

Das Werbewunder Radio ist unüberhörbar sicher â€“ BILD

ID: LCG22265 | 06.07.2022 | Kunde: WERBE WUNDER RADIO | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Werner Bühringer vertont das unschlagbare Argument für das Medium Radio und gewinnt den diesjährigen Bewerb. Höchste Einreichquote seit Beginn der Wettbewerbsinitiative.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Bereits zum 15. Mal luden Creativ Club Austria, Marx Tonkombinat Arbeitergasse, ORF-Enterprise und RMS Austria zum Wettbewerb „Werbewunder Radio“. Radiowerbung für Radiowerbung: die größte B2B-Kampagne für das Medium Radio im Medium Radio. Das Alterslimit von 30 Jahren ist mit diesem Jahr erstmals gefallen. Die Entscheidung, allen Kreativen die Chance auf eine unüberhörbare, prägnante und charmante Message für das stark genutzte Medium zu geben, erweist sich als durchschlagender Erfolg: Mit 41 Einreichungen verzeichnet das „Werbewunder Radio“ einen historischen Teilnahmerecord in seiner 15-jährigen Geschichte. In einem mehrstufigen Auswahlverfahren konnte sich **Werner Bühringer** durchsetzen und die Jury mit seinem Konzept überzeugen. Ein Déjà-vu: Der freie Texter hatte bereits die allererste Auflage des Wettbewerbs im Jahr 2007 gewonnen.

„Aufgrund der hohen Einreichzahl fiel die Dichte an Finalistinnen und Finalisten entsprechend höher aus und damit auch die Vielfalt der kreativen Einreichungen. In der diesjährigen B2B-Kampagne zum ‚Werbewunder Radio‘ stand das schlagende Argument der absoluten Umfeldsicherheit im Fokus, die für Marken unerlässlich ist. Als Feel-Good-Medium bietet Radio neben verlässlichen Reichweiten und zunehmenden Verbreitungswegen kuratierte Inhalte, auf die Werbetreibende vertrauen können. Die fundierten Nachrichten genießen die Aufmerksamkeit und das Vertrauen der Hörserschaft und liefern keine verstörenden Bilder, sondern geprüften Qualitätsjournalismus. Sie erklären und schaffen Nähe zu den Hörerinnen und Hörern“, so die Initiatoren.

„Das diesjährige Gewinnerkonzept von **Werner Bühlinger** schafft es, das komplexe Thema Brand Safety in einer richtig unterhaltsamen und kreativen Umsetzung an den Mann und die Frau zu bringen. Überzeugt haben sowohl das Format der Serie und die gewitzte Sprache der Spots. Für mich ein wirklich verdienter, klarer Sieg, der das ‚Werbewunder Radio‘ auf ein neues Level hebt und beweist, dass komplexe Themen auch richtig Spaß machen können“, so Jurymitglied **Katharina Maun** (Dodo, Creativ Club Austria).

Mit Sternzeichen, Ibiza, Mücken und Elefanten zum unüberhörbaren Ruhm

In der ersten Runde waren Kreative eingeladen, den Begriff Brand Safety zu erklären. Die besten Einreichungen wurden von der Jury im zweiten Schritt eingeladen, die diesjährige „Werbewunder Radio“-Kampagne zu gestalten und ein sendefähiges Konzept zu entwickeln, das in den Sommermonaten in den öffentlich-rechtlichen und privaten Radios zu hören sein wird.

„Eine knifflige Aufgabe, diesen neuen und doch etwas erklärungsbedürftigen Aspekt von Radiowerbung in unterhaltsame Storytelling-Spots zu verpacken. In sieben Spots erfährt das Publikum, insbesondere die relevante Zielgruppe der Werbetreibenden, so gut wie alles über das Thema Umfeldsicherheit. Und nebenbei sogar noch mehr. Denn das ‚Werbewunder Radio‘ ist schließlich kein One-Hit-Wonder, sondern hat mehr als nur einen Vorteil zu bieten. Und wer wüsste mehr über die Stärken des Radios zu berichten als das Radio selbst. So spricht das ‚Werbewunder Radio‘ diesjährig das erste Mal direkt zu uns und über Sternzeichen, Mücken und Elefanten, Ibiza und was das alles mit Brand Safety zu tun hat. Wie das klingt? Angenehm weiblich!“, kommentiert **Werner Bühringer** sein unkonventionelles und pointiert-witziges Siegerkonzept.

Die Jury setzte sich aus **Joachim Feher** und **Doris Ragetté** (RMS Austria), **Oliver Böhm** und **Christian Forster** (ORF-Enterprise), **Clemens Marx** (Marx Tonkombinat Arbeitergasse), den Creativ-Club-Austria-Mitgliedern **Katharina Maun** (Dodo) und **Edmund Hochleitner**, Creativ-Club-Austria-Vizepräsident **Patrik Partl** (Brokkoli) und Creativ-Club-Austria-Präsident **Andreas Spielvogel** (DDB Wien) zusammen.

Die Produktionskosten übernehmen Marx Tonkombinat Arbeitergasse, ORF-Enterprise und RMS Austria, um den Spot on air zu bringen und im Radio für das Radio zu werben.

Bühringer darf sich über den Förderpreis in Höhe von 10.000 Euro freuen. Alle anderen Finalisten erhalten ein Anerkennungshonorar von jeweils 500 Euro.

Weitere Informationen zum „Werbewunder Radio“ auf werbewunderradio.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](https://www.leisure.at) (Schluss)