BRmedia

aus marke 41 das marketingjournal

… ein Sonderdruck im Auftrag der BRmedia

Starke Marken in einem starken Medium

Universum Radio

Branding

Targeting

Selling

www.br-media.de

Neue cases 2015!

Markenmacher und Werbungtreibende über ihren Erfolg mit Radiowerbung und ihre Erfahrungen mit der BRmedia.

Universum Radio:
So spannend können Erfolgsgeschichten sein

In der Medien- und Kommunikationsbranche gilt die Plattform inzwischen als Benchmark für glaubwürdiges Best-Practice-Marketing: Im Universum Radio lässt die BRmedia begeisterte Kunden zu Wort kommen – im Rahmen von professionell produzierten und unterhaltsam inszenierten Bewegtbild-Interviews. Nun schreibt der Werbezeitenvermarkter des Bayerischen Rundfunks die Erfolgsgeschichte von Universum Radio fort und erweitert die multimediale Plattform um neue Beispiele erfolgreicher BR-Kunden.

FLORIAN ALLGAYER,
Geschäftsführer
Allgayer Media GmbH.

Nach der Ausstrahlung der Radiospots lässt sich an den Absatzzahlen gut ablesen, inwieweit neue Kunden dazugewonnen werden konnten – „und meistens stellen wir fest, dass uns dies gelungen ist“, sagt Friedbert Förster. Der Prokurist der Ludwig Stocker Hofpfisterei in München setzt seit Jahren auf Radiowerbung im Bayerischen Rundfunk. Denn, so Förster: Die Zielgruppen im BR-Hörfunk sind auch die Zielgruppen der Hofpfisterei. „Insofern ist der Bayerische Rundfunk für die Hofpfisterei der ideale Partner, um eine optimale Zielgruppenansprache zu erreichen.“

Die Hofpfisterei ist – das belegen diese Statements – von Radiowerbung überzeugt. Das Familienunternehmen, ein Pionier bei der ökologischen Brotherstellung, ist einer von vielen begeisterten Kunden der BRmedia, 100-prozentige Tochter und Werbezeitenvermarkter TV und Radio des Bayerischen Rundfunks. Zu sehen und zu hören sind die Bekenntnisse zum Medium Radio und zum BR-Hörfunk in Universum Radio. Die multimediale Plattform, von der BRmedia im vergangenen Jahr gelauncht, ist also eine eindrucksvolle Gattungskampagne für Radio, aber auch ein hoch wirksames Vermarktungsinstrument für den BR-Vermarkter.

Beste Erfahrungen mit dem Medium Radio

Zu den 20 Kunden, die bereits im Universum Radio mit spannenden, kurzweilig inszenierten Filmen vertreten sind – darunter Best-Practice-Beispiele von Subway, Erdinger

Fotos: Ludwig Stocker/Hofpfisterei GmbH, Unternehmen

RADIO ÜBERZEUGT „Der Bayerische Rundfunk ist für die Hofpfisterei der ideale Partner, um eine optimale Zielgruppenansprache zu erreichen“, sagt Friedbert Förster, Hofpfisterei München.

„Interesse und Wertschätzung für den Kunden“

3 Fragen an Michael Walter, Verkaufsleiter BRmedia

Herr Walter, wie ist die BRmedia auf den Namen Universum Radio gekommen?
Den Namen haben wir gemeinsam mit unserer Agentur Kay Krüger Kommunikation entwickelt. Der Gedanke dahinter: Radio ist wie ein leuchtender Media-Fixstern, um den die Planeten im Gravitationsfeld der Werbewirkung kreisen. Die Planeten stehen für die unterschiedlichen Wirkungshebel, die das Medium Radio bedient: Hörfunk kann Bekanntheit und Image für eine Marke aufbauen. Radiowerbung spricht zudem Hörer zielgruppengenau an. Und Radiospots können im richtigen Umfeld und zum

Hörfunk kann Bekanntheit und Image für eine Marke aufbauen.

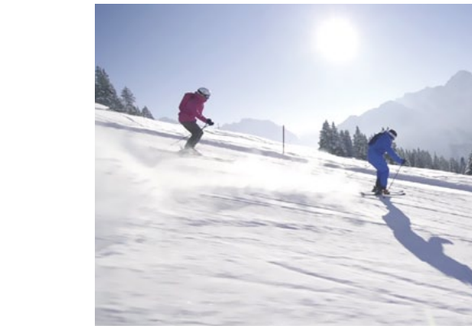
richtigen Zeitpunkt durch die Aktivierung von Käuferzielgruppen ganz starke Abverkaufsimpulse setzen.

Die Plattform Universum Radio sorgt branchenweit für Gesprächsstoff und gilt als Musterbeispiel für multimediales Best-Practice-Marketing. Verraten Sie uns: Wie konnten Sie so viele Kunden als Testimonials gewinnen?
Die Besuche der BRmedia inklusive Kamerateam im Kundenunternehmen empfinden die Kunden als sehr positiv, so unsere Erfahrung. Wir sprechen mit den Kunden vor Ort, erstellen hochwertige Genre-Portraits im Film, diskutieren die Dramaturgie der Spots und vermitteln damit den Gastgebern, dass wir uns intensiv in ihr individuelles Business eindenken. Die Kunden betrachten all dies als Interesse und Wertschätzung – und als Intensivierung des Vertrauensverhältnisses mit der BRmedia.

Und die befragten Kunden haben als Anerkennung für ihre Teilnahme die Möglichkeit, ihr Unternehmen und ihr Angebot persönlich den Hörern des BR vorzustellen.
Richtig. Mit der Online-Plattform Universum Radio haben wir eine Gattungskampagne in den Hörfunkprogrammen des Bayerischen Rundfunks verknüpft. Dabei treten die mitwirkenden Kunden unter dem Slogan „Starke Marken in einem starken Medium“ in jeweils 30- bis 60-sekündigen Radio-Spots auf und haben die Möglichkeit, den Hörern in glaubwürdiger Weise ihr jeweiliges Angebot, ihr Unternehmen, ihre Marke vorzustellen.

Radiowerbung spricht zudem Hörer zielgruppengenau an.

Dass wir mit unserem absoluten Premium-Anspruch an die Produktionsqualität der Filme richtig liegen, bekommen wir immer wieder bestätigt: Seitens der Kunden wird immer häufiger der Wunsch an die BRmedia herangetragen, die professionell produzierten Bewegtbild-Unternehmensportraits auch fürs eigene Marketing zu verwenden.



DIE TOURISMUSVERBÄNDE OBERSTDORF UND KLEINWALSERTAL berichten von ihren Erfahrungen mit dem Werbemedium Radio. Links: Jörn Homburg, Leiter Marketing Fellhornbahn, beim Interview für Universum Radio.

Weißbräu, Baur Versand sowie von großen Möbelhäusern, Messeveranstaltern und Tourismus-Verbänden in Bayern und Österreich –, gesellen sich nun sechs neue Cases: Neben der Hofpfisterei berichten in der aktuellen Version von Universum Radio auch die Marketingverantwortlichen von Möbel Höffner, Schuhbecks teatro, den Tourismusverbänden Oberstdorf und Kleinwalsertal sowie des Rosenheimer Herbstfestes von ihren Erfahrungen mit dem Werbemedium Radio und unterstreichen die Wirksamkeit ihrer Kampagnen in den Radioumfeldern des Bayerischen Rundfunks.

Radiowerbung im Bayerischen Rundfunk, so der Tenor der Kunden, schafft Bekanntheit und Vertrauen für eine Marke und setzt zielgruppengenaue Abverkaufsimpulse.

Universum Radio macht Kundenerfolg erlebbar

Radiowerbung im Bayerischen Rundfunk, so der Tenor der Kunden, schafft Bekanntheit und Vertrauen für eine Marke und baut Markenimage nachhaltig auf. Ebenso spricht Radio die Hörer zielgruppengenau an, platziert Werbebotschaften streuverlustarm und ermöglicht somit eine effiziente Platzierung von Werbekampagnen. Radiowerbung ist zudem prädestiniert, gezielte Abverkaufsimpulse zu setzen – weil das Medium Käuferzielgruppen wirksam aktiviert. „Ohne Radio würde ein wesentliches

HERBSTFEST ROSENHEIM Seit fast 40 Jahren ist Medienberater Franz Knarr Sprecher der Herbstfest-Hörfunkspots.

Element in unserer Kommunikation fehlen“, betont Roger Tosetto, Hausleiter Möbel Höffner München, „wir werben auf Bayern 3, weil dieser Sender zu fast 100 Prozent unserer Zielgruppe entspricht.“

Erfolgsbeispiele im Bewegtbild

Verantwortlich für die Gesamtumsetzung von Universum Radio – unter anderem für Konzept, Film, Schnitt, Regie, Online-Programmierung und Anzeigengestaltung – ist die BRmedia-Hausagentur Kay Krüger Kommunikation in München. Alle Erfolgsbeispiele im Universum Radio sind in Bewegtbild, Wort und Ton auf www.br-media.de erlebbar. Neben Infos zu den Kundenunternehmen und deren Kampagnenzielen kann der Nutzer die Radiospots der Werbekunden hören sowie – als Hauptelement – das auf der Case-Seite eingebettete Video mit den Kundeninterviews und Bewegtbild-Aufnahmen aus der Markenwelt des Unternehmens abrufen.

Die Ansprüche an die Produktion des Bewegtbild- und Audio-Contents von Universum Radio sind hoch: Jeder der teilnehmenden Kunden – Firmeninhaber, Geschäftsführer, Marketingleiter, Agenturverantwortliche – wird von einem mehrköpfigen Film- und Redaktionsteam der BRmedia und ihrer Agentur vor Ort besucht, um die Interviews plus Bild- und Tonaufnahmen zu erstellen. Das Ergebnis sind Cases in Premium-Qualität, mit denen der BR-Vermarkter einerseits die bestehenden

SCHUHBECKS TEATRO Einer von sechs neuen Cases in der aktuellen Version von Universum Radio.

MÖBEL HÖFFNER „Ohne Radio würde ein wesentliches Element in unserer Kommunikation fehlen“, betont Roger Tosetto (oben), Hausleiter Möbel Höffner München.

Kunden loyalisiert, andererseits aber auch bei potenziellen Kunden einen „Me-too-Effekt“ erzeugt.

Multimediales Best-Practice-Marketing

Ein Effekt, von dem der Vertrieb der BRmedia unmittelbar profitiert. Denn gerade in Neukundengesprächen sind erfolgreiche Kampagnenbeispiele ein wichtiges Argument, und mithilfe von Universum Radio konnte die BRmedia bereits erreichen, dass zahlreiche Kunden, die Hörfunk bislang noch nicht oder nur wenig eingesetzt haben, ihre Mediastrategie überdacht haben. Eine wichtige Nebenwirkung – und eine Verlängerung des Effekts von Universum Radio: Viele Kunden, die bei Universum Radio mit einem Case vertreten sind, fragen bei der BRmedia an, die professionell produzierten Bewegtbild-Unternehmensportraits auch fürs eigene Marketing verwenden zu können.

In der Medien- und Kommunikationsbranche gilt die Plattform jedenfalls als Benchmark für multimediales Best-Practice-Marketing. Denn mit ihrem Auftritt im Universum Radio geben die befragten Kunden auf höchst glaubwürdige, authentische Weise ihr Bekenntnis zu Radiowerbung und zum Bayerischen Rundfunk ab. So sorgt die BRmedia-Plattform auch weiterhin für Gesprächsstoff in der Werbe- und Medienszene und erweist sich als zunehmend wichtiger Beitrag zur Stärkung der Gattung Radio. **von Florian Allgayer**

Die Erfolgsstory geht weiter ...

BRmedia GmbH
Hopfenstraße 4
80335 München

Postfach 20 05 62
80005 München
Telefon + 49 89 / 5900 - 10 600
Telefax +49 89 / 5900 - 10 704

verantwortlich:
BRmedia-Marketing, Wolfgang Sauer
(verantw.), Jutta Hopf
Telefon +49 89 / 5900 - 10730
marketing@br-media.de

Ansprechpartner Universum Radio:
Verkaufsdirektion BRmedia, Peter Jakob
Verkaufsleitung BRmedia, Michael Walter
Telefon +49 89/ 5900 - 10 600
michael.walter@br-media.de

info@br-media.de
www.br-media.de

Agentur:
Kay Krüger Kommunikation, München
Kay Krüger
Tel.: +49 89 / 97 89 55 04
kay@kkkommunikation.com