

PRESSEINFORMATION

Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf: Neue Gattungsspots mit zielgruppenspezifischer Ansprache

Die Radiozentrale geht mit neuen Kampagnenmotiven on Air. Die Ansprache der „Next Generation“, „Middle Ager“ und „Silver Ager“ unterscheidet sich bei der Themenfokussierung und in der Tonalität, um bei jeder Zielgruppe den richtigen Ton zu treffen.

Berlin, 3. Februar 2021 – Vor dem Radio sind alle gleich und alle teilen die Lust am Hören. Aber natürlich unterscheiden sich die Hörer*innen in ihren Interessen, Musikgeschmäckern und in ihren Hörgewohnheiten. Dies spiegelt sich dementsprechend auch in der vielfältigen Senderlandschaft mit ihren unterschiedlichen Portfolios wider, wo die Gattungsspots der Radiozentrale ihren festen Platz haben.

In der Neuausrichtung der Gattungskampagne wurden nun genau diese unterschiedlichen Lebenswelten der Hörer*innen in den Fokus gerückt, um eine stärkere Wirkung in den unterschiedlichen Zielgruppen zu erzielen und in der Ansprache spezifischer zu werden. Die ersten sechs neuen Motive für die unterschiedlichen Senderformate sind auf die Altersgruppen „Next Generation“, „Middle Ager“ und „Silver Ager“ ausgerichtet. Die Kreation wurde wie gewohnt mit Grabarz & Partner entwickelt.

Für die Zielgruppe „Next Generation“ nimmt der Spot »Exflix« unter die Lupe, was bei einer Trennung wirklich zählt und bei »Aufruf« wird ein Mädchen gesucht, dass in der Bahn etwas Entscheidendes vergessen hat.

Im Motiv »Konsole« versucht ein Vater seinem pädagogischen Anspruch gerecht zu werden und ist an der Zielgruppe „Middle Ager“ ausgerichtet. Für diese Hörer*innen sind auch die Spots »Fleischtheke« und »Lakritze« gedacht. Im ersten wird verdeutlicht, was Liebe so alles anrichten kann und bei »Lakritze« wird deutlich, dass man darauf achten sollte, was und vor allem wann man etwas isst.

Für die „Silver Ager“ wird im Spot »Fridays for Future« aufgezeigt, dass Unterstützung auf vielen Wegen geleistet werden kann.

„Mit der Gattungskampagne zeigen wir seit vielen Jahren erfolgreich, wie unterschiedlich und wirkungsvoll Radiowerbung sein kann. Und das immer wieder mit unterschiedlichen Zielsetzungen. Mit dem neuen Ansatz nehmen wir noch einmal einen anderen Blickwinkel ein und haben die Spots für drei unterschiedliche Altersgruppen konzipiert“, erläutert Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale. „Denn natürlich hat jede Altersgruppe ihren eigenen Humor, ihre eigene Sprache, Tonalität und interessiert sich für bestimmte Themen, die ihren Alltag bestimmen. Und genau das wird in den unterschiedlichen Spotkreationen erlebbar. Ziel des Ganzen ist der Vorsatz, der für Radio schon immer galt: nämlich ganz nah

an den Menschen und ihrer Lebensrealität zu sein – und jetzt vielleicht sogar noch ein Stück näher.“

"Der Unterschied zwischen einer kleinen lustigen Idee und einer großen ikonischen Kampagne ist, dass man bei der zweiten über Jahre hinweg immer neue Facetten entdecken und sie permanent neu justieren kann. Es ist die pure Freude, den Gedanken "Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf" immer wieder weiterzuentwickeln, zeitgemäß und zielgruppenrelevant zu halten.“, sagt Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner.

Die Kreation stammt von Grabarz & Partner: Ralf Heuel (Geschäftsführer Kreation), Christian Fritsche, Johannes Heskamp, Nico Zörmer, Marco Czarnetzki, Annika Behrens, Sune Bromberg, Malte Sparr, Marie Gebauer, Sarah Coßmann (Texte), Katharina Szubrich (Beratung). Produziert wurde bei Studio Funk, Hamburg (Tonmeister Torsten Hennings & Jochen Kömpe, Casting Carsten Berlin).

- Spot »Exflix«: <https://youtu.be/MV7ZtDyy4hs>
- Spot »Aufruf«: <https://youtu.be/Q6FeaaqPoac>
- Spot »Konsole«: <https://youtu.be/Cr4OoP5AczE>
- Spot »Fleischtheke«: <https://youtu.be/Zw7FCJ2Im7o>
- Spot »Lakritze«: <https://youtu.be/rvIk2sXohAE>
- Spot »Fridays for Future«: <https://youtu.be/YN9NxOiSMR8>

Über die Radiozentrale

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Die Radiozentrale hat sich die Positionierung des Mediums Hörfunk sowie die umfassende Information über das (Werbe-)Medium Radio zum Ziel gesetzt. Mehr Infos: www.radiozentrale.de

Über Grabarz & Partner

Grabarz & Partner ist eine unabhängige, inhabergeführte Werbeagentur, die zu den kreativsten Agenturen der Welt zählt. 300 Experten aus unterschiedlichsten Nationen arbeiten täglich daran, Marken emotional aufzuladen um sie so begehrt und begeisternd zu machen. Denn nur wer heute Menschen bewegt, bewegt Marken. Und Marktanteile.

Anlagen

- Logo Grabarz & Partner
- Logo der Radiozentrale
- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale
- Pressefoto Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation und Partner bei Grabarz & Partner

Pressekontakt:

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63