

## **PRESSEINFORMATION**

„Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“

### **Imagekampagne pro Radio geht in die Verlängerung**

**Berlin, 26. Juni 2008** – Aufgrund der großen Akzeptanz wird die zunächst bis 2008 geplante Funkkampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ bis mindestens 2009 verlängert. Einer Umfrage unter Mediaplanern aus dem Februar zufolge genießen die Imagespots pro Radio nicht nur nahezu 100 Prozent Awareness, 70 Prozent der befragten Planer bewerten die Spots rund um Mr. Bush, Didi und Co. auch positiv (siehe Anhang).

Und auch die Hörer waren begeistert und engagiert. *„Unser Hörer-Aufruf, einen eigenen Textvorschlag zu erstellen, hatte große Resonanz. Wir erhielten innerhalb von sechs Wochen 900 Einsendungen – mit so vielen ideenreichen Vorschlägen, dass unsere Jury statt einem gleich zwei Gewinner auslobte“*, stellt Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, zufrieden fest. Die Spotideen „Puppenhaus“ und „Geburtstag“ der Hörer Andreas Strobl aus Wolkertshofen und Rüdiger Geuppert aus München sind produziert und – als Hörerspots gekennzeichnet – fester Bestandteil der Spotrotation in 2008.

Insgesamt wurden seit Start der Funkkampagne im Januar 2007 19 verschiedene Spotmotive zur Ausstrahlung gebracht. *„Die Kampagne wendet sich mit ihren humorvollen, teils provokanten Geschichten vordergründig an jeden Hörer, indirekt aber an alle Werbetreibenden und Agenturen. Ziel der Kampagne mit dem Sub-Claim ‚Mit Radio erreichen Sie immer die Richtigen‘ ist die Steigerung des Bewusstseins für die Stärken, die Wirksamkeit und Vielfältigkeit von Radio“*, faßt Lutz Kuckuck zusammen.

Die aktuellen Spots stehen auf [www.radiozentrale.de](http://www.radiozentrale.de) zum Anhören und Download zur Verfügung. Unter <http://www.radiozentrale.de/site/619.0.html> sind auch die TOP 10-Ideen des Hörer-Spotwettbewerbs abrufbar.

Die Radiozentrale ist seit Herbst 2005 operativ am Start. Die Gattungsinitiative versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Ihre Aufgabe ist es, das Werbemedium Radio im Media-Mix zu positionieren und nachhaltig zu stärken.

#### **Pressekontakt:**

Susanne Baldauf

Leitung Kommunikation

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

E-Mail: [susanne.baldauf@radiozentrale.de](mailto:susanne.baldauf@radiozentrale.de)