

«ES ISCH ESO GÄÄLWIIS, MÄNGISCH...» LIDL SCHWEIZ, HAVAS UND SWISS RADIOWORLD LASSEN RADIOHÖRERINNEN UND -HÖRER RÄTSELN

In der aktuellen Radiokampagne «Dasda» erklären Kinder am Radio Begriffe rund ums Einkaufen. Lidl Schweiz hat das Radiospiel in Zusammenarbeit mit Havas und Radiovermittlerin Swiss Radioworld umgesetzt.

Zürich, 18. Mai 2021 – Anfang Mai startete die Radiokampagne «Dasda» von Lidl Schweiz. Dabei handelt es sich um ein moderiertes On-Air-Ratespiel, bei dem Kinder jeden Freitagvormittag im Radio Ratebegriffe rund um die Lidl-Einkaufswelt umschreiben, ohne diese direkt zu nennen. Mittels kurzer Anmoderationen werden dabei Themen wie Frische, Regionalität oder Nachhaltigkeit thematisiert. Für die Hörerinnen und Hörer, die die Begriffe erraten, gibt es Lidl-Einkaufsgutscheine zu gewinnen.

Das Konzept der Promotionskampagne basiert auf einer populären TV-Unterhaltungssendung der späten 1980er-Jahre und wurde in Zusammenarbeit von Swiss Radioworld, Havas und den Radiostationen neu interpretiert. So setzt die auftraggebende Agentur Havas klar auf das Emotionalisierungspotenzial von Radio. Oliver Nater, Senior Account Director bei Havas Media, bestätigt: «Für Havas war klar, dass die mediale Dramatisierung im Radio stattfinden muss. Hier lassen sich Emotionen gut übermitteln und die aktivierende Wirkung ist gross.»

Ebenso betont Matthias Kost, Geschäftsleiter, Radio Zürisee AG: «Mit diesem Spiel kommen die Stärken des Mediums Radio voll zum Tragen, die qualitative Botschaft des Kunden wird emotional transportiert. Und es tut speziell in dieser Zeit gut, lebendige Kinderstimmen auf unserem Sender zu hören, welche die Begriffe nicht nur erklären, sondern dies mit viel Freude tun. Einfach herzlich!»

Die Ausspielung der Kampagne erfolgt über Radiovermittlerin Swiss Radioworld auf diversen Deutschschweizern Privatradios. Ralf Brachat, Managing Director von Swiss Radioworld, erläutert: «Das Radio ist schon lange ein etablierter Kanal für Sponsorings und Promotionen. Besonders die Nähe zur Hörerschaft und dessen Präsenz im Alltag machen das Radio zu einem Werbeträger für eine einzigartige Positionierung der Werbebotschaft.»

Die «Dasda»-Radiokampagne läuft noch bis Ende Juli 2021.

Verantwortlichkeiten

Lidl Schweiz: Nicolas Cadonau, Junior Manager Marketing

Havas: Oliver Nater, Senior Account Director

Swiss Radioworld: Hans Lackner, Director Operations

Radio Zürisee: Mike Fäh, Produktion