

PRESSEMITTEILUNG

Meetings werden zur Fußball-Arena radio.net und Havas revolutionieren die WM-Spiel-Übertragung

Düsseldorf, Mai 2018 – Ab dem 14. Juni wird erneut das größte Fußballturnier der Welt veranstaltet – die WM 2018 ist zu Gast in Russland. Anlässlich des sportlichen Großereignisses und angesichts der terminlichen Herausforderung durch die verschobene Zeitonenübertragung, hat die Kreation von Havas Düsseldorf eine smarte Lösung entwickelt, welche die zwei größten deutschen Passionen vereint: Arbeitsmoral und Fußball. In Kooperation mit der internationalen Radioplattform radio.net wird nun der „FOOTBALLPEN“ veröffentlicht, der das diskrete Verfolgen der WM-Spiele auch zu arbeitstypischen Uhrzeiten ermöglicht. Dank der Senderauswahl von radio.net gibt es so an allen Spieltagen das passende Radioprogramm in jeder Situation.

Zeitzonehindernis bei der WM-Übertragung

Russland, als flächengrößtes Land der Welt, beherbergt insgesamt elf Zeitonen, wovon fünf die Spielzeiten für den deutschen Zuschauer während der Weltmeisterschaft beeinflussen. Insbesondere in der Gruppenphase, wenn Deutschland an einem Mittwoch um 16 Uhr MEZ auf Südkorea trifft, kollidieren die Privatinteressen vieler Arbeitnehmer mit den hiesigen Arbeitszeiten. Um diesen Konflikt mit einem Augenzwinkern zu lösen, wurde der „Football Pen“ entwickelt – ein augenscheinlich herkömmlicher Kugelschreiber, der es via Biss auf eine schmale Platte am Ende des Stiftes ermöglicht, alleiniger Zuhörer von Radio-Streams zu werden. Der Clou: Durch die anatomische Verbindung von Kiefer und Innenohr ist das Audioprogramm ausschließlich für den Benutzer hörbar – das gewöhnliche Herumkauen auf dem Stift während des Mittwochmeetings wird somit zum versteckten Fanereignis.

Bernhard Bahners, Geschäftsführer von radio.net über das Kooperationsprojekt: „Als wir initial von der Idee des „FOOTBALLPEN“ gehört haben, wussten wir sofort: Wir haben ein Match! Unsere Connected Device Company befasst sich immer mit neuen Geräten und Möglichkeiten, um Radio und Podcasts auf verschiedensten Wegen hörbar zu machen: Vom klassischen PC über mobile Apps bis zum Smart Speaker. Der „FOOTBALLPEN“ ist der ultimativ diskrete Kanal, um mobil und unabhängig Radiosendungen wie die WM-Übertragungen zu hören – anytime, anywhere. Auch nach der WM wird der

„FOOTBALLPEN“ sicher zum smarten Alltagsbegleiter werden.“

Chief Creative Officer Havas Düsseldorf und Executive Creative Director Digital Havas Europe Darren Richardson: „Mit dem „FOOTBALLPEN“ wollten wir auf den drohenden Konflikt zwischen Arbeitsmoral und Fußball-Vergnügen, insbesondere einer WM, reagieren. Da haben wir uns überlegt: Wie bringen wir die zwei deutschesten Dinge überhaupt zusammen? Das Ergebnis ist nun der als Alltagsgegenstand getarnte „FOOTBALLPEN“, bei dem wir uns anatomische Gegebenheiten und menschliche Gewohnheiten zu Nutze machen, um die Spiele verfolgen zu können.“ Er ergänzt: „Bei Havas entstehen Kreationen, die Spaß machen sollen.“

Im Rahmen der anstehenden Weltmeisterschaft wird radio.net eine Gewinnspielverlosung der limitierten „Football Pens“ starten. Weiter wird die exklusive Aktion großflächig über Social Media und Banner Ads in Deutschland und Europa beworben.

Mehr Informationen, Videos und das Gewinnspiel finden sie unter:

<https://apps.radio.de/footballpen/>

Über radio.net by radio.de GmbH

Die radio.de GmbH ist der Betreiber des internationalen Service radio.net, sowie der nationalen Services radio.de, radio.at, radio.fr, radio.es, radio.pt, radio.it, radio.pl, radio.se und radio.dk. Nach dem erfolgreichen Start von radio.de 2007 begann 2008 die europaweite Expansion, die 2015 mit dem Launch der internationalen Marke radio.net auch außerhalb von Europa fortgesetzt wurde. Der Service bietet mit nur einem Klick Zugriff auf mehr als 30.000 nationale und internationale Sender, Webradios und Podcasts. Auch unterwegs ist immer der passende Sender mit dabei – die kostenlose App ist für iOS- sowie Android-Smartphones und -Tablets, Apples tvOS, als Alexa Skill und für Sonos Lautsprecher erhältlich.

Nutzer finden mit dem Radioplayer sowohl rein internetbasierte Sender als auch die Online-Streams bekannter UKW-Stationen. Neben redaktionellen und persönlichen Hör-Tipps lassen sich die Sender nach Beliebtheit, Musikrichtung, Thema, Stadt, Land oder Sprache sortieren.

radio.de ist mit 33 Millionen Website- und Mobile-Visits im März 2018 laut IVW die größte Radioplattform Deutschlands.

Über Havas Germany

Havas wurde 1835 in Paris gegründet. Die Havas Group ist das größte inhabergeführte Network mit über 20.000 Mitarbeitern in 100 Ländern. In Deutschland ist Havas u. a. mit der Havas Creative Group und der Havas Media Group vertreten. Die Havas Creative Group bringt Experten aus den Bereichen Kreation, Media und Data zusammen und bietet integrierte Lösungen zur Markenführung an. Havas Germany ist an vier Standorten vertreten: Havas Düsseldorf, Havas München sowie Havas PR & Havas Content und Havas beebop mit Sitz in Hamburg. Die Havas Media Group ist in Frankfurt ansässig.

Die Services von Havas Germany decken den kompletten Marketing-Mix ab: von klassischer Kommunikation, Digital, CRM, Public Relations, Social Media, Ambient Media, Design bis hin zu



Healthcare. Zu den Kunden von Havas Germany zählen u. a. PayPal, BMW Motorsport, n-tv, Savencia (Fol Epi, Gérardont), Peugeot, Citroën, Reckitt Benckiser (Scholl, Dobendan), Olympus, Mondelez, Campari, Linde, RaboDirect sowie Universal Pictures Home Entertainment.

Pressekontakt radio.net

Michael Bruns

Head of Communications

radio.net by radio.de GmbH

Tel: +49 40 570065 - 152

Email: m.bruns@radio.net

Web: <http://corporate.radio.de>

Pressekontakt Havas Germany

Marie Euler

Corporate Communications Manager

Havas Germany

Tel: +49 211 9916 - 305

Mob: +49 172 71 64 395

Email: marie.euler@havas.com

Web: de.havas.com