

PRESSEINFORMATION

Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.: Melodien für Millionen

Neue Gattungsspots der Radiozentrale gehen als musikalische Ohrwürmer nicht mehr aus dem Kopf. Sie zeigen gerade in unsicheren Zeiten, dass Radio als Vertrauensmedium auch das reichweitenstarke Medium der Leichtigkeit ist. Und Botschaften wirken und vor allem nachwirken, wenn sie den etwas anderen Ton treffen. Zum ersten Mal wurde die Kampagne mit eigenen Spotmotiven sowohl für die B2C- als auch B2B-Zielgruppen konzipiert. Die Kreation wurde mit Grabarz & Partner entwickelt und von Studio Funk produziert.

Berlin, 15. Januar 2024 – Die drei neuen Spotmotive der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ rücken gewohnt schräg und aufmerksamkeitsstark die Wirkung von Radio in den Fokus. In Anlehnung an den Erfolg der Spots Hallenbad, Wurstschnitte, Salbe und Küchenschwamm aus dem Jahr 2015 steht dieses Mal wieder nicht das Storytelling im Mittelpunkt, sondern die Machart der Motive, die jeweils einer Kernaussage durch Soundalikes ein emotionales Gewand verleihen. Die drei Songs „Knäckebrot“, „Messerset“ und „Yogamatte“ mit jeweils unterschiedlichem Songdesign und musikalischer Bandbreite wirken gerade durch ihre Absurdität nach und demonstrieren die erstaunliche Wirkung von Radio. Die ersten drei Songs werden durch weitere Motive über das ganze Jahr ergänzt.

Die Auflösung aller Songs erfolgt dann über folgende Aussage: „Sollten Sie diesen komplett sinnleeren Song noch länger im Kopf haben, liegt das an der erstaunlichen Wirkung von Radio. Danke für Ihr Verständnis. Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“

„Unsere Welt war schon mal in einem besseren Zustand. Daher freut sich jeder Mensch über ein bisschen mehr Leichtigkeit in seinem Leben. Radio schafft es wie kaum ein anderes Medium, seriöse und vertrauenswürdige Inhalte mit solchen kurzen, humorvollen Auszeiten zu verbinden. Die neuen Songs der Gattungskampagne beweisen mit einem kleinen Augenzwinkern und einer ordentlichen Portion Wahnsinn, dass Radio es schafft, jede noch so absurde Botschaft unterhaltsam dauerhaft in den Köpfen der Menschen zu verankern.“
Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner.

Zum ersten Mal auch Spots für die B2B-Zielgruppe

In gleicher Mechanik wie die Gattungsspots wurden auch Soundalikes im Design von Hip-Hop bis 90er Dance für die B2B-Zielgruppe konzipiert. Inhaltlich geht es hier um Marketingberufe wie die der Mediaplanerin sowie des Chief Marketing Officers. Das Outro wurde für die spezielle Targeting-Zielgruppe ebenfalls angepasst:

„Sollten Sie diesen total sinnbefreiten Song morgen noch im Kopf haben, wissen Sie ja, was zu tun ist: Radio buchen. Denn: Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“

„Wir wenden uns mit unserer Gattungskampagne zum ersten Mal mit diesen zusätzlichen B2B-Motiven direkt an die Marketingverantwortlichen. Denn wir wissen um die Herausforderungen, bei sinkenden Budgets maximale Wirkung zu erzielen. Mit dem reichweitenstarken Medium Radio gelingt dies, und diese Ohrwürmer bleiben in den Köpfen. So wie unsere Songs nachwirken, kann Radiowerbung bei Entscheidungen für ein Produkt den wichtigen Kaufimpuls setzen. Dies auch vor der Entwicklung, dass im strategischen Marketing der Ansatz der Mental Availability immer stärker in den Fokus rückt. Neben der Reichweite gilt hier u.a. der Aspekt Aufmerksamkeit als wichtiger Gradmesser für erfolgreiche werbliche Kommunikation.“, sagt Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.

Kreationsverantwortlich von Grabarz & Partner: Ralf Heuel & Christian Fritsche
Beratung: Hanna Nyhuis

Produziert wurde bei Studio Funk Hamburg. Tonmeister: Torsten Hennings

Komposition „Knäckebrot“ und „Yogamatte“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Chris Buseck

Komposition „Messerset“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Sebastian Schütze, Bernhard Pausch, Bogdan Dück

Komposition „CMO“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Sebastian Schütze, Bernhard Pausch, Bogdan Dück

Komposition „Mediaplanerin“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Sebastian Schütze, Chris Buseck

Verlag: So Supreme Publishing

Unter folgenden Links sind die Spots hinterlegt:

Yogamatte: <https://www.youtube.com/watch?v=S0diFOKD1kk>

Messerset: <https://www.youtube.com/watch?v=8DoTWnZ4CHU>

Knäckebrot: <https://www.youtube.com/watch?v=bLoASCv63GQ>

Mediaplanerin: <https://www.youtube.com/watch?v=CpvqvxOBdMO>

CMO: https://www.youtube.com/watch?v=DaXC8Qs_VZA

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