

PRESSEINFORMATION

„Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf“: Imagekampagne pro Radio gestartet

Berlin, 15. Januar 2007 – Mit einer Serie aus drei Funkspot-Motiven ist heute die neue Gattungskampagne für Radio an den Start gegangen. Die Imagekampagne mit dem Claim „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf“ wurde von der Kreativschmiede Grabarz & Partner entwickelt und von Studio Funk umgesetzt. Ausgestattet mit einem Bruttovolumen in Höhe eines einstelligen mittleren Millionenbetrages wird die Kampagne in Folge um weitere Radiomotive und medial um Internet und Print ergänzt. Die Laufzeit ist zunächst bis 2008 angesetzt.

Der erste Funk-Flight besteht aus drei 30-Sekündern, die in rollierender Abfolge im Werbeblock laufen. Die Spots kommen flächendeckend im gesamten Bundesgebiet sowohl auf öffentlich-rechtlichen wie privaten Hörfunksendern zum Einsatz. Dies ist durch die Einbuchung in die nationalen Werbekombinationen der Vermarkter AS&S Radio und RMS gewährleistet.

Um sich aus dem Werbeumfeld herauszuheben, wurde auf eine aufmerksamkeitsstarke Mechanik gesetzt: In alltägliche kleine Geschichten verpackt, trifft die Botschaft via Radio in unterhaltsamer und leicht provokanter Weise den Nerv der Hörer. Aber auch die avisierte Zielgruppe der Werbungtreibenden wird zum Schluss eines jeden Spots direkt angesprochen. Ganz im Sinne des hierfür verwendeten Mottos: Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen.

„Diese Unumgänglichkeit von Radio und die exakte Aussteuerbarkeit über große und auch ganz kleine Zielgruppen und Regionen hinweg, das sind wesentliche Stärken und Wirkungsfaktoren von Radio. Die oftmals unterschätzte Leistungskraft machen wir förmlich erlebbar, und das souverän und humorvoll“, freut sich Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale.

Unter folgendem Direktlink können Sie sich selbst einen Eindruck von der Funkkampagne verschaffen und Reinhören: <http://www.radiozentrale.de/site/454.0.html>.

Weitere Informationen und Pressematerial inkl. Logo-Vorlagen und Fotos des Geschäftsführers unter www.radiozentrale.de/site/74.0.html.

Die im Frühjahr 2005 von führenden Privatrado-Unternehmern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gemeinsam gegründete Gattungsinitiative ging im Herbst darauf operativ an den Start.

Pressekontakt:

Susanne Baldauf, Leitung Kommunikation

Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63

E-Mail: presse@radiozentrale.de