



LOKALRUNDFUNKTAGE NÜRNBERG 6. - 7. JULI 2010

PRESSEMITTEILUNG, 06. Juli 2010

Tony Hertz präsentiert: The 7 Secrets* of Creative, Effective Local Radio, 13:30 – 14:30 Uhr

Kreativität für die Werbewüste: Die 7 Secrets* von Tony Hertz

(ld) Gute Radiostationen produzieren gute Radiowerbung? Weit gefehlt! Das findet zumindest Tony Hertz, einer der international renommiertesten Radio-Kreativen: „*Ich kenne keinen Sender, der bis jetzt mit der Qualität seiner Werbung zufrieden war.*“ Dabei ist das Radio laut Tony Hertz das leistungsstärkste und wirkungsvollste Medium. Es hat nicht nur mehr Potential denn je, sondern bietet eine einzigartige Möglichkeit, Gefühle zu wecken und Bilder im Kopf entstehen zu lassen.

Doch wieso fällt es den Radiosendern schwer gute Radiowerbung zu produzieren und sie an den Hörer zu bringen?

Für Tony liegt die Sache auf der Hand: Auf Profit ausgerichtete Senderstrukturen ersticken jede Kreativität im Keim: „*Den Vertriebsleuten ist es völlig egal, ob gute Werbung produziert wird, Hauptsache der Rubel rollt!*“ Zudem sei die Ausbildung der Werbefachleute oft nicht auf die Besonderheit der lokalen Radiowerbung ausgerichtet. Das führe dazu, dass sich Fachleute oft nicht bewusst seien, wie der klassische Radiohörer „ticke“. „*Die meisten Hörer haben das Radio zufällig laufen, während sie mit etwas ganz anderem beschäftigt sind.*“ Mit komplizierten Wortspielereien überhäuft werden – wie in vielen Radiospots – will wohl keiner. Und zum Kaufen anregen, lässt sich der Hörer davon schon zweimal nicht.

Doch Tony Hertz wäre kaum so renommiert, wenn er seinen Zuhörern nicht einfache, kostengünstige Tipps – seine „7 Secrets“ – an die Hand geben könnte, um einen Weg aus der lokalen „Werbewüste“ zu finden.

„Finde ein Gefühl!“ – Tony Hertz erster Appell an seine Zuschauer. „Gefühle verkaufen sich!“, diese These untermauert Tony Hertz mit Beispielen, wie etwa der Geschichte des verlorenen Sohnes, der nach 15 Jahren Eiszeit seine Eltern anruft, nur um ihnen mitzuteilen, dass es derzeit Jeans zu Spotpreisen gibt! Eine Werbung, die auch die Zuhörer des Workshops animieren soll: „*Sie müssen Ihr Gehirn einschalten. Dann funktioniert Radiowerbung auch!*“

Zum „Gehirn einschalten“ gehört für Tony Hertz auch das Spiel mit Bildern. Printwerbungen einfach einzusprechen, reiche schlichtweg nicht aus – „Es muss wie Radiowerbung klingen, sonst ist es einfach keine!“

Außerdem müssten die Produzenten von Radiowerbung immer über die Zielgruppe nachdenken. Werbung wird allzu oft für die Vorgesetzten geschrieben und nicht für den Endkunden. Dabei soll er das Produkt kaufen!

Damit es für den Hörer nicht zu anstrengend wird, gibt Tony Hertz den Workshop Teilnehmern einen wichtigen Tipp: Sie sollen immer nur eine Botschaft formulieren. Kurz und knapp gesagt: „One Ad. One Message.“

Außerdem müssen die Sprecher für Tony Hertz immer Charaktere sein und dürfen nicht nur bloße „Stimmen“ darstellen. So habe ein Freund die Fähigkeit besessen – erzählt Tony Hertz schmunzelnd – das Etikett einer Ketchupflasche so vorzulesen, dass es geklungen habe als sei es die Bibel selbst.

Überhaupt sei es wichtig, nicht immer alles nach Vorgabe zu machen. Tony nennt es: „*Stand in a different place – begeben dich auch mal auf eine andere Position.*“ Nur so könne der Hörer überrascht werden. Wie etwa im Werbespot über einen Autohersteller, der von Tony Hertz „den perfekten Spot“ schlechthin verlangte und daraufhin im Spot selber auf die Schippe genommen wurde. Gute Werbung geht eben manchmal auch auf die eigenen Kosten.

Beim letzten Geheimtipp wird Tony Hertz wieder ernster. Sein Appell: „Produziert bitte mit Leidenschaft!“ Nur dann könnten wirklich gute Spots entstehen!

Verfasser: Lena Deutsch

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lokalrundfunktage.de.