

CROSSMEDIA und KreativRealisten initiieren eine „Consumer Centric“-Kampagne für die VLH

Im Mittelpunkt der neuen Kommunikation des Lohnsteuerhilfevereins Vereinigte Lohnsteuerhilfe e.V. (VLH) steht die Gewinnung neuer Mitglieder

Düsseldorf, 18. Juni 2020. In einer Reichweitenkampagne rücken Deutschlands größter Lohnsteuerverein, die VLH, und die verantwortliche Mediaberatungsagentur Crossmedia in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Kreativrealisten Arbeitnehmer und Steuerzahler ohne selbstständige Tätigkeit in den Fokus. Ziel ist es, die Awareness und damit die Mitgliederzahl für den Lohnsteuerhilfeverein zu steigern. Im Mittelpunkt aller crossmedialen Maßnahmen stehen die Vorteile, die die VLH bietet: Eine attraktive Steuerrückerstattung und mehr Zeit für die schönen Dinge des Lebens, während sich die VLH kompetent um die Steuererklärung und die Kommunikation mit dem Finanzamt kümmert.

Das Erstellen der Steuererklärung – eher ein Low Interest Produkt, was zeitintensiv, einmal jährlich nötig und eher ein „Muss“ ist. Die Herausforderung ist offensichtlich. Wie also treibt man die Emotionalisierung an und rückt die VLH-Dienstleistung ins „Relevant Set“ der Zielgruppe(n) und potenziellen neuen Mitglieder?

Die Kommunikation setzt auf bewährte Erkenntnisse aus 2019, in der eine zugkräftige „Mitmachaktion“ Herzstück der Kampagne war. Mitglieder und Nicht-Mitglieder wurden über eine crossmediale Kampagne aufgerufen, ihren Wunsch zu verraten, den sie sich mit einer Steuerrückzahlung erfüllen würden. Einige dieser Wünsche hat die VLH anschließend tatsächlich erfüllt. Aus annähernd 4.000 [siehe Statistikwünsche - Auswertung als Anlage] gewonnenen und tiefergehenden Insights konnten die KreativRealisten und Crossmedia der VLH die Bedürfnisse und Wünsche potenzieller neuer Mitglieder in einer konsumentenorientierten 360-Grad Kampagne weiterentwickeln und visualisieren.

„Vorteil VLH“

„Vorteil VLH – Das ist meine Steuererstattung“, so heißt die neue Kampagne von Deutschlands größtem Lohnsteuerhilfeverein mit rund 3.000 Beratungsstellen und mehr als einer Million Mitgliedern. Neben dem Fakt, dass die Aufnahmegebühr für neue Mitglieder entfällt, stehen der Vorteil, eine Steuerrückerstattung zu bekommen, und die realisierten Wünsche der VLH-Mitglieder im Fokus der Kampagne. Dabei können sich die Kunden der VLH nicht nur Materielles leisten – sie gewinnen auch ein unbezahlbares Gut hinzu: Zeit für die wichtigen Dinge im Leben. Ob eine Kanutour durch die Natur, ein Grillabend mit Freunden oder steile Aufstiege mit dem Mountainbike – die VLH ist für ihre Mitglieder „die beste Möglichkeit abzuschalten, [...] ihre Freiheit zu genießen!“

Stringent wurde die Kampagnenmechanik aus Ansicht, Nutzung und Verhalten der Konsumenten abgeleitet und so ein Media-Mix entwickelt, der auf reichweitenstarke Medien und zielgruppenspezifische Touchpoints setzt. Um die Botschaft zu verbreiten und neue Mitglieder zu gewinnen, setzt die unabhängige Mediaberatungsagentur auf

Online (Bewegtbild), Print und Funk. Ergänzend zum klassischen Funk-Flight wurde nun auch erstmals Online-Audio wie Spotify als Sondermaßnahme hinzugenommen.

Ein Expertenduo für die VLH

Um der Kampagne zusätzlich Leben einzuhauchen, haben Crossmedia und die VLH die KreativRealisten für das Kreativkonzept mit ins Boot geholt. Besonderen Erfolg feierte die Kölner Kreativagentur mit der Image- und Recruiting-Kampagne für die Finanzverwaltung NRW, der kausalen „anderen“ Seite für die Steuerpflichtigen. „Die partnerschaftliche Zusammenarbeit am Round Table - mit VLH, KreativRealisten und Crossmedia - zeigt, dass die enge Abstimmung zu einer besonders effizienten und inspirierenden Arbeitsatmosphäre beiträgt“, kommentiert Anna Aust, Senior Mediaberaterin bei Crossmedia.

Bei Crossmedia zeichnen Dominik Etscheit, Anna Aust und Sina Brandt für den Kunden verantwortlich. Auf Seiten der Kreativrealisten sind GF/Partner Frank-Oliver Kraus, CD/Partner Silke Katterfeld und Maren Kükenthal-Thiel, Account Director Strategie, die ersten Ansprechpartner. Gesteuert werden die Agenturen von Susanne Neumann, die bereits seit 2014 die Marketingkampagnen für die VLH entwickelt und erfolgreich vorantreibt.

Über VLH

Die VLH (Lohnsteuerhilfverein Vereinigte Lohnsteuerhilfe e. V.) gibt es seit 1972 und das mit wachsendem Erfolg: Mittlerweile erstellen die VLH-Beraterinnen und -Berater in rund 3.000 Beratungsstellen deutschlandweit die Einkommensteuererklärung für mehr als eine Million Mitglieder. Das macht die VLH zu Deutschlands größtem Lohnsteuerhilfverein. Wir beraten Mitglieder im Rahmen von § 4 Nr. 11 StBerG www.vlh.de

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Betway, BMW, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, HeyCar und LIDL. www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

Über KreativRealisten

Die KreativRealisten agieren als Strategie-Gesellschaft für Marketingkommunikation in Geschäftsfeldern der erklärungsbedürftigen Produkte und Dienstleistungen, die als Innovationstreiber Märkte schaffen, bearbeiten und ausbauen sowie für öffentliche Auf-

traggeber wie Ministerien und Verbände. Frank-Oliver Kraus leitet seit 2000 die inhabergeführte Agentur mit Sitz in Pulheim bei Köln. Weitere Partner sind Silke Katterfeld, CD, und Renate Teloy, Beratung.

www.kreativrealisten.de, kraus@kreativrealisten.de

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH

Franziska Kook

Hildebrandtstraße 24A

40215 Düsseldorf

fon: 0211.86652.442

mobil: 0178.5647275

kook@crossmedia.de

Kundenkontakt

CROSSMEDIA GmbH

Dominik Etscheit, Anna Aust, Sina Brandt

Hildebrandtstraße 24A

40215 Düsseldorf

fon: 0211.86652.437

etscheit@crossmedia.de