

Das stationäre Geschäft – der dominante Vertriebskanal in Deutschland

Ein Artikel von Martin Oelbermann

Der stationäre Vertrieb ist in Deutschland noch die dominante Vertriebsform, auch wenn Online-Anbieter wie BetandWin und Jaxx/Fluxx dies in naher Zukunft ändern könnten. Zu unterscheiden sind, insbesondere hinsichtlich der durch die Annahmestellen angesprochenen Zielgruppen,

- Annahmestellen des deutschen Lottoblocks,
- private Wettannahmestellen und Buchmacher und
- Buchmacher auf Pferderennbahnen.

Die Vertriebsmacht – 26.000 Annahmestellen des Lottoblocks

Wichtigste Vertriebsssäule des Wettmarktes sind die ca. 26.000 Annahmestellen des deutschen Lottoblocks, welche sich von Kiosken in U-Bahnhöfen bis Wett- und Lottoecken in Kaufhäusern erstrecken. Sie dienen zur reinen Abgabe des Wettscheines und bieten in der Regel keine Live-Information wie z.B. TV-Übertragungen noch Sitzmöglichkeiten zum Verweilen an. Die Zielgruppe ist somit eher der Massenmarkt der Sportbegeisterten, die „auch mal auf ihre Mannschaft wetten wollen“ – leidenschaftliche Wetter finden sich hier wohl eher selten.

Ein weiterer Zuwachs der Annahmestellen für das Angebot des DLTB soll nun in Kooperation mit Oddset Vermittlern wie Jaxx/Fluxx geschehen; hierbei ist geplant, Annahmestellen bei verschiedenen Einzelhandelsketten (z.B. Edeka) aufzubauen.



Anklicken für größere Version

Wachstum der privaten Annahmestellen

Ein Wachstum erlebten in den letzten zwei Jahren die privaten Annahmestellen und hierbei vor allem die, welche an Ex-DDR-Lizenzen oder an ausländische Lizenzen vermitteln. Während man vor zwei Jahren noch von ca. 300 Annahmestellen sprach, sind es heute insgesamt geschätzte 2.600 private Wettannahmestellen in ganz Deutschland (Quelle: MECN Umfrage). Auf lange Zukunft gesehen geht der Vorsitzende der European Betting Association (EBA) und Co-CEO von BetandWin Norbert Teufelberger laut Focus sogar von 10.000 Annahmestellen aus.

Die Branche ist sich einig, dass die vorrangige Zielgruppe der privaten Wettläden zunächst eher das wettaffinere Publikum ist. Allerdings unterscheiden sich die Meinungen hinsichtlich der optimalen Ausgestaltung der Wettläden für diese Zielgruppen. Während die einen eine Art „Wohnzimmer“-Atmosphäre für einen längeren Aufenthalt bevorzugen, fokussieren sich andere Wettanbieter auf die knappe Information zu dem Wettevent und die schnelle Abgabe der Wettscheine.

Mehr Informationen gewünscht?

Mehr Informationen zum deutschen Wettmarkt finden Sie in der aktuellen Studie von MECN „Der deutsche Wettmarkt im Umbruch“. Hier können Sie die Broschüre der Studie runterladen oder besuchen Sie www.wettmarkt.mecn.net für mehr Informationen.