

MARKE

BetterHelp



KPI

Gestützte Werbeerinnerung + 31 %

MODUL

Brand Effekt

BRANCHE

Weitere Branchen

Wenn Gedanken laut werden - BetterHelp bringt Hilfsangebote ins Radio

Manchmal ist im Kopf einfach zu viel los - genau hier setzte die Radiokampagne von BetterHelp, einer Online-Plattform für psychologische Beratung, an. Der 20-sekündige Spot griff typische Gedanken aus dem Alltag auf: To-dos, kleine Sorgen und offene Fragen verdichten sich zu einem Gefühl von innerer Unruhe, was viele Menschen aus dem eigenen Alltag kennen. Genau mit diesen Situationen wurde BetterHelp als passende Unterstützung in der Radiokampagne verknüpft. Dadurch verankerte sich BetterHelp im Gedächtnis der Zielgruppe - ein Effekt, der sich auch in der begleitenden Befragung widerspiegelt.

CASE

Die Ergebnisse dieser Befragung von Personen ab 14 Jahren aus Hessen zeigen, wie es der Radiokampagne gelang, die Bekanntheit von BetterHelp auszubauen: 270.000 zusätzliche Menschen kannten die Marke gestützt (+ 20 %). Außerdem erinnerte man sich stark an die Werbekampagne - die gestützte Werbeerinnerung stieg um 31 Prozent (+ 220.000 Personen). Auch das Markenimage wurde durch die Kampagne verbessert. Zusätzliche 180.000 Menschen aus der Zielgruppe nahmen BetterHelp als Hilfe wahr, wenn man sich überwältigt fühlt (+ 23 %).

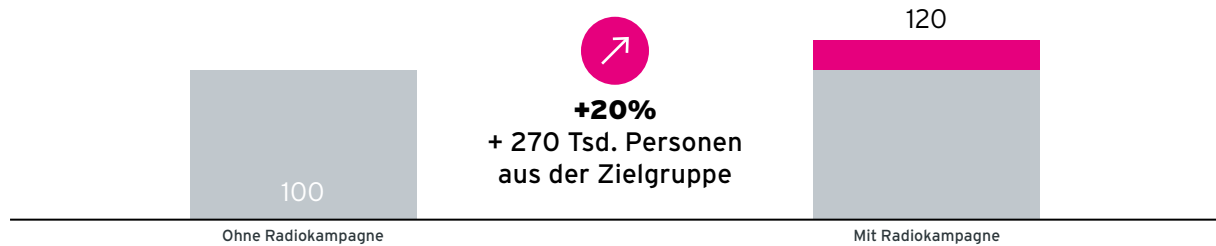
Die Ergebnisse der Befragung zeigen die Erfolge der Radiokampagne von BetterHelp:

- Steigerung der Markenbekanntheit um 20 Prozent
- Steigerung der gestützten Werbeerinnerung um 32 Prozent
- Steigerung des Images um 23 Prozent („BetterHelp hilft, wenn man sich überwältigt fühlt“)

FAKTEN IM ÜBERBLICK

Gestützte Markenbekanntheit

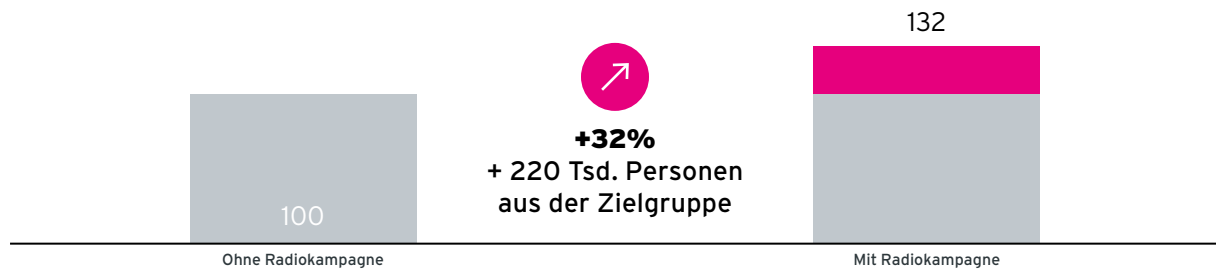
Kennen Sie BetterHelp, wenn auch nur dem Namen nach?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 752 | repräsentativ für Personen 14+ Jahre; Hessen

Gestützte Werbeerinnerung

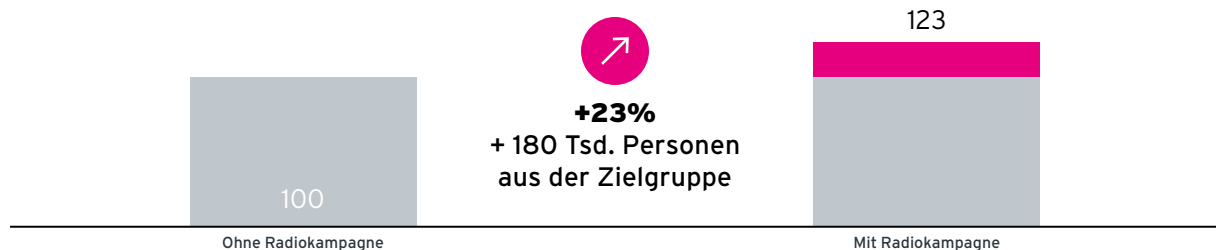
Haben Sie in der letzten Zeit Werbung für BetterHelp gehört, gesehen oder gelesen?



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 752 | repräsentativ für Personen 14+ Jahre; Hessen

Image

„BetterHelp hilft, wenn man sich überwältigt fühlt“



Darstellung als Index | Ausgangswert = 100 | Quelle: ARD MEDIA KARA 2026 | n = 752 | repräsentativ für Personen 14+ Jahre; Hessen

METHODIK/TOOL

Die Werbewirkungsmessung erfolgte in der KARA-Methodik der ARD MEDIA. KARA (= Kampagnenanalyse Radio) belegt die Performance Ihrer Kampagne, liefert exakte Wirkungsbenchmarks und zeigt Optimierungspotenzial auf. Hierfür wird begleitend zur Radiokampagne eine Onlinebefragung durchgeführt. Ergänzt um die Leistungswerte der ma Audio sowie um umfangreiche Benchmarks lässt sich die Kampagnenwirkung quantifizieren und einordnen.

Zur Kampagne von BetterHelp wurden im Zeitraum vom 14. bis 18. März 2026 insgesamt 752 Personen ab 14 Jahren in Hessen online befragt. Durchführendes Institut war Bonsai Research.

ÜBER DEN KUNDEN

BetterHelp ist ein Anbieter für digitale psychologische Beratung. Die Plattform ermöglicht es Nutzerinnen und Nutzern, online mit qualifizierten Fachkräften zu kommunizieren - per Video, Telefon oder Messaging. Ziel ist es, den Zugang zu psychologischer Unterstützung niedrigschwellig, flexibel und ortsunabhängig zu gestalten. Millionen von Menschen weltweit haben bereits auf das Angebot von BetterHelp zurückgegriffen.

ZUSTÄNDIGE REFERENTIN

Saskia Stork
Advertising & Market Insights
ARD MEDIA GmbH
Telefon: +49 69/15424-127
E-Mail: saskia.stork@ard-media.de