Bil er best på radio om sommeren!

**Sommer og bil hører åpenbart sammen, for i både juni og juli ble radioreklame for bil kåret til månedens beste radiospott.**

**Juryen likte absolutt alt**

I juni var det radiospoter for bilforhandlerkjeden Bavaria Norge som gikk av med seieren i Sølvmikk-kåringen. Kreativt team bak kampanjen er Kim G. Taanevig og Per Kristian Halvorsen i Los & Co. I spotene spiller man på at det er trygt å kjøpe bil hos Bavaria, og dette understrekes med slagordet «Det eneste vi sjekker er alt». Juryen kaster seg på dette og uttaler at det eneste de også liker med disse spotene er *alt*. Juryen begrunner sin avgjørelse med at vinnerspotene er «funny ‘cause it’s true», og at de henger bra på innsikt om målgruppen. – Dessuten er spotene både lavmælte, velproduserte og fornøyelige å høre på, avslutter en enstemmig jury.

Teamet bak reklamekampanjen sier det er hyggelig å vinne månedens Sølvmikk for denne kampanjen blant annet fordi Bavaria er en ny aktør på radio, og dessuten ny kunde hos Los & Co. – Spotene bygger på innsikten om at de færreste egentlig har kompetanse nok til å avgjøre om en bruktbil er et godt kjøp eller ikke, og at det derfor er langt tryggere å kjøpe gjennom Bavaria, sier Halvorsen. – Og når Bavaria kan bekrefte at salgstallene i kampanjeperioden ser veldig gode ut, blir jo alle veldig glade, avslutter han.

**Try bruker klassisk radiogrep**

I juli var det kreativt team hos Try, Karin Lund og Øystein Halvorsen, som stakk av med utmerkelsen Sølvmikken for sin radiopspot for Volkswagen Golf. Juryen var svært begeistret for kampanjen, og uttaler at man her har benyttet seg av et klassisk radiogrep som man har tatt helt ut. – En samstemt jury mener dette er en radioreklame vi vil huske, og at den ble gjennomført med stor selvsikkerhet og snert, heter det i begrunnelsen.

Grepet som ble valgt i radiospoten var at man byttet ut ordet Golf med *lyden* av et golfslag hver gang bilen ble omtalt. – Jeg husker at det plutselig dukket opp et kommunikasjonsbehov, og med radio er det kort vei fra manus til spoten kommer på lufta, sier Øystein Halvorsen. – Ideen til denne aktuelle reklamespoten er jo veldig «radiovennlig», i tillegg til at radio er en naturlig kanal for et bilmerke siden mange hører på radio i nettopp bilen, avslutter han.

Vinnerspottne for både juni og juli er tilrettelagt for radio av produksjonsselskapet Sagveien Resort.