

PRESSEINFORMATION

Ausgezeichnetes Zuspiel: Imagekampagne pro Radio erstmals mit Spotmotiven zum Deutschen Radiopreis

Berlin, 21. Juli 2011 – Die vielfach prämierte und beliebte Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ ist erstmals um zwei Spotmotive zum Deutschen Radiopreis ergänzt worden. Seit dieser Woche laufen die beiden 45-Sekünder „Dankesrede“ und „Kompliment“ im Flight der Kampagne. In der bekannt humorigen, aufmerksamkeitsstarken Mechanik weisen die beiden Spotmotive auf die am 8. September stattfindende Gala zum Deutschen Radiopreis und die Ausstrahlung in Radio und TV hin. Die seit 2007 laufende Kampagne hat seitdem neben alltäglichen Geschichten immer wieder auch aktuelle Events und Themen wie die Fußball-WM, den Klimaschutz oder die Steuer-CD aufgespießt, um die Unumgänglichkeit und Stärke von Radio unter Beweis zu stellen.

In „Dankesrede“ meldet sich nun eine Radiomacherin zu Wort, die unbedingt den begehrten nationalen Radiopreis gewinnen möchte; ihre hoch emotionale Dankesrede entpuppt sich am Ende jedoch lediglich als Probe. Und das „Kompliment“ des Jurors für die hervorragende Fußballreportage hat schlussendlich doch keine offizielle Nominierung nach sich gezogen – denn er sei schließlich Fan des gegnerischen Fußballclubs. Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Mit diesen beiden Kreationen weisen wir mit einer gehörigen Portion Selbstironie, Witz aber auch Souveränität auf die große Radiogala der Branche hin – emotional und mit einem Augenzwinkern versehen werden die Programm-Hinweise zum absoluten Hinhörer.“*

Die erneut aus der Feder der Hamburger Kreativschmiede Grabarz & Partner stammenden Radiospots zum Radiopreis (produziert von Studio Funk) entstanden auf Initiative der Radiozentrale, die sowohl Absender der Gattungskampagne als auch Kooperationspartner des Deutschen Radiopreises ist.

„Durch den runden Tisch der Radiozentrale, der öffentlich-rechtliche wie private Senderpartner zusammen bringt, ist das Zusammenspiel dieser beiden so wichtigen Instrumente für Radio überhaupt möglich geworden. Dieser Doppelpass ist ein fulminant gutes Beispiel dafür, wie gut sich die Radiomacher hier im Sinne der Weiterentwicklung unseres Mediums die Bälle zuspielen“, so Lutz Kuckuck.

Die Funk-Flights laufen in rollierender Abfolge im Werbeblock. Die Kampagne kommt flächendeckend im gesamten Bundesgebiet sowohl auf öffentlich-rechtlichen wie privaten Hörfunksendern zum Einsatz. Die Funkserie wurde bekannt u. a. mit den Motiven um „Mister President Bush und die Achse des Bö-

sen“, den italienischen Pizzabäcker Flavio, der schmerzerfüllt eine Hymne auf den großartigen deutschen Fußball trällern muss oder die Puppenmama, die aufgrund der klimaneutralen Sanierung ihres Puppenhauses den Umweltminister zu einem Antwortspot via Radio bewegte.

Abschrift der Spotmotive „Dankesrede“ und „Kompliment“:

Dankesrede

„Hallo, diese Dankesrede ist für alle, die mich bei meiner Bewerbung für den diesjährigen Deutschen Radiopreis unterstützt haben. Ich danke meinen Eltern, meinem Mann, der immer hinter mir stand, meinen zwei süßen Kindern, die oft auf ihre Mutter verzichten mussten. Außerdem Danke an Alex und Thomas, ohne die dieses Projekt nie zustande gekommen wäre. So, das hätten wir schon mal. Jetzt muss ich nur noch gewinnen.“

Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen. Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. Übrigens: Am 8. September können Sie den Deutschen Radiopreis per Radio oder TV verfolgen. Mehr Infos auf: www.deutscher-radiopreis.de

Komplimente

„Hallo, diese Nachricht ist für den Sportmoderator, der sich mit der Reportage des Dortmund-Spiels beim Deutschen Radiopreis beworben hat. Ich muss sagen: Als Jurymitglied habe ich noch nie so eine erstklassige Fußballreportage gehört! Wie mitreißend Sie das entscheidende Tor für Dortmund beschrieben haben – Kompliment! Das war einfach großartig! Fantastisch! PH-Ä-N-O-M-E-N-A-L! Trotzdem geht Ihr Beitrag natürlich leer aus – ich bin Schalker.“

Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen. Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. Übrigens: Am 8. September können Sie den Deutschen Radiopreis per Radio oder TV verfolgen. Mehr Infos auf: www.deutscher-radiopreis.de

Und hier können die Spots angehört werden:

<http://www.radiozentrale.de/site/617.0.html>

Fotos des Geschäftsführers Lutz Kuckuck finden Sie hier:

<http://www.radiozentrale.de/site/194.0.html>

Die Gattungsinitiative Radiozentrale wurde 2005 gegründet und versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie.

Pressekontakt:

Susanne Baldauf

Leitung Kommunikation

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

E-Mail: susanne.baldauf@radiozentrale.de