

Volle Werbekraft

Die Macht des gesprochenen Wortes ist ungebrochen, darum hat Radiowerbung heutzutage einen festen Stellenwert in der Werbung.

Den richtigen Spot am richtigen Ort

Mit diesem kleinen Leporello möchten wir Ihnen eine Entscheidungsgrundlage geben. Im richtigen Mediamix können Radiospots das Kosten-Nutzen Verhältnis einer Kampagne entscheidend verbessern.

Ein Layout Spot schon für die Präsentation beim Kunden!

Innert kürzester Frist produzieren wir Ihnen ein Layout auf Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch. Damit Ihr Kunde sofort weiss, wovon Sie sprechen.

Wir beraten Sie natürlich umfassend in allen Bereichen. Beginnend bei der Textkonzeption, der Wahl der Stimmen, der akustischen Umsetzung bis hin zum richtigen Einsatz bei den Radiosendern selbst.

Wir freuen uns auf eine kreative Zusammenarbeit!

Dänu Extrem - Producer
dexmusic.ch

Einige preisgekrönte Radiospots hören Sie auf:

www.dexmusic.ch/radio.html

dexmusic.ch
elsaesserstrasse 42
4056 basel
info@dexmusic.ch
076 365 55 82

Fernsehen braucht Radio - der Mediamix

Das richtige Zusammenspiel des Radios mit anderen Medien ist entscheidend. Erwartungsgemäss werden Spots aus Mix-Kampagnen besser erinnert als Spots aus reinen Radiokampagnen.

Zu diesem Fazit führte auch die von "media perspektive" veröffentlichte Analyse der Werbewirkung von Radio/TV-Mixkampagnen. Über Fernsehen können Markenbilder und Markenwelten geschaffen werden,

Radio aktiviert die Markennamen und setzt den entscheidenden Kaufimpuls:

Die über Radio erreichten Konsumenten zeichnen für 90 Prozent des Verwendungszuwachses der einzelnen Marken verantwortlich.

Im Radio darf man ruhig Gefühl zeigen.

Emotionale Spots werden besser erinnert als informative! Das korrespondiert mit dem positiven Effekt spannender Musik. Übrigens müssen Spots „seriöser“ Branchen nicht zwangsläufig stocknüchtern sein. Auch Spots von Versicherungen und Banken können emotional und damit erfolgreich sein.

Mit verschiedenen Motiven gegen die Langeweile.

Eine Kampagne sollte aus verschiedenen Spotmotiven bestehen. Die Motive müssen aus einem Guss sein, d.h. der Hörer muss sie sofort identifizieren und der Marke zuordnen können. Am Besten gelingt dies durch einen einheitlichen Rahmen; ein Sound-Logo, eine typische Machart, ein Testimonial usw.

Auf Ohrwürmer kann man vertrauen.

Der Einsatz von Musik ist nicht zwingend. Ein erfolgreicher Spot kann mit Musik arbeiten, sich aber auch allein auf Sprache beschränken. Hat man sich einmal für Musik entschieden, dann lohnt es, auf etwas Bekanntes zurückzugreifen. Radiowerbung braucht keine Knall-effekte, um erfolgreich zu sein. Unterm Strich werden Spots mit ruhigen Pausen sogar eher besser erinnert.

Prominente sorgen für Aufmerksamkeit.

Kampagnen mit Testimonials von Promis werden deutlich besser erinnert. Die Bewertung der Promi-Spots hängt aber in starkem Maße von der Einstellung zu dem jeweiligen Star ab und polarisieren sehr stark. Die Bewertung des Spots fällt dann bei Fans und Gegnern sehr unterschiedlich aus.

Dialekt ist ein Stilmittel, das Sympathien weckt.

Spots in Mundart werden im Durchschnitt besser bewertet als solche in Hochdeutsch.

Je länger, desto besser.

Neben den gestalterischen Faktoren spielen selbstverständlich die formalen Merkmale eines Spots eine entscheidende Rolle für seinen Erfolg. Dies gilt insbesondere für den Media-Mix, die Anzahl der Schaltungen und die Spotlänge. Spots ab 20 Sekunden werden nicht nur besser erinnert sie gefallen auch besser! Offensichtlich wird einem Spot allein aufgrund seiner Dauer Bedeutung zugeschrieben.

(Quelle ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, Werbe- und Marktforschung)

Nützliche Links

<http://www.dexmusic.ch>

Ihr Partner für kreative Radiospots

<http://www.vps-asp.ch>

Verband professioneller Sprecher/innen

<http://www.ipm.ch>

Vermittlung privater Radiosender in der Schweiz

<http://www.spotpromotion.ch>

Vermittlung privater Radiosender in der Schweiz

<http://www.wemf.ch>

AG für Werbemedienforschung

<http://www.mediapulse.ch>

der ehemalige SRG Forschungsdienst