

PERSBERICHT



"Bom in Eend" van Ohra gekozen tot beste radiocommercial juni 2011 ***Visual Transfer effect door een multimediale campagne te voeren***

De radioluisteraar heeft de Ohra "Bom in Eend" commercial gekozen tot beste van de maand juni 2011. Ohra wint met 20,9% van de stemmen en is hiermee automatisch genomineerd voor de RAB Radio Awards Publieksprijs 2011, die op 6 oktober wordt uitgereikt. Opvallend is dat vooral de jonge doelgroep (13-34 jaar) deze commercial waardeert, 33% van de stemmen, ten opzichte van de groep 35-65 jaar waarvan 17% voor Ohra koos.

Wellicht dat Ohra in deze verkiezing geprofiteerd heeft van het Visual Transfer effect door een multimediale campagne te voeren waarbij meerdere elementen in zowel de radio- als de televisiecommercial waren opgenomen (voor Ohra maar liefst vijf verbindende elementen: stemmen, jingle, slogan, geluidseffecten en dieren) waardoor er grote synergie ontstaat. Het gebruik van verbindende elementen in multimediacampagnes is sterk van invloed op het succes van deze campagnes. Als consumenten de muziek, de stem en/of een deel van de verhaallijn van een televisiecommercial horen op de radio, dan zien ze de opgeslagen beelden uit de televisiecommercial weer voor zich, we noemen dit Visual Transfer. Voor meer informatie zie de website www.rab.fm.

De tweede plaats in de RAB radiocommercial van de maand juni verkiezing is voor Quest met "Schoonmoeder" (19,9%) en derde in rij is Coca-Cola met de barbecue commercial (17,5%) als onderdeel van de campagne "Summer meals". De vrouwelijke doelgroep was meer gecharmeerd van de Ohra en Coca-Cola commercials en de mannen konden de humor in de Quest commercial beter waarderen.

De commercials zijn te beluisteren op de RAB website:

<http://www.rab.fm/Onderzoek/creativiteitonderzoek/Beste-commercial-van-de-maand/>

De radiocommercials zijn ontwikkeld door reclamebureaus:

Ohra: Doom & Dickson

Quest: Brand Republic

Coca-Cola: GET ACROSS (Nederlandse uitwerking van internationaal concept)

Vanaf januari 2011 onderzoekt RAB (Radio Advies Bureau) maandelijks welke radiocommercial de beste van de maand is. Het online onderzoek wordt uitgevoerd door Intomart GfK. Een shortlist van acht commercials wordt door een jury van radiostations en RAB samengesteld en de geselecteerde commercials worden aan een representatieve steekproef van 200 respondenten voorgelegd. De respondenten krijgen in willekeurige volgorde de commercials te horen en kunnen na beluistering aangeven welke hun favoriete is.



RAB (Radio Advies Bureau) heeft tot doel hét kenniscentrum te zijn voor iedereen die zich beroepsmatig bezighoudt met radio als reclamemedium. RAB treedt op als vertegenwoordiger van de landelijke en regionale publieke en commerciële radiostations en heeft tot doel met deze bundeling van krachten de ontwikkeling van het vakgebied van radio te stimuleren. RAB is hoofdopdrachtgever van het Continu Luisteronderzoek en biedt ondersteuning aan adverteerders, reclame- en mediabureaus om effectieve en creatieve radioreclame te maken.

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.

Amstelveen, 8 augustus 2011