

Radio Advertising Award 2018: Jung von Matt holt Doppel-Gold

Fünf Kategorien und strahlende Sieger: Die Agenturen GGH MullenLowe, Kolle Rebbe, Jung von Matt und ad.quarter stehen beim diesjährigen Radio Advertising Award auf dem goldenen Siegereppchen. Jung von Matt räumte sogar gleich zwei der begehrten Gold-Trophäen ab. Gewohnt unterhaltsam moderierte Barbara Schöneberger die spannende Preisverleihung auf dem Areal Böhler in Düsseldorf.

Düsseldorf, 12. April 2018 – Bereits zum vierten Mal in Folge wurde heute der Radio Advertising Award verliehen. Werbetreibende, Agenturen und Vertreter der Radiowirtschaft feierten die kreativsten Radiospots und Audio-Ideen des Jahres. Einfallsreiche Stories und mitreißende Sound-Sequenzen machten die Preisverleihung zu einem absoluten Hörerlebnis.

Tonangebende Gewinner in allen Kategorien

Die hochkarätig besetzte Award-Jury rund um Präsidentin **Britta Poetzsch** (Chief Creative Officer, TRACK GmbH) vergab Gold, Silber und Bronze in den vier Kategorien **Best Brand**, **Best Creative Activation**, **Best Storytelling** und **Best Innovative Idea**. Die drei Agenturen GGH MullenLowe, Kolle Rebbe und Jung von Matt durften sich über die begehrten Gold-Trophäen freuen. Jung von Matt sicherten sich mit ihren Spots *BWM Connected – Time To Leave* in der Kategorie Best Storytelling und *Geld fürs Leben* für den Deutschen Sparkassen- und Giroband e.V. in der Kategorie Best Innovative Idea sogar gleich zwei Mal den Sieg. Den goldenen Award in der Kategorie Best Brand erhielt der Spot *Unordentliche Abenteuer* von GGH MullenLowe für den Einrichtungskonzern IKEA. Kolle Rebbe freute sich über den Sieg in der Kategorie Best Creative Activation mit dem Spot *Klaus* der Deutschen Lufthansa.

Der begehrte Audience Award, dessen Gewinner die Radiozuhörer per Online-Voting bestimmen, ging dieses Jahr an die Agentur ad.quarter, die mit ihrem Spot *Flensburger* überzeugten. Studio Funk war wie bereits in den vergangenen Jahren erneut das



PRESSEINFORMATION

erfolgreichste Tonstudio und freute sich über Dreifach-Gold. Ebenfalls Gold erhielten die Produktionsstudios HASTINGS Music und Stefan Kraatz.

Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale und Veranstalter des Radio Advertising Award 2018, zeigte sich begeistert: „Ich gratuliere allen Gewinnern und bin wirklich beeindruckt von den unterhaltsamen, vielseitigen und innovativen Siegerspots. Sie haben eindrucksvoll bewiesen, welches Potenzial im Werbeträger Radio steckt und belegt, dass unser Medium heute und in Zukunft ein anwendbarer Erfolgsfaktor für erfolgreiche Markenkommunikation ist.“

Die Gewinner der einzelnen Kategorien im Überblick:

Best Brand

In der Kategorie Best Brand werden imagebildende Spots ausgezeichnet, die sich positiv auf die Markenpräferenz auswirken und die Kraft haben, die Marke zu stärken. Mit viel Humor holten sich hier GGH MullenLowe mit dem Spot *Unordentliche Abenteuer* für den Kunden IKEA die Gold-Trophäe. Der Einrichtungskonzern wirbt darin für Aufbewahrungslösungen, mit denen Ordnung in die Unterlagen gebracht werden kann.

Den zweiten Platz belegte die Werbeagentur ad.quarter mit dem Spot *Flensburger* für die Flensburger Brauerei. In diesem Beitrag lauscht der Zuhörer einem Mann der zum Telefon greift um seiner großen Liebe seine Gefühle zu gestehen – der Flensburger Brauerei.

Über Bronze freuten sich Kolle Rebbe mit dem Spot *Neuer Mensch*. Der Beitrag für die Deutsche Lufthansa bewirbt die Reisedestination New York und handelt von einem Mann, dessen Leben sich durch die Anschaffung einer neuen Brille verändert. Die Message: „Wenn schon eine Brille dein Leben so verändert, was wird dann erst New York mit dir machen?“

Best Creative Activation

In der Kategorie Best Creative Activation steht die kreative Aktivierungskraft von Audio-Spots im Mittelpunkt. Ausgezeichnet werden Beiträge, die die Zuhörer im wahrsten Sinne des Wortes bewegen und dazu aktivieren, konkrete Handlungen vorzunehmen. Hier sicherten sich Kolle Rebbe mit dem Spot *Klaus* ebenfalls für die Deutsche Lufthansa die begehrte Gold-

PRESSEINFORMATION

Trophäe. Der Beitrag erzählt von einem Italiener, der genervt ist vom Massentourismus, den sogenannten „vier Wochen Klaus im Jahr“. Das Ende des Spots verweist auf das Reiseziel New York als Alternative zu Italien.

Silber bekam thjnk Berlin für den Spot *Make Room For Passion*, Kunde ist abermals IKEA. Dieser Beitrag regte zum Reaktionismus an: Mit der Aufforderungen zu zeigen was man liebt, animiert IKEA die Zuhörer zum Kauf des allseits beliebten KALLAX-Regals.

Viel Humor bewies auch die Heimat Werbeagentur, die sich mit dem Spot *Freie Demokraten „Das Doofgedicht“* für die FDP-Bundesgeschäftsstelle Bronze holten. Die FDP wirbt darin für die Mitgliedschaft in der Partei. Die Botschaft ist eindeutig: Nie war es einfacher alles besser zu machen – jetzt Mitglied werden bei den Freien Demokraten.

Best Innovative Idea

In der Kategorie „Best Innovative Idea“ suchte die Award-Jury das Ungehörte, das Neue, das Einzigartige: Auditive Konzepte, die sich über innovative Mittel Gehör verschaffen und in Erinnerung bleiben. Den ersten Platz sicherten sich hier Jung von Matt mit dem Spot *Geld fürs Leben* für den Deutschen Sparkassen- und Giroverband e.V. Der Beitrag überzeugte: Mittels akustischen Effekten und humorvollem Wording wurde der Spot zum echten Hörerlebnis und verankerte sich nicht nur im Kopf der Jury.

Über Silber freute sich die Agentur add2. In Zusammenarbeit mit waveads entwickelte die Kreativagentur den personalisierten Werbespot *Data Driven Dynamic Audio* für Eurowings. Der Beitrag spiegelt die persönlichen Reisewünsche der Konsumenten wider.

Ein weiteres Hörerlebnis erschuf der Bronze-Preisträger McCANN Worldgroup Deutschland für Black & Decker. In dem Spot *Die längste Internetadresse der Welt* lauscht der Zuhörer der Aneinanderreihung des Namens des Unternehmens Black & Decker, wodurch ein neuer Sound erschaffen wird, aus dem es einzelne Elemente herauszuhören gilt.

Best Storytelling

In der Kategorie „Best Storytelling“ steht die Geschichte eines Spots im Mittelpunkt: Macht sie neugierig? Bleibt sie im Kopf? Auch hier waren Jung von Matt die glücklichen Gold-



PRESSEINFORMATION

Gewinner. Sie erschufen den Spot *BMW Connected – Time To Leave*, indem die gleichnamige Funktion des Autoherstellers beworben wird, die immer die richtige Abfahrtszeit berechnet.

Silber holten sich Grabarz & Partner mit dem Spot *Schauermärchen* für das Kurt Heymann Buchzentrum. Der Beitrag erzählt auf humorvolle Art und Weise die Geschichte vom Rumpelstilzchen, für das man sich nicht mehr interessierte. Die Message: Lass Rumpelstilzchen nicht in Vergessenheit geraten – entdecke spannende Märchen auf Heymann.de.

Ebenfalls viel Humor bewiesen auch die Drittplatzierten in dieser Kategorie: Die DDB Group holte sich mit ihrem Spot *Aufnahmerituale* für Volkswagen Bronze. Der Automobilkonzern wirbt darin für den Keyless Access. Klarer Vorteil: Mit dieser Technik kommt man überall ganz einfach rein.

Audience Award – Die Hörer haben entschieden

Den begehrten Audience Award, dessen Sieger von den Radiohörern gewählt wurde, gewann in diesem Jahr ad.quarter mit dem Spot *Flensburger*. Produziert wurde der Spot von Studio Funk.

Die Jury des Radio Advertising Award:

Auch in diesem Jahr setzte sich die Award-Jury rund um Präsidentin **Britta Poetzsch** (Chief Creative Officer, TRACK GmbH) aus anerkannt Fachleuten aus den Bereichen Werbung, Medien, Kreation und Produktion zusammen: **Niels Alzen** (Scholz & Friends Group, Chief Creative Officer), **Stefan Bratek** (INTER Versicherungsgruppe, Leiter Verkaufsförderung und Werbung), **Fabian Frese** (Kolle Rebbe GmbH, Geschäftsführung Kreation), **Torsten Hennings** (Studio Funk, Studio Leitung & Tonmeister), **Ralf Heuel** (Grabarz & Partner Werbeagentur, Geschäftsführer Kreation/Partner), **Martin Kerkmann** (Dirk Rossmann GmbH, Bereichsleiter Marketing- Kommunikation & Media), **Sabine Kloos** (Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Director Brand & Marketing Communications), **Torsten Matthias** (FRoSTA Tiefkühlkost GmbH, Leiter Marketing & Nachhaltigkeit), **Dennis May** (DDB Group, Chief Creative Officer), **Oscar Meixner** (Hastings Audio Network, Managing Director), **Katrin Otto** (Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Redakteurin Medien), **Juliane Paperlein** (HORIZONT, Ressortleitung Medien) **Thomas Schnaitmann** (Hornbach Baumarkt AG, Leiter Marketing Deutschland und internationale Marketing-Kommunikation) und **Götz Ulmer** (Jung von Matt AG, Vorstand & Partner).



PRESSEINFORMATION

Anlagen

- Pressefoto der Trophäen des Radio Advertising Award
- Pressefoto Oliver Adrian (AS&S Radio), Jury-Präsidentin Britta Poetzsch (Chief Creative Officer, TRACK GmbH), Barbara Schöneberger, Lutz Kuckuck (Radiozentrale), Matthias Wahl (RMS)
- Übersicht der Sieger nach Kategorien
- Pressefoto der Gewinner auf der Bühne

Weitere Pressefotos der Verleihung und der Award-Gewinner sowie alle Gewinnerspots stehen im Laufe des 13. April 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