

Radio Advertising Summit Digital: Themenwoche „Wirkung“

Berlin, 3. Mai 2021 — Kampagnen müssen effektiv und effizient sein - das gilt insbesondere in wirtschaftlich unsicheren Zeiten. Dafür müssen Unternehmen ihre Zielgruppen genau kennen und sie da erreichen, wo sie auch wirklich anzutreffen sind. Wie können Kampagnen die größte Kraft und das beste Ergebnis erzielen? Antworten hierauf gibt es beim Radio Advertising Summit Digital vom 3. bis 7. Mai in der Themen-Woche „Wirkung“. Alle Beiträge und weitere Themen rund um Audio sind im Content-Hub unter www.radio-advertising-summit.de verfügbar.

„In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit sind Effektivität und Effizienz von Kampagnen wichtiger denn je. Und für Werbetreibende ist doch die drängende Frage, wie die gewünschte Wirkung zu erzielen ist. Deshalb beantworten wir in dieser Themenwoche, welches Potenzial von Audio genutzt werden kann und wie Strategien für wirkungsvolles Audiomarketing aussehen. Und natürlich, wie man Menschen via Radio, Podcast und Voice-Advertising erreicht.“, sagt Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.

Themenwoche Wirkung: Der Content

Audio ist der Alltagsbegleiter Nummer eins. Für Unternehmen und Marken bedeutet das die Chance, mit ihren Zielgruppen auf die Audio Journey zu gehen, um sie gezielt in relevanten Nutzungssituationen anzusprechen. Wie dies gelingt, wird in einer Live-Diskussion am 7. Mai 2021 um 12.30 Uhr unter dem Titel „**Brandbuilding: Welcome to the Audio Journey**“ erläutert. **Paul-Christian Brenndörfer, Head of Portfolio Strategy bei JvM, Julian Krohn, Creative Director bei White Horse Music, und Marianne Bullwinkel, Sprecherin der Geschäftsführung bei RMS,** sprechen über das Potenzial und Strategien für wirkungsvolles Audiomarketing im Zusammenspiel aus Sonic Branding, Audiospots, klassischem Radio, Podcast und Social Audio.

In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit sind Effektivität und Effizienz von Kampagnen wichtiger denn je. Eine fundierte Mediaplanung, die mehr als nur soziodemographische Kriterien einbezieht, ist dabei von entscheidendem Vorteil. Die **Sprecher der Arbeitsgemeinschaft VuMA, Alexander Bohn und Hans-Peter Gassner,** veranschaulichen im Webinar „**Konsumenten effektiv erreichen – die VuMA-Touchpoints im Praxischeck**“, wie die große Markt-Media-Studie VuMA dabei hilft, die optimale Werbewirkung zu erzielen. Das Webinar findet am 5. Mai um 9.30 Uhr statt.

Der Podcastmarkt hat einen riesigen Boom erlebt. Die Themenbreite ist dabei extrem vielfältig – jede Nische wird bedient. Für Werbetreibende öffnet sich dadurch ein großes Potenzial, ihre Botschaften in der Breite mit viel Reichweite oder auch gezielt in ausgewählten Zielgruppen zu platzieren. **Christian Bollert, Geschäftsführender Gesellschafter von detektor.fm**, erklärt in dem Podcast „**Podcast-Boom: Was ist dran und für die Kunden drin?**“ an Praxisbeispielen, wie branded Podcasts funktionieren, wie der Zusammenhang von Podcastinhalten und Werbung hergestellt werden kann und welche Zielgruppen diese Werbung erreicht. Auch Kunden berichten von ihren Erfahrungen mit Werbung rund um Podcasts.

Radiowerbung ist schon lange keine Einbahnstraße mehr. Wie innovativ und interaktiv agiert werden kann, zeigt das Praxisbeispiel des Spendenaufrufs für das DRK. Mit **interaktiver Radiowerbung via Smart Speaker** wurde der gute Zweck zum großen Erfolg: Die Möglichkeit per Sprachsteuerung zu spenden, war so smart und barrierefrei, dass zahlreichen Menschen geholfen werden konnte, die in der Pandemie in die Krise geraten waren.

Im Gespräch „**Voice Advertising: Wie Brands über Sprachsteuerung Zielgruppen erreichen**“ dreht sich alles um das Thema Kundenansprache via Voice. Mit den technischen Weiterentwicklungen rund um Smart Speaker und adserver-basierten Ausspielwegen, ergeben sich immer neue spannende Wege der Kundenansprache. Welche Möglichkeiten es gibt und welche Erfahrungen Kunden damit gemacht haben, das zeigen die beiden Voice-Experten **Katharina Zeschke, Business Development Managerin bei RMS** und **Sven Rühlicke, CEO und Co-Founder von Wake Word**.

Die vierte **Woche vom 10. bis 14. Mai** legt den Fokus auf das Thema **Audio-Vielfalt**.

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

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

- Logo Radio Advertising Summit Digital
- Pressebild: Paul Brenndörfer, Head of Portfolio Strategy bei JvM und Julian Krohn, Creative Director bei White Horse Music
- Pressebild: Christian Bollert, Geschäftsführender Gesellschafter von detektor.fm
- 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

Fax: 030 / 325 121 69

www.radiozentrale.de