

Radio Advertising Award: Doppel-Gold für ad.quarter und Kolle Rebbe

Gleich zwei Preise heimste die Hamburger Werbeagentur Kolle Rebbe mit ihrer Spot-Serie „Heimatmarkt“ für die Deutsche Lufthansa ein. Die Agentur ad.quarter darf sich ebenfalls über zwei Preise freuen, darunter den von Deutschlands Radiohörern vergebenen „Audience Award“ für ihre Spot-Reihe für die Flensburger Brauerei. Moderator Alexander Bommers führte die Gäste unterhaltsam durch die stimmungsvolle Preisverleihung auf dem Areal Böhler in Düsseldorf.

Düsseldorf, 14. April 2016 - Nach der gelungenen Premiere im letzten Jahr wurde heute zum zweiten Mal der Radio Advertising Award verliehen. Rund 440 Besucher aus Unternehmen, Agenturen und Medien feierten im Anschluss an den Radio Advertising Summit die besten Audio-Spots des vergangenen Jahres. Durch den Abend führte Moderator Alexander Bommers, außerdem mit auf der Bühne: Radio- und TV-Moderator Arnd Zeigler.

Fünf Kategorien, dreizehn Trophäen und glückliche Gewinner

Gold, Silber und Bronze hat die Award-Jury in den vier Kategorien „Best Brand“, „Best Creative Activation“, „Best Innovative Idea“ und „Best Storytelling“ vergeben. Gleich zwei Hamburger Agenturen schafften Doppel-Gold: Kolle Rebbe holt den Sieg in den Kategorien „Best Creative Activation“ und „Best Storytelling“. Und auch die Agentur ad.quarter nahm zwei Sieger-Trophäen mit nach Hause, denn neben dem Award in der Kategorie „Best Brand“ wählten Deutschlands Radiohörer ihre Arbeit für die Flensburger Brauerei auch zum besten Radio-Spot des Jahres und bescherte ihnen somit - wie bereits im vergangenen Jahr - den Gewinn des begehrten „Audience Award“. Der Gold-Award in der Kategorie „Best Innovative Idea“ ging an Scholz & Friends und ihren Spot für Opel. Erfolgreichstes Tonstudio war Studio Funk Hamburg mit insgesamt drei Gold-Trophäen.

Veranstalter Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, zeigte sich sehr zufrieden mit dem Radio Advertising Award 2016: „Die heutige stimmungsvolle Feier zeigt uns, dass der

Sponsoren

PRESSEINFORMATION

Schritt, die Veranstaltung auf den Abend zu verlegen, richtig war. Die herausragenden Sieger-Spots, die hochkarätig besetzte Jury, die gestiegene Anzahl der Einreichungen und die ebenfalls gestiegene Resonanz in unserem Online-Voting für den ‚Audience Award‘ zeigen, welch kreatives Potenzial in Radio steckt. Es ist uns gelungen, den Kreativpreis in der Branche erfolgreich zu etablieren und die herausragende Kreativität in Deutschlands Agenturen sichtbar zu machen.“

Folgende Gewinner durften sich als Preisträger in die Geschichtsbücher des Radio Advertising Award eintragen:

Best Brand - authentisch inszenierte Alltagssituationen kommen an

Markenkraft, Überzeugungskraft, Kreativität und Umsetzung sind die Bewertungskriterien, die entscheidend sind für den Erfolg in der Kategorie „Best Brand“. In diesem Jahr setzte sich die Agentur ad.quarter in Zusammenarbeit mit Studio Funk Hamburg durch. Laudator Giuseppe Fiordispina (Samsung Electronics) übergab den Gewinnern den Radio Advertising Award in Gold für die Spotserie ihres Kunden Flensburger Brauerei. In der siegreichen Spot-Serie „Neulich...“ lauscht der Zuhörer drei verschiedenen Kurzunterhaltungen zwischen zwei Männern in typisch nordischer Manier, die jeweils mit einem klaren Bekenntnis zu Flensburger Pils enden.

Die silberne Trophäe ging an DDB Düsseldorf, die gemeinsam mit Studio Funk Düsseldorf und MOKOH Music zwei Radio-Spots für die Popakademie Baden-Württemberg produzierten. In den Spots „Boygroup“ und „Schlager“ wird - nach einem musikalischen Intro zum jeweiligen Musik-Genre - auf die Homepage und somit weiterführende Informationen über die Hochschule für Popmusikultur hingewiesen.

Mit Bronze wurde der Spot von Ogilvy & Mather Germany in Zusammenarbeit mit dem Studio Sinus AV Production ausgezeichnet. Für ihren Kunden, die DB Mobility Logistics, entwickelten sie den Spot „Staumeditationen - Mit dem Wal singen“. Der Spot ist mit meditativer Musik hinterlegt und animiert den Zuhörer zu einer Imaginationsvorstellung im eigenen Auto, in der er sich an den Meeresgrund begibt und dort auf einen Wal trifft. Letztlich richtet sich der Spot an staugeplagte Autofahrer. Der klare Apell: In einem Zug der Deutschen Bahn hätte man den Stau bequem umgehen können.

Best Creative Activation - Zuhörer bewegen und aktivieren

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. Laudatorin Britta Poetzsch (Ogilvy & Mather Advertising) überreichte den Radio Advertising Award in

Sponsoren

PRESSEINFORMATION

Gold an Kolle Rebbe und Studio Funk Hamburg, die für die Deutsche Lufthansa die Spot-Serie „Heimatmarkt“ entwickelt und produziert hatten. In den drei unterschiedlichen Spots werden verschiedene Menschen vorgestellt, die die Zuhörer mit auf eine Reise durch unterschiedliche Ausstellungen nehmen. Die Ausstellungen haben alle etwas gemeinsam: Sie behandeln sehr spezielle Themen, die für die Allgemeinheit eher uninteressant erscheinen. Die Spots enden mit dem Aufruf, dass man zwar nicht alles in der Welt gesehen haben müsse, aber zumindest die großen Metropolen dieser Welt. Und den Weg zu eben diesen könne die Lufthansa ermöglichen.

Über die Auszeichnung in Silber durfte sich Serviceplan Health & Life in Zusammenarbeit mit Instant Records freuen. Ihr Spot „Dead Air“ für den Bundesverband Kinderhospiz e.V. behandelt ein ernstes Thema. In diesem ruft der neunjährige Sebastian bei einem Radio-Sender an und plaudert zuerst ganz zwanglos mit der Moderatorin Sabine. Doch spätestens nachdem er der zuvor sehr redseligen Moderatorin von seiner Muskelkrankheit SMA berichtet, wegen der er im Rollstuhl sitzen muss und sie danach fragt, warum Gott es zuließe, dass er an dieser Krankheit erkrankt ist und daran sterben muss, macht Sebastian die Moderatorin sprachlos.

Der dritte Platz auf dem Siegereck ging an Scholz & Friends und Studio Funk Hamburg, die für Opel drei Spots zum Oberthema „Turbo-Literatur“ kreiert hatten. In diesen werden unterschiedliche Werke der Weltliteratur auf unterhaltsame Weise karikiert, sodass diese auch bei einer „Turbo-Fahrt“ im Opel gehört werden können.

Best Storytelling – Geschichten, die überzeugen

In der Kategorie steht die Geschichte, die im Spot erzählt wird, im Mittelpunkt. Auch hier konnten Kalle Rebbe und Studio Funk Hamburg den Sieg für ihre Spot-Reihe „Heimatmarkt“ für die Deutsche Lufthansa einfahren und bekamen von Laudator Matthias Oden (W&V) ihren Gold-Award überreicht.

DDB Düsseldorf und Studio Funk Düsseldorf jubelten über Platz Zwei. Für NIBOST hatten sie die dreiteilige Spot-Serie „Golden Night Energy Drink“ produziert. Alle drei Spots präsentieren sogenannte „Alter, wärst du bloß noch geblieben“-Anrufe und zeigen auf unterhaltsame Weise, dass das Produkt - ein Energy Drink - dazu verholfen hätte, die Highlights des Abends noch mitzubekommen.

Bronze ging an Grabarz & Partner in Zusammenarbeit mit Studio Funk Hamburg und ihre beiden Spots zum Thema „Lebensretter“ für Volkswagen. In „Feuerwehrmann“ und „Krankenschwester“ wird auf die Gefahren von Träumen am Steuer hingewiesen und somit die Brücke zur neuen Müdigkeitserkennung von Volkswagen geschlagen.

Sponsoren

PRESSEINFORMATION

Best Innovative Idea – wortgewandte Kreationen punkten

Innovative Ideen, die überraschen - unter anderem nach diesem Kriterium bewertete die Award-Jury die eingereichten Spots für „Best Innovative Idea“. Hier holten Scholz & Friends und Hastings Music für den Kunden Opel mit dem Spot „Opel Folge-Assistent“ den Gold-Award. Der Spot verweist durch eine besonders originelle Akustik auf die innovative Folge-Assistent-Technologie im Modell Insignia. Laudatorin Benita Struve (Deutsche Lufthansa) überreichte die Gewinner-Trophäe.

Silber gab es für den Spot „Volkswagen WeltAuto. Check“, den Grabarz & Partner für Volkswagen entwickelt und bei Studio Funk Hamburg produziert hatte. Auch hier wird das Klang-Erlebnis in den Vordergrund gesetzt und der Zuhörer animiert, bestimmte Töne in seinem eigenen PKW zu testen. Der Spot endet mit der Aussage, dass die Volkswagen nicht nur anhand dieser Töne, sondern durch einen 180-Punkte-Check einer sehr hohen Qualitätsprüfung unterliegen.

Den dritten Platz und somit einen zweiten Award holten Serviceplan Health & Life und Instant Records mit dem Spot für den Bundesverband Kinderhospiz e.V.

Audience Award – Publikumsliedling Flensburger von ad.quarter

Die bereits in der Kategorie „Best Brand“ ausgezeichnete Spot-Reihe für Flensburger aus der Feder von ad.quarter überzeugte auch Deutschlands Radiohörer. Besonders erfreulich: Am Online-Voting, das nur wenige Tage vor der Award-Verleihung endete, beteiligten sich über 20 Prozent mehr Hörer als im vergangenen Jahr. Jurypräsident und Laudator Fabian Frese (Kolle Rebbe) freute sich sichtlich mit den Gewinnern.

Die Jury des Radio Advertising Award:

Die Jury des Radio Advertising Award: Jurypräsident **Fabian Frese** (Geschäftsführer Kreation, Kolle Rebbe), **Niels Alzen** (Vorstand Kreation, Scholz & Friends), **Ulrich Beuth** (Marketing Direktor, Flensburger Brauerei), **Giuseppe Fiordispina** (Senior Manager Communications, Samsung Electronics), **Robert Fischer** (Leiter Marketing & Vertrieb OTC, Dr. Pfleger), **Jörn Hartig** (Leitung Marketing Kommunikation Deutschland, VOLKSWAGEN), **Torsten Hennings** (Studioleitung, Tonmeister, Studio Funk), **Ralf Heuel** (Geschäftsführer Kreation bei Grabarz & Partner), **Oscar Meixner** (Managing Director bei HASTINGS Music), **Christoph Nann** (Geschäftsführer Kreation, Serviceplan Campaign Hamburg), **Matthias Oden** (stv. Chefredakteur, W&V), **Juliane Paperlein** (Ressortleitung Medien, HORIZONT), **Britta Poetzsch**

Sponsoren



PRESSEINFORMATION

(Global Creative Director, Ogilvy & Mather Advertising), **Stefan Schulte** (Geschäftsführer Kreation, thjnk berlin), **Benita Struve** (Leiterin Marketing Kommunikation, Deutsche Lufthansa)

Anlagen

- Übersicht der Sieger nach Kategorien
Download PDF: http://bit.ly/RAA16_Gewinnerliste
- Pressefoto der Trophäen des Radio Advertising Award
Gold: http://bit.ly/RAA_Gold / Silber: http://bit.ly/RAA_Silber / Bronze: http://bit.ly/RAA_Bronze
- Pressefoto der Gewinner auf der Bühne
Download JPG: http://bit.ly/RAA16_Gewinner
- Pressefoto Oliver Adrian (AS&S Radio), Fabian Frese (Kolle Rebbe), Alexander Bommers, Lutz Kuckuck (Radiozentrale), Florian Ruckert (RMS)
Download JPG: http://bit.ly/RAA_Pressefoto

Weitere Pressefotos der Verleihung und der Award-Gewinner stehen im Laufe des 15.04. auf unserer Website www.radio-advertising-award.de für Sie bereit.



**RADIO
ADVERTISING
AWARD**

PRESSEINFORMATION

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

Sponsoren

RADIO
ZENTRALE

ASS
RADIO

RMS
Der Audiovermarkter.

www.radio-advertising-award.de