

Deutsche mögen Glücksspiele im Internet – Angebote sind beliebter als Online-Spiele

Mehr als ein Viertel aller Deutschen, die im Internet Unterhaltungsangebote nutzen, besuchten im Oktober 2004 Glücksspiel-Websites. Das zeigen neue Daten des Internet-Reichweitenforschers Nielsen-NetRatings, die heute in Nürnberg vorgestellt wurden. Unterhaltungs-Websites wurden im Oktober 2004 von 22 Millionen Deutschen angesurft. Im gleichen Monat besuchten über 6,6 Millionen Menschen Glücksspiel-Websites in Deutschland. Damit ist diese Kategorie fast so populär wie Online-Musik (7,2 Millionen Nutzer) und beliebter als Online-Spiele (6,3 Millionen Nutzer), Wetter-Websites (5,2 Millionen Nutzer) oder Finanznachrichten und -informationen (5,6 Millionen Nutzer). Nielsen-NetRatings Zahlen weisen über 45 Glücksspiel-Websites aus, 17 dieser Websites drehen sich um Lotto.

Glücksspielfirmen schalten ihre Online-Werbung überwiegend auf Nachrichten- und Magazinwebsites, praktischen Diensten, Websites von TV- und Radiosendern, sowie auf Portalen und Suchmaschinen. Die Online-Kampagnen von diesen Firmen stellten im Oktober diesen Jahres 1,5 Prozent aller Werbekampagnen im Internet dar. Von den deutschen Top 15 Werbenden der Glücksspielbranche sind Tipp24, Bluevex, Betandwin, Planet49 und MyBet auch in den deutschen Top 20 Glücksspiel-Websites vertreten.

Stefan Raum, Senior Director Sales & Marketing Central Europe von Nielsen-NetRatings, sagte: „Der Wettbewerb im Online-Glücksspielbereich verstärkt sich zunehmend. Websites müssen mehr denn je sicherstellen, dass sie die richtige Zielgruppe mit den richtigen Mitteln ansprechen und halten.“