

23.01.09

## „Prädikat: Besonders hörvoll“

Image-Kampagne: Griffige Slogans der Agentur Die Goldkinder präsentieren Klangqualität und Zusatzfeatures als Kaufargument für die Musik-CD. IFPI Austria startet mit Plakatkampagne eine Offensive für die Musik-CD



Die gestern gestartete Kampagne soll die Vorteile der CD wieder ins Bewusstsein rufen  
© Die Goldkinder

**Wien.** „Mehr drin, mehr dran, mehr drauf. Musik auf CD“ lautet der Slogan des Kampagnen-Konzepts, das die Werbeagentur Die Goldkinder für den Verband der Österreichischen Musikwirtschaft, IFPI Austria, entwickelt hat. Ziel der Kampagne ist es, die Pluspunkte der guten alten Musik-CD hervorzuheben.

### CD als Umsatzträger Nr. 1

„Wer auf unkomprimierte Qualität, Haptik, Ästhetik und Zusatzfeatures wie Booklets, Songtexte und Fotos der Künstler Wert legt, ist mit der CD bestens aufgehoben“, fasst Hannes Eder, Präsident der IFPI Austria, die Beweggründe für die Kommunikationsmaßnahme zusammen. Schließlich sei die CD immer noch Umsatzträger Nummer eins für die Branche, durch die vielen neuen Internet- und Handy-Musikangebote allerdings ein wenig in den Hintergrund geraten. „Es soll aber eine Kampagne für die CD und nicht gegen andere Medienangebote sein“, betont IFPI Austria-GF Franz Medwenitsch.

Auftakt zur Offensive für die Musik-CD ist die Plakatkampagne, die gestern offiziell gestartet wurde und österreichweit rund 1.500 Plakate umfasst. Als „Step two“ folgen ab März 200 City Lights. Zusätzlich sind auch Online-Maßnahmen geplant. Für später ist eine Print-Kampagne und eine Website in Überlegung. Die Kampagne soll aber mehr als eine reine Image-Kampagne sein: auch der Handel ist mit begleitenden PoS-Aktivitäten und einer Produktoffensive an Bord. Im Februar und März werden die ersten konkreten Produktoffensiven mit Media Markt, Saturn und Libro umgesetzt. So wird es etwa Sticker auf CDs oder Plakate in den Shops mit dem Kampagnen-Logo geben.

(NICOLE FRIESENBIHLER)

**Kunde** IFPI Austria Geschäftsführung Franz Medwenitsch

**Agentur** Die Goldkinder Wien + Berlin

**Text** Nina Havlicek, Michael Stebegg

**Artwork** Marlene Schaufler, Ivo Gadea, Alex an der Haas

**Media Agentur** Universal McCann