

Neues Corporate Design für die Radiozentrale.



Berlin, 2. Dezember 2021.

Die Radiozentrale stellt sich in der Außenwirkung neu auf. Mit dem heutigen Tag präsentiert sie das neue Logo. Die modifizierte Variante vereint ein junges, dynamisches Auftreten mit der bewährten Tradition der Gattungsmarketingplattform. Denn die Radiozentrale vertritt seit 2005 unter ihrem Dach die Interessen der öffentlich-rechtlichen und privaten Radiostationen und zeigt, welche Kraft und Wirkung Radio als Werbemedium hat. Der neue Gattungsauftritt im frischen Design ist Ausdruck der Vielfalt und dynamischen Entwicklung von Audioangeboten unserer Mitglieder in einer sich verändernden Medienlandschaft.

Die Mischung aus Verspieltheit und klaren Strukturen zeigt auch die neu gestaltete Website in ihrem neuen Look & Feel. Es wurde eine Mischung aus poppigen Collagen und klaren Informationen gewählt. Besonders die Collagen in ihrem Mix aus traditionsreichen und jungen Bildelementen greift einerseits die bewegte Historie von Radio auf, und zeigt andererseits die Modernität des Mediums. Denn die Symbiose aus einer gewachsenen Vertrauensverbindung mit den Hörer:innen sowie der steten Weiterentwicklung des Radios – und das auf programmlicher und technischer Ebene – ist und war für Radio immer in seinem Selbstverständnis verankert.

Die Website bietet einen umfänglichen Blick auf Radio als Werbemedium, zeigt in hands-on-Mentalität, wie die Buchung und Erstellung einer Kampagne oder eine kreative Spotkreation gelingt, gibt einen Überblick über die deutsche Radiolandschaft, stellt aktuelle Studien und Zahlen vor und liefert nicht zuletzt Informationen zu Projekten, Events und neuen Gattungsspots aus der Radiozentrale.

„Eigentlich ist ja unser bekannter Claim „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf“. Bei dem Logo und der Website haben wir aber im Visuellen einen neuen Auftritt hingelegt, der für uns ein wichtiger Schritt ist. Denn Radio schafft es, so viele Menschen zu begeistern, hat so viel Power, so viel Innovation zu bieten, kann so viele verschiedene Facetten in sich vereinen – und genau das wollen wir mit diesem neuen Design vermitteln“, sagt Grit Leithäuser, Geschäftsführerin Radiozentrale. „Mehr. Zu. Hören.“ heißt es gleich auf der Startseite und es ist genau das, was wir wollen. Wir wollen

erlebbar machen, dass Radio immer wieder neu entdeckt werden kann, als Sender aber auch als Werbemedium. Und wir wollen immer ein offenes Ohr haben – natürlich für unsere Mitglieder, aber auch den Werbemarkt, in dem so viel Bewegung ist. Ich bin überzeugt, nur wer genau hinhört, kann auch passende Lösungen für Herausforderungen finden. Das sind wir unserem dynamischen Massenmedium, welches das Fundament des wachsenden Audiokosmos bildet, auch schuldig.“

Umgesetzt wurde das neue Design von der Agentur SIXROOMS.