

# Die Todsünden der Radiowerbung.

20 subjektive Tipps für objektiv bessere Funkspots.

Ein Vortrag auf dem Radio Research Day 2015. Mit Armin Reins, GF REINSCLASSEN.

Wien, 27. Mai 2015

## **Ich wollte es wissen.**

Ich habe mir von einem ganz normalen Tag im Radio alle Spots aller für mich erreichbaren Sender hintereinander schneiden lassen.

## **Ich wollte es wissen.**

Ich habe mir von einem ganz normalen Tag im Radio alle Spots aller für mich erreichbaren Sender hintereinander schneiden lassen.

8:00 bis 20:00 Uhr. Vier Stunden Radio-Spots netto.

## **Ich wollte es wissen.**

Nach 10 Minuten stelle ich den Mitschnitt leiser.

## **Ich wollte es wissen.**

Nach 10 Minuten stelle ich den Mitschnitt leiser.

Nach einer Stunde habe ich Kopfschmerzen.

## **Ich wollte es wissen.**

Nach 10 Minuten stelle ich den Mitschnitt leiser.

Nach einer Stunde habe ich Kopfschmerzen.

Nach zwei Stunden streikt mein Magen.

## **Ich wollte es wissen.**

Nach 10 Minuten stelle ich den Mitschnitt leiser.

Nach einer Stunde habe ich Kopfschmerzen.

Nach zwei Stunden streikt mein Magen.

Nach drei Stunden kommt die Wut.

**Laut.**

**Laut.**

**Lauter.**

**Laut.**

**Lauter.**

**Am lautesten.**

## **Warum ist das so?**

In der Radiowerbung wird immer noch gebrüllt, wie vor 35 Jahren, als ich in die Werbung ging.

## **Dabei könnten Radiospots so großen Spaß machen.**

Wir müssten uns nur auf das besinnen, was die Menschen am meisten lieben:  
das Erzählen spannender Geschichten.

## **Radio hat nämlich einen ganz entscheidenden Vorteil:**

„Durch die Konzentration auf den einen Sinn, das Gehör, wird der Hörer nicht durch andere Sinnesorgane abgelenkt.“ (Gehirnforscher David Pöppel)

## **Radio hat nämlich einen ganz entscheidenden Vorteil:**

„Durch die Konzentration auf den einen Sinn, das Gehör, wird der Hörer nicht durch andere Sinnesorgane abgelenkt.“ (Gehirnforscher David Pöppel)

Die Vorstellungskraft des Hörers wird in Gang gesetzt und das berühmte Kino im Kopf wird eingeschaltet.

## **Bilder, die in der eigenen Fantasie entstehen, sind die stärksten Bilder.**

Sie bleiben im Kopf. Sie erzeugen Geschichten, die wir bis zum POS nicht mehr vergessen. Oder sogar darüber hinaus.

## **Erzählen wir also bitte im Radio Geschichten.**

Richtig gute Geschichten.

Geschichten, die den Hörer unterhalten.

Und ihm nicht das Gefühl geben, wir stehlen ihm kostbare Zeit.

## **Geschichtenerzählen in der Radiowerbung benötigt einen Perspektivwechsel.**

„Marken müssen begreifen, dass sie nicht sich ins Zentrum stellen dürfen, sondern den Hörer.“ (Ralf Heuel, Jury-Präsident Radio Advertising Awards 2015)

## Hören Sie dem Hörer zu.

Die besten Geschichten erzählt das Leben selbst. Schreiben Sie diese auf.

Und erzählen Sie diese Geschichten dann den Zuhörern im Radio. Was hat diese Geschichte mit seinem Leben zu tun? Mit seinen Wünschen, Träumen, Hoffnungen, Ängsten oder Problemen?

Und warum kann ihm genau unser Produkt – rein zufällig – dabei so verblüffend gut helfen?

## **Pures Handwerk.**

Fesseln statt unterbrechen.

## **Pures Handwerk.**

Fesseln statt unterbrechen.

Involvieren statt manipulieren.

## **Pures Handwerk.**

Fesseln statt unterbrechen.

Involvieren statt manipulieren.

Anlocken statt anbrüllen.

## **Pures Handwerk.**

Fesseln statt unterbrechen.

Involvieren statt manipulieren.

Anlocken statt anbrüllen.

Neugierig machen statt alles erzählen wollen.

In meinem Buch „Die Sahneschnitte“ zeigt Ralf Heuel die 20 wichtigsten handwerklichen Tipps für bessere Funkspots.

In meinem Buch „Die Sahnescnitte“ zeigt Ralf Heuel die 20 wichtigsten handwerklichen Tipps für bessere Funkspots.

Und ich möchte Ihnen diese jetzt gerne vorstellen.

## **Tipp 1: „Ausdauer“.**



## **Tipp 2: „Agenturauswahl“.**



## **Tipp 3: „Briefing“.**



## **Tipp 4: „Schweigen“.**



## **Tipp 5: „Aufmerksamkeit“.**



## **Tipp 6: „Location“.**



## **Tipp 7: „Timing“.**



## Tipp 8: „Dialog“.



## Tipp 9: „Jingles“.



## **Tipp 10: „Pre-Test“.**



## **Tipp 11: „PPM“.**



## Tipp 12: „Abstimmung“.



## Tipp 13: „Studioauswahl“.



## **Tipp 14: „Casting“.**



## **Tipp 15: „Regie“.**



## **Tipp 16: „Durchsetzungsvermögen“.**



## **Tipp 17: „Teamwork“.**



## **Tipp 18: „ISDN“.**



## **Tipp 19: „Musikauswahl“.**



## **Tipp 20: „Selbstsicher“.**



**Noch einmal Danke an Ralf Heuel.**

**Wenn Sie das noch etwas vertiefen möchten, empfehle ich Ihnen diese beiden Bücher:**



**Und wenn Sie einmal gar nicht mehr weiter wissen ...**

**[WWW.REINSCLASSEN.DE](http://WWW.REINSCLASSEN.DE)**

# Vielen Dank fürs Zuhören.

Copyright.

Diese Präsentation ist für den Radio Research Day 2015 erstellt worden.

Diese Präsentation und die darin vermittelten Inhalte, Konzepte, Grafiken, Slogans und Claims sind urheberrechtlich und wettbewerbsrechtlich geschützt. Die Benutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung und/oder Veröffentlichung ist ohne die ausdrückliche, schriftliche Genehmigung der Agentur REINSCLASSEN, des jeweiligen Urhebers bzw. des jeweiligen Rechteinhabers sind strengstens verboten und ggf. gem. §§ 17, 18 UWG strafbar.

Die von REINSCLASSEN erstellte Ausarbeitung ist ausschließlich für den Auftraggeber bestimmt. Sie bleibt Eigentum von REINSCLASSEN. Die Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und Verbreitung des Werkes, insbesondere an andere Werbeagenturen, ist nur mit Einverständnis von REINSCLASSEN als Urheber zulässig.