



KAMPAGNENANALYSE RADIO

Studie für VLH 2020

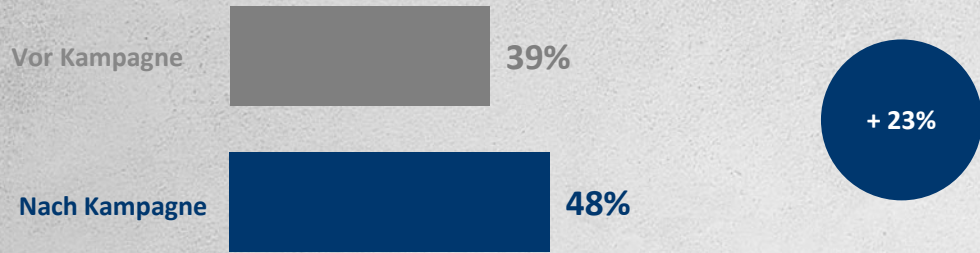
Vereinigte Lohnsteuerhilfe e.V.

Radio aktiviert neue Mitglieder

Die VLH (Vereinigte Lohnsteuerhilfe e.V.), Deutschlands größter Lohnsteuerhilfeverein, ging im Juni 2020 mit einem pfiffigen Radio-Flight mit 371 GRP on Air. Der Spot bewarb eine Preis-Aktion zur Aufnahmegebühr und vermittelte eindrücklich den Wert einer möglichen Steuererstattung in Form eines Mountainbikes.

Wie die begleitend durchgeführte Kampagnenanalyse Radio (KARA) zeigt, verfiel die Kampagne bei den angesprochenen Arbeitnehmern und steigerte das Interesse an einer Mitgliedschaft und der Erstellung der jährlichen Einkommensteuererklärung durch die VLH.

Radio wirkt – Werbeeffekte der VLH



Starke Effekte: Markenbekanntheit

Mithilfe der Radiokampagne konnte die VLH ihre Bekanntheit um 9 Prozentpunkte steigern. Dies entspricht einem Zuwachs von über 5 Millionen Personen.



Werbung bleibt im Kopf

Die Werbeerinnerung verdoppelte sich aufgrund der Kampagne auf von 7% auf 14%.



Steigerung der Nutzungsabsicht

Die Radiokampagne konnte rund 1 Million zusätzliche Interessenten generieren, die beabsichtigen die VLH als Partner für die Steuererklärung zu beanspruchen.

Quelle: KARA 2020; n=500; repräsentativ für E14-69, bundesweit

Ihr Ansprechpartner



Michael Ofenloch

Werbe- und Marktforschung

Tel: 069/15424-127

michael.ofenloch@ard-werbung.de

