

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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

PRESSEINFORMATION

Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!

Oft unterschätzt und schlichtweg zu selbstverständlich: Neue Facette der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rückt Gesamt-Leistungskraft und Vielfalt von Radio in den Fokus.

Berlin, 8. Oktober 2010 – Heute startet die Radiozentrale mit einer zusätzlichen Kampagnen-Facette unter dem Dach der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Neun kurze Spotmotive machen in spielerischer Frage-Antwort-Mechanik und mit beeindruckenden, überraschenden Fakten die Leistungskraft und Vielfalt von Radio deutlich. Unter dem Motto „Wir schätzen Radio – schätzen Sie mit!“ wird der Hörer dazu animiert, sich mit wichtigen Kernfakten von Radio auseinander zu setzen und sich damit die Stärke von Radio bewusst zu machen. Nach „Radio verkauft – wetten Sie nie dagegen!“ ist dies die zweite Kampagnen-Varianz unter dem Dach der Imagekampagne pro Radio.

Hand aufs Herz: Wer weiß schon, dass die Menschen im Laufe ihres Lebens mehr als zwölf Jahre mit Radio verbringen – deutlich mehr als mit TV oder Print. Oder dass 38 Prozent der Surfer sich beim Weg ins Web von Radio begleiten lassen? Jede Wette, dass die Radio-Zappingquote von nur 1,2 Sendern zunächst deutlich höher eingestuft wird. Und wussten Sie, dass unterwegs mehr als 80 Prozent Radio nutzen? Das schafft kein anderes Medium. Und dass in Deutschland täglich mehr als 12.700 Autobahnkilometer geprüft werden, um die Hörer vor Unfällen und Staus zu warnen, dürfte ebenfalls überraschen.

Die Idee für die neue Kampagnen-Facette stammt aus einem Arbeitsausschuss innerhalb der Radiozentrale, in dem die Programmdirektoren öffentlich-rechtlicher wie privater Stationen gemeinsam Konzepte zur Stärkung des Mediums im Programm erarbeiten. Die Produktion übernahm die TOP Radiovermarktung aus Berlin. Die neun Faktenspots kommen in den nächsten drei Wochen auf den Funk-Werbeplätzen der Gattungskampagne im Werbeblock zum Einsatz.

Im darauffolgenden Flight im November sind dann zusätzlich auch wieder Motive der humorvollen bekannten Alltagsgeschichten der Imagekampagne mit dem Claim „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen!“ on air. An den Start gehen gleich zwei neue Motive („Paketbote“ und „Bank“) der Basis-Kampagne, weitere sind in Planung.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale: *„Radio hat seinen selbstverständlichen Platz im Alltag – und so selbstverständlich wird der Tagesbegleiter auch gesehen, ähnlich wie Strom oder Wasser aus der Leitung. Die Faktenspots*

sollen dazu beitragen, die Kraft von Radio bewusster zu machen und ihm beim Hörer und vor allem bei den Werbungtreibenden den Platz und Stellenwert einzuräumen, der ihm gebührt."

Die Faktenspots sowie die Textmanuskripte stehen hier zur Verfügung:

<http://www.radiozentrale.de/site/807.0.html>.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de finden Sie Fotos des Geschäftsführers:

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

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Marketing-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