

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 22.05.2017

Neue DAB+ Kampagne und Markenführung: Digitalradio Verein Deutschland zieht äußerst positive Bilanz

Mit enormen Gesamtreichweiten in TV, Radio und im Netz ist die am 2. Mai gestartete und breit angelegte neue crossmediale DAB+ Marketing-Kampagne unter dem Motto „So klar, als wär ich da“ zu Ende gegangen. Absender waren Mitglieder des Digitalradio Vereins Deutschland, also ARD, Deutschlandradio und private Radioveranstalter. Die Kampagne ist die bisher reichweitenstärkste seit der Einführung von DAB+ vor sechs Jahren – so die positive Bilanz des Vereins. Die ARD hatte im Auftrag des Vereins die Gestaltungselemente entwickelt.

Kampagne: TV, Radio und Netz

Die Kampagne stellt das Hörerlebnis im Radio in den Mittelpunkt. Sie greift typische Hörsituationen auf und unterstreicht die Freude am Radiohören. Der Claim „So klar, als wär ich da“ betont zentrale Vorteile von DAB+: die regionale Programmviefalt und der klare, digitale Klang.

Der neue TV-Trailer wurde im Ersten und in den Dritten Programmen sowie online auf den Webseiten der Programmanbieter präsentiert. Vielfältige Hörfunkspots und deren Adaptionen wurden auf Werbe- und Trailerplätzen bei den ARD-Landesrundfunkanstalten sowie im Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Kultur und auf Deutschlandfunk Nova eingesetzt. Auch private Anbieter wie Absolut Relax, ENERGY, Schwarzwaldradio und sunshine live stützten die Kampagne mit einer Übernahme oder Adaption der Spot-Motive im Radio und mit Bildmotiven auf ihren Webseiten. Flankiert wurde die gemeinsame Kampagnenphase von Aktivitäten im Netz und auf Social Media Kanälen.

Anfang Mai ging ebenfalls die Kampagnenseite www.dabplus.de online, auf der der TV-Trailer zu sehen ist. Sie bietet einen Überblick über die Vorteile von DAB+ und leitet weiter auf www.digitalradio.de, wo wie bisher eine DAB+ Geräteübersicht, Ausstattungsvarianten für das Auto sowie die aktuelle Empfangsprognose aufrufbar sind.

Markenführung: Hersteller und Handel eingebunden

Mit der Kampagne wurde auch ein neuer Markenauftritt eingeführt. Die neu geschaffene, ikonographische Wort-Bild-Marke in Form eines Radios erklärt zusammen mit dem Claim „Mehr Radio“ universell verständlich und einfach erkennbar, wofür der technische Standard DAB+ steht.

Die Akzeptanz von Handel, Herstellern und Branchenverbänden ist hoch: Die im Verein vertretenen Hersteller Technisat, Dual und Pure sowie weitere Produzenten haben angekündigt, das neue Logo ab der diesjährigen IFA auf Produktverpackungen und in der Endkundenkommunikation zu übernehmen. DAB+ erhält im Fachhandel ein frisches,



modernes Gesicht: Mit neu gestalteten Werbe- und Infomaterialien laufen Schulungsmaßnahmen im Einzelhandel, um am Point of Sale Kundinnen und Kunden optimal zu beraten.

Die im Verein vertretenen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmanbieter nutzen die neue Markenführung in On Air, Off Air und Online-Aktivitäten zu DAB+.

Drei Aktionszeiträume in 2017

In diesem Jahr sind zwei weitere Aktionszeiträume für DAB+ fest vereinbart: Vor der IFA und zum Weihnachtsgeschäft wollen die Marktteilnehmer erneut ihre Reichweiten bündeln und für das digital-terrestrische Radio werben. Dann werden die vorgestellten Kampagnenmotive erneut aufgegriffen.

Mit ihrer Initiative setzen die Vereinsmitglieder das gemeinsame Signal, dass der digital-terrestrische Radiostandard DAB+ für die Zukunft des Hörfunks von zentraler Bedeutung ist. Fast 57 Millionen Hörerinnen und Hörer schalten deutschlandweit täglich das Radio ein, was rund 78 Prozent der Bevölkerung entspricht. Das nationale DAB+ Angebot ist inzwischen auf 96 Prozent der Fläche verfügbar und jeder siebte Einwohner über 14 Jahren hört DAB+ Radio. Über 21 Prozent der Neufahrzeuge verfügen bereits über ein DAB+ Autoradio.

Download für alle Marktteilnehmer

Die Elemente des neuen Markenauftritts werden Rundfunkanbietern, Herstellern und Handel zur eigenen Bewerbung von DAB+ zur Verfügung gestellt:

www.digitalradio.de/index.php/de/haendlerbereich .

Über uns: Das Digitalradio Büro Deutschland mit Sitz in Berlin ist eine Gemeinschaftsinitiative des Digitalradio Vereins, 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 Digitalradio in Deutschland. Weitere Informationen unter: dabplus.de

###

Kontakt Presse/Medien:
Digitalradio Büro Deutschland
Tel.: +49 30 8503 6841
presse@digitalradio.de