NKL

ARD MEDIA TV-TRACKING KEYCHARTS

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“**

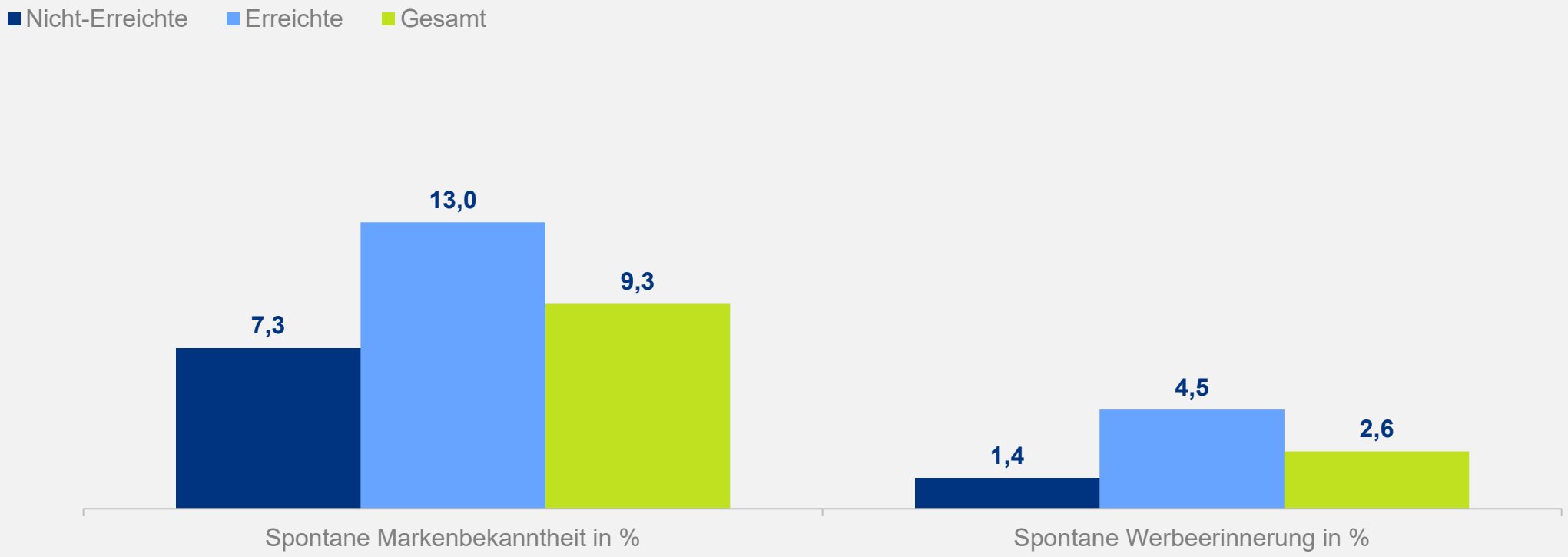
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

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 / WERBEERINNERUNG

NKL

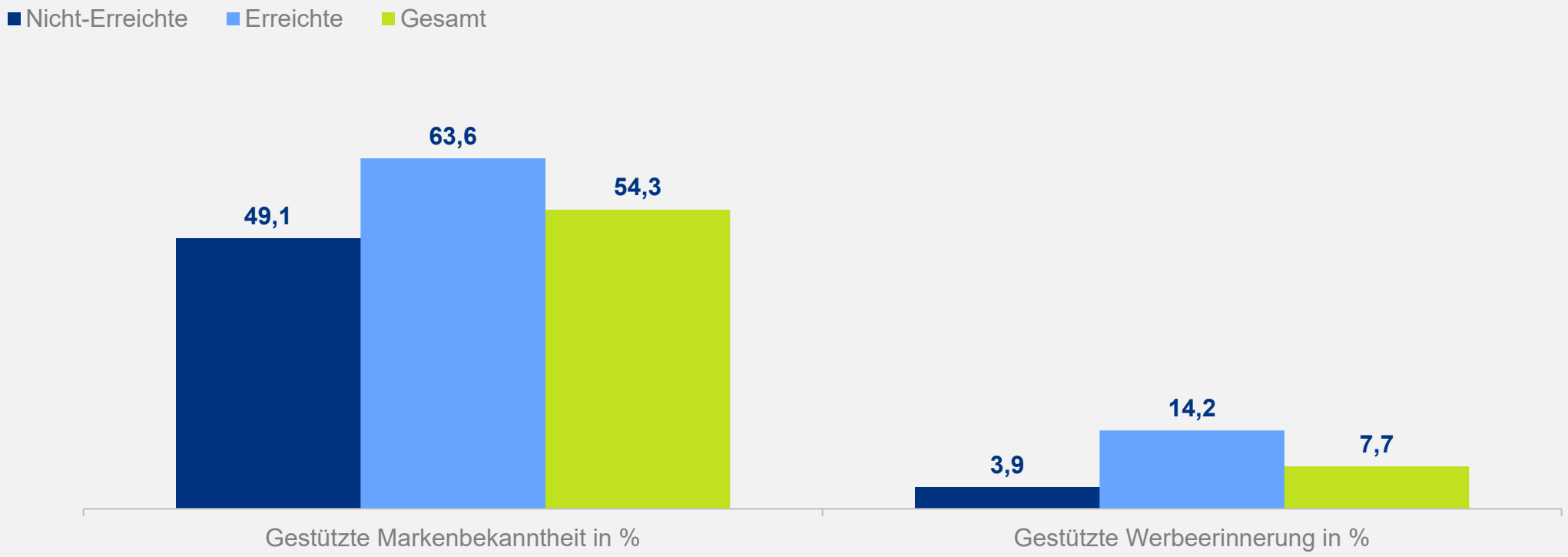


Anstieg um **2,0 Pp = 1,1 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

(%) 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

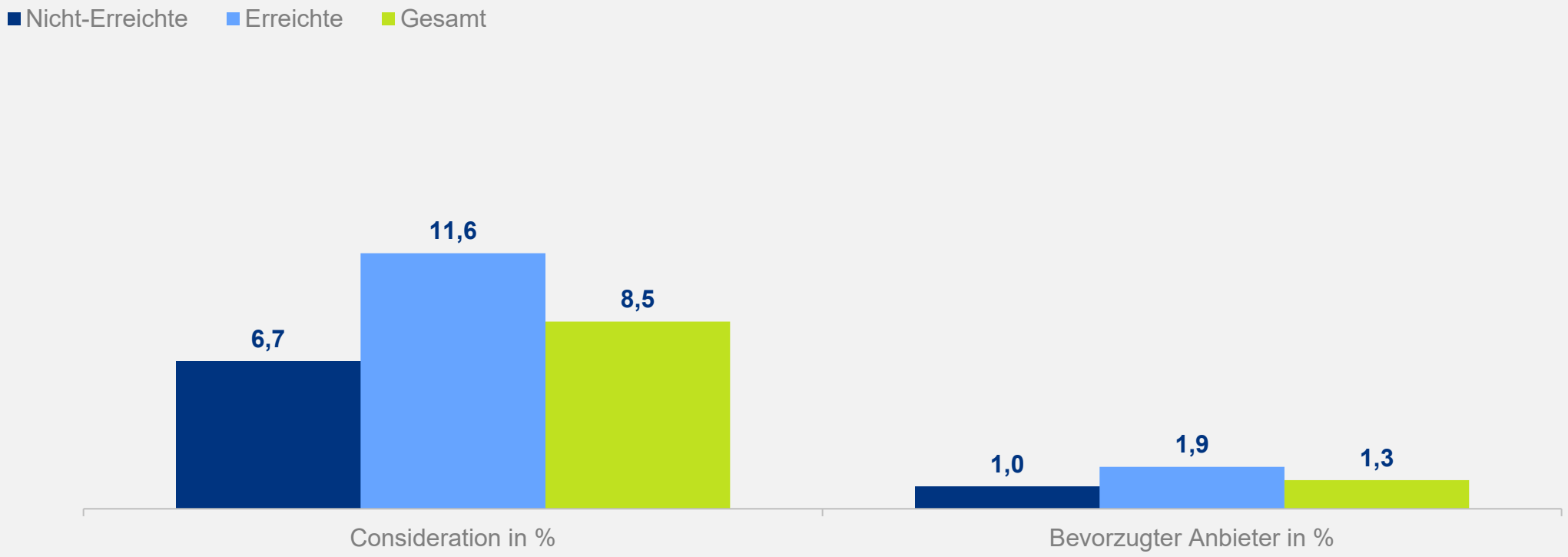


Anstieg um **5,2 Pp = 2,9 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

(%) 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

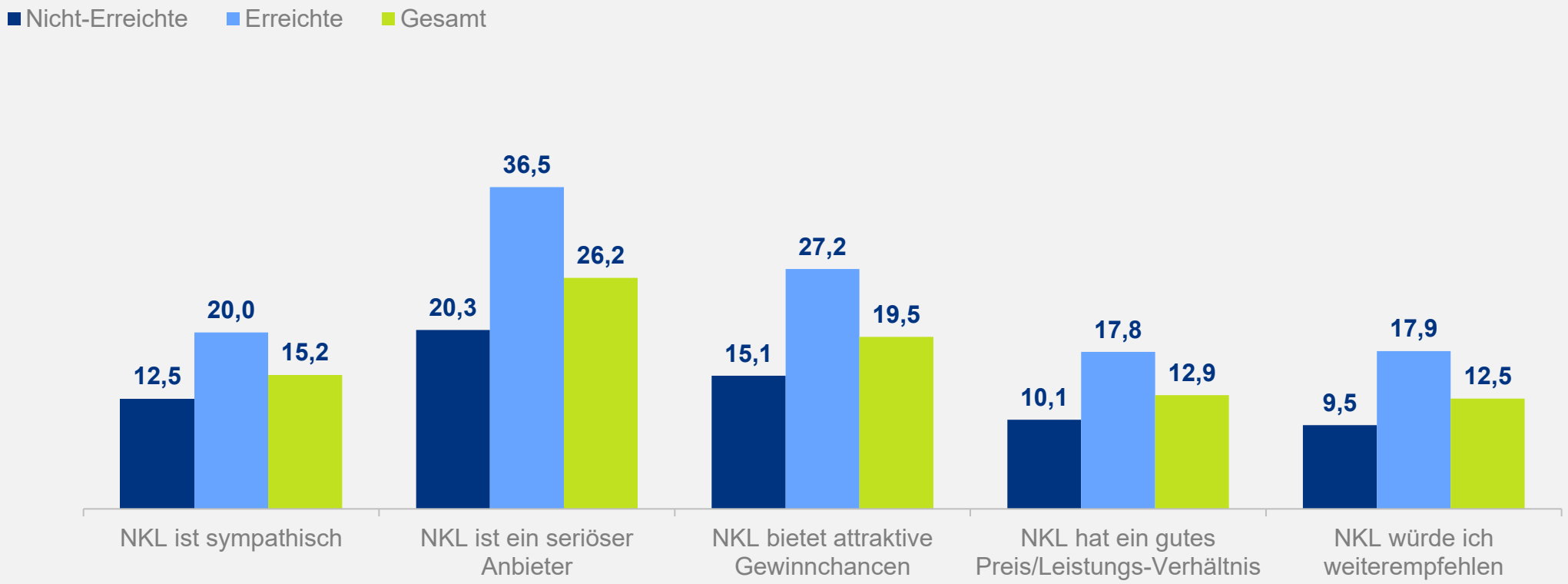


Anstieg um **1,8 Pp = 992 Tsd. Personen**
(Potenzial 18-69 = 55,122 Mio.)

(%) 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

CONSIDERATION / BEVORZUGTER ANBIETER

NKL



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

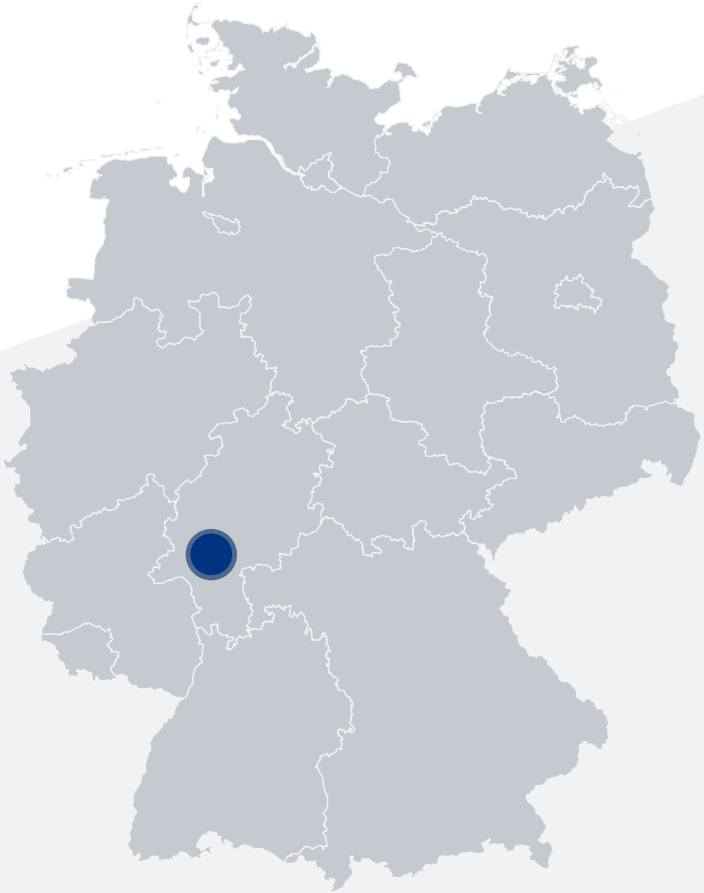
ARD MEDIA TV-TRACKING

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

ANSPRECHPARTNER

Christian Bayer
Advertising & Market Insights
Tel.: +49 (0)69 / 15424-118
Mobil: +49 (0)151 / 54007498
christian.bayer@ard-media.de



ARD MEDIA