

Radio Advertising Summit: Auditive Markenkommunikation liefert Mehrwert für Kunden

Effektive akustische Markenführung ist für Werbetreibende in einem stark wachsenden Audio-Markt der Schlüssel zum Erfolg – welche Kriterien relevant sind, präsentieren renommierte Experten auf dem Kongress

Berlin, 12. Februar 2019 — Am 10. April präsentieren Audioexperten auf dem Radio Advertising Summit zum sechsten Mal Trends und Neuheiten für Entscheider der Werbe- und Marktwirtschaft. Neben dem Reichweitengaranten UKW sorgen technische Innovationen wie Smart Speaker und Sprachassistenten sowie neue Audio-on-demand-Angebote wie Podcasts aktuell für eine dynamische Entwicklung im Online-Audio-Markt. Die intelligente Kombination aus Reichweite und One-to-One-Ansprache über verschiedene digitale Ausspielungswege eröffnet deshalb viele Chancen für eine effektive Markenführung. Audio Identity und Soundbranding sowie Kreativität und Storytelling sind nur einige Facetten des smarten Audio-Universums, die beim Summit im Mittelpunkt stehen. Durch das Kongress-Programm führt dieses Jahr Nina Sonnenberg. Die Radio- und TV-Moderatorin, Musikerin und Poetry Slamerin hat eine enge Verbindung zum Medium Radio, da ihre eigene Karriere beim Radiosender Bayern 2 begann.

Die Strategie hinter der Werbebotschaft

Ein Schwerpunkt auf dem Kongress ist das Thema Markenführung. Die Herausforderung für Marken: Kunden wollen einen echten Mehrwert – vom Einkaufserlebnis bis hin zur Werbung. Unterschiedliche Vorträge, Diskussionen und Best Practices werden aufzeigen, warum Audio Menschen auf unterschiedlichen Kanälen wirkungsvoll erreicht und Marken durch das Zusammenspiel von Content, Sound und Kreativität erlebbar macht.

Als Keynote-Speaker erläutert der Chairman der IKEA Group Lars-Johan Jarnheimer in seinem Vortrag „**Listen to your customer and brand up!**“, warum der Kunde im Mittelpunkt der Kommunikation steht und was dies für die Markenstrategie bedeutet. Dass IKEA damit Erfolg hat, ist offensichtlich: Es gibt in Deutschland kaum eine Wohnung, in der nicht mindestens ein Stück aus dem IKEA-Sortiment steht. Der Marke gelingt es kontinuierlich, ihren Kunden in allen Bereichen einen Mehrwert zu liefern: Vom Möbel und Essensangebot bis hin zu einer authentischen und wiedererkennbaren Werbung, die humorvoll verkauft. Wie dieses ganzheitliche Kundenerlebnis

PRESSEINFORMATION

entsteht und wie sich diese Gestaltung beispielsweise im Zeitalter der Algorithmen verändert, ist Kern des Vortrags.

Digitalexperte und Autor **Ben Hammersley** analysiert in seiner Keynote den Wandel des Audio-Universums vor dem Hintergrund dynamisch voranschreitenden technologischen Fortschritts. Als Vordenker zu Internettechnologie und digitaler Zukunft weiß er, wie relevant die auditive Kundenansprache ist und wie die Mediennutzung sich künftig weiter entwickeln wird.

Guter Content erfordert Mut und Leidenschaft

Kern der Radiolandschaft ist es, sich immer wieder neu zu erfinden: Radio lebt durch den Content und die Formate, welche die verschiedenen Hörer jeden Tag informieren, unterhalten, beraten und in die richtige Stimmung (auch für Werbebotschaften) versetzen. In der Session „**Listen up! Wie Radio Menschen bewegt**“ zeigen Radiomacher mit ausgezeichneten und preiswürdigen Programmaktionen, wie Radio seine Hörer aktiviert und involviert. U.a. werden **Johannes Ott** (Programmgeschäftsführer Radio Gong 96.3) und **Rainer Poelmann** (Sprecher der Geschäftsführung REGIOCAST) über Innovationen im Programm und beim Service sprechen und erklären, welche neuen Audiokanäle besetzt werden und wie neue Formate nachwachsende Zielgruppen begeistern.

Der Sound macht die Musik – Audio-Branding wird für Marken unverzichtbar

Ric Scheuss (Managing Director bei der TRO Gmb) wird in der Audio Session „**Sonic DNA – Musikalische Markenführung durch Machine Learning**“ beleuchten, wie Technologie die Kreativität antreibt und ein strategisches Gesamt-System von Branding Elementen Marken wirklich unterscheidbar macht. Der Soundexperte wird erläutern, wie Musik ganz gezielt bestimmte Emotionen im menschlichen Gehirn triggern kann, um den Abverkauf für Marken zu steigern.

Ein interaktives Klangerlebnis liefern **Dr. Cornelius Ringe**, **Lars Ohlendorf** und **Sebastian Fuchs** von der Agentur WESOUND, wenn sie exklusiv auf dem Summit erstmalig die Streaming SENSEation vorstellen. Hier zeigt sich, wie technische Innovationen neue Hörerlebnisse für Kunden bescheren.

„Wir erleben zunehmend, dass auditive Markenführung für eine erfolgreiche Kommunikation entscheidend ist: Wer seine Kunden effektiv erreichen und mit Werbebotschaften überzeugen will, muss sich auditiv von seinen Konkurrenten absetzen.“, ist Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale, überzeugt. „Dies beinhaltet viele Aspekte wie Soundbranding, Content und Kreativität, vor allem aber eine stringente Vorgehensweise. Wie eine relevante Kundenansprache – speziell durch die Möglichkeiten der unterschiedlichen Ausspielungswege – mit Audio gelingt, beleuchten unsere Referenten auf dem Summit in ganzer Bandbreite.“

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

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist das zentrale Forum für den Dialog von Top-Entscheidern aus der Werbe- und Radiobranche, der am 10. April 2019 zum sechsten Mal stattfindet. Im Fokus des Entscheidungspfels stehen aktuelle und relevante Fragen des Werbemarktes. Namhafte Speaker und Branchenexperten 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.

Anlagen

Das angeführte Bildmaterial steht unter den jeweils angeführten Links zum Download bereit

- Logo Radio Advertising Summit (Download: <http://bit.ly/RAS-Logo>)
- Pressebild Lars-Johan Jarnheimer, IKEA Group, Chairman (Download: http://bit.ly/Lars-J-Jarnheimer_2019)

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

Radiozentrale

Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63

Fax: 030 / 325 121 69

www.radiozentrale.de