

Radio Advertising Summit 2020: Think Audio!

Beim Jahrestreffen der Werbe- und Marketingbranche zeigt die Gattung Radio, warum sie für effektives Marketing und den ganzheitlichen Markenauftritt unverzichtbar ist.

Berlin, 20. Februar 2020 — Für modernes Markenmanagement ist Audio in all seinen Facetten eine unverzichtbare Dimension der Customer Experience. Auf dem **Radio Advertising Summit am 23.**

April in Köln zeigen namhafte Experten, welche neuen Entwicklungen der Audiomarkt für Werbetreibende bereithält. Denn für ein modernes Marketing sind die wachsende Audiowelt sowie die Gattung Radio mit ihrer täglichen Millionen-Reichweite wichtiger denn je.

Der Keynoter **Prof. Dr. Bernhard Pörksen** zeigt mit seinem Vortrag „Die neue Macht des Publikums. Vom Konsument zum Medienaktivisten.“, wie die steigenden Ansprüche der Konsumenten an Marken und Unternehmen auch Veränderungen für ein aktuelles, glaubwürdiges und vor allem erfolgreiches Marketing nach sich ziehen.

THINK AHEAD: Wenn die Zukunft mit uns spricht

Wie wichtig Voice für ein effektives Marketing wird, erklärt **Maks Giordano**. Der Autor und Experte für Performance Marketing, wird in seinem Vortrag beleuchten, warum Audio Branding und Audio Advertising für Unternehmen und Marken in einer innovationsgetriebenen Welt unabdingbar sind. Digitale Technologie entwickelt sich exponentiell. Entsprechend rasant gewinnen Entwicklungen rund um Voice an Bedeutung für Unternehmen und ihre Marken. Die immer neuen Möglichkeiten der Audionutzung schaffen neue Customer Touchpoints. Neben der Vorstellung von spannenden internationalen Cases, wirft er einen Blick in die Zukunftsszenarien rund um Voice.

„In einer visuell reizüberfluteten Welt besinnen sich immer mehr Menschen auf das Hören. Für Werbetreibende bedeutet das: Think Audio! Denn Audio bietet Marken zahlreiche bestehende, neue und vor allem effektiven Möglichkeiten ihre Zielgruppen zu erreichen“ sagt **Grit Leithäuser**, Geschäftsführerin der Radiozentrale. „Das gilt für Radio auf all seinen Plattformen und Ausspielungswegen inklusive eines erstarkenden Podcast-Genres, aber auch für alle andere Formen der Audionutzung. Was das konkret für die Werbewirtschaft bedeutet, werden wir an einem prall gefüllten Kongresstag beleuchten.“

RE-THINK BRAND VOICE

Mathias Rolfes, Creative Director bei Meta Design, schlägt in seinem Vortrag „RE-THINK BRAND VOICE“ die Brücke von einer monologischen Brand Voice hin zu einer dialogischen Markenstimme, welche über die neuen invisible Interfaces - Bots und Voices - nun auch in der Konversation erlebt

PRESSEINFORMATION

werden kann. Damit kann der Rezipient die Marke nicht mehr nur hören, sondern auch mit ihr sprechen. Diese Möglichkeit mit der Marke in den Dialog zu treten, sollte bei der Entwicklung einer zukunftsfähigen Brand Voice mitbedacht werden. Denn neben Stimme und Sprachstil kann nun auch das Reaktionsverhalten einer Voice-UI gebrandet werden.

Und natürlich spielt auch das Thema Podcast eine Rolle auf dem Kongress. Neben aktuellen Podcast-Entwicklungen, die in Sessions thematisiert werden, wird der Autor, Radio- und Fernsehmoderator **Micky Beisenherz** mit gewohnt scharfem Blick und spitzer Zunge hinter die Kulissen der Podcast-Kultur schauen. Er äußert seine Gedanken über die Macher*innen, das Machen und die Magie des Audiogenres.

Das vollständige Programm und alle Informationen zu den Speakern gibt es unter:
www.radioadvertisingsummit.de.

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist das zentrale Forum für den Dialog von Top-Entscheidern der Werbe- und Marketingbranche, der am 23. April 2020 zum siebten Mal stattfindet. Im Fokus des Entscheidungsgipfels 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

- Logo Radio Advertising Summit
- Pressebild Maks Giordano (Innovation Rainmaker, Futur I/O Institute for Exponential Technologies & Moonshots)
- Pressebild Mathias Rolfes (Creative Director, MetaDesign)
- Pressebild Micky Beisenherz (Autor, Radio- und Fernsehmoderator)
- Pressebild Grit Leithäuser (Geschäftsführerin Radiozentrale)

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