

Radio Advertising Summit Digital: Themenwoche „Audio-Vielfalt“

Berlin, 10. Mai 2021 — Audio war nie so vielfältig wie heute: von klassischem Radio über Streaming, von Musik und Hörbüchern bis zu Podcast oder Social Audio-Angeboten wie Clubhouse. Nie kam Audio auf so vielen unterschiedlichen Devices zum Einsatz und ist beinahe allgegenwärtig. Und noch nie spielte Audio in der strategischen Markeninszenierung eine so große Rolle. Die letzte Woche des Radio Advertising Summit Digital vom 10. bis 14. Mai rückt das Thema „Audio-Vielfalt“ in den Mittelpunkt. Alle Beiträge und weitere Themen rund um Audio sind im Content-Hub unter www.radio-advertising-summit.de verfügbar.

„Audio bedient die natürlichste Kommunikation des Menschen – nämlich das Zuhören und Sprechen. Die Ausspielungswege, die Interaktion und das Angebot von Audio wachsen derzeit rasant und spiegeln die Vielfalt der Möglichkeiten und Bedürfnisse der Menschen wider.“, erläutert Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale. „Deshalb ist Audio für die Markenkommunikation unerlässlich und ermöglicht Werbetreibenden die Chance, Marken und Botschaften in all ihren Facetten schnell, effektiv und vor allem wirksam auditiv zu inszenieren. Auf welchen Wegen das möglich ist, wollen wir in dieser Themenwoche beleuchten.“

Themenwoche Audio-Vielfalt: Der Content

Warum ist gerade jetzt die Primetime für Audio? Klar ist: Hören liegt voll im Trend. Wie vielfältig sich das Medium der Stunde präsentiert und warum das erst der Anfang ist, diskutieren am 12. Mai um 12.30 Uhr **Petra Lemcke, Geschäftsführerin von sunshine live, Felicia Reinstädt, Programmchefin bei Bremen vier und Bremen next, Sven Bieber, Head of Ad Sales von Spotify Deutschland** und **Philipp Westermeyer, Gründer und Geschäftsführer von Online Marketing Rockstars**.

Nachdem **Paul-Christian Brenndörfer, Head of Portfolio Strategie bei Jung von Matt**, und **Julian Krohn, Creative Director bei White Horse Music**, im Livestream bereits über das Potenzial und Strategien eines wirkungsvollen Audiomarketings diskutiert haben, folgt im Webinar „Brandbuilding mit Audio – die Audio Journey“ eine vertiefende Erläuterung, wie Brandbuilding via Audio gelingt. Paul-Christian Brenndörfer zeigt anhand von Best Cases, welche Möglichkeiten Audiomarketing bietet – von klassischem Radio, Podcasts über Audiospots und Social Audio bis hin zu Sonic Branding.

Die Bedeutung von Soundmarketing wächst immer weiter durch neue Anwendungen, Techniken und Trends. Sounds umgeben uns bei allem was digital und smart wird und werden zum ständigen Begleiter und intuitiven Steuerungselement. **Theresa Schleicher, Zukunftsforscherin und Geschäftsführerin bei VORN Strategy Consulting**, geht in „Innovationen des Soundmarketings“ der Frage nach, welche Rolle Audio und Sound in Zukunft spielen. Sie wagt einen Blick auf Soundinnovationen der Zukunft: Gibt es beispielsweise bald sprechende Kleidung? Und wie entwickelt sich das Radio weiter –100 Jahre nach seiner Erfindung?

Die beiden Top-Kreativen, **Ralf Heuel, Geschäftsführer und Partner bei Grabarz & Partner**, und **Fabian Frese, Geschäftsführer Kreation bei Kolle Rebbe**, geben im Podcast „Primetime für Kreation“ exklusive Einblicke in den Kreativprozess im Agenturalltag – von der Entstehung der Idee bis zur auditiven Umsetzung. Erfahren Sie, warum Audio besonders stark wirkt, wie durch Sprache Bilder erzeugt werden und welche Sounds das Kino im Kopf starten.

Update DAB+: Wie sieht es eigentlich bei DAB+ aus? **Jan-Henrik Schmelter, Geschäftsführer von RADIO BOB!** und **Reinhard Hild, Prokurist und Geschäftsleitung Verkauf-Kommunikation bei MDR Media**, geben einen Überblick über die Sender, die neuen nationalen Angebote, die Geräteverbreitung, aktuelle Verordnungen und Reichweiten. Aber was sind diese Daten ohne die Programme? Sender wie „RADIO BOB!“ oder „Schlagerparadies“ schreiben Erfolgsgeschichten. Blicken Sie in die Welt der Programme, wo der Erfolg von DAB+ hörbar gemacht wird.

Wie entsteht Kreativität? **Christian Daul, CEO und Geschäftsführer von Reinsclassen**, erklärt im Interview, wie kreative Prozesse gelingen und warum gerade jetzt Kreativität gefragt ist. Gutes Storytelling ist bei Audiowerbung eine Herausforderung, aber vor allem eine große Chance für jede Marke, gewinnbringend zu kommunizieren. Martin Liss kürt zudem im Gespräch mit **Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale** und Christian Daul, der diesjähriger Jurypräsident des Radio Advertising Award war, die Gewinnerinnen und Gewinner des Radio Advertising Award 2021. Neben der Entstehungsgeschichte des Awards diskutieren die drei über gute Radiospots und geben einen Blick hinter die Kulissen der Juryarbeit.

Marken mit Sound zum Leben erwecken: Audio Branding kann einen entscheidenden Beitrag zur Markenpositionierung eines Unternehmens leisten. Im Audio Branding steckt die hörbare Identität einer Marke und macht sie so erlebbar für Konsumenten. Aber wie lassen sich Konzepte in Sounds übersetzen, welche Formate können bespielt werden und wie konsequent sollte Audio Branding eingesetzt werden? Das erläutert **Alexander Wodrich, Geschäftsführer von why do birds**, erläutert es am Beispiel Siemens Healthineers.

Alle Informationen stehen ab sofort unter: www.radio-advertising-summit.de in einem umfangreichen Content-Hub bereit.

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 in diesem Jahr nicht als Live-Kongress, sondern ab dem 19. April bis 14. Mai 2021 in digitaler Form 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 ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S Radio) und RMS Radio Marketing Service konnten als Hauptsponsoren gewonnen werden.

Anlagen

- Logo Radio Advertising Summit Digital
- Pressebild: Philipp Westermeyer, Gründer und Geschäftsführer von Online Marketing Rockstars
- Pressebild: Theresa Schleicher, Zukunftsforscherin und Geschäftsführerin bei VORN Strategy Consulting
- Pressebild Grit Leithäuser, Geschäftsführerin Radiozentrale

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

Radiozentrale

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63

www.radiozentrale.de