



NKL

ARD MEDIA TV-TRACKING
März 2023

ARD  MEDIA

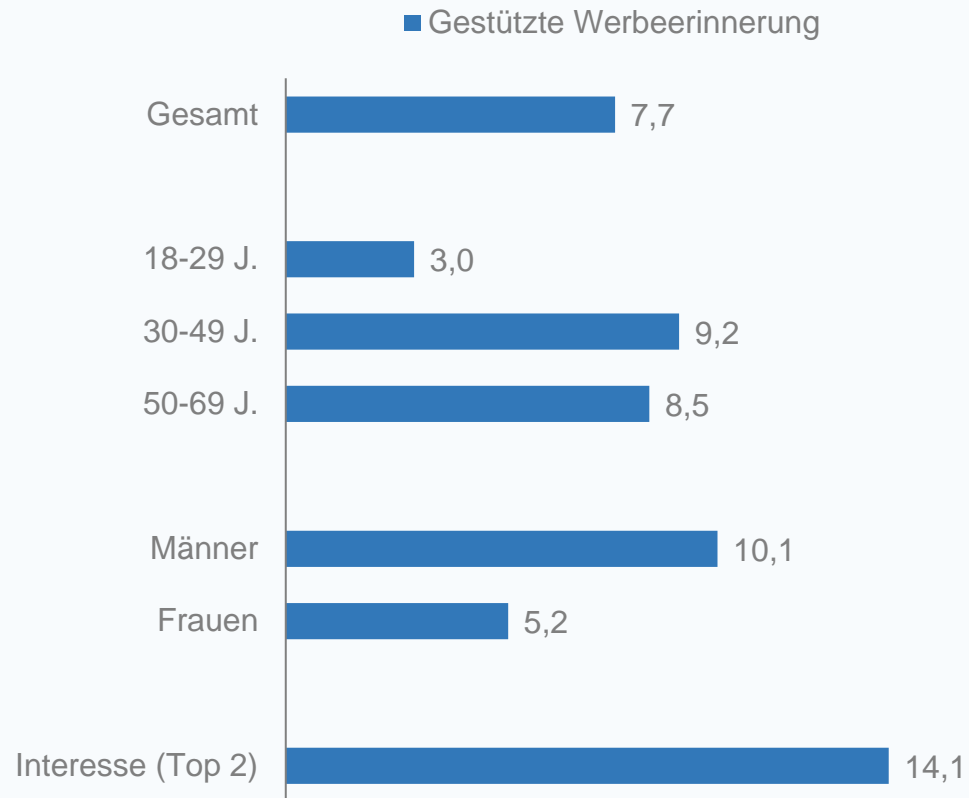
ZENTRALE ERGEBNISSE

Die NKL-Kampagne im TV zeigt Wirkung

- Die Wirkung der TV-Kampagne schlägt sich positiv in allen erfassten Indikatoren für die NKL nieder: Werbeerinnerung, Markenbekanntheit, Image und Consideration.
- Vergleicht man für diese Indikatoren den jeweiligen Gesamtwert mit dem Wert bei den Personen ohne Kampagnenkontakt, wird die Breitenwirkung der Kampagne deutlich, z.B.:
 - *Die Kampagne hat die Marke NKL bei 2,9 Mio. Personen bekannt gemacht*
 - *Aufgrund der Kampagne stimmen zusätzliche 2,4 Mio. Personen der Aussage zu „NKL bietet attraktive Gewinnchancen“*

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

NKL | soziodemografisch

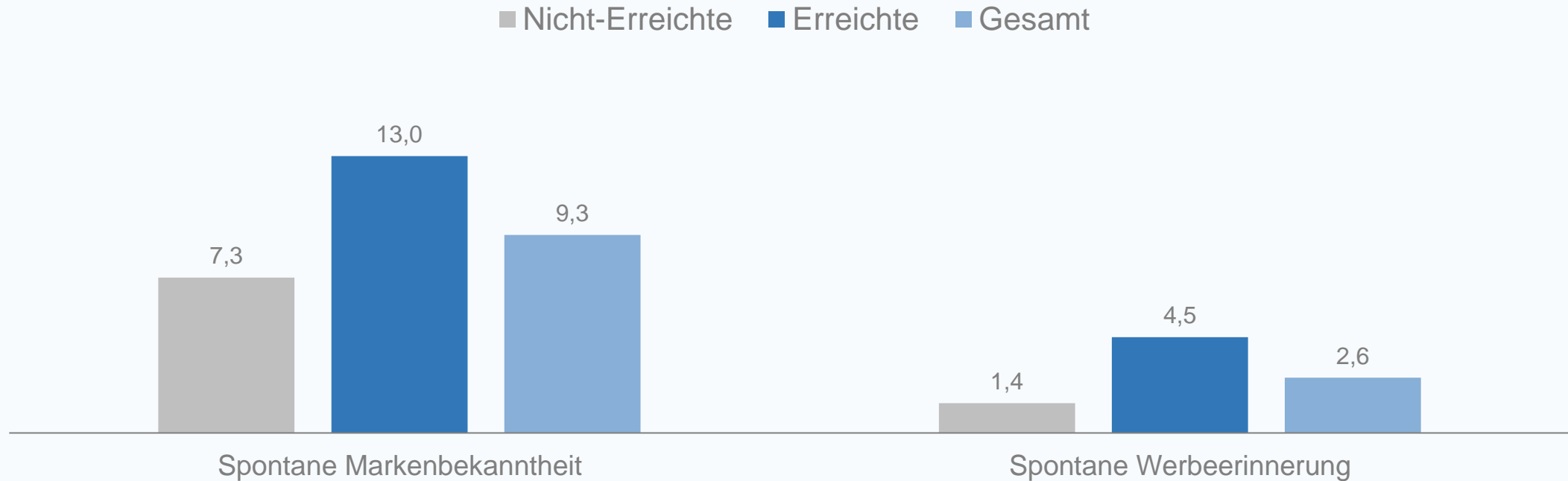


(%) Für welche dieser Anbieter von Lotteriespielen haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?

Basis: 1.037 Personen 18-69 Jahre

SPONTANE BEKANNTHEIT / WERBEEERINNERUNG

NKL



Spontane Bekanntheit: Anstieg um 2,0 Pp = 1,1 Mio. Personen (Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

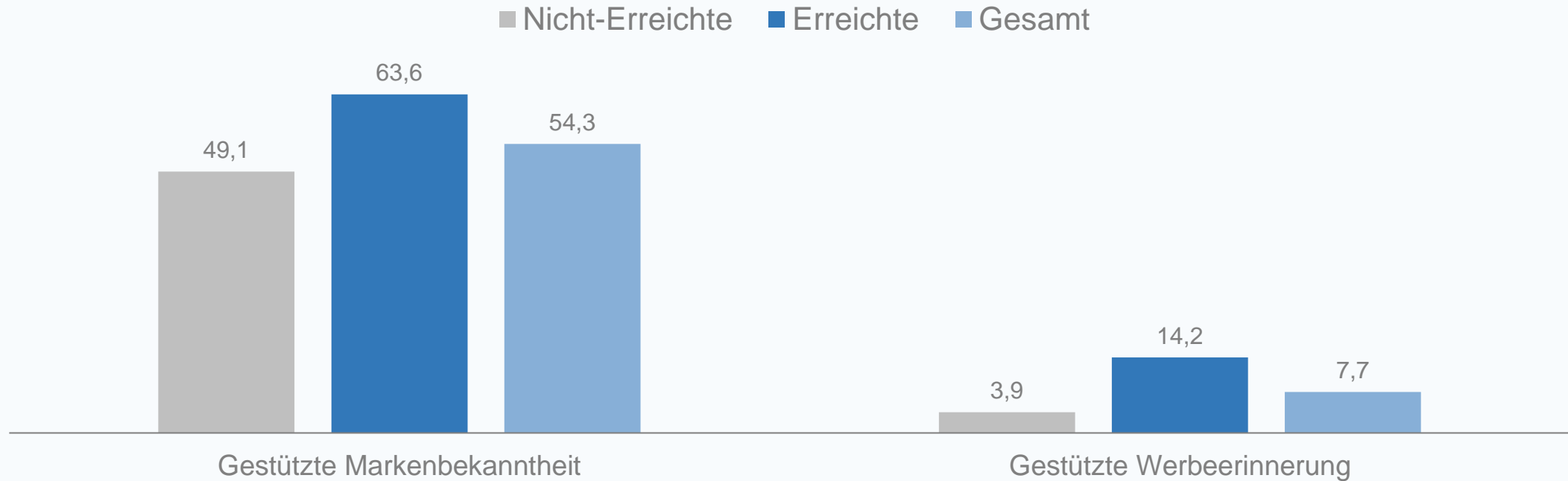
(%) Welche Anbieter von Lotteriespielen kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach? Notieren Sie bitte alle, die Ihnen einfallen.

(%) Für welche Anbieter von Lotteriespielen haben Sie in der letzten Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?

Basis: 1.037 Personen 18-69 Jahre | Erreichte = Kampagnenkontakt in den 4 Wochen vor dem Interview

GESTÜTZTE BEKANNTHEIT / WERBEERINNERUNG

NKL



Gestützte Bekanntheit: Anstieg um 5,2 Pp = 2,9 Mio. Personen (Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

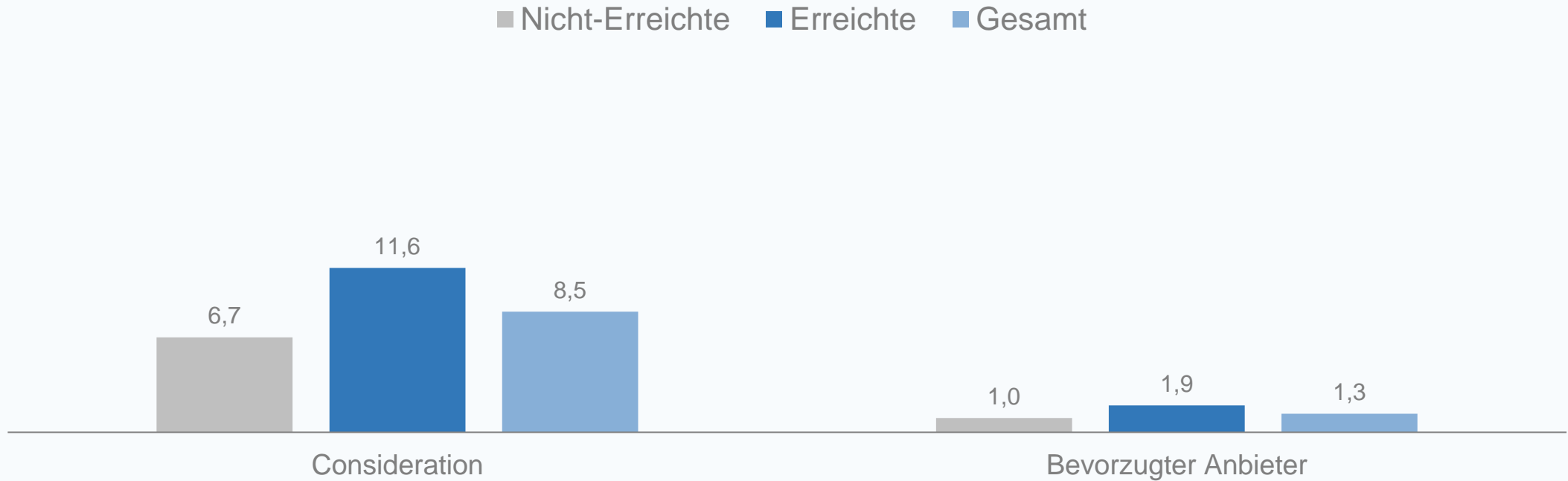
(%) Hier sehen Sie eine Liste mit einigen Anbietern von Lotteriespielen. Welche dieser Anbieter kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?

(%) Für welche dieser Anbieter von Lotteriespielen haben Sie in letzter Zeit Werbung gehört, gesehen oder gelesen?

Basis: 1.037 Personen 18-69 Jahre | Erreichte = Kampagnenkontakt in den 4 Wochen vor dem Interview

CONSIDERATION / BEVORZUGTER ANBIETER

NKL



Consideration: Anstieg um 1,8 Pp = 992 Tsd. Personen (Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

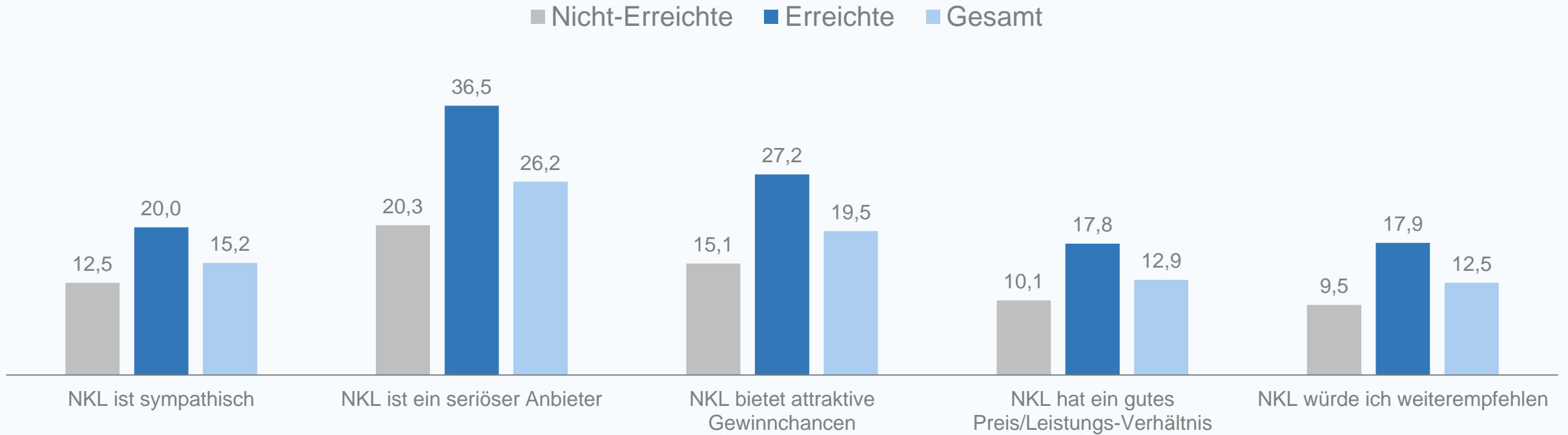
(%) Welche dieser Anbieter kämen für Sie grundsätzlich in Frage, um dort zu spielen?

(%) Und welcher Anbieter wäre Ihre erste Wahl?

Basis: 1.037 Personen 18-69 Jahre | Erreichte = Kampagnenkontakt in den 4 Wochen vor dem Interview

IMAGE

NKL



„NKL bietet attraktive Gewinnchancen“: Anstieg um 4,4 Pp = 2,4 Mio. Personen (Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

(%) Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Lotterie NKL zu? (Nennungen Top-2 auf 5er-Skala). Gefragt wurden nur Personen, die die Marke kennen; prozentuiert auf Gesamt
Basis: 1.037 Personen 18-69 Jahre | Erreichte = Kampagnenkontakt in den 4 Wochen vor dem Interview

ARD MEDIA TV-TRACKING

Eckdaten

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Je Kampagne 1.000 Interviews
- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt) => 18-69 für NKL
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR

IHR ANSPRECHPARTNER



Christian Bayer

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-118

christian.bayer@ard-media.de

