

Did you know ?



David Hösli
Senior Mediaplanner
mediatonic sa

In unserer Rubrik „Did you know“, in der wir sprachregionale Unterschiede bezüglich Konsumverhalten oder Medianutzung aufzeigen (mediatonic hat unter den führenden Mediaagenturen als einzige ihren Hauptsitz in der Romandie), möchten wir in dieser Ausgabe die Unterschiede bezüglich der Häufigkeit von Glückspielangeboten identifizieren. Dabei haben die Romands vs. den Deutschschweizern und Tessinern klar die „Nase vorn“. Dies gilt – mit unterschiedlichen Ausprägungen – über alle Disziplinen.

Am höchsten ist der Anteil im Segment der Personen die regelmässig in Casinos ihr Glück versuchen: Von 164,000 Personen stammen rund 41% aus der französischsprachigen Schweiz. Auch beim viel weiter verbreiteten Lotto beträgt ihr Anteil knapp 29%. Das „Romandie-Glückspiel-Podest“ wird durch die höhere Leidenschaft für Rubbellose komplettiert. 424,000 Personen aus der Romandie kaufen diese regelmässig – dies entspricht 35% aller Freunde dieses Glücksspieles.

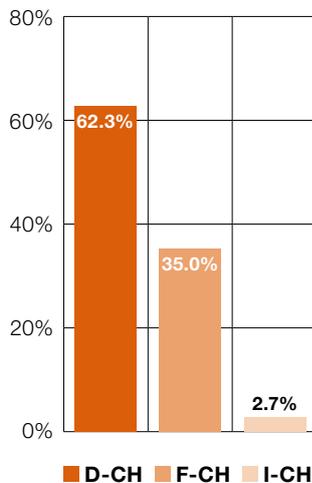
PROFIL „GLÜCKSSPIEL“

Zielgruppe: Spielhäufigkeit Rubbellose: Häufig oder ab und zu

20.0 % der Schweizer Bevölkerung im Alter von 18-79 Jahre, 1'212'000 Personen

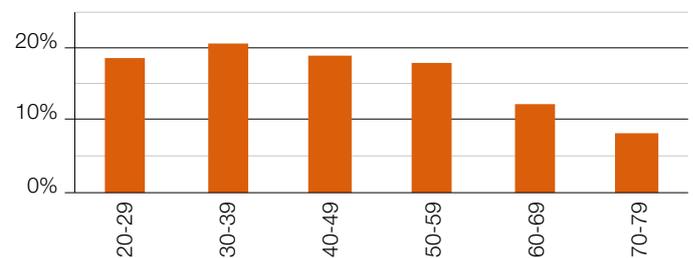
35 % der Personen welche regelmässig „Rubbellose“ spielen kommen aus der Romandie.

Struktur



Quelle: Mach Consumer 2018

Alter



Geschlecht

