

IMAGEZUWACHS DANK NATIONALEM RADIO-SPONSORING



HINTERGRUND DER KAMPAGNE

Der Kunde setzte auf ein exklusives Sponsoring im Radio. Dabei wurde die Beliebtheit bestimmter Radio-Elemente genutzt und exklusiv eine Werbebotschaft platziert, um beispielsweise einen Image-Transfer zu erzielen. Die Alleinstellung des Sponsorings in diesem Umfeld sicherte eine zielgenaue und aufmerksamkeitsstarke Ansprache der Hörer.

Um die **Werbewirkung des Sponsorings** zu untersuchen, wurde in den Zeiträumen vom 16.-18.03.2020 und 12.-15.05.2020 im Auftrag von RMS eine Online-Befragung durch das Institut Gelszus rmm Marketing Research aus Hamburg durchgeführt. Hierfür wurden im ersten Zeitraum 505 Personen befragt und im zweiten 1.000 Personen. Die Zielgruppe waren bevölkerungsrepräsentative Personen zwischen 16-59 Jahren, die in den letzten beiden Wochen zwischen 5:00-10:00 Uhr Radio gehört haben.

KAMPAGNEN-ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Imagebuilding durch Radio-Sponsoring

- ✓ Das soziale Image des Kunden konnte nachweislich deutlich gesteigert werden.
- ✓ Besonders herauszuheben ist, dass die Befragten dem Unternehmen eine verantwortungsvolle Reaktion auf Corona attestiert haben.
- ✓ Darüber hinaus konnte der Zuspruch bei verschiedenen Attributen des Kunden, wie Produkte von hoher Qualität, Vielfalt an Produkten, kundenorientiert, vertrauenswürdig und verantwortungsbewusst durch das Sponsoring signifikant gesteigert werden.

Starke Aktivierungsleistung dank Sponsoring

- ✓ Das Einkaufsinteresse konnte durch das Sponsoring statistisch signifikant gesteigert werden.
- ✓ Das Sponsoring sorgte auch für höhere Conversion Rates im Aktivierungs-Funnel.

KERSTIN NEUBERT
Verkaufsmanagerin

+49. 40. 23890-642
neubert@rms.de



Sie möchten mehr über das Format-Sponsoring erfahren? Lassen Sie uns darüber sprechen.

Mehr Infos zum größten Audiovermarkter in Deutschland: <https://rms.de>

