

Radio Advertising Summit: Auditiver Content auf allen Kanälen

Smart Speaker und Audio-on-Demand sorgen für zusätzliche Innovationen im Audio-Umfeld - wie Werbetreibende das effektiv nutzen können, zeigen renommierte Experten auf dem Kongress

Berlin, 19. März 2019 — Am 10. April dreht sich beim Radio Advertising Summit alles um die Trends und Innovationen zum Thema Audio. Der Reichweitengarant UKW, zusätzliche Ausspielungswege via Smart Speaker oder Audio-on-Demand-Angebote sind nur einige Beispiele von Plattformen, die viel Potenzial für die Markenführung bieten. In Vorträgen, Diskussionen und Sessions vermitteln Experten, wie Herausforderungen der Werbewirtschaft und des Marketing mit Audio gemeistert werden. Durch das Kongress-Programm führt die Radio- und TV-Moderatorin, Musikerin und Poetry Slamerin **Nina Sonnenberg**. Neben den Keynotern **Lars-Johan Jarnheimer** (Chairman IKEA Group) mit seinem Vortrag „Listen to your customer and brand up!“ und dem Digitalexperten und Autor **Ben Hammersley** mit seiner Analyse zum Wandel des Audio-Universums zeigen vielfältige Speaker, was mit Audio im Zeitalter der Digitalisierung alles möglich ist.

Audio-on-Demand: Kommunikation im Zeitalter von Demand-Angeboten

Das wohl bekannteste Audio-on-Demand-Medium ist der Podcast, der derzeit eine wahre Renaissance erlebt. Denn die Medienwelt verändert sich und die lineare Mediennutzung wird besonders bei jungen Hörern durch Demand-Angebote ergänzt. Die Erwartungshaltung der Nutzer auf auditive Inhalte jederzeit und vor allem auch mobil zuzugreifen, wird immer stärker. Somit erhält die hohe lineare Nutzung von Radio einen weiteren Baustein in der breit aufgestellten Audiozukunft. Ein Aspekt ist hierbei für Werbetreibende besonders spannend. Neben der zeit- und ortsunabhängigen Verfügbarkeit sucht sich jeder Hörer den Content, der ihn im Besonderen interessiert – wie ausgefallen der Themenfokus auch sein mag. Diese Entwicklung bietet Werbetreibenden neue Möglichkeiten, Werbebotschaften gezielt in Special-Interest-Umfeldern zu platzieren. In Kurzpräsentationen und Talks wird neben den neuen vielfältigen Audio-on-Demand-Angeboten auch das Potenzial für die Nutzung eben dieser Plattformen in der Markenführung von u.a. **Christian Schalt** (Chief Digital Content Officer RTL Radio Deutschland), **Jorita Genschow** (Projektleitung e-tron Marketing Kommunikation Deutschland AUDI AG), **Joel Koch** (Managing Partner PHD Germany) und **Martin Liss** (Unternehmensberater und Medienmanager) aufgezeigt.

Hörbar, sichtbar, messbar: Online Audio als Innovationstreiber

3D Audio, Dynamic Creative, Podcasts, Programmatic, In-Car Targeting, Voice – Audio erfindet sich neu und fordert Marken heraus, akustisch umzudenken. Besonders Online Audio treibt die Entwicklung voran. Es verbindet Hören und Sehen und kann Radio, TV und OOH der wachsenden Online-Welt näher bringen. Dabei ermöglichen Daten, Targeting, Storytelling, innovative Personalisierung, programmatische Strategien und ein tieferes Verständnis von Menschen und ihrer Kultur. **Sven Bieber** (Head of Ad Sales Germany Spotify Deutschland) zeigt in dieser Session, was mit Online Audio möglich ist und wie Marken messbare Erfolge erzielen.

SMART Listening: Kommunikation im Zeitalter von Smart Speakern

Smart Speaker sind sprichwörtlich in aller Munde. Seit dem Verkaufsstart vor zweieinhalb Jahren stehen bereits mehrere Millionen smarte Lautsprecher in deutschen Wohnungen und Büros. Die intelligenten Lautsprecher setzen sich mit einer noch nie dagewesenen Schnelligkeit durch und pushen den Audio-Konsum erheblich. Über geschickte Audio-Kreationen können Werbetreibende die Nutzer dort abholen, wo die Nachfrage ist, und zukünftig vor allem mit den Hörern interagieren.

Malte Kosub (Mitgründer und Geschäftsführer Future of Voice) und **Prof. Dr. Frizz Lauterbach** (Digitalexperte Bayerischer Rundfunk) zeigen die Trends, die technologischen Weiterentwicklungen aber auch Best Cases der Markenführung auf Smart Speakern. Moderiert wird der Talk von Dr. Lars Peters (selbstständiger Medienberater).

Neu beim Summit– Audio Deep Dive-Sessions

Kurz, prägnant und informativ – Verschiedene Deep Dive Sessions geben Einblicke in die Audiowelt. In der Session „Schalten Sie noch Sprechanzeigen oder machen Sie schon Brand Sound?“ dreht sich alles um die Frage, was mit Voice und Sound im neuen Audio-Zeitalter für Marken möglich ist. WESOUNDS Geschäftsführer **Carl-Frank Westermann** und **Dr. Cornelius Ringe** sind überzeugt, dass Voice-Anwendungen den User zukünftig in Sound-Showrooms entführen, in denen Marken akustisch erlebbar werden.

Oliver Spitzer (Geschäftsführer september Strategie & Forschung) zeigt in der Session „Kauf das! Jetzt! Der emotional wirksame(re) Call to Action“, wie eine relevante Kundenansprache mithilfe der impliziten Emotionsmessung gelingt, wie man “Action” ruft, ohne seine Hörer anzuschreien und welche Inhalte die emotionale Performance steigern.

In der Session des Technologieunternehmens Audio CC geht es um die Bündelung von Online-Audio auf einer zentralen Buchungsplattform. Unter dem Titel „Online-Audio aus einer Hand: einfacher Zugriff über die audio CC-Buchungsplattform“ stellt **Matthias Mroczkowski** (Chief Sales Officer & Mitbegründer der audio content & control) die innovative Technologie vor und zeigt, wie Kampagnen automatisiert auf die maximale Performance optimiert werden.

PRESSEINFORMATION

News zum Thema Marktforschung gibt es in der Session „Kantar Marketplace: Schnelle und preiswerte Lösungen mit hohem Impact“. **Bernd Büchner**, CEO von Kantar Millward Brown Deutschland, erklärt auf dem Kongress, was die neue Plattform für automatisierte Marktforschungslösungen von Kantar Marketplace leisten kann und warum das Unternehmen die DIY-Plattform gelauncht hat.

„Audio ist derzeit allgegenwärtig, weil es vor allem Hörern einen echten Mehrwert bietet. Als Lean-Back-Medium via UKW, als Special-Interest-Content-Lieferer beim Podcast oder als Interaktionspartner im Kontext Smart Speaker - Audio findet auf den verschiedensten Kanälen statt und ist ein individueller Multiplayer. Die Werbewirtschaft und das Marketing können all diese Ausspielungswege für sich nutzen und ihre Marke auditiv inszenieren, um Menschen zu begeistern und die Marke in den Köpfen zu verankern. Das Potenzial für diese auditive Markeninszenierung ist noch längst nicht ausgeschöpft und wird in Zukunft Marken in einer neuen Qualität erlebbar machen“, prognostiziert Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.

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

- Pressebild Sven Bieber (Head of Ad Sales Germany Spotify Deutschland) (Download: http://bit.ly/Sven_Bieber)
- Pressebild Jorita Genschow (Projektleitung e-tron Marketing Kommunikation Deutschland AUDI AG) (Download: http://bit.ly/Jorita_Genschow)
- Pressebild Malte Kosub (Mitgründer und Geschäftsführer Future of Voice) (Download: http://bit.ly/Malte_Kosub)

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

Radiozentrale

Matthias Hoffmann



PRESSEINFORMATION

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63

Fax: 030 / 325 121 69

www.radiozentrale.de

www.radio-advertising-summit.de

RADIO
ZENTRALE

Hauptsponsoren

ASS
RADIO

RMS
Der Audiovermarkter.