

# NKL unter vollen Segeln

Hamburg Neuer Markenauftritt, neue Werbeagentur und neue Team-Besetzung: Bei der NKL Nordwestdeutsche Klassenlotterie weht derzeit eine kräftige frische Brise. Das Ziel: Steigerung des positiven Images, Erhöhung der Kaufbereitschaft, Erschließung neuer

Zielgruppen und Ausbau der Bedeutung der NKL im deutschen Lotteriemarkt. Die NKL ist hier derzeit hinter dem Deutschen Lottoblock und knapp hinter der SKL Süddeutsche Klassenlotterie die Nummer drei.

Die aktuelle Entwicklung im derzeit stagnierenden, insgesamt über 10 Milliarden Euro schweren Lotteriemarkt gibt der NKL weiteren Rückenwind. Nach zwei konjunkturell bedingt schwachen Geschäftsjahren zeichnet sich wieder ein positiver Aufwärtstrend ab. Indikator für die NKL ist die Umsatzsteigerung in der soeben beendeten 110. Lotterie von 2,7 Prozent sowie die aktuelle Absatzsteigerung von etwa fünf Prozent für die erste Klasse der gerade gestarteten 111. Lotterie, die auf einen erfolgreichen Verlauf des Geschäftsjahres

2004 schließen lässt.

Günther Schneider, Vorstandssprecher der NKL: „Unser Bekanntheitsgrad liegt aktuell bei erfreulichen 85 Prozent. Wir möchten die Marke NKL für eine größere und jüngere Zielgruppe erlebbar und greifbar machen und in einen emotionalen Kontext stellen. Die NKL soll künftig für die Erfüllung von Träumen stehen, zumal es nur bei uns täglich eine Million Euro zu gewinnen gibt.“

Zur Entwicklung der neuen Dachkampagne, die mit TV-Einsätzen im Januar 2004 startet, wurden die deutschen Top-Agenturen Springer & Jacoby, Philipp und Keuntje sowie Jung von Matt/Elbe zu einem Pitch eingeladen, aus dem Springer & Jacoby als Sieger hervorging.

„Der Vorschlag von Springer & Jacoby zeugt von umfassendem Markenverständnis und begeistert durch eine kreative Darstellung der Kernaussage, die konsistent durch alle klassischen und Below-The-Line-Kommunikationskanäle geführt wird“, so Jan Christiansen,

Bereichsleiter Vertrieb und Marketing der NKL.

Die NKL Nordwestdeutsche Klassenlotterie zählt mit einem jährlichen Umsatz von mehr als einer halben Milliarde Euro zu den erfolgreichsten Glücksspiel-Anbietern Deutschlands. Die NKL hat ihren Sitz in Hamburg und beschäftigt dort 60 Mitarbeiter. 16,66 Prozent

der durch die Lotterie erwirtschafteten Umsätze wird als Lotteriesteuer an die Haushalte der Trägerländer abgeführt und kommt so der Allgemeinheit zu Gute. Im Geschäftsjahr 2002/2003 werden es rund 92 Millionen Euro sein, die so in die Staatssäckel fließen.

[key:IC] wird ein Interview mit Günther Schneider, Vorstandssprecher der NKL in den nächsten Tagen veröffentlichen.

Pressekontakt:

NKL

Jan Christiansen