

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 07.10.2022

DAB+ im Herbst: Neue Kampagne zum digitalen Radiostandard

Vom 14. November bis 4. Dezember steht DAB+ ganz im Mittelpunkt des Marketings der Mitglieder des Vereins Digitalradio Deutschland: Drei Wochen lang informieren ARD, Deutschlandradio, private Programmanbieter, Hersteller und weitere Mitglieder crossmedial zum digitalen Radiostandard und seinen vielen Vorteilen.

„Wer fühlen will, muss hören“: neue Kampagne

Mit der Aktionszeit startet auch der Launch einer neuen crossmedial angelegten Kommunikationskampagne. Der Kampagnenclaim „Wer fühlen will, muss hören.“ bringt auf den Punkt, worum es geht: um den emotionalen Wert des Mediums Radio und um unvergessliche Hör-Momente. Das Plus des DAB+ Logos spielt in den Kampagnenelementen visuell eine wichtige Rolle und verdeutlicht das „mehr“ an Programmvielfalt, Hörgenuss und Qualität. Schlagworte wie „Leidenschaft +“, „Momente+“ oder „Zuhause+“ verstärken die emotionale Botschaft.

Den Auftakt der neuen Kampagne bilden neue TV-Spots, die im Programm von „Das Erste“ sowie in den Dritten Programm der ARD zu sehen sein werden. Ein weiteres wichtiges Kampagnenelement stellen darüber hinaus die Radiospots dar, die ebenfalls mit dem Start der Aktionszeit in den Hörfunkprogrammen der ARD und der Privaten zum Einsatz kommen.

Schulungen für Mitarbeitende des Elektrohandels in über 2.200 Märkten sowie Regalbranding im PoS-Markendesign von DAB+ runden die herbstliche Multichannel-Kommunikation inklusiver breit angelegter Social-Media-Aktivitäten ab.

In einer zweiten Welle werden im kommenden Jahr Bildmotive für den Print- und Onlineeinsatz eingeführt.

Mehr Geräte, mehr Nutzung

Die Aktionszeit greift die starke Wachstumsdynamik von DAB+ auf, die zuletzt die „Audio Trends 2022 - Digitalisierungsbericht der Medienanstalten“ für den digitalen Rundfunkstandard ausgewiesen haben: 33,5 Prozent der Deutschen haben Zugang zu DAB+ Radioempfang; das sind über 2,1 Millionen Menschen mehr als im Vorjahr. Die Anzahl der DAB+ Geräte zu Hause und im Auto liegt bei mittlerweile rund 23,8 Millionen; der Zuwachs beträgt absolut rund 2,2 Millionen Geräte im Vergleich zum Vorjahr.



Die ma 2022 Audio II belegt den hohen Anteil der Nutzung von DAB+: Im Weitesten Hörerkreis erreicht digitales Antennenradio mittlerweile eine Reichweite von 27,0 Prozent (Hörer ab 14 Jahre, ma 2022 Audio I: 24,5 Prozent). Im Vorjahr lag der Anteil noch bei knapp über 20 Prozent. Das entspricht einem relativen Wachstum von 30 Prozent innerhalb eines Jahres.

DAB+ für alle, alle für DAB+

Zweimal im Jahr setzen die Mitglieder des Vereins Digitalradio Deutschland in Aktionszeiten ein gemeinsames Signal für den digital-terrestrischen Radiostandard. Darüber hinaus werden Maßnahmen zur Bewerbung von DAB+ ganzjährig von allen Marktpartnern durchgeführt, bei privaten Anbietern z.B. in durchgängig eingesetzten Radiospots. Die gemeinsame Botschaft lautet: DAB+ ist für den Hörfunk von zentraler Bedeutung. Das gemeinsame Ziel ist es, die Nutzung digitaler Radioprogramme und die Geräteverbreitung in Haushalten und Fahrzeugen zu steigern.

Alle Vorteile auf dabplus.de

Wichtige Informationen zu DAB+ bietet das Internetportal www.dabplus.de. Postleitzahlengenau zeigt die Empfangsprognose, welche Programme am jeweiligen Standort zur Verfügung stehen. Programmkarten beschreiben Stil und Inhalte der Radiosender. Umfangreiche Datenbanken zu Geräten, Herstellern und Fachhändlern erleichtern die Suche nach einem passenden Radio. Für den Handel ist das DAB+ Markendesign unter www.dabplus.de/downloads kostenlos abrufbar.

###

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+ unter dabplus.de.

Kontakt für Medienvertreter:
Carsten Zorger
Digitalradio Büro Deutschland
presse@dabplus.de
www.dabplus.de/news