

Mit der Power von Radio zum Erfolg: Radio wirkt. Und wie!

Zweite Auflage der Kampagne „Pro Radio Werbung“ startet

Radio erreicht die Massen – und überzeugt mit starker Werbewirkung. Genau hier setzt die Initiative „Pro Radio Werbung“ an, die jetzt in die zweite Runde geht.

Denn: Radiohörer sind auch Werbetreibende. Werden die Vorteile von Radiowerbung klarer kommuniziert, profitieren alle Seiten.

Radio bleibt eines der erfolgreichsten Massenmedien: 93 Prozent der Menschen nutzen es regelmäßig – mit einer täglichen Verweildauer von über vier Stunden. Gleichzeitig bietet es vielfältige Möglichkeiten, Marken wirksam zu präsentieren und wirtschaftlichen Erfolg zu steigern. Viele dieser Potenziale sind vor allem im Mittelstand noch zu wenig bekannt.

Dabei sprechen die Fakten für sich: Radiowerbung kann einen Return on Investment von bis zu Faktor 7 erzielen und ist ein starkes Abverkaufsmedium. Würden mehr Unternehmen diese Wirkung kennen, würden deutlich mehr Werbebudgets ins Radio fließen – statt zu internationalen Plattformen wie Google und Co, die zudem weniger Vertrauen genießen.

Um diese Stärken sichtbar zu machen, haben Radioberaterin Yvonne Malak und eine Gruppe von Programmverantwortlichen die B2B-Gattungskampagne „Pro Radio Werbung“ ins Leben gerufen. Die zweite Auflage steht unter dem Motto: „**Die Power von Radio. Wirkt.**“

Mit Unterstützung von Marvin Fleischmann (Funkhaus Nürnberg), Andreas Frutiger (JAM FM) und Roland Lehmann (Radio TEDDY) entstand eine siebenteilige Spotkampagne, die die wichtigsten Vorteile von Radiowerbung prägnant auf den Punkt bringt. Produziert wurde sie von Alex Lerke von <https://honeymustardsauce.com/> mit der Stimme von Tilo Schmitz (u. a. Vodka Gorbatschow) und Nora Neise (Station Voice JAM FM).

Die Kampagne steht allen Radiomachern ab sofort kostenfrei zur Verfügung. Dank unterschiedlicher Spotlängen eignen sich die Inhalte auch ideal als Regio-Filler.

Ergänzend gibt es einen Reminder, für den Kampagnen-Sprecher Tilo Schmitz separat gebucht werden kann, der aber auch mit einer eigenen Stimme produziert werden kann. Zudem sind die Quellen der Key Facts verfügbar, um sie auf Sender-Websites einzubinden.

Interessierte können sich direkt an Yvonne Malak wenden, um die Spots zu erhalten (ym@my-radio.biz) und den Kontakt zu Tilo Schmitz herzustellen.

Fact-Sheet „Radio wirkt“

Radio ist ein Gewinnbooster. Für jeden eingesetzten Euro bekommt ein Unternehmen im Schnitt 6 Euro zurück. Bei Produkten für den täglichen Bedarf sogar mehr als 7 Euro.

Quelle: RMS.de, radiocentre.org, Radiozentrale.de

Radiohörer bleiben auch während der Werbung dran. Fernseh-Zuschauer nutzen die Werbe-Pausen zum Snack-Holen, Internet-Nutzer klicken die Werbung weg. Radio hat unter allen Medien die höchste Werbeakzeptanz

Quelle: RMS.de, Radiozentrale.de

Radio ist das meistgenutzte Medium Deutschlands. 92 Prozent der Bevölkerung hören regelmäßig Radio. Mit Radio erreichen Sie mehr Menschen als mit jedem anderen Medium.

Quelle: MA 2025/II

Drei von vier Deutschen hören jeden Tag Radio! Und das mehr als 4 Stunden lang. Damit ist Radio das meistgenutzte Massenmedium.

Quelle: MA 2025/II

86 Prozent der Autofahrer hören Radio. Zum Beispiel auf dem Weg zum Einkaufen. Damit ist Radio das perfekte Medium für Verkaufsbotschaften.

Quelle: Dashboard Dialogue/ Radiozentrale.de

Radio ist der beliebteste Tagesbegleiter des Landes. Bei der Frage, welches Medium für die Deutschen unverzichtbar ist, liegt Radio auf Platz 1 und damit weit vor TV und Social Media.

Quelle: Radiozentrale.de

Radio ist der Turbo für Online-Kampagnen. Firmen verzeichnen 43% mehr Klicks durch Radiowerbung.

Quelle: radiocentre.org