

Radio Advertising Award: Glückliche Gold-Gewinner

Fünf Radiospots und Audioideen, die unterschiedlicher nicht sein könnten: Die Werbeagenturen Kolle Rebbe, Oliver Voss, Grabarz & Partner, Heimat und BBDO Group Germany stehen dieses Jahr auf dem goldenen Siebertreppchen. Barbara Schöneberger führte durch eine spannende Preisverleihung mit abwechslungsreichen Hörerlebnissen auf dem Areal Böhler in Düsseldorf.

Düsseldorf, 25. April 2017 - Zum dritten Mal in Folge wurde heute der Radio Advertising Award verliehen. 500 Vertreter aus Unternehmen, Agenturen und Medien feierten im Anschluss an den Radio Advertising Summit die innovativsten und kreativsten Radiospots des vergangenen Jahres. Faszinierende Sound-Sequenzen sowie einfallsreiche Stories begeisterten das Publikum ebenso wie die Moderatorin des Abends: Barbara Schöneberger. Show-Act Samy Deluxe sorgte für fette Beats und wortgewaltigen Sprechgesang.

Unüberhörbare Gewinner in fünf Kategorien

Die Jury des Awards vergab Gold, Silber und Bronze in den vier Kategorien „Best Brand“, „Best Creative Activation“, „Best Storytelling“ und „Best Innovative Idea“. Vier Hamburger Werbeagenturen durften sich über den Sieg freuen: Kolle Rebbe gewannen in der Kategorie „Best Brand“ mit ihrem *Schicksalsschlag*-Spot für Hinz & Kunzt. Mit dem Award „Best Creative Activation“ wurde der Spot *Wein* von Oliver Voss für ALDI geehrt. Grabarz & Partner überzeugten mit der lustigen Spotserie *Countdown* für Volkswagen und nahmen den Preis für „Best Storytelling“ mit nach Hause. Der „Best Innovative Idea“-Gewinner Heimat bescherte den Gästen ein ganz besonderes Hörerlebnis und erschuf so für den Kunden HORNBAACH einen Webshop zum Anfassen. Der begehrte „Audience Award“ ging dieses Jahr an die BBDO Group Germany für den Spot *Mina*. Erfolgreichstes Tonstudio war wie im vergangenen Jahr auch Studio Funk mit insgesamt drei Gold-Trophäen.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale und Veranstalter des Radio Advertising Award 2017, zeigte sich begeistert: „Die Gewinner des heutigen Abends können stolz auf ihre Arbeiten sein. Sie haben eindrucksvoll bewiesen, dass Radiowerbung unterhaltsam, vielfältig und ausdrucksstark ist. Und die hohe Qualität der prämierten Spots zeigen einmal mehr, dass der Verbündete von Radio die Phantasie im Kopf des Hörers ist. Die Gewinnerspots, die hochkarätig besetzte Jury und die hohe Resonanz auf das Online-Voting für den Audience-Award demonstrieren eindrucksvoll, dass wir mit dem Werbeträger Radio weiter auf gutem Kurs nach oben sind.“

Sponsoren

Folgende Gewinner durften sich in diesem Jahr über einen Radio Advertising Award freuen:

Best Brand - publikumsnah und authentisch

Vom raschen Aufstieg zum tiefen Fall: Mit viel Authentizität erzählt Kolle Rebbe in dem Spot *Schicksalsschlag* die Geschichte eines Mannes, der wie tausende andere Menschen in Hamburg auf der Straße lebt. In der Kategorie „Best Brand“ werden die Spots ausgezeichnet, die mit viel Kreativität Markenbotschaften kommunizieren und so die Marke stärken. In Zusammenarbeit mit Studio Funk hat die Werbeagentur eine Story für Hinz & Kunzt erschaffen, die den Zuhörer durch die verschiedenen Lebensetappen des Mannes führt. Die Identifikation mit dem Protagonisten bewegt und überzeugt. Überreicht wurde der Award von Jan Kowalsky (Director Brand Marketing, XING).

Kolle Rebbe und Studio Funk durften sich ebenso über eine silberne Trophäe für ihren Spot *Experten* freuen. In den Beiträgen *Bangkok* und *New York* witzelt die Lufthansa AG, dass es sehr anstrengend sein kann, die hundertste Geschichte über eine Destination von einem selbst ernannten Reise-Experten anzuhören. Selber erleben sei besser.

Viel Humor bewiesen auch Grabarz & Partner und holten sich mit ihrer Spot-Trilogie *Jedes Wort zählt* für die Volkswagen AG Bronze. Der Automobilkonzern wirbt darin für eine neue Telefonschnittstelle mit verbessertem Empfang und Qualität. Klarer Vorteil: Mit der neuen Technik gerät man garantiert nicht in Erklärungsnot. Produziert wurde die Spotserie ebenfalls von Studio Funk.

Best Creative Activation - Das bewegt Zuhörer

In der Kategorie „Best Creative Activation“ wurden die Spots ausgezeichnet, deren Kreation die Zuhörer im wahrsten Sinne des Wortes bewegt und dazu aktiviert, konkrete Handlungen umzusetzen. Hier hatte die Werbeagentur Oliver Voss aus Hamburg die Nase vorn und bekam von Sebastian Hardieck (Kreativgeschäftsführer, thjnk Berlin) den Preis überreicht. Der Spot *Wein*, ebenfalls produziert von Studio Funk, richtete sich an alle Weinkenner und hatte als klare Botschaft: Bei ALDI bedarf es keiner umfangreichen Kenntnisse, um einen guten Wein zu erkennen. Das Ende des Spots verweist auf einen südafrikanischen Sauvignon Blanc aus dem ALDI-Sortiment - ein Spitzenwein für wenig Geld.

In der zweiten prämierten Spotserie ging es wortwörtlich um Reaktionismus: Die drei Beiträge mit dem Titel *Countdown* bewerben das neue Fußgänger-Erkennungssystem von Volkswagen. In den drei Spots geht es um komplett gegensätzliche Protagonisten, die sich unachtsam, in ihren eigenen Gedanken verloren im Straßenverkehr bewegen, einer zu Fuß und einer im Auto. Akustisch signalisiert das Warnsystem, dass der Fußgänger die Straße betritt. Dank der Warnung müssen sich beide nie treffen. Mit dieser doppeldeutigen Aussage sicherte sich Grabarz & Partner in Zusammenarbeit mit Studio Funk einen Silber-Award.

Über Bronze freute sich die Hamburger Agentur Philipp und Keuntje, die mit ihrem Spot *Flurfunk für Freelancer* mit viel Humor sich selbst als Arbeitgeber bewarben. Die Message ging

Sponsoren

PRESSEINFORMATION

an alle Freelancer: Verpass nicht das Beste und lass dich bei Philipp und Keuntje fest anstellen. Produziert wurde der Spot von ihrer Partneragentur Hastings Audio Network aus Hamburg.

Best Innovative Idea – Mit innovativen Soundeffekten zum Sieg

Neue auditive Konzepte, die sich über innovative Mittel Gehör verschaffen und in Erinnerung bleiben - mit Hilfe dieser Kriterien ermittelte die Jury die Gewinner der Kategorie „Best Innovative Idea“. Den ersten Platz belegte die Werbeagentur Heimat mit ihrer ASMR-Kampagne *Du lebst. Erinnerst du dich?* für HORNBAACH. Der Spot überzeugte mit voller Sinneskraft: Mittels akustischer Effekte gelang es der kooperierenden Produktionsfirma PARTIZAN, über das Gehör den Berührungssinn ebenfalls zu erwecken. So soll künftig auf der Internetseite von HORNBAACH ein ganz neues dreidimensionales Einkaufsgefühl für den Kunden entstehen. Ein Konzept, das auch alle Nicht-Hobby-Handwerker begeistert Granitplatten anschauen lässt. Überreicht wurde der Award von Katja Ohly-Nauber, Leiterin Marketing-Kommunikation Mercedes-Benz Cars Deutschland bei Daimler.

Eine Herausforderung für das Gehör entwickelte der Silber-Preisträger Jung von Matt in Kooperation mit Studio Funk für die Techniker Krankenkasse. Durch eine Überlagerung mehrerer vertrauter Sounds - wie Katzengeschrei und Feuerknistern - erschuf die Agentur neue Klänge, aus denen es die einzelnen Elemente herauszuhören galt. Eine Ode an das Ohr und die beworbenen High-Tech Hörimplantate.

Auf dem dritten Platz landete die Kreativagentur BBDO Group Germany. In Zusammenarbeit mit der Produktionsfirma IOX Lab / TRO GmbH entwickelte sie das erste gedruckte Poster, das über mikroskopische Rückprojektion Töne in grafische Impulse umwandelt und so direkt auf Musik reagiert. Mit diesem innovativen Poster sollte die Veranstaltung Soundlounge beworben werden.

Best Storytelling – Das schreibt Geschichte

In dieser Kategorie bewertete die Jury die erzählte Geschichte - erregt sie Neugier? Bleibt sie in Erinnerung? Hier konnten sich Grabarz & Partner die goldene Trophäe für ihre Spot-Reihe *Countdown* sichern und bekamen diese von Bianca Dyckhoff (Senior Media Manager Personal Care, Unilever) überreicht. Alle drei Gewinner-Spots dieser Kategorie wurden von Studio Funk produziert.

Auf den zweiten Platz schafften es Ogilvy & Mather mit ihrem Spot *Alia*. Ein junges Flüchtlingsmädchen erzählt die bewegende Geschichte eines Anschlages auf ihr Heim - bis zum Schluss glaubt der Hörer, dass sie von Erlebnissen in ihrer alten Heimat berichtet. In Wirklichkeit schildert sie den Angriff auf ihr Flüchtlingsheim in Deutschland. Ein bewegender Beitrag für den Verein Gesicht zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland.

Bronze bekam die BBDO Group Germany mit dem Spot *Mina* für ihren Kunden Innocence in Danger e.V. Dieser Beitrag zeigt auf verstörende Weise, wie technische Mittel unser Gehör überlisten können. Der Zuhörer lauscht der Stimme eines kleinen Mädchens, das scheinbar mit ihrer Freundin spricht. Im Laufe des Spots wird deutlich, dass es sich bei dem Mädchen um

Sponsoren

PRESSEINFORMATION

einen Mann handelt, der seine Stimme mittels eines Stimmenverzerrers verändert. Die Message: Weißt du wirklich mit wem du schreibst? Pass auf im Netz.

Audience Award – Von den Hörern gewählt

Die Audience Award Trophäe und damit den begehrten Publikumspreis gewann in diesem Jahr die BBDO Group Germany mit dem Spot *Mina*. Produziert wurde der Beitrag von Studio Funk.

Die Jury des Radio Advertising Award:

Die Jury des Radio Advertising Award setzt sich aus anerkannten Fachleuten aus den Bereichen Werbung, Medien, Kreation und Produktion zusammen: Jurypräsident **Niels Alzen** (Vorstand Kreation, Scholz & Friends), **Manfred Bosch** (Geschäftsführer, redblue Marketing), **Bianca Dyckhoff** (Senior Media Manager Personal Care, Unilever), **Dr. Christian Hahn** (Vice President Marketing Communications, Deutsche Telekom), **Matthias Harbeck** (Geschäftsführer Kreation und Partner, Serviceplan), **Sebastian Hardieck** (Kreativgeschäftsführer, thjnk berlin), **Torsten Hennings** (Studioleitung, Tonmeister, Studio Funk), **Ralf Heuel** (Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner), **Jan Kowalsky** (Director Brand Marketing, XING), **Oscar Meixner** (Managing Director bei Hastings Audio Network), **Katja Ohly-Nauber** (Leiterin Marketing-Kommunikation Mercedes-Benz Cars Deutschland, Daimler), **Katrin Otto** (Redakteurin, Verlag Werben & Verkaufen), **Juliane Paperlein** (Ressortleitung Medien, HORIZONT), **Britta Poetzsch** (Chief Creative Officer Campaign, TRACK), **Sandra Sibylle Schoofs** (Marketing Director, Unternehmensgruppe ALDI SÜD), **Götz Ulmer** (Vorstand und Partner, Jung von Matt).

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist der zentrale Gipfel der Entscheider aus Werbe- und Radiowirtschaft, der am 25. April 2017 zum vierten Mal stattfindet. Im Fokus stehen die relevanten Fragen des Werbemarktes und die Antworten, die Radio darauf gibt. Namhafte Speaker garantieren Diskussion und Dialog, Mehrwert und Meinung, Impulse und Inspiration. Veranstalter des Radio Advertising Summit ist die Radiozentrale, die gemeinsame Plattform der deutschen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiostationen. Die beiden Vermarkter AS&S Radio und RMS Radio Marketing Service konnten als Hauptsponsoren gewonnen werden. www.radio-advertising-summit.de

Anlagen

- Pressefoto der Trophäen des Radio Advertising Award
- Pressefoto Oliver Adrian (AS&S Radio), Fabian Frese (Kolle Rebbe), Barbara Schöneberger, Lutz Kuckuck (Radiozentrale), Florian Ruckert (RMS)
- Pressefoto von Samy Deluxe
- Übersicht der Sieger nach Kategorien
- Pressefoto der Gewinner auf der Bühne



PRESSEINFORMATION

Weitere Pressefotos der Verleihung und der Award-Gewinner stehen im Laufe des 26.04. auf unserer Website www.radio-advertising-award.de für Sie bereit.

Kontakt für Journalisten - für weitere Informationen wenden Sie sich gern an:

Radiozentrale

Grit Leithäuser

E-Mail: grit.leithaeuser@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 65

Fax: 030 / 325 121 69

www.radiozentrale.de

lauffeuer Kommunikation

Fabian Menzel

E-Mail: fm@lauffeuer-kommunikation.de

Tel.: 040 / 689 87 68 18

Fax: 040 / 689 87 68 11