

Radio Advertising Award 2021: Die Gewinner

Die Preisträgerinnen und Preisträger des Radio Advertising Award 2021 stehen fest. Die goldenen Trophäen in den vier zu vergebenden Kategorien gehen dieses Jahr an die Agenturen: DDB Group Germany, gleich zwei Mal Kolle Rebbe und an den Arzt Stefan Spieren als kreativen Urheber einer Audio-Idee. Die diesjährige Sonderauszeichnung für besondere Leistungen mit Bezug zur Pandemie geht ebenso an die Agentur Kolle Rebbe. Über den Audience Award 2021 kann sich die Agentur ad.quarter freuen. Die Bekanntgabe der Gewinner*innen erfolgt aufgrund der aktuellen Situation im digitalen Rahmen.

Berlin, 7. April 2021 – Der Radio Advertising Award wurde in diesem Jahr zum siebten Mal vergeben. Die aktuelle Situation im Zuge der Corona-Pandemie lässt eine Preisverleihung im Rahmen einer Veranstaltung leider nicht zu. Deshalb erfolgte die Bekanntgabe der Gewinner*innen online unter www.radio-advertising-award.de. Auch für die Kreativbranche war das letzte Jahr besonders. Das zeigt sich unüberhörbar in den außergewöhnlichen Arbeiten und Ideen, die in dieser Zeit entstanden sind. Audio verdeutlicht mit diesen Spotkreationen, welche Kraft und Flexibilität das Medium in der Krise hat.

Echtes Audio-Gold

Die hochkarätig besetzte Award-Jury rund um den Präsidenten Christian Daul (CEO/Geschäftsführer bei REINSCLASSEN) vergibt Gold, Silber und Bronze in den vier Kategorien **Best Brand**, **Best Creative Activation**, **Best Storytelling** und **Best Innovative Idea**. In der Kategorie „Best Brand“ erhält die DDB Group Germany Gold für die Kampagne „Gegen Hass im Netz“ für ihren Kunden Deutsche Telekom. In der Kategorie „Best Innovative Idea“ geht die Auszeichnung an den Arzt Stefan Spieren der Arztpraxis Spieren und Kollegen für die Idee „Radio Wartezimmer“. Gold in der Kategorie „Best Creative Activation“ holt sich die Agentur Kolle Rebbe mit ihrer Kampagne „#OhneGastroKeinHappyEnd“ für den Leader Club Deutschland.

PRESSEINFORMATION

Und in der Kategorie „Best Storytelling“ geht der erste Platz an die Deutsche Lufthansa für die Kampagne „FlyNet“ und somit ebenfalls an die Kreativen von Kolle Rebbe.

Der **Audience Award** geht an die Agentur ad.quarter mit ihrem Spot für die Flensburger Brauerei.

Unter allen Einsendungen vergibt die Jury dieses Jahr eine Sonderauszeichnung für besondere Leistungen mit Bezug zur Pandemie. Über die Auszeichnung kann sich die Agentur Kolle Rebbe für ihre Kampagne „#OhneGastroKeinHappyEnd“ im Auftrag der Leaders Club Deutschland freuen.

Unter den Produktionsstudios ist Studio Funk mit zwei Goldauszeichnungen sowie der Sonderauszeichnung und der Beteiligung am Audience Award der große Gewinner. Auch HASTINGS AUDIO NETWORK gewinnt durch die Arbeit an der Kampagne „Gegen Hass im Netz“ für die Deutsche Telekom Gold.

Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale und Veranstalterin des Radio Advertising Award 2021 zu diesem besonderen Award-Jahr: „Obwohl es für alle ein besonderes Jahr war, mit vielen Herausforderungen auch für alle Kreativen, konnten wir sogar einen neuen Rekord an Einreichungen für den Radio Advertising Award registrieren. Wir haben uns sehr über den Zuspruch gefreut und mit der Sonderauszeichnung für besondere Leistungen in Bezug auf die Pandemie die außergewöhnlichen Umstände zusätzlich honoriert. Alle Einreichungen haben bewiesen, wie Audio auch in der Krise den richtigen Ton treffen kann. Wir bedanken uns und feiern diese Leistungen, wenn leider auch nur digital, aber deshalb nicht weniger herzlich und anerkennend.“

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. Die Deutsche Telekom-Kampagne „Gegen Hass im Netz“ überzeugt durch Emotionalität und Aktivierungskraft. Die DDB Group Germany holt sich mit dieser Kreation die goldene Trophäe. Den zweiten Platz belegte Kolle Rebbe mit der Einreichung für die Deutsche Lufthansa, in der humorvoll erzählt wird, was in sechs Flug Stunden alles passieren kann und was Passagiere mit Lufthansa FlyNet auch über den Wolken alles bekommen. Über Bronze freut sich ad.quarter mit dem typisch-norddeutschen Humor eines Flensburger Pilsener Spots.

Best Creative Activation

In der Kategorie „Best Creative Activation“ steht die kreative Aktivierungskraft von Audiospots im Mittelpunkt. Ausgezeichnet werden Beiträge, die die Zuhörer*innen im wahrsten Sinne des Wortes bewegen und dazu aktivieren, konkrete Handlungen vorzunehmen. Hier gewinnt die Kampagne „#OhneGastroKeinHappyEnd“ für den Leaders Club Deutschland, die Kolle Rebbe entwickelt hat. Silber bekommt die Agentur Grey Germany für die Einreichung „Paragraph 219a – a wie abschaffen“, im Auftrag von TERRE DES FEMMES – Menschenrechte für die Frau e.V. Bronze geht in dieser Kategorie an SERVICEPLAN für ihren Kunden Penny Markt und die Kampagne „Die verkleideten Funkspots“.

Best Innovative Idea

In der Kategorie „Best Innovative Idea“ sucht 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 sichert sich hier Stefan Spieren: Der Arzt hatte für seine Praxis Spieren und Kollegen eine grandiose Idee mit dem „Radio Wartezimmer“. Um eine Covid-19 Ansteckung zu vermeiden, konnten die Patienten in ihren eigenen Autos warten und wurden über das Radio zur Behandlung aufgerufen. Über Silber freut sich die Agentur Kolle Rebbe mit der Einreichung „Ultrasonic Mafia Call“ für Joyn. Um für eine Serie auf dem Streaming-Dienst Joyn zu werben, wurden Smartphones per Ultraschall „gehackt“ und die überraschten Passanten durch Anrufe sowie Soundnachrichten direkt in die Serie gezogen. Der Bronze-Preisträger in der Kategorie „Best Innovative Idea“ ist in diesem Jahr die Agentur Red Monkeys mit ihrer Einreichung „Schlafen nach Zahlen“ für das STADTWERK am See. In dem humorvollen Spot wird der positive Geschäftsbericht selbstironisch präsentiert.

Best Storytelling

In der Kategorie „Best Storytelling“ steht die Geschichte eines Radio-Spots im Mittelpunkt: Macht die Werbung neugierig? Bleibt sie im Kopf? Den ersten Platz sichert sich hier Kolle Rebbe mit dem Spot „FlyNet“ für die Deutsche Lufthansa, der in der Kategorie Best Brand bereits den zweiten Platz abräumt. Silber holte sich die +KNAUSS GmbH mit den „Gender Gaps“ für den Frauen aufs Podium e.V. Die Spots legen weibliche und männliche Lebensgeschichten übereinander, um Gender Gaps effektiv hörbar zu machen. Eine weitere Trophäe gibt es für Kolle Rebbe und die Kampagne #OhneGastroKeinHappyEnd, dieses Mal auf dem Platz drei für die Unterstützung der Gastronomie.



PRESSEINFORMATION

Der Audience Award

Beim Audience Award hatten Deutschlands Radiohörer und -Hörerinnen die Aufgabe, ihren Favoriten zu bestimmen. Gewinner in dieser Kategorie ist die Agentur ad.quarter mit dem Spot „FLENS“. Nordisch unterhaltsam wird einmal mehr das bekannte „Plopp“ für das Kultbier inszeniert.

Die Sonderauszeichnung

Die diesjährige Sonderauszeichnung für besondere Leistungen mit Bezug zur Pandemie geht an die Agentur Kolle Rebbe für die Kampagne „#OhneGastroKeinHappyEnd“ im Auftrag der Leaders Club Deutschland AG. Die Kampagne ist damit der größte Gewinner mit insgesamt drei Auszeichnungen in diesem Jahr. Auf witzige und unterhaltende Weise macht der Spot auf die ernste Lage der Gastronomie in der Pandemie aufmerksam und aktiviert die Menschen zur Teilnahme an einer Petition.

Der Kreativpreis „Radio Advertising Award“ für wirkungsvolle und innovative Werbespots wird unter dem Dach der Radiozentrale veranstaltet. Die beiden Vermarkter ARD-Werbung Sales & Services (AS&S Radio) und Radio Marketing Service (RMS) den Award als Sponsoren.

Mehr Informationen zum Radio Advertising Award und zur Jury gibt es auf www.radio-advertising-award.de

Anlagen

- Logo des Radio Advertising Award
- Bild der Gold-Trophäe
- Pressebild Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale

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

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63



PRESSEINFORMATION

Fax: 030 / 325 121 69



Sponsoren



www.radio-advertising-award.de