

## **PRESSEINFORMATION**

### **Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf: Erderwärmung – was wohl die Tiere dazu sagen**

Neue Gattungsspots der Radiozentrale. Drei neue Spotmotive setzen auf das Thema Nachhaltigkeit und geben Tieren eine Stimme, deren Lebensraum durch die Erderwärmung immer schneller schwindet. Auch im Kontext, dass Radiowerbung den geringsten CO<sub>2</sub>-Ausstoß aller Medien hat. Die Kreation wurde mit Grabarz & Partner in Zusammenarbeit mit Schülerinnen der Hamburg School of Ideas entwickelt und von Studio Funk produziert.

**Berlin, 12. September 2022** – Nachhaltigkeit ist ein gesellschaftliches Thema, bei dem ein Umdenken bezüglich gewohnter Verhaltensmuster und Strukturen gefordert ist. In der Werbewirtschaft gilt dies für die Konsument:innen, die Marken und Produkte sowie natürlich auch für eingesetzte Werbeträger. In allen drei Segmenten ist in den letzten Jahren ein Bewusstsein entstanden, dass Veränderungen notwendig sind. Konsument:innen beziehen den Aspekt Nachhaltigkeit in ihre Kaufentscheidungen ein und Unternehmen suchen neue Wege in der Produktion und Vermarktung. Dementsprechend ist auch die Wahl des Werbeträgers, egal ob es um Abverkauf oder Imagebuilding geht, ein wichtiger Baustein beim Thema Nachhaltigkeit.

Die drei neuen Spots der Kampagne pro Radio rücken bei all den diversen, aber vor allem positiven Aspekten und Ansätzen, die sich in der Werbewirtschaft entwickeln, noch einmal das gemeinsame Ziel in den Fokus – den Klimawandel. Denn die Erderwärmung schreitet voran und bedroht das natürliche Habitat der Menschen und der Tierwelt. Anders als bei der üblichen humorvollen Tonalität der Kampagnenspots, wird ein ernster Ton angeschlagen, um die Dringlichkeit des Themas hervorzuheben. Die Spots spielen in der Antarktis, im indischen Ozean und im Regenwald. Eine Eisbärin, ein Delphin und ein Orang-Utan werden von einer Reporterin interviewt, um zu hören, was die dort ansässigen Tiere zur Erderwärmung zu sagen haben. Es wird also denen eine Stimme gegeben, die das Thema Erderwärmung am stärksten betrifft und noch mehr als die Menschen jetzt schon davon bedroht sind.

„Veränderungen hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft brauchen einen langen Atem, aber sie sind dringlicher als je zuvor. Und hierbei ist jeder Beitrag für das gemeinsame Ziel bedeutsam. Und dies gilt auch für die Wahl des Werbeträgers. Denn bei 63 Prozent der Marketing-Entscheidern:innen spielt die Nachhaltigkeit des Werbeträgers laut eine Umfrage von Appinio/Mediascale eine große Rolle.“, erläutert Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale. „Und Radiowerbung ist einer dieser Bausteine hin zur Nachhaltigkeit, denn in keinem anderen Medium verursacht Werbung weniger CO<sub>2</sub>. Klimafreundlich täglich Millionen von Menschen mit Botschaften zu erreichen, ist in der aktuellen Debatte um den Einsatz von Werbeträgern ein entscheidendes Alleinstellungsmerkmal unseres Mediums.“

Der GRP-Rechner von Mediaplus, der sich zur Aufgabe macht, die CO2 Emission von Werbekampagnen zu berechnen, kommt zu dem Ergebnis, dass Radiowerbung mit Abstand den geringsten CO2 Ausstoß aller Medien hat. \*

„Das Thema Klimawandel ist ein ernstes. Daher haben wir in den Spots bewusst eine Tonalität gewählt, die ernsthafter ist als man sie sonst von der Radiozentrale kennt. Den fortschreitenden Klimawandel wird man nicht mit einer einzigen Massnahme aufhalten können, sondern mit vielen unterschiedlichen. Dazu zählt auch die Verantwortung von Werbetreibenden, sich bewusst zu machen, mit welchem Medium und welchen Werbeformaten sie welchen CO2-Ausstoss verursachen. Radio ist hier sicher kein Weltverbesserungsmedium, kann aber in diesem Kontext einen wichtigen Beitrag leisten.“, sagt Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner.

Kreationsverantwortlich von Grabarz & Partner: Ralf Heuel & Christian Fritsche  
Hamburg School of Ideas: Pauline Becker, Kristina Hegewald, Clarissa Mirza  
Beratung: Antonia Welst  
Produziert wurde bei Studio Funk, Hamburg. Tonmeister: Torsten Hennings

Unter folgenden Links sind die Spots hinterlegt:

Delfin: <https://youtu.be/zMI6WIPNqME>

Eisbärin: <https://youtu.be/xchZmk0exMA>

Orang-Utan: <https://youtu.be/Yyd-QEJXJV0>

\*Zu diesem Ergebnis kommt der Green-GRP Rechner von Mediaplus, der hier zu finden ist:  
<https://www.mediaplus.com/de/landingpages/green-grp1/calculator/>

#### **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](http://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](mailto:matthias.hoffmann@radiozentrale.de)

Tel.: 030 / 325 121 63