SKL

ARD MEDIA TV-TRACKING KEYCHARTS

NOVEMBER 2024

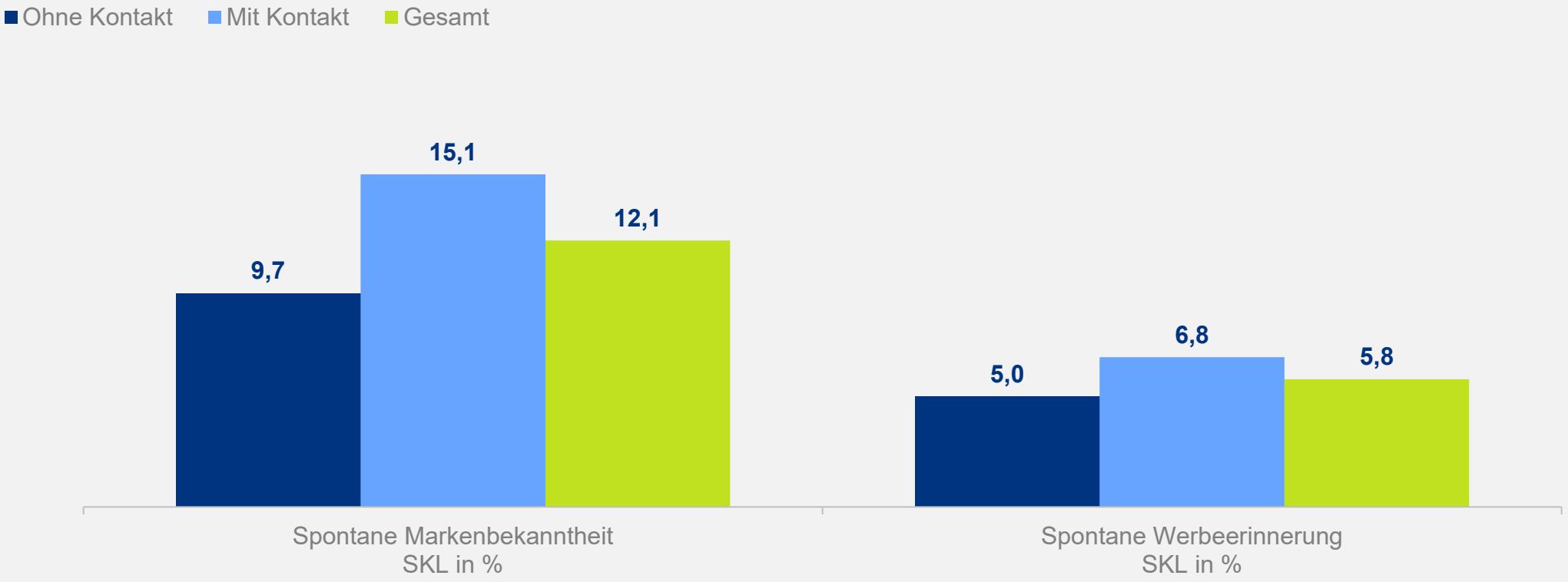
ARD MEDIA

ZENTRALE ERGEBNISSE

- Für die **TV-Kampagne der SKL** lassen sich **positive Auswirkungen** auf alle untersuchten **Indikatoren** feststellen: Werbeerinnerung, Markenbekanntheit, Image und Consideration.
- Zudem wurde eine **Assoziation** der SKL zum Millionenspiel bzw. der „Talkshow mit Millionären" geschaffen.
- Vergleicht man den jeweiligen Gesamtwert mit dem Wert bei den Personen ohne Kampagnenkontakt, wird die **Breitenwirkung** der Kampagne deutlich, z.B.:
- Die Kampagne hat die Marke SKL bei **5,7 Mio.** Personen bekannt gemacht
- Aufgrund der Kampagne stimmen **zusätzliche 2,7 Mio.** Personen der Aussage zu „SKL ist ein **seriöser Anbieter**"
- Gegenüber dem Vorjahr liegt vor allem die Werbeerinnerung auf einem deutlich **höheren Niveau**.

UNGESTÜTZTE INDIKATOREN

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



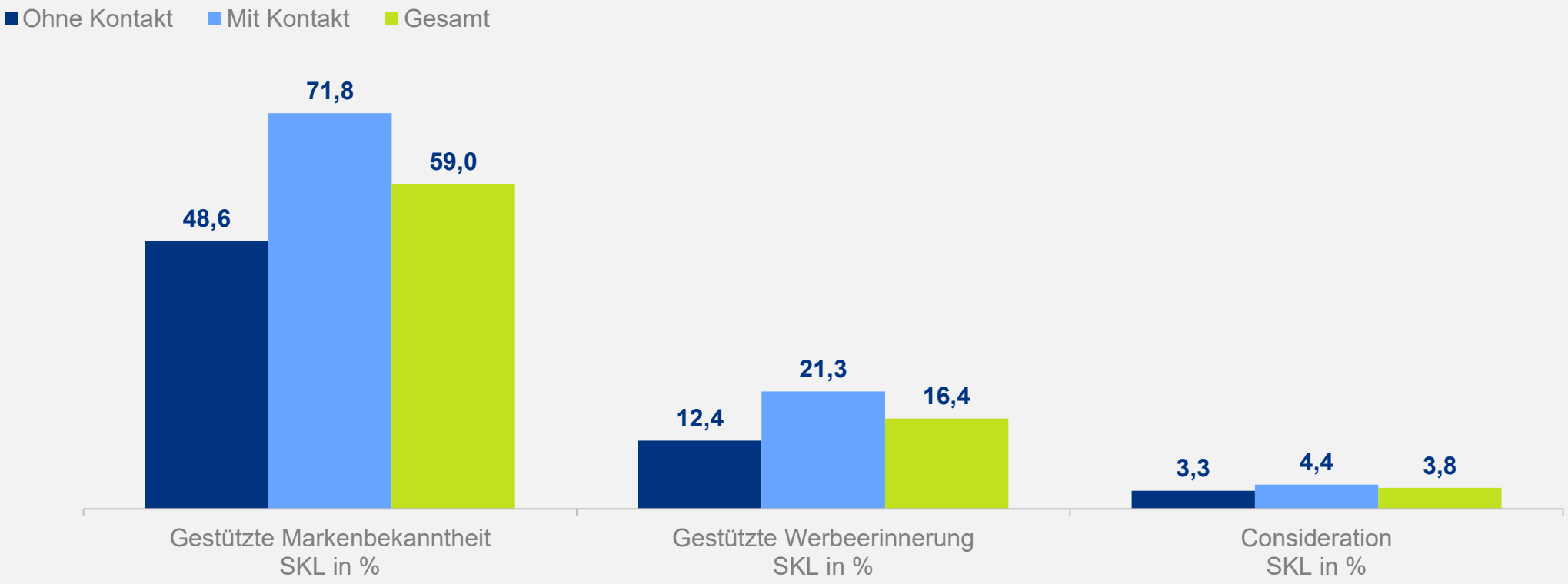
Anstieg um **2,4 Pp = 1,3 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Anstieg um **0,8 Pp = 438 Tsd. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Basis: 1.031 Personen 18-69 J.

GESTÜTZTE INDIKATOREN

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



Anstieg um **10,4 Pp = 5,7 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

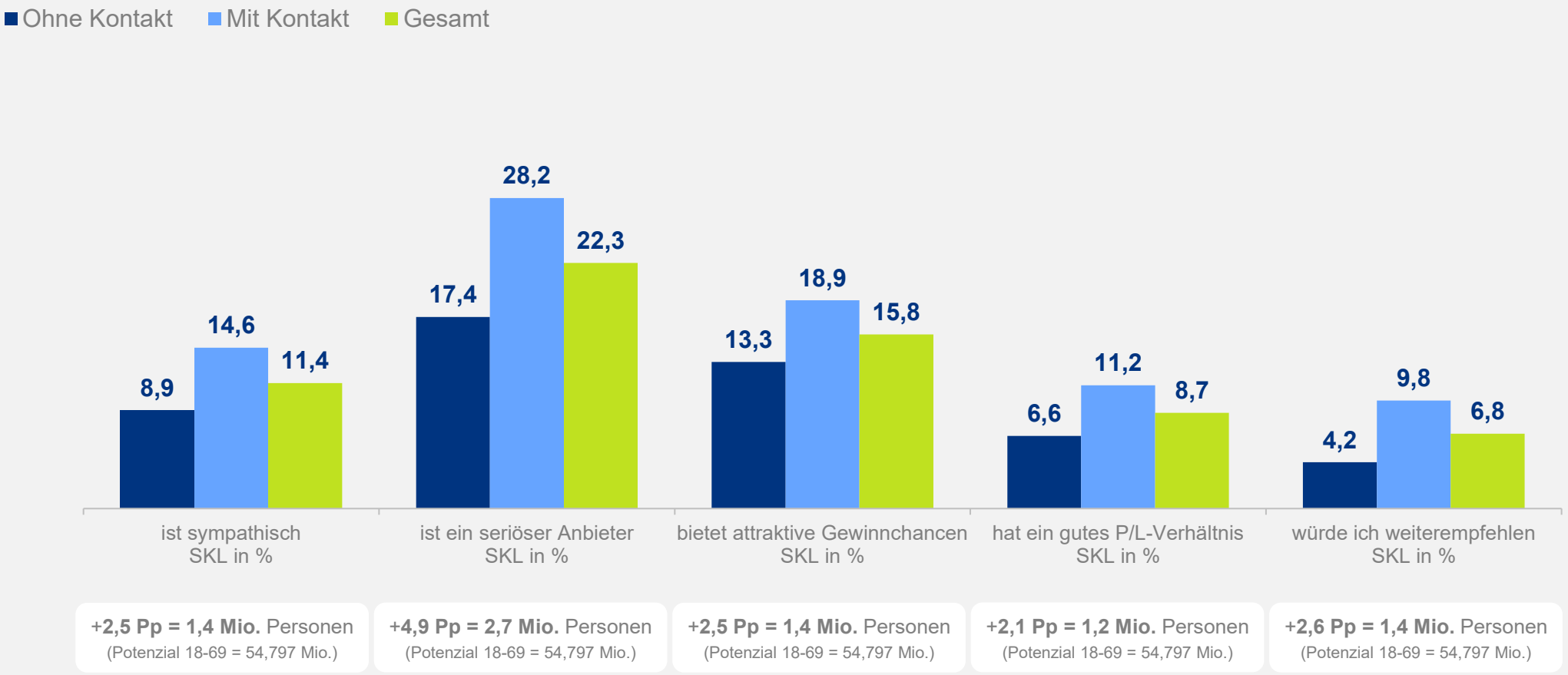
Anstieg um **4,0 Pp = 2,2 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Anstieg um **0,5 Pp = 274 Tsd. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Basis: 1.031 Personen 18-69 J.

IMAGE

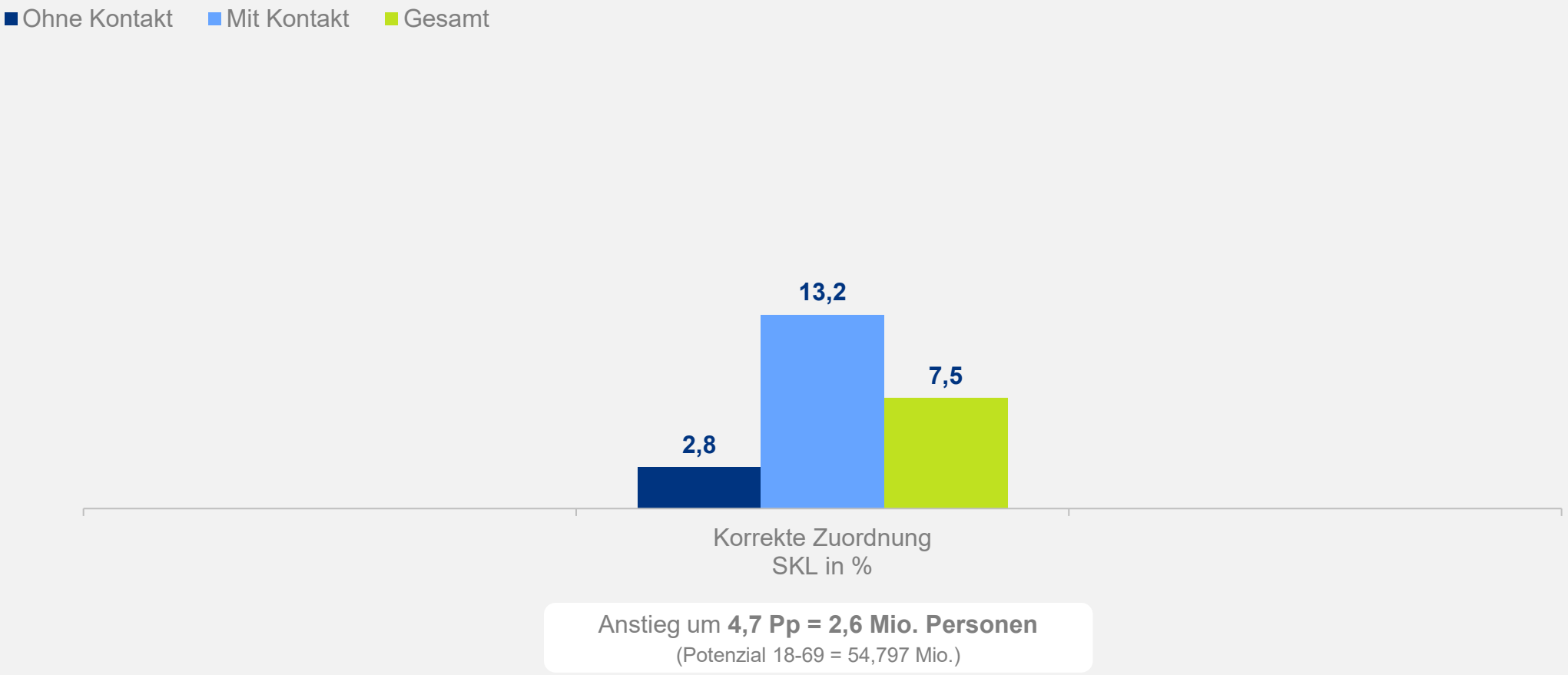
BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



Basis: 1.031 Personen 18-69 J. | Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen über die Lotterie SKL zu? (abgebildet ist jeweils Top-2-Zustimmung)

ZUORDNUNG „TALKSHOW MIT MILLIONÄREN“

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG

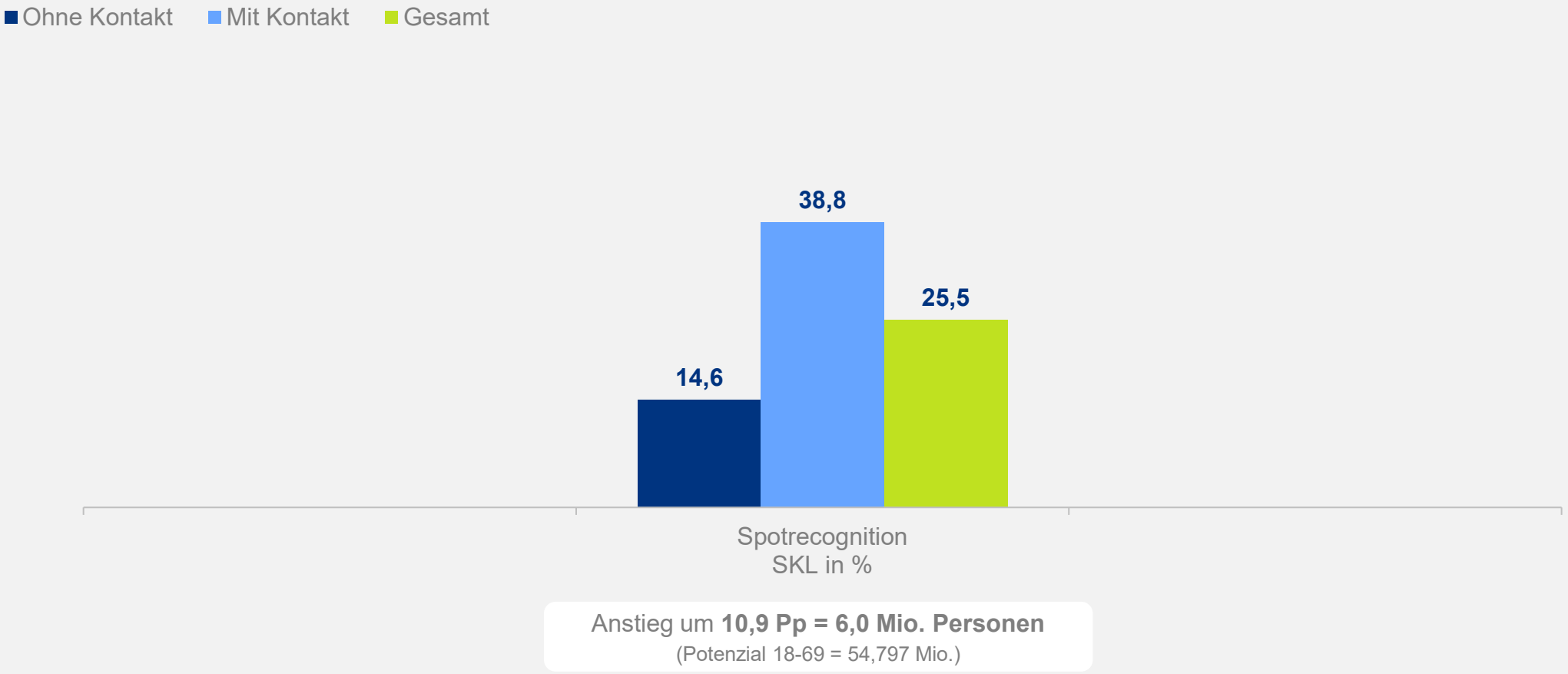


Anstieg um **4,7 Pp = 2,6 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Basis: 1.031 Personen 18-69 J.

SPOTRECOGNITION

BEI PERSONEN OHNE KAMPAGNENKONTAKT (= BASISWERT) UND INSGESAMT ÜBER ALLE BEFRAGTE HINWEG



Anstieg um **10,9 Pp = 6,0 Mio. Personen**
(Potenzial 18-69 = 54,797 Mio.)

Basis: 1.031 Personen 18-69 J. | Haben Sie diesen Spot oder einen ähnlichen für diese Marke / diesen Anbieter schon einmal gesehen?

ARD MEDIA TV-TRACKING

ECKDATEN

- Kampagnenbegleitforschung mittels Online-Befragung
- Deutschlandweit
- Institut: KANTAR
- Personen im Alter von 16-69 Jahren (Onliner Gesamt)

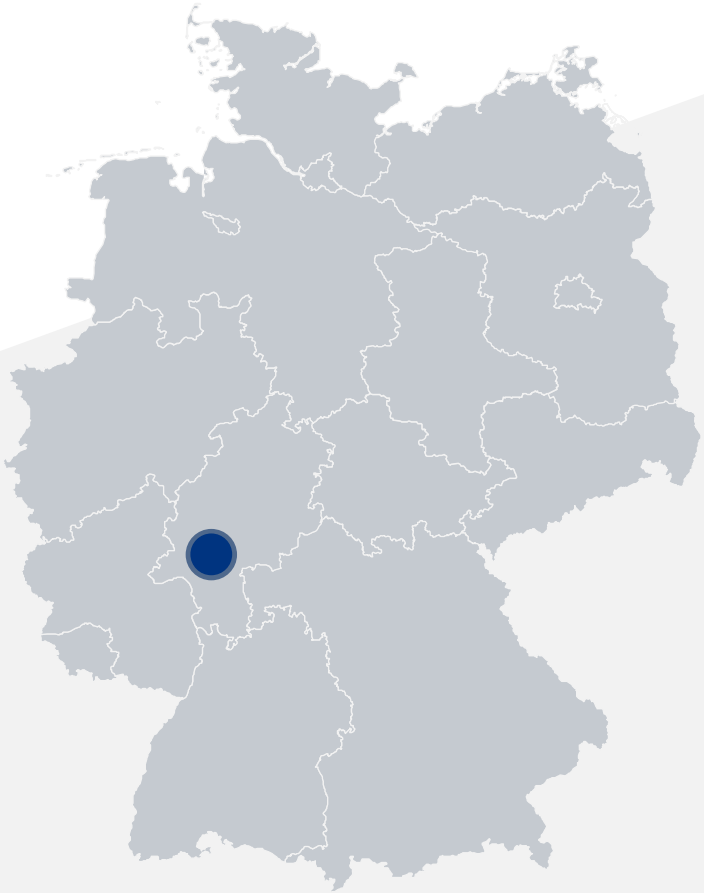
  → 18-69 Jahre für SKL

- Je Kampagne 1.000 Interviews

  → 1.031 Interviews in KW 46 und 47

ANSPRECHPARTNER

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



ARD MEDIA