

PRESSEINFORMATION

Bundesweiter Aprilscherz: E-Mail-Porto eine reine Erfindung der Radiobranche **Radiozentrale initiiert die bislang größte gemeinsame Programmaktion öffentlich-rechtlicher und privater Stationen**

Konzertierte Aprilscherz-Aktion von 57 Radiosendern / Das Ziel: Die Schlagkraft und Glaubwürdigkeit von Radio unter Beweis stellen / Das Ergebnis: E-Mail-Porto wurde Talk of 'Germany' – in Social Networks und Blogs viral verbreitet und heiß diskutiert

Berlin, 1. April 2010 – 57 Radiosender haben heute ihre Hörer gemeinsam in den April geschickt. Mit dem bundesweiten Aprilscherz zur künftigen Portopflicht für E-Mails ging die bisher größte gemeinsame Programmaktion öffentlich-rechtlicher und privater Stationen in der Geschichte des deutschen Radios on air.

An den Frühstückstischen und in den Büros dominierte heute ein Thema: das anstehende E-Mail-Porto. Wieviele elektronische Mails verschicke ich eigentlich im Schnitt? Was kostet das im Monat? Lohnt sich eine Flatrate? April, April: Sie waren „Opfer“ der äußerst glaubwürdigen Aprilscherz-Aktion der Radiobranche geworden, die von den Morningshows an bis um zwölf Uhr in allen Bundesländern zu hören war.

Die teilnehmenden Radiostationen hatten dabei unisono vermeldet, dass das (im Zuge der Privatisierung der Deutschen Post 1998 längst aufgelöste) Bundesministerium für Post und Telekommunikation ab Juni bundesweit ein E-Mail-Porto einführen werde. Da für jede SMS Gebühren anfallen, solle künftig auch pro E-Mail ein Cent erhoben werden. Mit den Einnahmen aus dem Verkauf der digitalen Briefmarken würden Steuerlöcher gestopft, die durch die drastische Reduzierung der Briefporto-Einnahmen entstanden sind. Auch der Spam-Flut werde mit dieser Maßnahme Einhalt geboten. Zahlreiche Sprecher von Internetunternehmen und Free Mail-Anbietern wie GMX oder Web.de sowie örtliche Politiker und auch Hörer kommentierten und diskutierten diese Neueinführung hitzig-glaubwürdig auf den Antennen und Sender-Websites. Auf der Aktionsseite www.e-mail-porto.de bzw. www.email-porto.de konnten sich die Hörer über Tarife und Flatrates informieren. Wer sich am heutigen Starttag dort online akkreditierte, sollte seine Kosten für den Mail-Account bis zum Jahresende um 50 Prozent reduzieren können. Die Konzeptionsidee stammt aus der Feder des Kreativteams von radio ffn.

Lutz Kuckuck, Chef der Radiozentrale, die die Aktion koordinierte: *„Noch nie in der Geschichte des deutschen Radios haben sich so viele Radiosender öffentlich-rechtlicher und privater Couleur zusammen getan, um die Schlagkraft ihres Mediums so aufmerksamkeitsstark erlebbar zu machen. Nach der erfolgreichen Aprilscherz-Premiere mit der Lila Plakette für Autofahrerinnen bzw. Frauenparkplät-*

ze in 2009 konnten wir die Zahl der Partnersender bereits im Jahr zwei verdoppeln.“

Die Sender wurden mit Reaktionen überschüttet, natürlich auch von Hörern, die Lunte gerochen haben – „... selten so gelauscht, selten so darüber gelacht, selten so viele darauf reinfallen sehen“, formulierte eine Hörerin aus Niedersachsen. „Demjenigen, der sich das ausgedacht hat, gehört ein Orden verliehen für den Scherz des Jahres. Sollte das kein Aprilscherz sein, übernehme ich gern ein Jahr lang die Gebühren für den Rest Deutschlands“, mailte ein Hörer aus Baden-Württemberg seinem Sender augenzwinkernd retour. In Online-Foren, Blogs und via Twitter, Facebook & Co. wurde die Nachricht erregt diskutiert und viral verbreitet – und auch mit zusätzlichen Fake-Informationen weiter gedreht: Von künftigen QR-Codes und Integrationen in die neuen Versionen von Internetbrowsern war zu lesen. Der Begriff des „Schwarzmailens“ machte die Runde.

Lutz Kuckuck: *„Der schnelle Reichweitaufbau, seine Emotionalität, Nähe und Glaubwürdigkeit macht Radio auch zum Aktivierungsturbo für die Werbewirtschaft. In Zeiten wie diesen werden Werbebudgets nicht aus der ‚Portokasse‘ bezahlt, sondern streng nach Effizienz und Erfolg bewertet. Radio hilft die Lager zu leeren, die Einkaufsstätten zu füllen und Surfer auf Internetseiten mit vertiefenden Informationen und E-Commerce-Angeboten zu lotsen. Die Aktion ‚E-Mail-Porto‘ hat eindrucksvoll klar gemacht, über welche Impulskraft Radio verfügt, um Botschaften zu verankern und Aktionen auszulösen.*

Innerhalb von nur sechs Stunden konnten mit der Aktion „E-Mail-Porto“ rund 600.000 Seitenzugriffe (Page Impressions) und 140.000 Besucher (Unique Visits) allein auf der Aktions-Website eingesammelt werden. Ein einziger Vormittag reichte aus, um jeden dritten Deutschen ab zehn Jahren via Radio mit der April-Idee bekannt zu machen. Mit der Aktion bündelten die Initiatoren 61 Prozent der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49jährigen (Basis: ma 2010 I).

Folgende Sender nahmen teil: 104.6 RTL, 89.0 RTL, 94.3 RS2, 98.2 Radio Paradiso, 98.8 Kiss FM, Alsterradio 106!8, Baden FM, Bayern 3, Bayernwelle Südost, Big FM, Bremen4, Charivari München und Würzburg, Das Ding, Delta Radio, Die neue Welle, Energy Berlin, Energy Bremen, Energy Hamburg, Energy München, Energy Nürnberg, Energy Stuttgart, Hit-Radio Antenne, Hitradio Ohr / Schwarzwaldradio, Hitradio RTL, HR1, HR3, Jam FM, Landeswelle Thüringen, Main FM, NDR2, Oldie 95, R.SA, R.SH, Radio Bamberg, Radio Berlin 88,8, Radio Bob, Radio Brocken, Radio Chemnitz, Radio Dresden, Radio Eins Coburg, Radio Erzgebirge, radio ffn, Radio Hamburg, Radio Lausitz, Radio Leipzig, Radio Nora, Radio PSR, Radio SAW, Radio Seefunk, Radio Ton, Radio Zwickau, Rockland Sachsen-Anhalt, RPR 1., Sunshine Live, SWR3, WDR 2.

Im Pressebereich von www.radiozentrale.de stehen Fotos des Geschäftsführers zum Download zur Verfügung. Audiomaterial der Aktion unter <http://www.radiozentrale.de/site/789.0.html>
Die Gattungsinitiative Radiozentrale 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