

PRESSEINFORMATION

Gold und Bronze für „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ beim ADC Wettbewerb 2024: Wir nehmen es mit Humor

Die Gattungsspots der Radiozentrale wurden beim ADC Wettbewerb 2024 mit einem goldenen Nagel in der Kategorie Audio (Radiospot Serie) und einem bronzenen Nagel in der Kategorie Brand Building (Brand Communication) ausgezeichnet. Es ist die erste Radiokampagne der letzten 10 Jahre, die mit Gold ausgezeichnet wurde. Die humorvollen „Ohrwurmspots“ zeigen gerade in unsicheren Zeiten, dass Radio als Vertrauensmedium auch das reichweitenstarke Medium mit prämierter Leichtigkeit ist.

Berlin, 10. Juni 2024 – Seit Januar sind die neuen Spotmotive der Gattungskampagne „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“ on Air. Die „Ohrwurmspots“ rücken gewohnt schräg und aufmerksamkeitsstark die Wirkung von Radio in den Fokus. Nicht das Storytelling steht bei dieser Kampagne im Mittelpunkt, sondern die musikalische Machart der Motive, die jeweils einer Kernaussage ein emotionales Gewand verleihen.

Die Songs „Knäckebrot“, „Messerset“, „Mineralwasser“ und „Yogamatte“ wurden nun beim ADC Wettbewerb 2024 mit einem goldenen Nagel in der Kategorie Audio (Radiospot Serie) und einem bronzenen Nagel in der Kategorie Brand Building (Brand Communication) ausgezeichnet.

Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale: „Wir sind unfassbar stolz auf diese Auszeichnung. Mit unserer Kampagne - Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. - gehen wir immer wieder neue Wege. Loten aus, was gerade wichtig ist. Setzen immer wieder Impulse für aufmerksamkeitsstarke Audiokreation. Und das im Zusammenspiel mit aktuellen, gesellschaftlichen Themen. Ich kann versprechen - wir werden weitermachen. Denn gute Audiokreation ist nie auserzählt, solange sich die Welt weiterdreht.“

Der Kreativeverantwortliche, Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner, über den Gewinn: „Es freut uns ganz besonders, mit einer Kampagne, die die Stärken von Radio in den Mittelpunkt stellt, von so einer hochkarätigen Jury ausgezeichnet zu werden. Gleichzeitig zeigt diese Auszeichnung, dass Kommunikation auch in schwierigen Zeiten nicht immer gesellschaftliche Themen in den Mittelpunkt stellen oder „purpose driven“ sein muss – manchmal kann man Menschen auch mit Humor begeistern. Wenn man es denn richtig macht.“

Tonmeister Torsten Hennings, Mitglied der Geschäftsleitung bei Studio Funk: „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf. ist das Aushängeschild für einzigartige Spotkreationen in Deutschland. Sie ist und klingt immer anders - aber sie trifft immer den Nerv der Zeit. Und das mit einem unverwechselbaren Sound. Wir bei StuFu freuen uns mega über die Auszeichnung. Aber ganz ehrlich - vor diesen Spots kann man auch einfach nicht die Ohren verschließen.“

Die Radiozentrale nimmt die Auszeichnung beim ADC Wettbewerb zum Anlass, einen weiteren Spot der Serie mit dem Titel „Zahnzusatzversicherung“ zu veröffentlichen.

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

Produziert wurde bei Studio Funk Hamburg. Tonmeister: Torsten Hennings
Komposition „Knäckebrot“, „Mineralwasser“ und „Yogamatte“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Chris Buseck
Komposition „Messerset“: Maximilian Olowinsky, Florian Lakenmacher, Sebastian Schütze, Bernhard Pausch, Bogdan Dück
Verlag: So Supreme Publishing

Unter folgenden Link sind alle Spots hinterlegt:

<https://www.radiozentrale.de/kampagnen/radio-geht-ins-ohr-bleibt-im-kopf/>

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 wurde 1993 in Hamburg gegründet und ist eine eigenständig operierende Werbeagentur. Grabarz & Partner zählt zu den kreativsten Agenturen Deutschlands und der Welt. Mit rund 300 Mitarbeitenden betreut die Agentur Kunden wie die Deutsche Bahn, Burger King, IKEA, Lidl und Porsche. Im Cannes Lions Creativity Report von 2020 zählt sie zu den "Top Ten Independent Agencies of the Decade". "Horizont" zeichnete das Management als "Frauen und Männer des Jahres" aus. "w&v" kürte sie zur "Agentur des Jahres", genauso wie die Eurobest und Clio Awards. Für "Campaign" gehört Grabarz & Partner zu den "World's Leading Independent Agencies".

Über Studio Funk

Audio startet mit der Idee. Die akustische Interpretation einer Idee ist vielfältig. Die Stärkung des Storytellings und der Dramaturgie, die Beachtung der Zielgruppe und nicht zuletzt die mediumadäquate Produktion entscheiden über den Gesamterfolg der audiovisuellen Kommunikation. Studio Funk versteht sich als Audio-Consultant und berät im Vorfeld einer Produktion, welche akustischen Ressourcen zur Veredelung möglich und notwendig sind. Die Berücksichtigung der Marke, dessen Umfeld und Zielgruppe, stellen hier die Grundlagen für die auditive Kommunikation. Unsere Leistung fängt nicht im Tonstudio an, sondern mit Eurer Idee.

Anlagen

- Logo der Radiozentrale
- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale
- Pressefoto Ralf Heuel, Geschäftsführer Kreation und Partner bei Grabarz & Partner
- Pressefoto Torsten Hennings, Mitglied der Geschäftsleitung bei Studio Funk

Pressekontakt:

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann
E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de
Tel.: 030 / 325 121 63