

## **And the winner is: Radio Adwards 2019 verliehen**

### **Beste Radiowerbespots in Mitteldeutschland**

Mit der Verleihung der Radio Adward 2019 im Erfurter Kaisersaal fand am Abend das diesjährige MDRW MEDIA UPDATE seinen krönenden Abschluss. Radiowerbespots der AOK Plus, des Bahnunternehmens Abellio und des Zoo Leipzig wurden in den drei ausgelobten Kategorien ausgezeichnet. Die MDR-Werbung GmbH hatte den Radio Adward zum zweiten Mal ausgelobt. Eine unabhängige Jury hatte die Siegerspots ausgewählt, die alle 2018 in privaten oder öffentlich-rechtlichen Sendern in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen gelaufen sind. Zuvor hatten sich die rund 200 Gäste aus Medien, Agenturen und Unternehmen beim 11. MDRW MEDIA UPDATE mit den aktuellen Trends der Audiowerbung, durch Digitalisierung und geändertes Konsumentenverhalten befasst. Die Impulse setzten namhafte Expertinnen und Experten. [www.radioadward.de](http://www.radioadward.de)

„Starke Marken brauchen starke Botschaften und eine starke Außendarstellung. Hierfür ist und bleibt Audio der richtige Ort. Ich freue mich, dass es in Mitteldeutschland so kreative Radiowerbespots gibt“, gratulierte Frank Möhrer, Geschäftsführer der MDR-Werbung GmbH, den Gewinnern der Radio Adward 2019.

Neun Radiowerbespots waren in den drei Kategorien des Radio Adward nominiert. Der Spot der AOK Plus „Hunger oder Kummer“ (Agentur Mindbox - produziert von EOR Mediastudio), gewann die Kategorie „Der Kreative“. Damit konnte die AOK Plus hier erneut genauso punkten, wie das Bahnunternehmen Abellio (Agentur und Produzent GALOMA werbung) in der Kategorie „Der Mitteldeutsche“ mit dem Spot „Zoff ums Auto“. Zum zweiten Mal nominiert, aber zum ersten Mal auf das Siegereppchen kam der Zoo Leipzig mit dem Spot „Orang Utan“ in der Kategorie „Der Umsatztreiber“ (Agentur HeymannBrandt, Produzent Studio Funk).

Die jeweiligen Unternehmen, Agenturen und Produktionsstudios erhielten die begehrte Trophäe, die Einreicher jeweils 1.000 Euro. Durch die Festveranstaltung führte die bekannte Thüringer Moderatorin und Gewinnerin des Deutschen Radiopreises, Sina Peschke.

Bei der Fachkonferenz MDRW MEDIA UPDATE hatte Marie-Luise Weiß, Marketingreferentin der Radiozentrale, zuvor aktuelle Daten und Fakten zu den Hörern und deren Nutzungsverhalten präsentiert. Alexander Wodrich von „why do birds“ legte die Bedeutung von Klang als strategisches Marketinginstrument dar, um Marken zu positionieren, sie wiedererkennbar zu machen und vom Wettbewerb zu differenzieren.

Wie die Sprachassistenten Siri, Alexa oder der Google Assistent Radiogewohnheiten und damit auch das Marketing verändern, war Inhalt des Vortrags von Juliane Paperlein von der HORIZONT. Der Trendforscher David Baum (Trendone) setzte sich mit dem Konsumenten der Zukunft auseinander. Dabei ging es um Prioritäten, Vorlieben und Gewohnheiten und die Frage, wie sich die Branche darauf einstellen kann.

Seelenlose Botschaften in oftmals falschen Medien sind laut Mediaexperten Thomas Koch oft das Ergebnis, wenn hervorragende Media-Pläne und innovative Kreationen nicht Hand in Hand gehen. Er plädierte in seinem Vortrag für eine starke Kooperation beider Seiten für erfolgreiche Kampagnen.

Was Marketing aus der Tierwelt lernen kann, zeigte Andreas Rodefild, Marketingleiter des Zoo Leipzig, in seinem humorvollen Beitrag „Von Nüssen und Eichhörnchen“. Er beleuchtete



die besonderen Herausforderungen für die Marke Zoo Leipzig und skizzierte die Bedeutung von Radiospots in der Marketing- und Werbestrategie.

Mehr zum Radio Adward 2019 und MDRW Media update unter [www.mdr-werbung.de](http://www.mdr-werbung.de)

Kontakt:  
MDR-Werbung GmbH / Nicole Tuchard-Schmidt  
nicole.tuchard-schmidt@mdr.de  
Tel. 0361 218-1133