

PRESSEINFORMATION

Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.

Gattungskampagne erhält neues Gesicht

Berlin/Hamburg, 23. November 2011 – Die Radiozentrale startet mit einer zusätzlichen Facette der Imagekampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ Ab sofort laufen neue Motive in den Werbeblöcken öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen in ganz Deutschland.

Darin tritt als neuer Protagonist „Herr Strömmel vom Amt für öffentliche Angelegenheiten“ auf. Rechtschaffen und stets korrekt geht er in einer fiktiven Behörde den aktuellen Anfragen von Bürgerinnen und Bürgern nach – vom Benzinpreis bis zum Schutz persönlicher Daten. Und da diese Fragen nicht nur für den einzelnen sondern für alle interessant sind, bedient er sich hierfür des Mediums Radio – ganz im Sinne des Kampagnen-Subclaims „Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen.“

„Damit bekommt unsere Kampagne pro Radio einen tagesaktuellen Anstrich. Indem wir gesellschaftlich diskutierte Themen aufgreifen, präsentieren wir eine der wesentlichen Stärken unseres Mediums: Kein Medium ist so nah am Alltag der Menschen dran wie Radio, der Tagesbegleiter Nummer eins“, fasst Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, die Intention hinter der neuen Kampagnen-Facette zusammen.

Entwickelt wurden die Spots erneut von der Hamburger Kreativschmiede Grabarz & Partner, die Umsetzung erfolgte im „Studio Funk“. *„Wir haben uns mit „Strömmel“ eine Identifikationsfigur als Klammer ausgedacht, die ganz im Duktus der Kampagne mit subtilem Humor die Hörer unterhält und gleichzeitig die Werbetreibenden auf die Nähe, Vertrautheit und Schnelligkeit des Mediums Radio aufmerksam macht“,* erläutert der Kreativ-Geschäftsführer von Grabarz & Partner, Ralf Heuel.

Neben den neuen Spots laufen auch weiterhin nach der bisherigen Mechanik produzierte Motive rollierend im Werbeblock. Insgesamt sind mit den drei neuen „Strömmel-Spots“ zwischenzeitlich 56 verschiedene Funkspot-Motive unter dem Kampagnendach „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ in den unterschiedlichen Facetten wie auch der „Radio verkauft“-Wettenmechanik zur Ausstrahlung gekommen. Die Kampagne wurde im Januar 2007 von der Radiozentrale initiiert, ihr Claim gehört mittlerweile zu den Klassikern im Radio und hat im Werbemarkt bereits seit 2008 eine Bekanntheit von nahezu 100 Prozent.

Die aktuellen Spots stehen unter folgendem Link zum Anhören und Download zur Verfügung: <http://www.radiozentrale.de/site/617.0.html>

Die **Radiozentrale** ist seit Herbst 2005 am Start und versteht sich als gemeinsame Marketing-Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Mehr Informationen unter www.radiozentrale.de.

Hier stehen auch Fotos des Geschäftsführers zum Download bereit:
<http://www.radiozentrale.de/site/194.0.html>

Grabarz und Partner (G&P) Grabarz & Partner ist eine unabhängige und inhabergeführte Werbeagentur, die seit Jahren zu den kreativsten Agenturen Deutschlands und der Welt zählt. Der aktuelle Cannes-Report listet Grabarz & Partner als neunt kreativste unabhängige Agentur weltweit, das deutsche manager magazin zählt Grabarz & Partner zu den Top 10 der Online-Werbeagenturen. Mit 170 Mitarbeitern betreut Grabarz & Partner Kunden wie z.B. IKEA FAMILY, EDEKA, DEVK, Vapiano, maxdome, Bauknecht, Volkswagen Pkw sowie als internationale Leadagentur Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Pressekontakt Radiozentrale:

Susanne Baldauf
Leitung Kommunikation
Telefon: +49 (0)30 / 32 51 21 63
susanne.baldauf@radiozentrale.de

Pressekontakt Grabarz & Partner

Ina Bach
PR / Unternehmenskommunikation
+49 (0)40 / 37 64 13 65
ina.bach@grabarzungpartner.de