

# MHK Group

## 30 Jahre musterhaus-Jingles

Dienstag, 20.07.2021

*Auf Twitter wird er als Deutschlands heimlicher Ohrwurm-König bezeichnet: der Jingle der musterhaus küchen Fachgeschäfte.* 1991 stellte die MHK Group auf ihrer Jahrestagung die Funkkampagne für die Dachmarke mit dem roten Dreieck vor. Bereits im Herbst liefen die ersten Spots über den Äther. Mit Erfolg: In kürzester Zeit konnten die musterhaus küchen Fachgeschäfte ihren Bekanntheitsgrad deutlich steigern. Zehn Jahre später lag die gestützte Bekanntheit sogar bei knapp 90%.

Auch heute, 30 Jahre später, können Jung und Alt den Spot mitsummen. „In den ersten fünf Jahren wurden die Spots ausschließlich gesungen“, erinnert sich Frank Heckmann. Der erfahrene Mediaplaner zeichnet bereits seit 25 Jahren für die Funkkampagnen verantwortlich. Das Besondere: die ersten Spots brachten es zusammen mit einem Reminder locker auf eine Minute. „Heute kaum mehr vorstellbar, geschweige denn bezahlbar.“ Denn mit Einzug der privaten Radiosender stiegen die Sekundenpreise deutlich. Kürzere Spots und mehr Flexibilität waren gefragt. Und so stellten die Dreieicher 1996 ihr Konzept um. Mit Martin Hecht wurde ein bekannter und sympathischer Sprecher gefunden, der den Spots bis heute eine Stimme gibt. Aber auch mit Prominenten wie Alfred Biolek, Sally oder zuletzt Johann Lafer arbeitete das Kreativ-Team der MHK Werbeagentur info-text zusammen.

An Aktualität hat das Medium Funk nichts verloren. Laut der bevölkerungsrepräsentativen Studie ma 2020 Audio I lag die Reichweite des Mediums Radio in Deutschland im letzten Jahr bei 74,8%. Im Vergleich aller Medien wie Internet, TV und Tageszeitung war das Radio sogar das meist genutzte Medium. Klar, dass man bei diesen Zahlen in Dreieich auch für die jüngste Kampagne der musterhaus küchen Fachgeschäfte neben Onlinewerbung auf Funk setzt. „Macht neidisch“ heißt es aktuell.

## 30 Jahre musterhaus-Jingles

### Links

- [MHK Group](#)