



PERSBERICHT

Alle nominaties RAB Radio Awards 2010 bekend

Vorige week zijn de nominaties voor de publieksprijs bekend gemaakt. Inmiddels zijn ook de nominaties bekend voor de vakjuryprijs en voor de radio-adverteerder van het jaar. Via de link <http://www.rab.fm/RAB-Radio-Awards/nominaties-2/> zijn alle radiocommercials te beluisteren.

Vakjuryprijs

De volgende tien commercials zijn genomineerd door de vakjury:

- Citroen - Maya kalender
- Dance4life - Aids 14 seconden campagne
- Focwa - Bumper stuk / Fileleed
- Interpolis - Actiecampagne
- Knorr - in gesprek
- KPN 1888 - Nummerinfo campagne
- Maandag® - campagne
- Praxis - WK uitschakeling
- Transavia - campagne Apres-ski
- Zonnatura - Zonnefruit / Muntthee

Adverteerder van het jaar

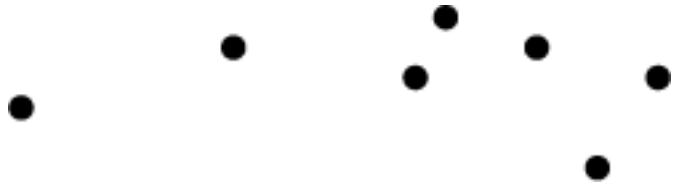
Voor het eerst wordt er een award uitgereikt aan de beste radio-adverteerder van het jaar. Bij de keuze van deze winnaar spelen de volgende factoren een rol: consistentie, aansprekende en herkenbare commercials, inspelen op uitzendtijdstippen, etc. De genomineerden in deze categorie zijn:

- CPNB - boekenbon
- KPN
- Maandag®

Uitreiking

Op 30 september vindt de feestelijke uitreiking van de RAB Radio Awards plaats bij Undercurrent Spaces in Amsterdam. Dan zal ook de publieksprijs worden uitgereikt aan de adverteerder die volgens de stemmers op 'besteradiocommercial.nl' de beste radiocommercial heeft uitgezonden. Alle winnaars van de RAB Radio Awards ontvangen naast de bokaal een bedrag aan radiozendtijd.

RAB en ADCN werken samen in deze verkiezing voor beste radiocommercial van het jaar en hebben als doelstelling radiocommercials meer aandacht en kwaliteit te geven, creativiteit staat hierbij centraal.



Het juryproces

De jury bestaat uit ervaren vakmensen, deze is als volgt samengesteld:

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| - Ernst Jan van Rossen (voorzitter) | TBWA |
| - Lode Schaeffer | Indie |
| - Marcel Walvisch | fc Walvisch |
| - Teckla Schaeffer | FHV/BBDO |
| - Michel Schaeffer | Bol.com (adverteerder van het jaar) |

De radiostations en de ADCN leden hebben een longlist samengesteld van commercials die vanaf juli 2009 zijn uitgezonden. In totaal staan op de longlist 148 radiocommercials. Er zijn 3 criteria die afzonderlijk en in onderlinge samenhang worden gehanteerd:

1. Creativiteit (spotlengte, copy, geluid, stemgebruik, etc.)

Op welke creatieve manier is gebruik gemaakt van de mogelijkheden van radio, waardoor de spot opvalt. Is goede humor dan toch weer de topscoorder van het elftal of zijn er andere wijze van creativiteit met tekst en geluid die winnaarpotentie verraden?

2. Uniciteit (origineel, uniek en onderscheidend)

In hoeverre is de uiting enig in zijn soort. Lijkt de spot puur en zuiver en onmiskenbaar bij de afzender te passen, klopt de 'branding' met die van de afzender?

3. Effectiviteit (interessante boodschap, zet luisteraar aan tot actie)

Is de boodschap duidelijk en helder of worden we afgeleid door nietszeggende bijzaken. Roept de spot de gewenste reactie van de luisteraar op?



RAB (Radio Advies Bureau) ondersteunt adverteerders en mediabureaus om radio zo effectief mogelijk in te zetten. Voorts is RAB opdrachtgever van het CLO Continu LuisterOnderzoek. Door de bundeling van krachten van alle publieke en commerciële omroepen wil RAB de ontwikkeling van het vakgebied stimuleren. Binnen RAB zijn alle publieke en commerciële omroepen en stations vertegenwoordigd.

Amstelveen, 7 september 2010.

Noot voor de redactie: Voor vragen kunt u contact opnemen met RAB directeur George Bohlander, tel: 020-3451596 of 06-24109497 of via e-mail: gc.bohlander@RAB.FM.