



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für Deutsche Fernsehlotterie
2021

ASS¹

Deutsche Fernsehlotterie

Wie Radio dazu aktiviert „etwas Gutes zu tun“

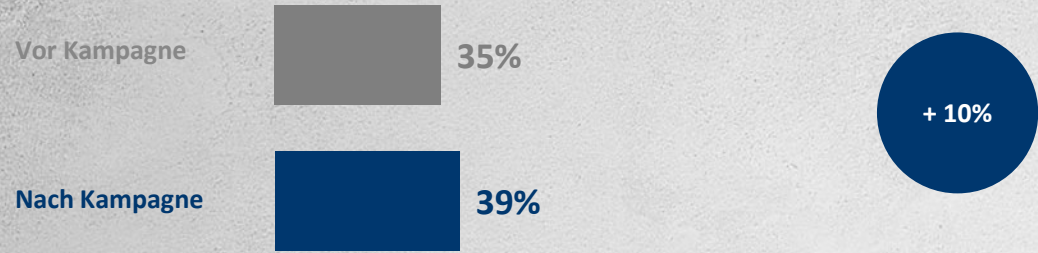
Die traditionsreiche Deutsche Fernsehlotterie war von März bis Anfang April 2021 mit einem teilnationalen Radioflight on air. Der Werbedruck der Kampagne lag bei 277 GRP in der Zielgruppe Erwachsene 18-69 Jahre.

Unter dem Motto „helfen und gewinnen“ warb die Lotterie für die anstehende Sonderverlosung, bei der mit Sofortrente, 10.000 Euro und einem Auto attraktive Preise winkten. Als Motivation für den Loskauf diente aber nicht nur die persönliche Gewinnchance - denn mit ihrem Loskauf unterstützten die Teilnehmer zugleich Projekte, die etwas Gutes bewirken.

Eine begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) bescheinigt den positiven Effekt des Werbeeinsatzes: Personen, welche durch die Radiokampagne erreicht wurden, konnten sich deutlich häufiger an Werbung für die Marke erinnern. Außerdem stieg die potenzielle Kaufabsicht für ein Los der Deutschen Fernsehlotterie.

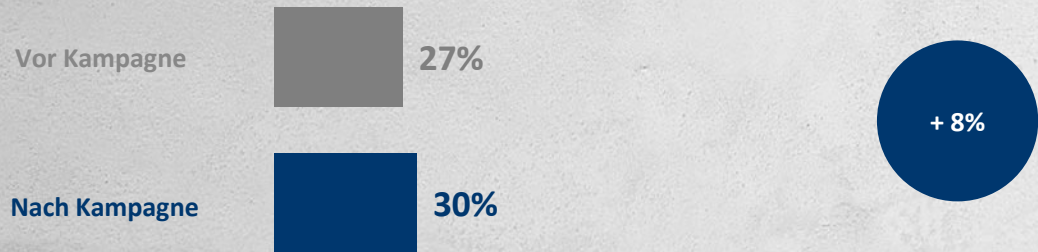
Die Radiokampagne konnte außerdem zu einer Auffrischung der Kernelemente des Markenimages beitragen. Nach Ablauf der Kampagne stimmten deutlich mehr Befragte zu, dass die Deutsche Fernsehlotterie „hilfsbedürftige Menschen unterstützt“ und „faire Gewinnchancen bietet“ - und dass man mit einem Los der Dt. Fernsehlotterie „etwas Gutes tut“.

Radio wirkt – Werbeeffekte für die Deutsche Fernsehlotterie



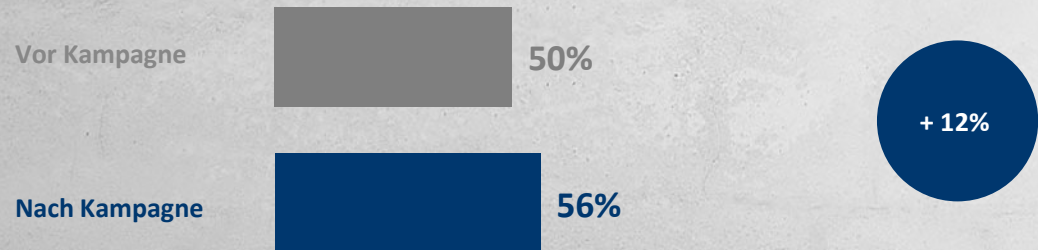
▪ Werbung bleibt im Kopf

Die Radiokampagne konnte die Erinnerung an Werbung der Deutschen Fernsehlotterie um 10 Prozent steigern.



▪ Steigerung der Kaufbereitschaft

Für 8% mehr Befragte käme der Kauf eines Loses der Deutschen Fernsehlotterie in Frage. Dies entspricht einem Potenzial von 0,8 Millionen Personen aus der Zielgruppe.



▪ Stärkung des Markenimages

Die Zustimmung zur Aussage „mit einem Los der Deutschen Fernsehlotterie tut man etwas Gutes“ konnte um 12% gesteigert werden.

Quelle: KARA 2021; n=500; repräsentativ für E18-69, Niedersachsen, Bremen, NRW, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Bayern

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

