

## **PRESSEMITTEILUNG mit Bild**

Berlin, 23.04.2021

### **Digitalradio DAB+ mit neuer Kampagne und bundesweitem Aktionszeitraum Anfang Juni**

ARD, Deutschlandradio, Privatsender und weitere Mitglieder des Vereins Digitalradio Deutschland bewerben mit einer neuen, bundesweiten Kampagne gemeinsam den digitalen Radiostandard DAB+. Vom 31. Mai bis 13. Juni stehen die vielfältigen Maßnahmen in TV und Radio sowie in Print und im Netz bundesweit unter einem neuen Motto.

#### **„Hör, was du willst, aber hör es richtig. Mit der neuen Generation Radio“**

Mit Beginn des neuen Aktionszeitraums startet auch die neue DAB+ Kampagne der ARD. Sie soll die gewachsene Bekanntheit des Digitalradios weiter steigern und insbesondere die Vorteile von DAB+ noch stärker im Bewusstsein der Hörerinnen und Hörer verankern. Im Zentrum der Kampagne steht deshalb das neue Motto „Hör, was du willst, aber hör es richtig“, das die Markenversprechen von DAB+ auf eine originell einfache und gut vermittelbare Weise neu inszeniert: „Hör, was du willst“ steht für die breite und wachsende Programmvierfalt von DAB+. Der Nachsatz „... aber hör es richtig“ betont die hohe Klang- und Empfangsqualität, die DAB+ zum Standard für das moderne Radiopublikum macht.

Die neue Kampagne setzt ganz auf Vielfalt und Humor. Sie zeigt die Verschiedenheit der Programmangebote in allen Genres, indem sie deren Gegensätze unterhaltsam in Szene setzt. Neben einem plakativen Markenversprechen bietet die Kampagne Partnern damit auch einen visuell auffälligen Markenauftritt, der durch seine Aufmerksamkeits- und Lautstärke nicht nur On-Air, sondern insbesondere auch am Point of Sale (PoS) besticht.

Zu den crossmedial eingesetzten Kampagnenelementen zwischen dem 31. Mai und 13. Juni zählen TV-Spots im Ersten und den Dritten Programmen, bundesweit ausgestrahlte Radiospots und Programmtrailer im öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk sowie neue Bildmotive zum Einsatz in Print und Online-Marketing zum Beispiel auf Social-Media-Plattformen. Schulungen für Mitarbeitende des Elektrohandels in über 1.000 Märkten sowie Regalbranding im PoS-Markendesign von DAB+ runden die Multichannel-Kommunikation ab.

Zweimal im Jahr setzen die Mitglieder des Vereins Digitalradio Deutschland in Aktionszeiträumen mit ihrer gemeinsamen Kampagne ein Signal für den digital-terrestrischen Radiostandard. Anfang September folgt zudem ein Hörfunk-

Thementag zu DAB+ bei ARD und Deutschlandradio. Für die zweite Kampagnenwelle zum Weihnachtsgeschäft zwischen dem 22. November und 5. Dezember sind weitere, breit angelegte Aktivitäten in Planung.

### **Kampagne steht für steigende Beliebtheit von DAB+**

Die aktuelle Kampagne setzt auf die stetig steigende Beliebtheit von DAB+. In einem Viertel aller Haushalte steht inzwischen ein DAB+ Gerät. Rund 1,83 Mio. handelsübliche DAB+ Radios wurden laut gfu 2020 in Deutschland verkauft; über 17 Mio. sind in den Haushalten bereits im Gebrauch.

Wegen des wachsenden Programmangebots entscheiden sich immer mehr Menschen für DAB+. Es gibt über 270 regional unterschiedlich ausgestrahlte Programme öffentlich-rechtlicher und privater Anbieter, 70 davon erreichen Hörerinnen und Hörer exklusiv über DAB+ und IP. Bis zu 29 werden zum Sommer im gesamten Bundesgebiet ausgestrahlt.

### **DAB+ Radiopionier Deutschlandradio**

Deutschlandradio ergänzt die gemeinsamen bundesweiten Aktivitäten im Juni mit regionalen DAB+ Kampagnen, die zum Wechsel von UKW auf DAB+ aufrufen. Als erster öffentlich-rechtlicher Sender hat Deutschlandradio in den letzten Jahren begonnen, in ausgewählten Regionen eine rein digitale Programmverbreitung zu realisieren. Mit der Umstellung in weiteren Regionen setzt Deutschlandradio diesen Weg weiter fort und unterstreicht seinen Ruf als DAB+ Pionier.

### **Alle Vorteile auf dabplus.de**

Wichtige Informationen zu DAB+ bietet das gemeinsame Internetportal dabplus.de. Postleitzahlengenau zeigt die Empfangsprognose, welche Programme am jeweiligen Standort zur Verfügung stehen. Programmkarten beschreiben Stil und Inhalte der Radiosender. Monatlich informiert der kostenlose DAB+ Newsletter über aktuelle Entwicklungen beim digitalen Radiostandard. Das von der ARD-Koordination entwickelte DAB+ Markendesign sowie weitere Inhalte und Informationen sind ebenfalls unter [www.dabplus.de/downloads](http://www.dabplus.de/downloads) kostenlos abrufbar.

### Anhang: Motiv DAB+ Kampagne Sommer 2021

###

**Über DAB+:** Digitalradio DAB+ ist der überall frei empfangbare Radiostandard von heute, der die analoge Frequenzknappheit beendet. DAB+ folgt auf UKW und verbindet den klassischen Radioempfang ohne Internetkosten mit der Vielfalt digitaler Programmangebote. Alle öffentlich-rechtlichen und immer mehr private Radiosender strahlen Programme über DAB+ aus, wobei die Zahl der Angebote, die nur über DAB+ verfügbar ist, ständig wächst. Nach Beschluss von Bund und Ländern wurde das Geräteangebot ab dem 21.12.2020 auf Digitalradio umgestellt. Das gilt für Neufahrzeuge und handelsübliche Radios. Das Gesetz kann Verbraucher vor



falschen Kaufentscheidungen schützen und die Marktdurchdringung mit DAB+ Geräten fördern. Alle DAB+ Radios haben UKW inklusive.

**Über uns:** Das Digitalradio Büro Deutschland mit Sitz in Berlin ist eine Gemeinschaftsinitiative des Vereins Digitalradio Deutschland, also ARD, Deutschlandradio, privaten Radioveranstaltern, Geräteherstellern und Netzbetreibern, die sich zum Ziel gesetzt haben, Digitalradio DAB+ in Deutschland zu etablieren. Das Digitalradio Büro informiert die Öffentlichkeit über die Möglichkeiten und die Einführung von DAB+ in Deutschland. Der Zugang zum Digitalradio Deutschland e.V. steht allen Marktteilnehmern offen, die sich für DAB+ engagieren. Weitere Informationen zu DAB+ und zum neuen DAB+ Store unter [dabplus.de](http://dabplus.de).

Kontakt für Medienvertreter:  
Carsten Zorger  
Digitalradio Büro Deutschland  
[presse@dabplus.de](mailto:presse@dabplus.de)