

Radio Advertising Award 2022:

Ab heute werden wieder *O*riginale gesucht!

Für alle kreativen Audio-Profis heißt es ab sofort wieder: Spots einreichen! Denn die Abgabe von außergewöhnlichen Audio-Beiträgen für den renommierten, deutschen Radio Advertising Award ist ab heute möglich. Bei der diesjährigen, achten Ausgabe des Kreativpreises übernimmt Dennis May, Chief Creative Officer der Publicis Group Germany, den Jury-Vorsitz.

Berlin, 31. Januar 2022 – Mit akustischem Volldampf ins neue Jahr starten und kreative Köpfe für ihre auditiv-herausragende Arbeit auszeichnen: Das hat sich der Radio Advertising Award auch für 2022 vorgenommen. In turbulenten Zeiten wie diesen ist es für Werbetreibende eine ganz besondere Herausforderung, kommunikativ angemessen auf die Stimmung der Gesellschaft zu reagieren. Viele Kreative haben diese Herausforderung jedoch mit Bravour gemeistert und die Hörer:innen mit ihrem akustischen Können gepackt! Die Besten der Besten kürt der Radio Advertising Award: Alle außergewöhnlichen und inspirierenden **Radiospots** und **Audio-Ideen**, die das Jahr 2021 geprägt haben, können **ab heute eingereicht** werden. Agenturen, Tonstudios und Werbetreibende können sich in gewohnter Manier für den Award bewerben. Der **letzte Termin** für die Einreichung auf www.radio-advertising-award.de ist der **25.02.2022**.

In diesem Jahr steht **Dennis May**, Chief Creative Officer der Publicis Group Germany, als Vorsitzender an der Spitze der Juroren. Neben ihm gibt es 16 weitere Jury-Mitglieder, allesamt angesehene Expertinnen und Experten aus Marketing, Medien, Kreation und Produktion. Gemeinsam evaluieren sie sämtliche Einreichungen und vergeben Preise in den folgenden vier Kategorien: **Best Brand**, **Best Creative Activation**, **Best Innovative Idea** und **Best Storytelling**. Hinzu kommt der **Audience Award**, der von den deutschen Radio-Hörer:innen per Online-Voting vergeben wird. „Audio ist mit das Spannendste, was es für Kreative gibt. Aber nicht nur für sie. Die Kraft von Stimme, Sound, Musik und Co., die vielfältigen Möglichkeiten für Storytelling, die immer wieder neuen, digitalen Kanäle und die unendlichen Welten, die man im Kopf der Hörer:innen entstehen lassen kann – all das bietet Marken und Produkten Potenzial, sich immer wieder neu zu präsentieren. Ich bin davon überzeugt, dass gute Radiowerbung und Audio-Ideen für eine erfolgreiche Mediastrategie niemals aufhören werden, wichtig zu sein. Deshalb freue ich mich sehr, in diesem Jahr als Jurypräsident des Radio Advertising Award zusammen mit allen anderen Jurorinnen und Juroren die besten Ideen des Jahres suchen zu dürfen und zu zeigen, welche Ideen das volle Potenzial erkannt und vor allem erfolgreich genutzt haben. Doch das Tollste: es wird alles andere als leicht. Denn um die besten Ideen zu prämiieren, gilt es jede einzelne Einreichung in allen Facetten und Blickwinkeln zu durchleuchten“, erläutert Jury-Vorsitzender Dennis May.

Radio Advertising Award: Zum Audio-Gewinner in vier Kategorien

Schon seit 2015 zeigt der Radio Advertising Award jährlich, welch großes Potenzial im Medium Audio steckt, aber auch wie vielfältig Radiospots und Audio-Ideen klingen können. Zur Auswahl für die Spoteinreichung stehen vier Kategorien: In der Rubrik **Best Brand** geht es um die perfekte Inszenierung der Marke. Hier können imagebildende Spots eingereicht werden, die sich stärkend auf die Markenpräsenz auswirken und sie auf innovative Art und Weise stärken. Bei **Best Creative Activation** steht die kreative Aktivierungskraft des

Sponsoren

Spots durch klare Handlungsaufforderungen an die Zuhörer:innen, Call-to-Action oder durch Verweise auf Promotions, POS oder Websites im Vordergrund. Der Award in der dritten Kategorie **Best Innovative Idea** wird an klassische Radiospots und innovative Audio-Ideen vergeben, die sich gestalterisch, konzeptionell, inhaltlich oder technisch neuer und innovativer Mittel bedienen, um eine Botschaft im Kopf zu verankern. Um in der Rubrik **Best Storytelling** zu überzeugen, sind Kriterien wie eine kreative Inszenierung, überzeugende Erzählweise und die Fähigkeit, Aufmerksamkeit und Neugier zu erregen, unabdingbar.

Nach Ende der Einreichungsfrist kommen die Experten zur Jury-Sitzung am 24. März zusammen. Daraufhin wird eine „Shortlist“ mit den jeweils fünf besten Spots pro Kategorie veröffentlicht. Im Anschluss haben Deutschlands Radiohörer:innen die Chance, ihre eigene Wahl zu treffen: Vom 28. März bis zum 18. April können sie auf www.diebestenspots.de ihren Favoriten aus der Shortlist küren. Der beste Spot des Hörer:innen-Votings wird am **25. April** auf dem **Radio Advertising Summit** mit dem **Audience Award** belohnt.

Zum Wettbewerb zugelassen sind alle Spots, die vom 6. Februar 2021 bis 25. Februar 2022 erstmalig in Deutschland, Österreich oder der Schweiz ausgestrahlt wurden. Es können sowohl Einzelspots (Gebühr: 110,- EUR) als auch Serienspots (max. drei Spots, Gebühr insgesamt: 165,- EUR) eingereicht werden. In der Kategorie „Best Innovative Idea“ betragen die Gebühren eines Einzel- oder Serienspots pauschal 110,- EUR.

Die Juroren des Radio Advertising Award 2022

Die Mitglieder der Jury des Radio Advertising Award kommen aus den Bereichen Werbung, Medien, Kreation und Produktion. Sie sind allesamt renommierte Expertinnen und Experten und bringen reichhaltige Erfahrung mit, die sie im Zuge ihrer beruflichen Laufbahn erworben haben. Die Leitung der Jury übernimmt in diesem Jahr Dennis May, Chief Creative Office, Publicis Group Germany. Die Top-Kreativen Fabian Frese (Geschäftsführung Kreation, Kolle Rebbe), Matthias Harbeck (Chief Creative Officer, Serviceplan), Ralf Heuel (Geschäftsführer Kreation/Partner, Grabarz & Partner), Britta Poetzsch (Chief Creative Officer Campaign, TRACK) und Götz Ulmer (Chief Creative Officer, McCann Worldgroup Germany) überprüfen mit geschultem Ohr die Kreativität der Spots. Die Audio-Experten Torsten Hennings (Studioleitung & Tonmeister, Studio Funk) und Oscar Meixner (Managing Director, Hastings Audio Network) ergänzen die multitalentiertere Runde mit ihrer Expertise im Bereich Audio. Die Kundensicht bringen Eberhard Abele (Ressortleiter Werbung und Marktforschung, Deutsches Weininstitut), Dr. med. Dr. oec. Richard Ammer (Geschäftsführender Gesellschafter, MEDICE Arzneimittel Pütter), Kirstin Brunkhorst (Head of Marketing Sparkling & Still Wines, Henkel & Co. Sektkellerei), Nicole Bürkle (Leader Branding & Campaigns, DECATHLON), Alexander Ewig (Senior Vice President Marketing & Sales, AIDA Cruises), Christian Göbel (Group Director Customer Interaction, ALDI SÜD) und Christine Wolburg (Head of Sales & Marketing, Berliner Verkehrsbetriebe) mit.

Der Radio Advertising Award wird seit 2015 von der Radiozentrale veranstaltet und durch die Sponsoren ARD MEDIA und RMS Radio Marketing Service unterstützt. Mehr Informationen zum Radio Advertising Award, zur Jury oder zum Hörer:innen-Voting gibt es auf www.radio-advertising-award.de.

Anlagen

Die angeführten Pressefotos können Sie im Pressebereich downloaden: <https://radio-advertising-award.de/presse>

- Pressefoto Dennis May (Chief Creative Officer, Publicis Group Germany)
- Logo Radio Advertising Award

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

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Sponsoren



Tel.: 030 / 325 121 63

Fax: 030 / 325 121 69

Sponsoren

RADIO | ●
ZENTRALE

ARD  MEDIA

 **RMS**

www.radio-advertising-award.de