

Der Countdown läuft: Die Shortlist des Radio Advertising Award steht fest

Berlin, 5. März 2018 – Die hochkarätige Award-Jury rund um ihre diesjährige Präsidentin Britta Poetzsch hat entschieden: 20 der über 200 eingereichten Spots und Spotserien in den Kategorien **Best Brand, Best Creative Activation, Best Innovative Idea** und **Best Storytelling** dürfen sich Hoffnung auf die Trophäen des Radio Advertising Awards 2018 machen. Nach intensiven Diskussionen gab die Jury aus namenhaften Kreativen, Marketingexperten und Medienvertretern die Shortlist mit den Nominierten für Gold, Silber, Bronze und Lobende Erwähnung in den vier Kategorien bekannt.

„Audio kann mehr als das, was wir normalerweise in einem Werbeblock zu hören bekommen. Was es alles kann, will dieser Wettbewerb ‚hörbar‘ machen. Die Shortlist spiegelt das wieder“, sagt Jury-Präsidentin Britta Poetzsch, Chief Creative Officer Campaign bei TRACK. „Großartige Geschichten, Kino im Kopf, Sprecher die im Ohr hängen bleiben und eine exzellente Produktionsqualität haben die Jury bei diesen Spots überzeugt. Wir wollen Leuchttürme der Radiowerbung auszeichnen, die Orientierung bieten wohin die Reise in der Radiowerbung gehen kann. So wird Radio zum spannenden Medium für Marken.“

Auch Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale und Gastgeber der Jurysitzung, ist beeindruckt von dem qualitativ hohen Niveau der eingereichten Radiospots: „Der Kreativ-Jahrgang 2018 hat das hohe Niveau aus den vergangenen Jahren nochmals getoppt. Ich freue mich schon sehr, die würdigen Gewinner am 12. April auf der Bühne des Radio Advertising Award live zu erleben.“

Vier Kategorien, die das Potenzial von Audio widerspiegeln

Die Award-Jury bewertete die eingereichten Spots und Spotserien in vier Kategorien: In der Rubrik „**Best Brand**“ geht es um imagebildende Spots, die es schaffen, Marken zu stärken. Anhand der Bewertungskriterien Markenkraft, Überzeugungskraft, Kreativität und Umsetzung werden die Sieger ermittelt. Mit dem Award für „**Best Creative Activation**“ werden die Radiospots



PRESSEINFORMATION

ausgezeichnet, deren Kreation die Zuhörer im wahrsten Sinne des Wortes bewegt. Entscheidender Bewertungsparameter ist hier die kreativ umgesetzte Aktivierungskraft, das heißt, das Potential, konkrete Handlungen bei den Hörern auszulösen. Wer in der Kategorie **„Best Innovative Idea“** überzeugen will, muss mit einer innovativen und einzigartigen Audioidee überraschen, die sich technisch, inhaltlich, konzeptionell oder gestalterisch ungewöhnlicher Mittel bedient. Bei den Einreichungen zu **„Best Storytelling“** steht die erzählte Geschichte im Mittelpunkt des Spots. Neben einer kreativen Inszenierung und einer kraftvollen Erzählweise ist auch die Fähigkeit, Aufmerksamkeit und Neugier zu wecken und so im Kopf der Hörer zu bleiben, ein wichtiges Bewertungskriterium.

Der Audience Award: Deutschlands Radiohörer haben das Wort

In der fünften Kategorie sind die Radiohörer dazu aufgerufen ihren Favoriten zu bestimmen: Ab sofort und bis zum 6. April können sie auf www.diebestenspots.de für Ihren Favoriten aus der Shortlist voten. Die Kreation mit den meisten Hörerstimmen wird am 12. April in Düsseldorf mit dem **„Audience Award“** belohnt. Um die Hörer zur Teilnahme aufzurufen, setzt die Radiozentrale natürlich auf das Aktivierungsmedium Nr. 1: Radiosender werden deutschlandweit einen Spot schalten, der auf das Voting aufmerksam macht und die Hörer animiert, ihre Stimme abzugeben. Unter allen Teilnehmern wird eine exklusive Konzertreise für zwei Personen zu Ed Sheeran nach Dublin verlost.

Der Radio Advertising Award wird am **12. April auf dem Areal Böhler in Düsseldorf** verliehen. Bei der von Barbara Schöneberger moderierten Abendveranstaltung findet die Verleihung der besten Radiokreationen Deutschlands für Bronze, Silber und Gold als eigenständiges Event im Anschluss an den Radio Advertising Summit statt. Der Kreativpreis für wirkungsvolle und innovative Werbespots wird unter dem Dach der Radiozentrale veranstaltet. Die beiden Vermarkter AS&S Radio und RMS begleiten den Award als Sponsoren.

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

Die Shortlist des Radio Advertising Award 2018 im Überblick:

Shortlist Radio Advertising Award 2018



Einreichung	Motiv	Kunde	Kreativagentur	Produktionsstudio	Kategorie
Kategorie: Best Brand					
Flensburger	Neulich mit Liebe / Neulich ohne Stress	Flensburger Brauerei	ad.quarter GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Brand
Futur	Umzingelt / Turbulenzen	Volkswagen AG	Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Brand
Klaus	Klaus	Deutsche Lufthansa AG	Kolle Rebbe GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Brand
Neuer Mensch	Bob / Brille	Deutsche Lufthansa AG	Kolle Rebbe GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Brand
Unordentliche Abenteuer	Brief vom Unordnungsamt	IKEA Möbelvertrieb OHG	GGH MullenLowe GmbH	HASTINGS Music GmbH	Best Brand
Kategorie: Best Creative Activation					
Die längste Internetadresse der Welt	Die längste Internetadresse der Welt	Stanley Black & Decker Deutschland GmbH	McCANN Worldgroup Deutschland	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Creative Activation
Frauen und Männer	Frauen und Männer	SPD	KNSK Werbeagentur GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Creative Activation
Freie Demokraten "Das Doofgedicht"	Das Doofgedicht	FDP-Bundesgeschäftsstelle	Heimat Werbeagentur GmbH	Produktion Loft	Best Creative Activation
Klaus	Klaus	Deutsche Lufthansa AG	Kolle Rebbe GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Creative Activation
Make Room for Passion	Champion / Teen	IKEA Deutschland GmbH & Co. KG	thjnk Berlin GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Creative Activation
Kategorie: Best Storytelling					
Aufnahmerrituale	Pfadfinder / Rockclub / Studentenverbindung	Volkswagen AG	DDB Group GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Storytelling
Bilder eines Lebens	Bilder eines Lebens	Christoffel-Blindenmission Deutschland e.V.	PLANTAGE BERLIN / Aperto	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Storytelling
BMW Connected - Time To Leave	Vater / Bärenjunges / Terrarium	BMW Group	Jung von Matt AG	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Storytelling
Neuer Mensch	Bob / Brille	Deutsche Lufthansa AG	Kolle Rebbe GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Storytelling
Schauermärchen	Rumpelstilzchen / Schneewittchen / Frau Holle	Kurt Heymann Buchzentrum GmbH	Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Storytelling
Kategorie: Best Innovative Idea					
Data-Driven Dynamic Audio: Personalisierte Werbung	Data-Driven Dynamic Audio: Personalisierte Werbung	Eurowings Aviation GmbH	add2 GmbH	waveads GmbH	Best Innovative Idea
Die längste Internetadresse der Welt	Die längste Internetadresse der Welt	Stanley Black & Decker Deutschland GmbH	McCANN Worldgroup Deutschland	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Innovative Idea
Diva	Diva	Orion Versand GmbH & Co. KG	Lukas Lindemann Rosinski	Zwei Music	Best Innovative Idea
Geld fürs Leben	Bauch Kopf / Kühlschrank / Sitzrasenmäher	Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.	Jung von Matt AG	Stefan Kraatz	Best Innovative Idea
Personalized Songs	Fire / Mother / Signs	Volkswagen AG	Grabarz & Partner Werbeagentur GmbH	Studio Funk GmbH & Co. KG	Best Innovative Idea

Weiteres Pressematerial finden Sie unter folgenden Links zum Download:

- Pressefoto der Trophäen des Radio Advertising Award (<https://www.radio-advertising-award.de/presse>)
- Spots zum Aufruf für das Hörer-Voting zum Audience Award (Link: http://bit.ly/RAA-Spot_Woerter)

Anlagen:

- Tabelle Shortlist des Radio Advertising Award 2018
- Pressefoto der Award-Jury
v.l.n.r.: Lutz Kuckuck (Geschäftsführer Radiozentrale), Ralf Gessner (Marketingleiter AS&S)



PRESSEINFORMATION

Radio), Torsten Matthias (Leiter Verkaufsförderung und Werbung FRoSTA), Götz Ulmer (Vorstand Kreation Jung von Matt), Katrin Otto (Redakteurin Medien Werben & Verkaufen), Martin Rahf (Marketingleiter RMS), Juliane Paperlein (Ressortleitung Medien HORIZONT), Oliver Adrian (Geschäftsführer AS&S Radio), Matthias Wahl (Sprecher der Geschäftsführung RMS Radio Marketing Service), [vorne in Rot] Sabine Kloos (Director Brand & Marketing Communications Telefónica Germany), Oscar Meixner (Managing Director Hastings Audio Network), Britta Poetzsch (Jurypräsidentin – Chief Creative Officer Campaign TRACK), [versteckt im Hintergrund] Thomas Schnaitmann (Leiter Marketing Deutschland und internationale Marketing-Kommunikation Hornbach), Dennis May (Chief Creative Officer DDB Group), Grit Leithäuser (Leiterin Marketing Radiozentrale), Martin Kerkmann (Bereichsleiter Marketing-Kommunikation & Media Rossmann), Fabian Frese (Geschäftsführung Kreation Kolle Rebbe), Torsten Hennings (Studio Leitung, Tonmeister Studio Funk)

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

lauffeuer Kommunikation

Fabian Menzel

E-Mail: fm@lauffeuer-kommunikation.de

Tel.: 040 / 689 87 68 18

Fax: 040 / 689 87 68 11