

EM-Werbegenie 2024

Methodische Anleitung:

Ihr seid ein Glücksspielanbieter, der ein neues Online-Sportwettangebot auf den Markt bringt und möglichst viel Geld verdienen möchte. Die Fußball-Europameisterschaft kommt euch dafür natürlich sehr gelegen. Dazu müsst ihr die besten Werbestrategien für euer Business auswählen.

Glücksspielanbieter machen viel Umsatz, indem sie ...

- viele neue Kund:innen für ihr Online-Sportwettbüro gewinnen.
- möglichst viele der Kund:innen an sich binden.
- die Kund:innen dazu animieren, regelmäßig möglichst viel Geld einzusetzen.

Durchführung:

Schritt 1:

Findet euch in Gruppen von 2-4 Leuten zusammen und überlegt euch einen Namen für euer Sportwettangebot.

Schritt 2:

Lest euch die Werbestrategien durch.

Schritt 3:

Diskutiert nun über die Werbestrategien und kreuzt als Gruppe die 5 Strategien an, von denen ihr glaubt, dass sie ...

- euer Online-Sportwettbüro besonders bekannt machen,
- möglichst viele Spieler:innen an euer Sportwettangebot binden und
- euch viel Umsatz bringen.

Schritt 4:

Diskutiert im Plenum, welche Strategien ihr ausgewählt habt und warum. Geht gemeinsame die Punkteverteilung durch. Je wirksamer eine Werbestrategie ist, desto mehr Punkte gibt es dafür.

Schritt 5:

Addiert nun eure Punkte für die gewählten Werbestrategien und tragt die Gesamtpunktzahl in das entsprechende Feld ein.

Schritt 6:

Vergleicht als Gruppe nun eure Punktzahl mit der Punkteauswertung und schaut, wie gut ihr euer Sportwettangebot vermarktet habt.

Aufgabe:

Bewerbt euer Online-Sportwettangebot, um während der FIFA EURO 2024 möglichst viel Umsatz zu machen. Wählt die fünf besten Strategien aus!

Name eures Online Sportwett-Anbieters:

| # | Werbestrategien | Wählt die <u>fünf</u> besten Strategien aus! |
|-----|--|--|
| 1. | #Promis: Wir werben mit einem bekannten Fußballspieler, der derzeit aber nicht mehr aktiver Sportler ist. Das weckt Vertrauen und zeigt, dass wir ein seriöser Wettanbieter sind. | <input type="radio"/> |
| 2. | #Flyer: Wir verteilen Flyer in der Nachbarschaft. | <input type="radio"/> |
| 3. | #Willkommensbonus: Wir locken mit einem Willkommensbonus in Höhe von 100 €. Dieser muss innerhalb von 2 Wochen platziert werden. | <input type="radio"/> |
| 4. | #Radio-Werbung: Wir werben mit einem einprägsamen Jingle über einen Radiosender, der besonders gerne von Berufstätigen gehört wird. | <input type="radio"/> |
| 5. | #Sponsoring: Wir werden Hauptsponsor der Europameisterschaft. Damit stellen wir sicher, dass wir bei allen Live-Übertragungen im Stadion auf der Bande zu sehen sind und unser Logo auch sonst überall sehr präsent sein wird. | <input type="radio"/> |
| 6. | #Social-Media: Wir posten über unseren Social-Media-Kanal witzigen Content zur EM. Außerdem starten wir eine Fußball-Challenge, bei der unsere Follower einen Wett-Gutschein über 50€ gewinnen können, wenn sie sich bei der Challenge filmen und uns verlinken. | <input type="radio"/> |
| 7. | #Limitiertes Angebot: Wir bieten online ein zeitlich limitiertes EM-Special einen Tag vor dem Eröffnungsspiel an: Zahle heute noch 100€ ein und erhalte zusätzliche 100€ geschenkt! Dieses Angebot gilt aber nur für 24 Stunden. | <input type="radio"/> |
| 8. | #Fernseh-Werbung: Wir schalten Fernsehwerbung, die in der Halbzeitpause der Gruppenphase ausgestrahlt wird. Unsere Werbung vermittelt vor allem einen Lifestyle, der junge Männer anspricht. | <input type="radio"/> |
| 9. | #Werbeanzeige im kostenlosen Wochenblatt: Wir schalten eine Anzeige in der kostenfreien Lokalzeitung. Diese kommt ohne Bestellung in jeden Haushalt. | <input type="radio"/> |
| 10. | #Kompetenzanteil: Wir werben mit folgendem Slogan: „Du hast das Wissen. Wir haben die Wetten.“ bzw. “You have the knowledge. We have the bets.” um zu suggerieren, dass man beim Wetten sein Wissen zu Geld machen kann. | <input type="radio"/> |
| 11. | #Plakate: Wir platzieren Werbeplakate an zentralen Orten in der Stadt, um die Aufmerksamkeit potenzieller Kund:innen auf unsere Wettplattform zu ziehen. Dafür nutzen wir die Gegend um die Fanmeile. | <input type="radio"/> |
| 12. | #Produktplatzierung: Wir kooperieren mit einem in der Fanszene bekannten Online-Portal, wo regelmäßig Tipps zum Wetten veröffentlicht und Leute interviewt werden, die mit Wetten reich geworden sind. Das Portal verlinkt an mehreren Stellen auf unsere Internetseite. | <input type="radio"/> |
| 13. | #Online-Bewertungen: Wir bieten Bestandskunden einen 20€ Gutschein für unser Glücksspielangebot an, wenn sie eine Online-Bewertung verfassen. | <input type="radio"/> |
| 14. | #Ehrlichkeit: Wir weisen darauf hin, dass Wetten süchtig machen können und man sich deshalb jederzeit sperren lassen kann. Damit wirken wir besonders verantwortungsvoll. | <input type="radio"/> |
| 15. | #Influencer:innen: Wir haben einen Werbevertrag mit einem angesagtem Rapper, der in seinen Songs immer wieder auf unser Wettangebot hinweist und die Kohle, die er damit gemacht hat. | <input type="radio"/> |
| 16. | #Kund:innen werben Kund:innen: Wir bieten Bestandskunden einen 20€-Gutschein für jede:n Neukund:in an, den bzw. die diese während der FIFA EURO 2024 werben. Der Gutschein wird freigeschaltet, wenn der oder die geworbene Neukund:in die erste Wette platziert hat. | <input type="radio"/> |

Auflösung:

Geht die Liste mit der Auflösung gemeinsam durch und notiert euch eure Punkte. Jede Werbestrategie hat eine gewisse Anzahl an Punkten. Je wirksamer sie ist, desto mehr Punkte gibt es dafür.

| # | Werbestrategien |  |
|-----|--|---|
| 1. | Promis: Mit bekannten Gesichtern zu werben funktioniert super. Sie dienen als Vorbild und schaffen Vertrauen. Das überzeugt Spieler:innen, am Glücksspiel teilzunehmen! Da jedoch vor allem junge Zielgruppen für die Wettanbieter interessant sind, sind ehemalige Sportler:innen nicht immer bei allen bekannt und beliebt. | 3 PKT |
| 2. | Flyer: Die Bewerbung über Flyer ist sehr lokal und eignet sich im Vergleich zu manch anderen Strategien eher weniger, um viele Menschen auf ein Glücksspielangebot im Internet aufmerksam zu machen. | 2 PKT |
| 3. | Willkommensbonus: Das klingt sehr verlockend und animiert zum Einsatz. Der Glücksspielanbieter macht am Ende dennoch mehr Gewinn, weil Spielende in den allermeisten Fällen noch mehr Geld ausgeben als die Höhe des Willkommensbonus. Zudem erhält der Anbieter einen Teil seines „Geschenks“ zurück! | 5 PKT |
| 4. | Radio-Werbung: Auch bei Radiowerbung werden tendenziell weniger Menschen erreicht. Insbesondere junge Zielgruppen gehören eher selten zu den Hörer:innen. Dennoch kann ein einprägsamer Jingle viel bewirken, vor allem, wenn dieser nicht nur im Radio zu hören ist. | 2 PKT |
| 5. | Sponsoring: Sponsoring ist ein sehr wirksames Mittel von Sportwettanbietern. Nicht ohne Grund wird fast jeder Erst-Liga-Club der Fußball-Bundesliga von einem Glücksspielunternehmen gesponsert. Es suggeriert noch einmal mehr, das Sportwetten und Fußball zusammengehören – und das funktioniert ganz beiläufig und unterbewusst. Der Hauptsponsor der FIFA EURO 2024 ist übrigens auch ein Wettanbieter. | 5 PKT |
| 6. | Social-Media-Präsenz: Eine gute Idee, um junge Zielgruppen dort zu erreichen, wo sie sich wohl fühlen. Dabei muss es gar nicht nur ums Wetten gehen. Somit werden auch Leute erreicht, denen einfach nur der Content gefällt. Im Endeffekt kann so die Bekanntheit gesteigert werden. Gleichzeitig erhöht sich die Chance, dass sich die Follower am Ende doch bei dem Wettanbieter registrieren. | 4 PKT |
| 7. | Limitiertes Angebot: Ein limitiertes Angebot erhöht den psychischen Druck auf die Spieler:innen. Sie bekommen das Gefühl: „Wenn ich jetzt zuschlage, spare ich ja sogar noch Geld.“ oder „Ich bekomme etwas geschenkt.“ Aber letzten Endes handelt es sich nicht um ein Geschenk. Die Wahrscheinlichkeit steigt, dass sie doch noch mehr Geld ausgeben und mehr Umsatz für den Anbieter generieren. | 4 PKT |
| 8. | Fernseh-Werbung: Werbung im Fernsehen erreicht viele Leute, vor allem zu so einem Großevent wie der FIFA EURO 2024. Fußballfans werden dazu animiert, eine Wette auf das bevorstehende oder laufende Spiel zu setzen. | 5 PKT |
| 9. | Werbeanzeige im kostenlosen Wochenblatt: Hier werden vermutlich nicht so viele Menschen erreicht und keine starken Anreize geschaffen. Zudem ist die Werbung damit sehr lokal und bietet sich eher für eine neue Spielhalle um die Ecke an. | 2 PKT |
| 10. | Kompetenzanteil: Das funktioniert sehr gut, da die Kund:innen zunächst als Expert:innen wertgeschätzt werden. Zudem vertuschen wir so, dass es sich bei Sportwetten um Glücksspiele handelt! Obwohl das eigentlich verboten ist, werben dennoch viele Wettanbieter damit. Der Slogan stammt ebenfalls von einem bekannten Anbieter. | 4 PKT |
| 11. | Plakate: Plakate können die Bekanntheit von deinem Glücksspiel erhöhen, sorgen aber weniger wahrscheinlich für viele Neukund:innen und hohe Gewinne. | 2 PKT |
| 12. | Produktplatzierung: Personen, die sich Artikel zu Sportwetten durchlesen, sind häufig auch bereit, Geld für Wetten auszugeben. Die Artikel werben in der Regel bereits damit, Sportwetten auszuprobieren. Dadurch steigen die Chancen, dass Personen direkt auf den Link zum Wettanbieter gelangen und die Tipps ausprobieren. | 3 PKT |
| 13. | Online-Bewertungen: Viele gute Bewertungen wecken Vertrauen bei potentiellen neuen Kund:innen. Je besser die Bewertungen im Vergleich zur Konkurrenz sind, desto mehr Spielinteressierte entscheiden sich für das eigene Glücksspielangebot. | 3 PKT |
| 14. | Ehrlichkeit: Ein Anbieter würde niemals damit werben, dass sein Produkt gesundheitliche Folgen haben kann. In der Regel sind das meist nur gesetzliche Auflagen, die erfüllt werden müssen. Der Anbieter verdient vor allem an Spieler:innen mit riskantem Wettverhalten. Diese möchte er nicht durch eine Spielersperre verlieren. | 1 PKT |
| 15. | Influencer:innen: Viele Glücksspielanbieter machen sich die Reichweite von Influencer:innen zu nutze. Vor allem beim Rap ist häufig nicht ersichtlich, dass diese Geld von den Anbietern erhalten, um den Anbieter-Namen zu erwähnen. Durch die hohe Reichweite und die versteckte Werbung ist das ein sehr erfolgreiches Werbemittel. | 4 PKT |
| 16. | Kund:innen werben Kund:innen: Hier schlägt der Anbieter gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Er gewinnt zum einen neue Kund:innen, die auch gleich Geld verspielen müssen und hält zum anderen die Bestandskund:innen. Das Geld, was der Anbieter dabei investiert, landet im Prinzip am Ende wieder bei ihm. | 5 PKT |

Auswertung:

Addiert eure Punkte für die gewählten Werbestrategien und tragt die Gesamtpunktzahl in das Feld ein. Hier findet ihr heraus, wie gut ihr euer Online-Sportwettangebot vermarktet habt.

Erreichte Punkte: _____

| Punkte insgesamt | Ergebnis |
|---|---|
| <p>9 - 11 Punkte</p> <p>#bodenlos</p> | <p>Leider haben eure Werbestrategien im Vergleich zur Konkurrenz eher weniger gebracht und ihr konntet den EM-Hype nicht ausnutzen. Euer Sportwettangebot ist kaum bekannter geworden und ihr konntet nur wenig neue Kund:innen anlocken. Dennoch muss man sagen, dass ihr deutlich erfolgreicher wart als Anbieter, die nicht in Werbung investiert haben.</p> |
| <p>12 - 15 Punkte</p> <p>#läuft</p> | <p>Durch eure Werbung seid ihr mit eurem Angebot ein wenig erfolgreicher geworden und habt dadurch etwas mehr Umsatz gemacht. Einzelne Strategien waren dabei besonders erfolgreich und lassen euch besser als die Konkurrenz dastehen. Da geht aber noch mehr!</p> |
| <p>16 - 19 Punkte</p> <p>#stabil</p> | <p>Euer Online-Sportwettangebot spielt euch dank der gut überlegten Werbung schon deutliche Gewinne ein. Ihr habt euer Werbebudget bereits sehr erfolgreich eingesetzt. Aber ihr könntet noch mehr Personen anlocken und zum Spielen verführen, damit sie viel Geld bei euch verspielen. Dennoch, reife Leistung!</p> |
| <p>20 - 24 Punkte</p> <p>#lit</p> | <p>WOW! Ihr seid wahre Glücksspiel-Werbegenies! Ihr habt die gewinnbringendsten Werbestrategien ausgewählt und somit viele Spieler:innen angelockt, die jetzt viel Geld bei euch verspielen. Durch eure Werbung konntet ihr euch gegen die Konkurrenz durchsetzen und seid auch nach der FIFA EURO 2024 noch allen ein Begriff.</p> |