



31. Juli 2008  
15:37 MESZ

## "Listen & Relax": Werbekampagne für LoungeFM

Klassische Werbung und virales Marketing von Upart und Cliptease für den Radiosender - Mit **Spot**

### Credits

Auftraggeber:  
LoungeFM /  
Etat-Direktor: Denis  
Richter / Agentur:  
upart Werbung und  
Kommunikation GmbH  
/ Betreuung: Daniel  
Frixeder /  
Videoproduktion:  
Cliptease Michael  
Svec KEG /  
Umsetzung Website:  
VividVisions /  
Chefredaktion online:  
Michaela Ambos

**Link**  
[lounge.fm](http://lounge.fm)

Die Werbekampagne für das Radio [LoungeFM](http://lounge.fm) - in Linz, Wels und Steyr zu empfangen, online auch unter [derStandard.at/Radio](http://derStandard.at/Radio) - setzt auf einen Mix aus viralem Marketing und klassischer Werbung. Umgesetzt wurde die nationale Kampagne von der Werbeagentur Upart und der Screendesign-Agentur Cliptease.

Neben viralen Marketingmaßnahmen, einem österreichweiten TV- und Kino-Spot und Online-Maßnahmen präsentiert sich LoungeFM auch auf Plakaten, Bannern und über Print-Inserate im oberösterreichischen Sendegebiet. Zielsetzung der klassischen Markteinführungskampagne ist, die Frequenzen und das Versprechen des Senders "Listen & Relax" in den Köpfen der künftigen Hörerinnen und Hörer zu verankern. So sinniert im Clip eine nicht gerade unbekannte Stimme aus Film und Fernsehen, "ob in einer Welt, in der jeder sein Leben für gute Musik geben würde, LoungeFM einem das Leben wieder geben kann". Die Stimme von Irina von Bentheim ("Sex and the City") fungiert auch im Programm als Markenbotschafterin für den Sender. Unterlegt wurde der TV-Spot mit Musik des Wiener Duos Mosquito Factory ("Goodnight Gecko").

### Neuer Internetauftritt

Zeitgleich mit der Kampagne wurde auch der Internetauftritt [lounge.fm](http://lounge.fm) neu gestaltet und überarbeitet: Für das Layout zeichnet auch hier Upart verantwortlich, umgesetzt wurde es von Walter Krivanek von VividVisions. Die Homepage soll nun mit laufend aktualisierten Inhalten zu Entspannung, Genuss und Lifestyle zu einem eigenständigen Online-Wohlfühlmedium ausgebaut werden. (red)



Post-its mit der Sendefrequenz wurden bei Events in Umlauf gebracht.



© 2008 derStandard.at - Alle Rechte vorbehalten.  
Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf. Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.