


Lotto-millionærer hver uke!



norsk-tipping.no

Markedet

Norsk Tipping AS har ca. 3 900 kommisjonærer rundt om i Norge som tilbyr pengespill. Totalmarkedet for pengespill i Norge har mer enn fordoblet seg de siste fem årene (Kilde: Norsk Tipping AS Årsrapport 2005). Dette skyldes i hovedsak veksten i automatmarkedet og internasjonale spill over Internett. Mange setter likhetstegn mellom Norsk Tipping AS og spillmarkedet i Norge, men faktum er at Norsk Tipping AS kun har en markedsandel på 20 % når man inkluderer automatspill samt et anslag av nordmenns innsats på utenlandsbaserte internettspill i totalomsetningen. Totalomsetningen i det norske spillmarkedet er på 45,7 milliarder kroner. Lotto står for 7 % av spillmarkedet totalt og hele 36 % av totalomsetningen til Norsk Tipping AS. Fra å være "enerådende" i kategorien lykkespill, har Lotto den siste tiden fått sterk konkurranse.

Lotto er kjent som selve folkespillet i Norge og 53 % av befolkningen over 15 år har spilt Lotto en eller flere ganger i løpet av et kvartal (Kilde Markedstracker 2006, TNS Gallup). Den typiske Lottospilleren er 47 år med en kjønnsfordeling på 49 % menn og 51 % kvinner (Kilde: Markedstracker 2006, TNS Gallup).

Resultater

Gjennom 20 år har Lotto etablert seg som selve folkespillet i Norge – et spill "alle" har et forhold til. Lotto er selve symbolet på drømmen og den store gevinsten. Det å vinne i Lotto blir sett på som en mulighet til å gjøre hva du vil og en mulighet til å realisere drømmer. Så lenge Lotto oppfattes som spillet med de største premiene, oppfattes Lotto som drømmen. De aller fleste mennesker drømmer om å få en "sekk med penger i hodet", men de aller færreste vil noen gang få nettopp det. Allikevel fortsetter de å drømme, og de kjøper Lotto for å gi drømmen en sjanse. Lotto er uskyldig moro, sosialt akseptert og det er et spill hvor alle kan delta og hvor alle har like stor sjanse til å vinne. Hvis Lotto forsvant som spill sier folk at de vil gå glipp av drømmen.

Historien

Lottos historie går helt tilbake til renessansen på 1500-tallet. Folk i staten Genova i Italia veddet på hvilke fem adelsmenn av de 90 nummererte adelige som skulle utgjøre statens regjering. En gang i måneden ble regjeringen skiftet ut og ny trekning ble foretatt. Herrenes kompetanse spilte ingen rolle, det var byrden og trekningen som avgjorde. Trekningen ble foretatt av et lite barn med bind for øynene, det representerte uskyld og upartiskhet, og numrene ble trukket for hånd ut av en tombola. Verdens første lottoformel var dermed 5/90 – en formel som fortsatt gjelder i Italias lotto. Norsk Tipping AS' Lotto, med formelen 7/34, har vært en formidabel suksess siden spillet ble introdusert i 1986 og 2. mai 1987 sendes den aller første Lottotrekningen direkte på TV. Lotto ble raskt et folkespill og har i dag bred appell i markedet ut fra spilllets sterke posisjon i alle segment. "Alle" spiller Lotto. Aldersgruppen er i utgangspunktet 25–55 år, jevnt fordelt



mellom menn og kvinner. Norges aller første Lottomillionær fikk vi 31. mai i 1986 og det var ei dame fra Harstad. Hun vant 1 358 914,- kroner etter å ha fått sju rette én gang og seks pluss ett tilleggstill ikke mindre enn sju ganger. Den heldige damen vant på følgende vinnerrekke: 9-12-13-27-28-29-33. I 1999 fikk Norge sin Lottomillionær nummer 2000. Og 1. juli 2006 ble det satt ny premierekord for pengespill i Norge da et tippelag fra Mo i Rana vant 25 millioner kroner i Lotto. Lotto har gjennom 20 år skapt 3 238 millionærer!

Produktet

Lotto er det største spillet til Norsk Tipping AS, og fylte 20 år i 2006. Lotto betegnes som et lykkespill hvor alle har lik mulighet til å vinne. Lotto er et tallspill hvor man krysser av 7 tall av 34 mulige på 1–10 rekker på en kupong. Vinnertallene trekkes ukentlig og vises hver lørdag kveld på TV. Det eksisterer fem premienivåer hvor hovedpremien er 7-rette og det laveste nivået 4-rette pluss tilleggstill. Lotto kan spilles registrert med Norsk Tipping AS' spillerkort eller uregistrert. Man har mulighet for innlevering av enten 1, 5 eller 10 ukers kuponger hos 3 900 utvalgte kommisjonærer innen kiosk, bensinstasjoner og dagligvare. Lotto kan også spilles på Internett.

Seneste utvikling

Siden Lotto ble lansert i 1986 har spillformelen ikke blitt endret. Prisen har blitt justert og senest våren 2006 ble prisen økt fra 3,- til 4,- kroner pr. rekke. Da ble også en ny premiegruppe opprettet, "Millionsjansen". TV-trekningene justeres kontinuerlig og både datagrafikk og studioløsninger endres blant annet i forhold til sesong. Da spillet Joker ble introdusert i 2000 ble det også laget et eget avkrysningsfelt på Lottokupongen – noe som raskt ble en suksess. Lotto kan også spilles på Internett og her kan

man både velge egne tall samt at en elektronisk trekning kan finne tallene for deg.

Markedsføring

Markedsføringen av Lotto er basert på en klar posisjoneringsstrategi:

Lotto skal videreføres som "Drømmen om å vinne mange penger", omsatt i drømmen om frihet og drømmen om å kunne gjøre som man vil. Gjennom markedsføringen av Lotto er det viktig at denne drømmen ikke går over i reelle forventninger som blir til skuffelse hver gang de ikke innfris. Lotto må representere det uventede, litt gale og totalt frigjørende hvis det utenkelige skulle skje. Lotto's strategiske posisjon er drømmen, og spilllets popularitet er bygget på at denne drømmen i en eller annen form holdes levende i det norske folk. Sammen med troen på at "det kan skje meg" drives den positive følelsen for spillet videre uke etter uke, selv om man som oftest bare vinner de små premiene.

Av alle som har spilt Lotto uttrykker hele 49 % i større eller mindre grad tro på at det en dag er min tur til å bli Lottomillionær. Dette er selvfølgelig mer et uttrykk for en drøm enn en reell forventning, og gir som sådan et klart bilde på hvilken nærhet folk flest har til Lotto.

Drømmen om å vinne mange penger har også størst relasjon til Lotto så lenge spillet er ledende som spillet med de største pengepremiene.

Lottos Personlighet:

Lotto fremstår som uskyldig moro og representerer litt positiv galskap på en sjarmerende, folkelig måte. Lottos posisjon bæres av "drømmen om å få en sekk penger i hodet".

Reklamen:

Reklamekonseptet "Lotto-millionærer er ikke som andre millionærer" er pilaren markedsføringen bygger på. Lotto har siden

1993 fortalt historier om at "Lotto-millionærer ikke er som andre millionærer". Dette har blitt et av Norges sterkeste reklamebudskap og har høstet mye heder og ære. Lotto konseptet bygger på drømmen om den store gevinsten. Konseptet er humoristisk og folkelig og spiller ikke på materialisme og pengesløsning. Lotto har gjennom reklamefilmene skaffet seg posisjonen som en meget god historieforteller. Det er laget 42 filmer (opdatert per februar 2007) på konseptet og markedsundersøkelser viser at de er like godt likt nå som tidligere. Filmer som "Verdal'n", "Ballroom Blitz", "Tufte" og "De gamle er eldst" er vel kanskje blant de mest kjente.

Merkeverdi

"Top of Mind" kjennskap: 56,1 % (markedsstracker 2006). Total uhjulpen kjennskap på 86,4 % (markedsstracker 2006).

Lotto – merkeverdier:

1. Lotto skal være folkelig – Lotto har tatt plass i den norske folkesjelen
2. Stor førstepræmie er avgjørende for spilllets attraktivitet
3. Lotto skal være lett tilgjengelig og enkelt å spille
4. Lotto skal knyttes til drømmen
5. Lotto skal skape nye millionærer hver uke
6. Lotto skal snakke til folks hjerter og skape positive assosiasjoner



Ting du ikke visste om Lotto

Lotto har fått "Gullfisken" for filmene:
1998: "Verdal'n"
2000: "Ballroom Blitz"
2002: "Tufte"

Filmen "De gamle er eldst" fra 2005 har fått følgende priser:

- kåret til årets beste reklamefilm av Kreativt forum
- "Sølvfisk" for månedens beste reklamefilm
- "Sølvløve" i Cannes
- Gull i reklamekonkurransen Eurobest
- Gull i reklamekonkurransen Epica
- Sølv i Gullblyantene
- New York Festivals: finalist
- Cresta: Shortlist
- WLA PRIS, Singapore 2006

Den mest spilte Lottorekka er: 1-2-3-4-5-6-7. Skulle denne rekka gå inn med 7 rette vil førstepræmien bli kun 3 465 kroner.

Tallene 3 og 9 er minst trukket ut og tallene 12 og 18 er mest trukket ut.

