



## **Deutschlandradio und [www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de) starten außergewöhnliche Winterkampagne für Digitalradio**

### **Humorvolle Online-Spots und Anzeigen sollen Alltags- und Zukunftstauglichkeit des neuen Mediums veranschaulichen**

Köln, 9. Dezember 2013

Mit einer crossmedialen Winterkampagne machen Deutschlandradio und die Initiative Digitalradio Deutschland bundesweit Radiohörer auf das neue Digitalradio aufmerksam. Die Planer setzen dabei auf ausgefallene Anzeigentexte und humorvolle Online-Spots, die mit Emotionen das Digitalradio und seine Alltags- und Zukunftstauglichkeit veranschaulichen. Ausspiel-Plattform für die Aktion ist die Internetplattform [www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de), die im Rahmen der Marketing-Initiative betrieben wird und regionale Kampagnen bündelt.

Dr. Willi Steul, Intendant von Deutschlandradio, zur bundesweiten Aktion: „Wir haben uns für eine humorvolle und ausgefallene Umsetzung der Kampagne entschieden, um die Menschen über den emotionalen Weg an das Thema Digitalradio heranzuführen. DAB+ ist mehr als nur knitterfreier Empfang. Es geht um das Gesamterlebnis. Es begleitet die Menschen im Alltag, die Geräte sind leicht zu bedienen und bieten Mehrwertinformationen, wie Text und Bild. Vor allem aber ist Digitalradio überall frei empfangbar, ohne aufwändige Downloads und ohne Zusatzkosten von Internet Providern oder Mobilfunkunternehmen.“

Die Werbemaßnahmen laufen während der gesamten Vorweihnachtszeit bis ins neue Jahr hinein und legen ihren Schwerpunkt auf den Online- und Social Media-Bereich. Hier werden Advertorials, Online-Banner und so genannte Webisodes, also kurze Bewegtbild-Geschichten geschaltet. In den humorvollen Storys geht es um die „ungewöhnlichsten Experimente Deutschlands“ und es wird die Forschungsfrage gestellt, was eine Kuh, eine Nacht im Wald und Digitalradio gemeinsam haben. Im Printbereich sind Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen, Wochenmagazinen und Fachmagazinen zu sehen. Mit der Werbeaktion werden vor allem Konsumenten angesprochen, die regelmäßig digitale Medien nutzen, dabei aber eine einfache Gerätebedienung wünschen. Andererseits sollen aber auch Menschen erreicht werden, denen das Digitalradio nach wie vor unbekannt ist.

Bereits Ende November wurde der Weihnachts-Countdown auf der zentralen Internetseite für Digitalradio gestartet. Besucher von [www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de) können bis zum 24. Dezember 2013 jeden Tag ein virtuelles Türchen öffnen, täglich ein neues Digitalradio gewinnen oder attraktive Geräte-Rabatte sichern.

#### **Hinweis für die Redaktionen:**

Die Online-Spots „Die ungewöhnlichsten Experimente Deutschlands“ können Sie unter folgendem Link ansehen: <http://digitalradio.de/index.php/de/experiment-2013>. Ein Beispiel für ein Anzeigenmotiv liegt der Pressemitteilung bei. Sollten Sie ein anderes Format wünschen, so senden wir Ihnen dieses auf Anfrage gern zu.

#### **Über die Initiative Digitalradio Deutschland**

Die Initiative Digitalradio Deutschland ist ein Zusammenschluss von ARD, Deutschlandradio, der DRD Digitalradio Deutschland und der MEDIA BROADCAST. Die vier Projektpartner koordinieren alle Aufgaben rund um die Etablierung von Digitalradio in Deutschland. Die zentrale Koordinierungsstelle für die Initiative ist beim Deutschlandradio in Köln angesiedelt. Alle Informationen zu Digitalradio erhalten Sie auf [www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de)

#### **Kontakte für die Vertreter der Medien**

Nikola Marquardt

Initiative Digitalradio Deutschland

Tel. +49 341 24664372

E-Mail: [presse@digitalradio.de](mailto:presse@digitalradio.de)

Web: [www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de)

Carsten Zorger

Leiter Kommunikation und Marketing Deutschlandradio

Tel. +49 221 345-2162

E-Mail: [presse@dradio.de](mailto:presse@dradio.de)

Web: [www.dradio.de](http://www.dradio.de)