

## Funk im Mediamix Mehr Erfolg bei gleichem Etat

Wenn Sie Ihren Etat auf verschiedene Werbemedien verteilen, haben Sie mehr Wirkung für Ihr Geld.

- Optische und akustische Medien sind ideale Partner, die sich hervorragend ergänzen.
- Radio wird so viel gehört wie noch nie! Während der Bundesbürger rund 25 Minuten täglich Zeitschriften liest, hört er über 210 Minuten Radio!
- Mit Anzeigen-Werbung allein können Sie nicht jeden potentiellen Kunden erreichen. Mit der Kombination Hörfunk und Print dagegen erreichen Sie mehr Personen und erzielen darüber hinaus viele intensive Doppelkontakte – in beiden Medien.



## Zielgruppen-Werbung die zündet

Zielgruppen-Werbung; eine Werbeform mit hoher Kontaktdichte und außergewöhnlicher Akzeptanz. Kein Medium eignet sich besser für diese effiziente Werbeform, als der lokale Hörfunk, da über den Tagesablauf zu unterschiedlichen Sendezeiten jeweils bestimmte Hörergruppierungen durch die spezifische Musik- und Informationsauswahl angesprochen werden. Damit erreichen Sie genau die Konsumentengruppe, die für Sie interessant erscheint. Dies bedeutet aber auch, daß Sie kurzfristig einzelne Produkte ihres Sortiments herausstellen und gezielt anbieten können.

Erfolgreich ist Zielgruppen-Werbung zusätzlich durch hohe Flexibilität, günstige Kosten für Produktion und Schaltung und nicht zuletzt wegen der geringen Streuverluste. Denn wir erreichen genau Ihren Käuferstamm.

Durch seinen Lokalbezug erreicht RADIO ACHALM alle Bevölkerungsgruppen – ob sie zur Arbeit fahren, auf den Wochenmarkt gehen, durch Einkaufsstraßen und Einkaufszentren flanieren oder am Abend ausgehen wollen. Ihr Unternehmen ist in der Regel in der Region bekannt, Sie haben einen guten Namen.

Die Vielseitigkeit Ihres Sortiments, Ihre günstigen Preise, Ihre neuen Produkte und Ihr individueller Service müssen dem Konsumenten immer wieder bewußt gemacht werden. Hier setzt lokale Hörfunkwerbung an.