

„Gaming in Germany“-Webinar am 24.06.2020 – Markenpräferenz und Werbeakzeptanz im deutschen Online-Markt

Wir alle wissen, wer die größten Online-Betreiber in Deutschland sind. Es ist kein Geheimnis, dass Tipico, GVC und Bet365 die Top 3 bilden, PokerStars und Wunderino folgen dichtauf.

GAMING **IN** GERMANY
WEBINAR

Aber was ist mit dem Rest?

Nehmen Sie am *24. Juni* um *15:00 Uhr MEZ* an unserem Webinar „Markenpräferenz und Werbeakzeptanz im deutschen Online-Markt“ teil, um dies herauszufinden!

In diesem Webinar werden wir die aktuellen Markenpräferenzen (angegeben durch die Produktvertikale) eines hochwertigen deutschen Verbraucherpanels aufzeigen. Wir werden auch über allgemeine Haltungen zu Glücksspielwerbung, Online-Glücksspielbeteiligungsquoten und Kundenmotivationen für die Auswahl eines bestimmten Betreibers berichten.

Wenn Sie Country Manager, Marketing Manager oder Business Manager bei einem nationalen oder internationalen Anbieter sind, der an den Möglichkeiten des regulierten deutschen Online-Glücksspielmarkts interessiert ist, sollten Sie dieses Webinar nicht verpassen.

Hier registrieren:
„<https://bit.ly/2Y2ZLJW>“: <https://bit.ly/2Y2ZLJW>

h4. Helfen Sie den „Gaming in Germany“-Markt-Tracker zu gestalten

In unserem Webinar wird auch der „Gaming in Germany“-Markt-Tracker vorgestellt – ein neues Marktinformations-Tool, mit dem Sie die Leistung Ihrer Marke im Zeitverlauf gegenüber Ihren Mitbewerbern verfolgen können.

Der „Gaming in Germany“-Markt-Tracker kann ein eigenständiges Tool zur Messung der Markenleistung oder eine neutrale Überprüfung bereits verfügbarer Marktinformationen sein.

Während des Webinars können Sie Ihren Beitrag zum endgültigen Fragebogen leisten, der während der Hauptrecherche verwendet wird.

Gestalten Sie den „Gaming in Germany“-Markt-Tracker so, dass er Ihren Marktinformations-Anforderungen entspricht!

Jetzt registrieren:
„<https://bit.ly/2Y2ZLJW>“: <https://bit.ly/2Y2ZLJW>

h4. Über „Gaming in Germany“

„Gaming in Germany“ hat das Ziel, die wichtigste Ressource für Entscheidungsträger in Unternehmen, Richtlinien-Beauftragte und Fachleute von Drittanbietern zu sein, deren Arbeit von der vollständigen Regulierung des Online-Glücksspiels in Deutschland beeinflusst wird.

Für den Markt-Tracker „Gaming in Germany“ haben wir uns mit einer erfahrenen Marktforschungsagentur zusammengetan, die über umfangreiche Erfahrung in der Durchführung von Marken-Tracking und Verhaltensforschung verfügt.

Registrieren Sie sich hier für unseren Newsletter oder unser Printmagazin:

„[_https://signup.gamingin.eu_](https://signup.gamingin.eu)“: <https://signup.gamingin.eu>