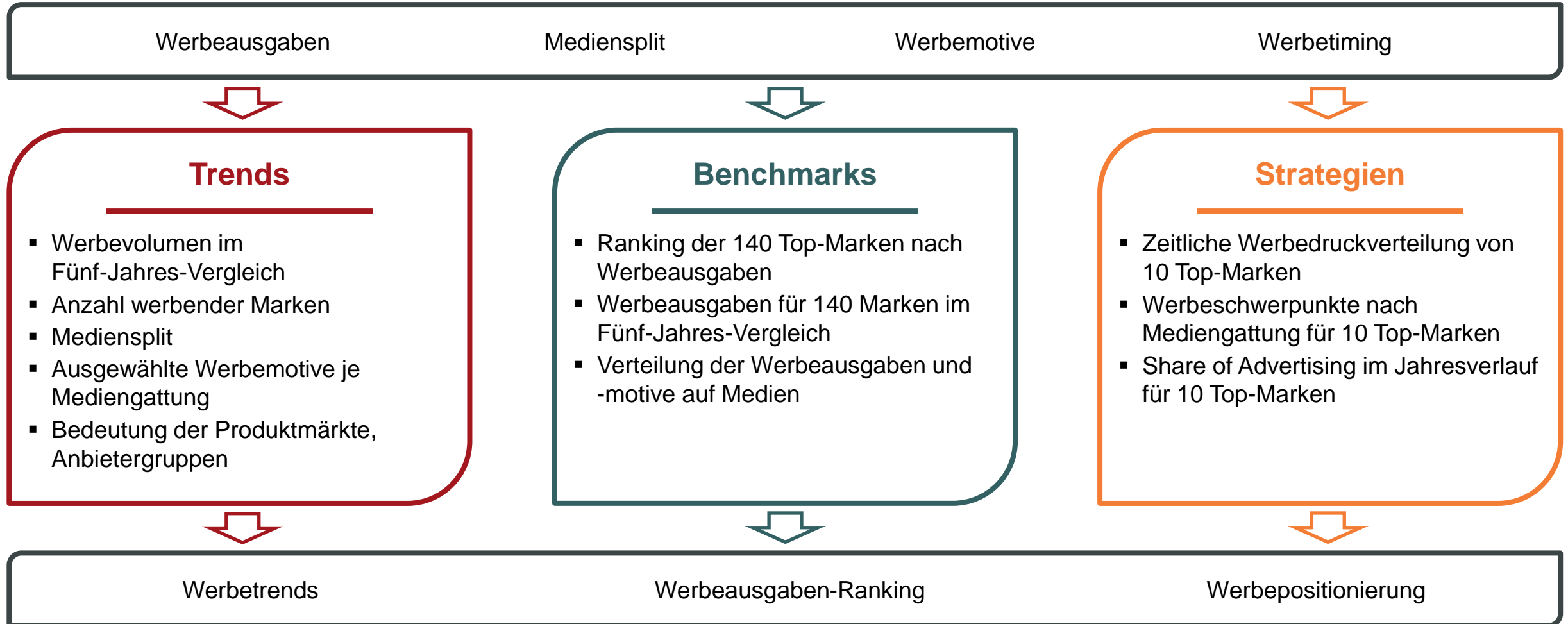
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- Crazy Buzzer
- Deutsche Fernsehlotterie
- Dt. Postcode Lotterie
- Lotto Bayern
- Lotto24
- Slotmagie
- Tipico
- WestLotto
- Wunderino
- + Spendings für 130 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**140**

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 113 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 2023/2024	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	27
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023/2024	
▪ 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 140-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	65
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** 73  
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Anbietergruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 76  
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 108  
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 112





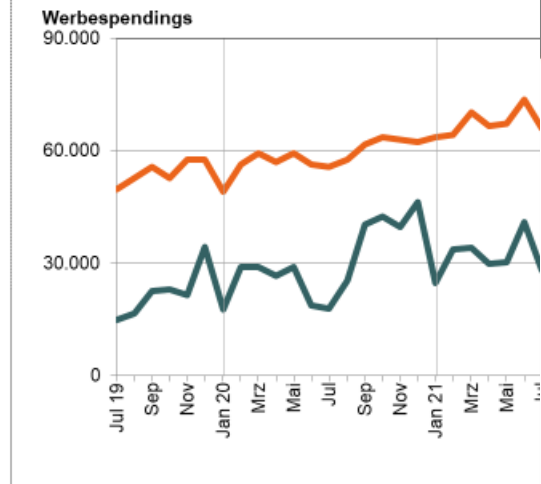
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

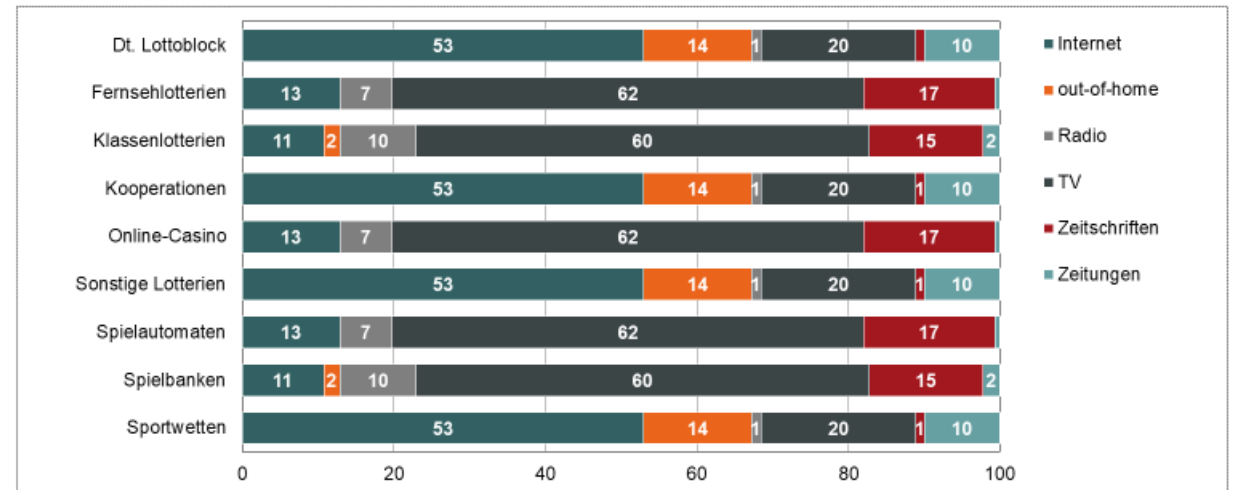
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024



### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2023/2024 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Glücksspiel 2024

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

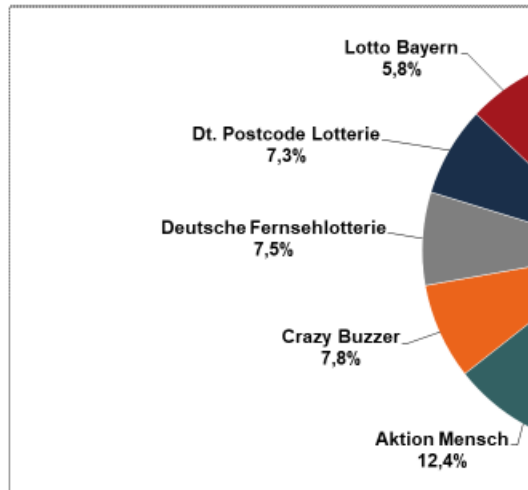
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 140-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jul. '19 – Jun. '20	Ju Ju
11	bet365	5.000.000	
12	Betano	2.400.800	
13	DrückGlück	6.000.000	
14	FABER Lotto-Service	15.300.500	
15	Jackpot Piraten	9.000.000	1
16	Jokerstar	3.260.800	
17	Lotto	3.900.600	
18	Merkur Slots	2.100.800	
19	Neo.bet	9.400.750	1
20	Oddset	8.730.800	

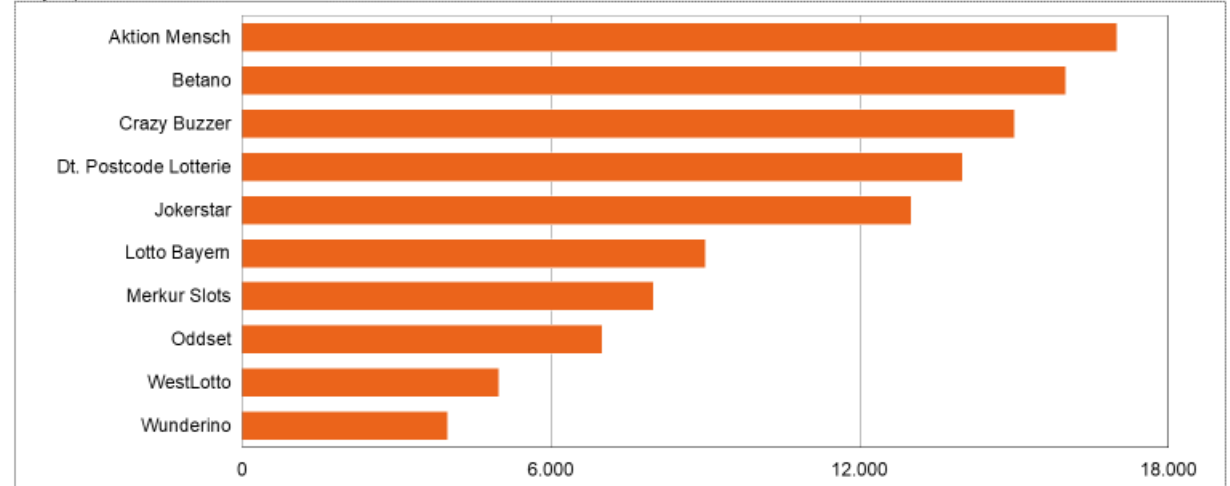
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Juli 2023 bis Juni 2024



### 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

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Glücksspiel 2024

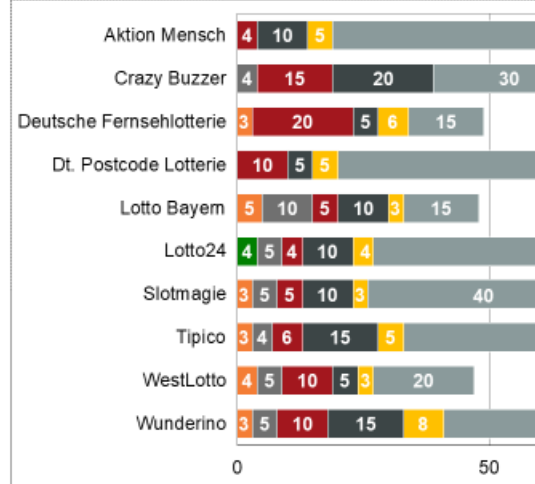
# Analysebeispiele (3)

## 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 Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

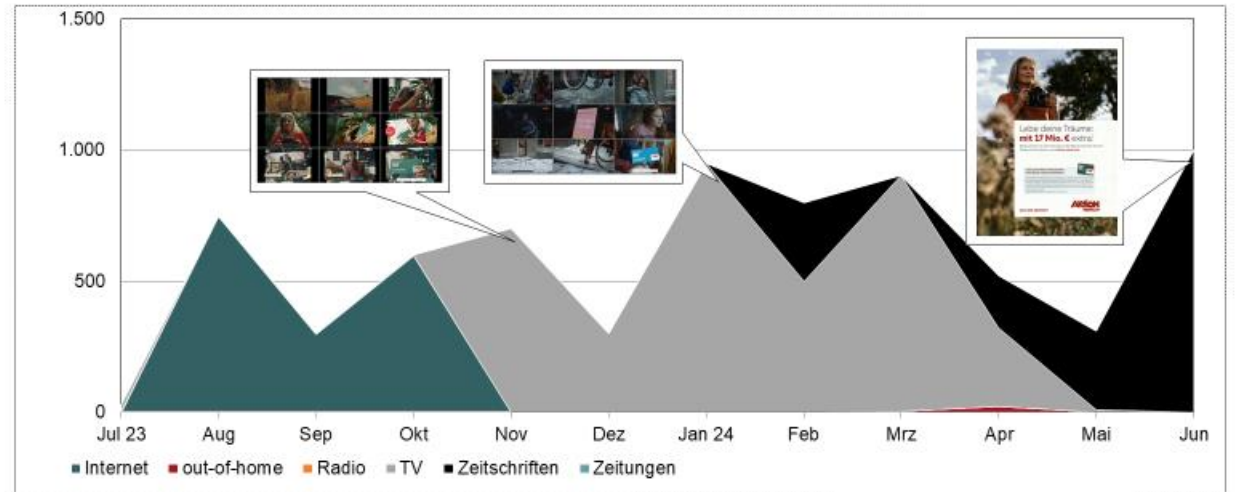


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Glücksspiel 2024

# 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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Glücksspiel 2024**.

**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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Junge Erwachsene 2024
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2024
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Spiel 77 2024
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2023
- Studie eVisibility Glücksspiel 2023
- Studie Unternehmensprofile Glücksspiel 2023

Glücksspielbranche: seit 2020 mehr als 30 Studien veröffentlicht

