

+++ Aktion Mensch +++ bwin +++ Deutsche Postcode Lotterie +++ DrückGlück +++ JackOne +++ Lotto +++ Lotto Bayern +++ Slotilda +++
+++ Tipico +++ Wunderino +++ und weitere 160 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Aktion Mensch +++ bwin +++ Deutsche Postco

♠ POKER ♠

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Glücksspiel 2022

Werbeausgaben für 170 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

August 2022

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Anbieter von Glücksspielen innerhalb eines Jahres rund 396 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Teilmarkt Sportwetten ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 35 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 104 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist aktuell das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 68 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 30 Marken findet sich eine, die im jüngsten 12-Monats-Zeitraum erstmals wirbt.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien ist ‚Alleinstellung‘ unter den Topwerbern aktuell der größte Schwachpunkt.
- Aktion Mensch und JackOne 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

2021/2022

396 Mio. €



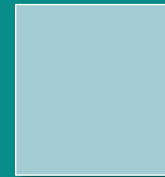
davon
35%
im Produktmarkt
Sportwetten

Mediensplit

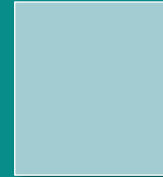


Internet-Werber Nr. 1:
Lotto Bayern

Werbungtreibende pro Monat im Ø



17/18



18/19



19/20



20/21

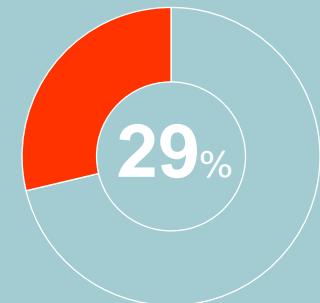


21/22

Werbekonzentration



Aktion Mensch
Deutsche Postcode Lotterie
JackOne



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
Fernsehlottorien, Online-Casino, Dt. Lottoblock, Sportwetten

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 158 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

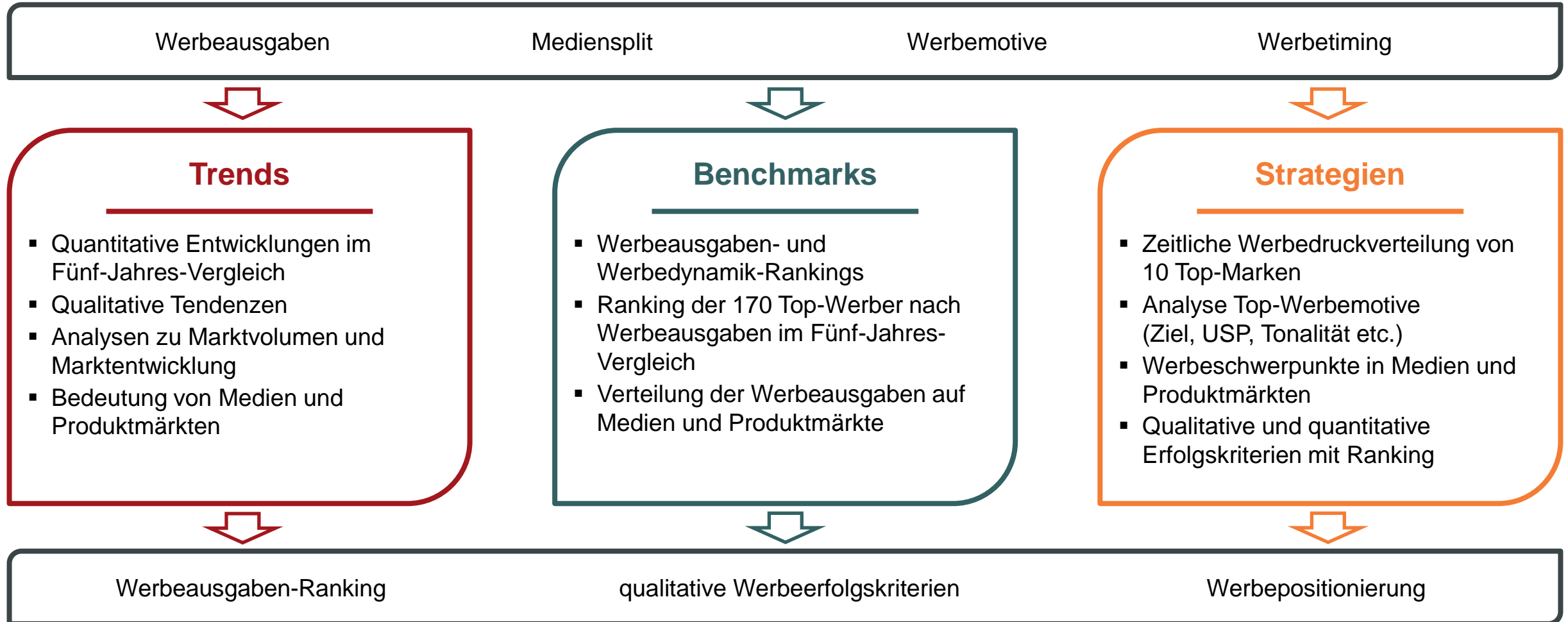
Im Detail analysierte Marken:

- Aktion Mensch
- bwin
- Dt. Postcode Lotterie
- DrückGlück
- JackOne
- Lotto
- Lotto Bayern
- Slotilda
- 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?
- 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 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 (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 158 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 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 2020/2021	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	29
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2020/2021	
▪ Qualitative Tendenzen	36
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022, aktuelle Trends 2021/2022	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	46
▪	Werbeausgaben-Rankings	47
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 170-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	69
	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	77
	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	80
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	83
▪ bwin	88
▪ Deutsche Postcode Lotterie	94
▪ DrückGlück	100
▪ JackOne	105
▪ Lotto	110
▪ Lotto Bayern	116
▪ Slotilda	122
▪ Tipico	127
▪ Wunderino	133
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	138
▪ Motiv-Highlights	144
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	148
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	157



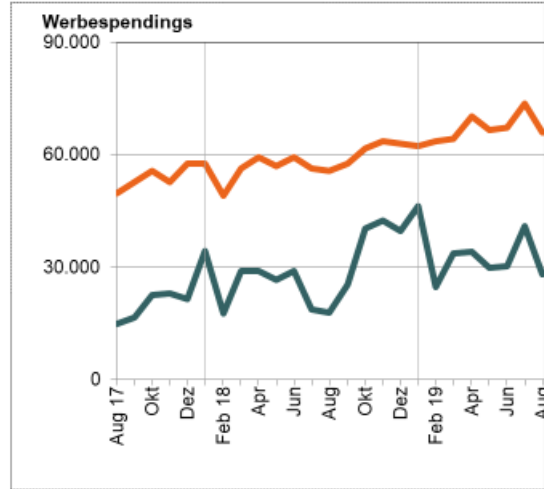
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

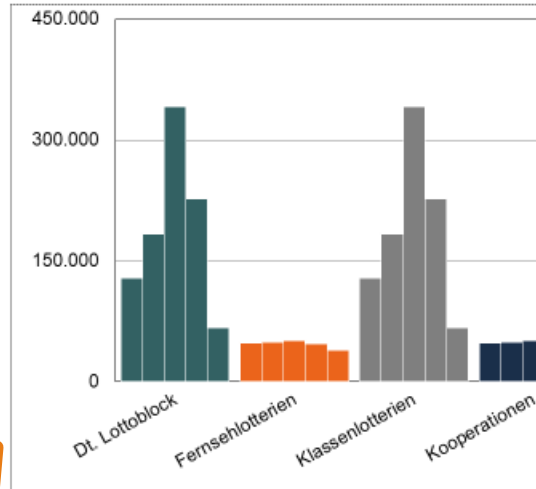


Werbe

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

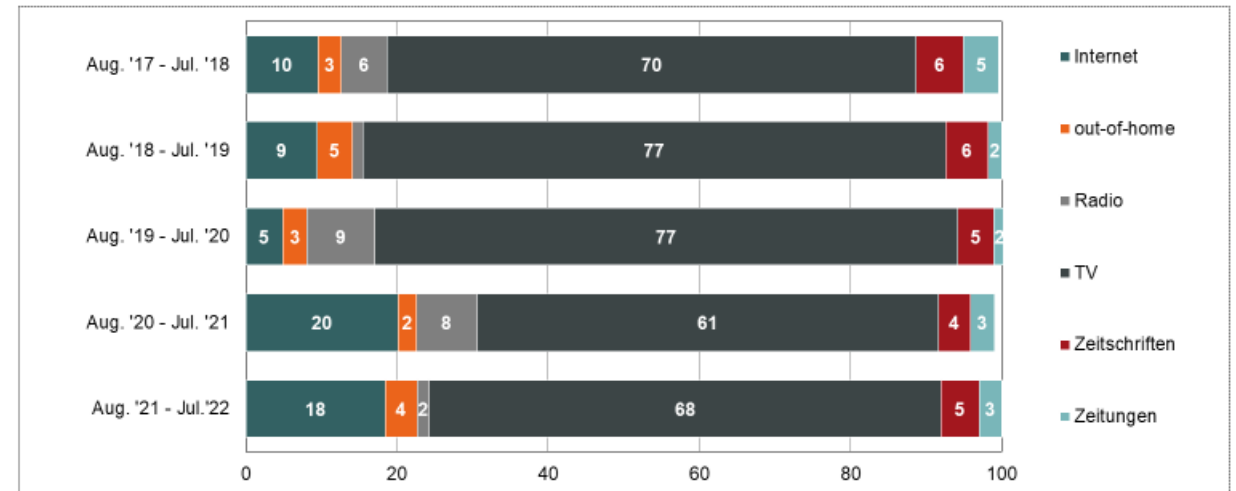


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits* aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, * seit Beginn 2020 deutlich höhere Anzahl erfasster Websites und erstmals YouTube-Werbespots



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

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	Aug. '17 – Jul. '18	Aug. '18 – Jul. '19
11	bet365	5.000.000	
12	betway	2.400.800	
13	Bildbet	6.000.000	
14	Deutsche Fernsehlotterie	15.300.500	
15	Eurojackpot	9.000.000	1
16	Hyperino	3.260.800	
17	Interwetten	3.900.600	
18	NKL	2.100.800	
19	SKL Süddt. Klassenlotterie	9.400.750	1
20	WestLotto	8.730.800	

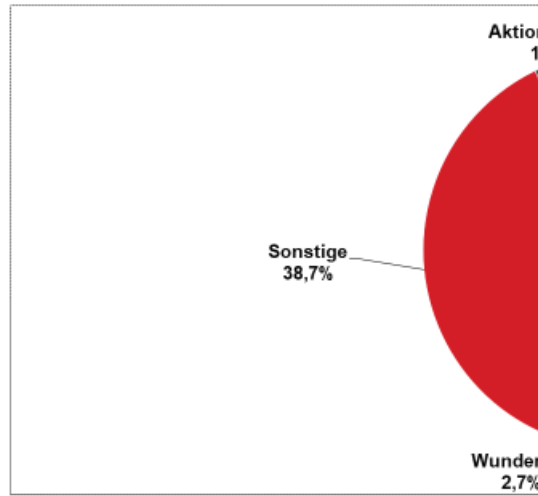
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2021 bis Juli 2022



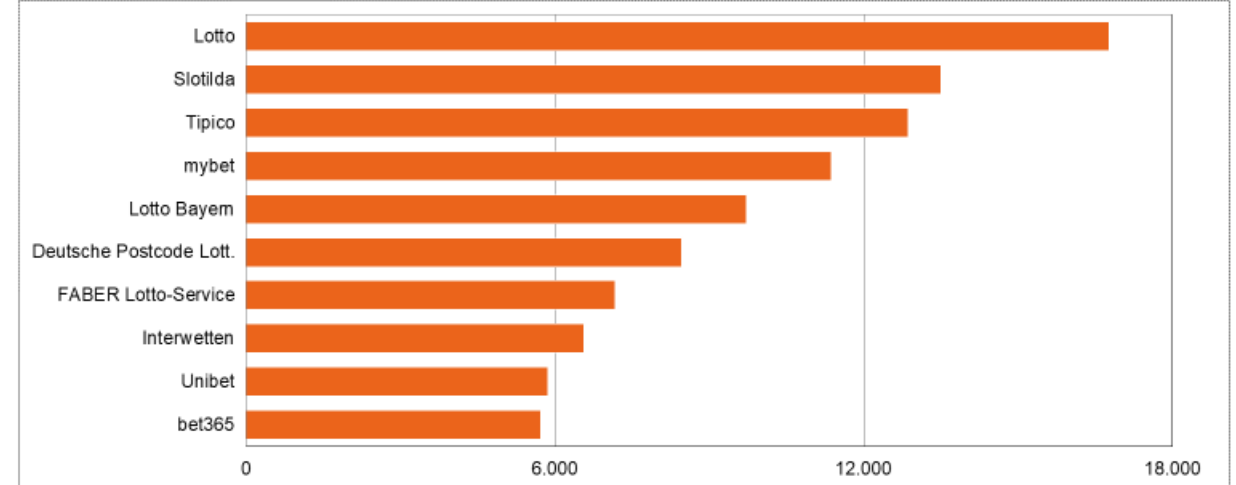
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

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



Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2022

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben absolut in '21/'22	xxx Mio. €, +28,4% zu '20/'21, 12,4% Anteil an d. ges. Branche (Rang 1)
Alleinstellung	keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	freudig-sachliche, rasante, winterliche TV-Spots
Design – Konsistenz	medienübergreifend und im Zeitverlauf Variationen

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbe

Strategien

Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive

ZR	xx.xx.-xx.xx.xx	🕒	xx-xx Uhr
📅	täglich	AG	keine Angabe
MED	Welt, ServusTV	UF	Doku, Serie, Soap
€	xxx €	SCH	xxx
📺	Produktrelevanz	ZG	Loskäufer
USP	Gewinnsummen	TON	freudig, aufforder

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbe

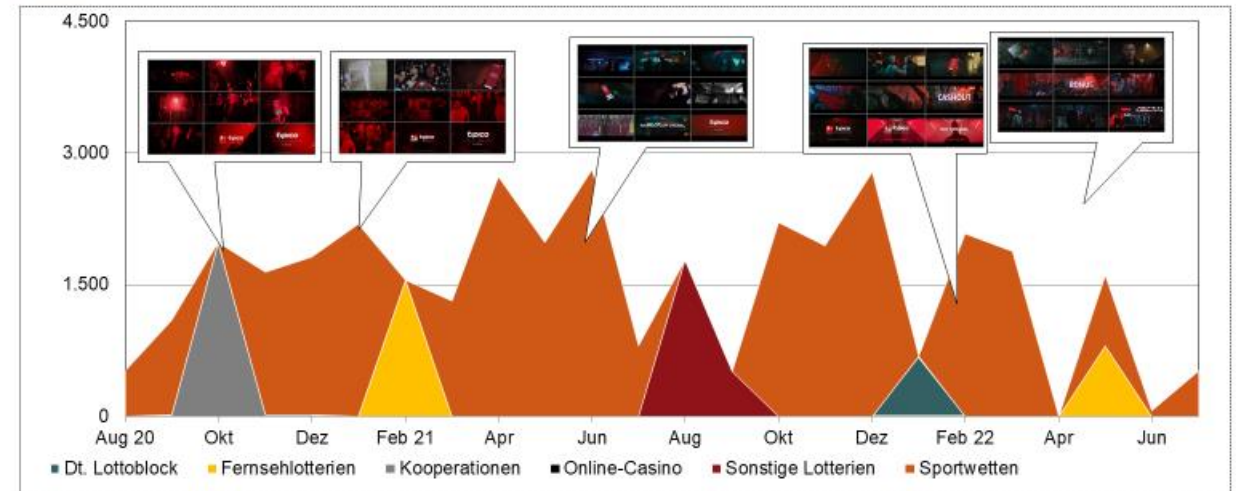
Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Strategien

Marke C

Marke C | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Marken	Awareness		De kons
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
Aktion Mensch	●○○○	●○○○	●
bwin	●○○○	●○○○	●
Dt. Postcode Lotterie	●○○○	●○○○	●
DrückGlück	●○○○	●○○○	●
JackOne	●○○○	●○○○	●
Lotto	●○○○	●○○○	●
Lotto Bayern	●○○○	●○○○	●
Slotilda	●○○○	●○○○	●
Tipico	●○○○	●○○○	●
Wunderino	●○○○	●○○○	●

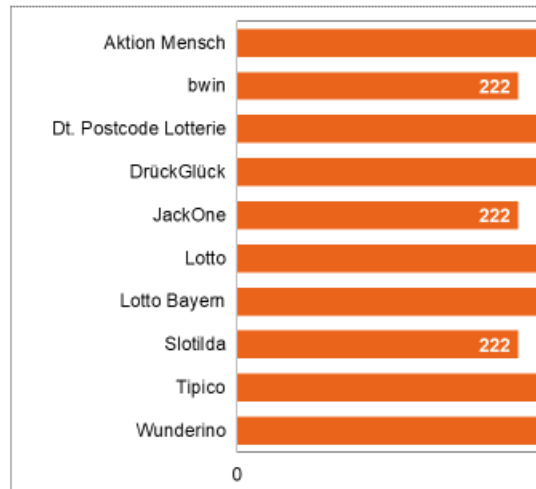
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbe

Strategien Markenranking

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * siehe vorhergehende S.



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

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



Werbemarktanalyse
Glücksspiel 2022

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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Glücksspiel 2022**.

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 Kundenpfade Glücksspiel 2022
- Studie eVisibility Glücksspiel 2022
- Werbemarktanalyse Glücksspiel 2021
- Studie Paid Search Glücksspiel 2021
- Studie Glücksspiel-Zielgruppe Online-Casino 2021
- Studie Social Media-Performance Glücksspiel 2021

Branche Glücksspiel: seit 2017 mehr als 20 Studien veröffentlicht

