

Radio Advertising Summit 2018: „Tonangebend“

Talk to me: neue Perspektiven des Audiomarketing für eine effektive Mediastrategie und Markenführung!

Erste Top-Speaker stehen fest: Der Medienwissenschaftler Prof. Dr. Norbert Bolz, der Sound- und Kommunikationsexperte Julian Treasure und der Kabarettist Florian Schroeder. Im Anschluss an den Summit wird der Radio Advertising Award verliehen.

Berlin, 8. Januar 2018 — Am 12. April lädt die Radiozentrale zum fünften Radio Advertising Summit in Düsseldorf ein. Bei dem ganztägigen Kongress mit nationalen und internationalen Experten dreht sich alles um die aktuellen Herausforderungen der Werbewirtschaft und des Marketing. Unter dem Motto „Tonangebend“ stehen die Potenziale von Radio und Audio im Fokus. Denn Audiomarketing ist so vielseitig und innovativ wie nie zuvor und bietet Werbetreibenden neue effektive Möglichkeiten in der Mediastrategie und Markenführung. Den Schlusspunkt des Tages bildet im Anschluss an den Kongress die Verleihung des Radio Advertising Award für die besten Radiospots des Jahres. Moderiert werden beide Veranstaltungen von Barbara Schöneberger.

Ich höre, also bin ich

Audio ist wortwörtlich in aller Munde: Smarte Lautsprecher, Sprachassistenten und -nachrichten, Hearables, Online Audio, Podcasts – die Liste neuer Technologien und Formate ist lang. Dies zeigt: die Innovationskraft von Audio findet Einzug in den Alltag der Menschen, weil Hören und Sprechen ein intuitiver Weg ist, sich zu informieren, unterhalten zu werden und zu kommunizieren. Zudem erreicht und aktiviert Radio als Alltagsbegleiter Nummer eins Zielgruppen in allen relevanten Verwendungs- und Entscheidungssituationen. Somit schafft das Medium eine unverzichtbare Basis für crossmediale Kampagnenstrategien und sorgt durch Faktoren wie Nähe und Vertrauen für eine positive Werbewirkung.

Bei der Vielzahl fragmentierter Kommunikationskanäle ist aus Marketingsicht Audio das zentrale Interface zwischen Lebens- und Markenwelt der Nutzer. Nicht zuletzt durch Innovationen in den Bereichen Content, Formaten und Werbeformen und die Kombination aus zuverlässiger Reichweite sowie der Vielzahl konsumrelevanter Touchpoints entwickeln sich hier faszinierende Chancen der Kundenansprache: Die

PRESSEINFORMATION

unmittelbare Nähe zu den Hörern in den unterschiedlichsten Nutzungssituationen ermöglicht eine intensivere, effizientere und effektivere Markenkommunikation.

Next step Audio

Zum Kongressauftakt analysiert der renommierte Medienwissenschaftler und Kommunikationstheoretiker **Professor Dr. Norbert Bolz** das Thema Audio im gesellschaftlichen Kontext: Welche Rolle spielen neue Medientechnologien und wie entwickeln sich die Kundenerwartungen im 21. Jahrhundert? Als zweiter Keynote-Speaker wird Sound- und Kommunikationsexperte **Julian Treasure** (Autor & Chairman, The Sound Agency) zeigen, wie wichtig ein gutes Audiodesign für Marken ist, um erfolgreich zu sein. Für ihn ist klar: Guter Sound ist gutes Business. Durch Studien belegt er, welche Effekte und welches Potenzial Sounds für die Wahrnehmung von Marken haben.

Strategische Markenführung 2.0

Der Spezialist für strategische Markenführung **Alexander Kiock** (Geschäftsführer und Gründer different) widmet sich in einem Vortrag dem Thema, wie Markenführung heute in der Praxis aussieht und welchen Herausforderungen sich eine Marke stellen muss, um sich zu positionieren und zu differenzieren. Und vor allem: Was Audio dafür leisten kann.

In einem anschließenden Talk zu den Herausforderungen der Markenführung 2.0 wird der Experte für Audio Branding und Motion Graphics **Alexander Wodrich** (Geschäftsführer, why do birds) anhand von preisgekrönten Beispielen ganz konkret aufzeigen, wie sich auditive Markenerlebnisse anhören.

Die Audionutzung der Zukunft

Auf dem Radio Advertising Summit präsentiert **Charlotte Hager** (Gründerin und Geschäftsführerin, comrecon brand navigation) exklusiv die neue Studie zur Audionutzung der Zukunft, die ganz neue Methoden und Darstellungsweisen nutzt. Sie zeigt, wie sich die Nutzungssituationen von Audio in Bezug auf neue Lebensphasen und Bedürfnisse bei den Generationen verschieben und zeichnet die Veränderungen der Audionutzung 2025 auf einer „Weltkarte“ auf. Wohin verschiebt sich der „Kontinent“ Radio, welche „Grenzen“ zu anderen Audionutzungen verschwimmen und welche „Inseln“ docken wo an oder verschwinden? Die Studie arbeitet dabei im kreativen Ideenprozess der Rezipienten mit LEGO® Serious Play® Elementen.

Und der Kabarettist **Florian Schroeder** wird einen unterhaltsamen und vor allem humoristischen Blick auf die Audiolandschaft werfen. Mit seinen verschiedenen Satireformaten bei unterschiedlichen Radiosendern ist ihm das Thema Hörfunk bestens vertraut und als Liebhaber des gesprochenen Wortes wird er pointiert seine Radioerfahrungen mit dem Publikum teilen.

„Radio und Audio erreichen und begeistern täglich Millionen von Menschen. Und das mit so unterschiedlichen Formaten und auf innovativen Kanälen wie kein anderes Medium. Deshalb geben sie

PRESSEINFORMATION

den Ton an, wenn es um effektive Kommunikation geht“, sagt Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale. „Wir werden zeigen, warum die Potenziale von Audio zentrale Erfolgsfaktoren für eine moderne Markenkommunikation sind und wie sie Werbungtreibenden neue Wege in der Mediaplanung und Markenführung ermöglichen.“

Den feierlichen Abschluss des Tages bildet auch in 2018 die Verleihung des Radio Advertising Award. Die Ehrung von Deutschlands besten Radiokreationen findet als eigenständiges Event im Anschluss an den Kongress statt.

Die Anmeldung zum Kongress ist ab sofort unter: www.radioadvertisingsummit.de möglich.

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist der zentrale Gipfel der Entscheider aus Werbe- und Radiowirtschaft, der am 12. April 2018 zum fünften Mal stattfindet. Im Fokus stehen die relevanten Fragen des Werbemarktes und die Antworten, die Radio darauf gibt. Namhafte Speaker garantieren Diskussion und Dialog, Mehrwert und Meinung, Impulse und Inspiration. Veranstalter des Radio Advertising Summit ist die Radiozentrale, die gemeinsame Plattform der deutschen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiostationen. Die beiden Vermarkter AS&S Radio und RMS Radio Marketing Service konnten als Hauptsponsoren gewonnen werden. www.radio-advertising-summit.de

Anlagen

- [Logo Radio Advertising Summit](#)
- [Pressebild Norbert Bolz](#), Experte für Kommunikation, Neue Medien und Gesellschaft
- [Pressebild Julian Treasure](#), Autor & Chairman, The Sound Agency
- [Pressebild Florian Schroeder](#), Kabarettist, Moderator, Referent, Autor

Kontakt für Journalisten – für weitere Informationen wenden Sie sich gern an:

Radiozentrale

Grit Leithäuser
E-Mail: grit.leithaeuser@radiozentrale.de
Tel.: 030 / 325 121 65
Fax: 030 / 325 121 69
www.radiozentrale.de

lauffeuer Kommunikation

Fabian Menzel
E-Mail: fm@lauffeuer-kommunikation.de
Tel.: 040 / 689 87 68 18
Fax: 040 / 689 87 68 11