

Radio Advertising Summit 2022:

The Power of Audio beim großen Live-Kongress

Am 28. April fand der Radio Advertising Summit zum ersten Mal seit zwei Jahren wieder live und mit voller Soundkraft in der HALLE Tor 2 in Köln statt. Der jährliche Kongress brachte rund 600 Entscheider:innen der Werbe- und Medienwirtschaft unter dem Motto „Power of Audio“ zusammen und informierte sie hörbar über Neuheiten und Trends der Branche. Ab nächster Woche startet die digitale Fortsetzung mit vier ergänzenden Webinaren.

Köln / Berlin, 28. April 2022 – In diesem Jahr feierte der Radio Advertising Summit bereits seine neunte Ausgabe. Alle Teilnehmenden konnten die „Power of Audio“ nach zwei Jahren coronabedingter digitaler Auszeit wieder live erleben. Mit über 30 renommierten Speaker:innen auf drei Bühnen und acht Stunden Programm wurde die Kraft von Sound und Audio für die Besucher:innen hör- und spürbar. Ab 10 Uhr waren die Türen der HALLE Tor 2 in Köln geöffnet. Interessierte konnten so bereits an einem Business-Frühstück teilnehmen und netzwerken. Um 11 Uhr begann das offizielle Kongressprogramm: Schwerpunkte setzte der Veranstalter zu den Themen **Wirkung, Innovation, Nachhaltigkeit** und **Podcast**.

The Power of Audio

Mit einem imposanten Audio-Intro wurde der Radio Advertising Summit 2022 eröffnet. Dem Auditorium wurde somit von Beginn an die Kraft von Sound und Audio verdeutlicht. Mit einem emotionalen Plädoyer für Radio und Audio eröffnete **Grit Leithäuser**, Geschäftsführerin der Radiozentrale, den Summit und begrüßte den **Tagesmoderator Thorsten Schorn** auf der Bühne.

Dass Sound Emotionen weckt, steht fest. Was genau sie in uns erzeugen und wie sie uns bewegen, weiß kaum jemand besser als der weltweit erfolgreiche **DJ und Musikproduzent Felix Jaehn**. Im Gespräch mit Thorsten Schorn gab er preis, wie er mit Musik die Massen bewegt und dass ein guter Sound im besten Fall ins Ohr geht und im Kopf bleibt.

Der Mensch ist kein Homo Oeconomicus, sondern ein Wesen, das emotionale Entscheidungen trifft und sich von impliziten Botschaften beeinflussen lässt, so die prägnante These der renommierten Professorin für Online-Marketing und Medien an der iu International University, **Prof. Dr. Lisa Wolter**. Sie belegte in ihrer Keynote eindrucksvoll, warum eine Marke auf Emotionen bauen sollte und wieso sie ein erfolgreicher Hebel für die Aktivierung in der Zielgruppenansprache sind.

Die Hauptsession „Power of Audio“ wurde mit der Präsentation, der erst kürzlich veröffentlichten Ergebnisse der Audioeffekt Spezial Studie „Vom Sound zur Markenwelt“ abgeschlossen. Vorgetragen von **Markus Küppers**, Managing Partner des Marktforschungsinstituts september, und aus Vermarktungssicht von **Marianne Bullwinkel**,

Geschäftsführerin von RMS Radio Marketing Service, eingeordnet, wurde veranschaulicht, wie Audio unterschiedliche Markenwelten aufbauen und in die Köpfe von Verbraucher:innen bringen sowie sie dort verankern kann. „Die Studie liefert eine wirklich wertvolle Erkenntnis: Soundgestaltung von Audiospots ist kein simpler Emotionsknopf, sondern bietet eine breite, wirkungsvolle Klaviatur“, so Markus Küppers. „Denn die Spots triggern durch ihre Soundgestaltung nicht einfach nur unterschiedliche Emotionen. Die Wirkung geht viel tiefer: Die Spots aktivieren unterschiedliche Ichs in den Hörer:innen, die wie Teile einer multiplen Persönlichkeit punktgenau reagieren.“ Die Studie wurde von ARD MEDIA, RMS Radio Marketing Service und der Radiozentrale unter dem Dach der Forschungsinitiative Audioeffekt beauftragt.

Responsible Marketing – nachhaltig agieren

Die zweite große Plenum-Session drehte sich um das Thema „Nachhaltiges Marketing“. Denn die gemeinsame Verantwortung für Umwelt, Klima, Menschenrechte und Gleichberechtigung spielt auch für Marken, Kommunikation und Medien eine zentrale Rolle. Warum Nachhaltigkeit vielmehr als Chance für Unternehmen, denn als Zwang verstanden werden sollte, erläuterte **Design Thinker Lukas Bosch**. Dabei ist für Marken Authentizität in der Kommunikation extrem wichtig: "Gutes Marketing ist, die Dinge aufrichtig zu verkaufen."

Im Anschluss diskutierten **Christian Scholz**, Geschäftsleitung Radio, ARD MEDIA, **Jens Kress**, Head of Communication & CSR, Carglass, **Klaus-Peter Schulz**, Geschäftsführer und Sprecher der OMG, und **Christian Zimmer**, Managing Director, Ebiquity, darüber, warum jedes Unternehmen die Aufgabe hat, nachhaltig zu agieren. Und warum im Marketing die richtige Medienauswahl und der richtige Ton für die Ansprache ein wichtiger Beitrag sein können.

The Power of Podcast

Es ist ein Format, das gekommen ist, um zu bleiben: der Podcast. Doch wohin bewegt sich der Trend? Was ist angesagt? Was erwarten die Hörer:innen vom deutschen Podcastmarkt? Der renommierte **Radio-Futurologe James Cridland** sprach via Live-Schalte mit dem **Fachmoderator Stephan Schreyer** über den Status Quo, erfolgreiche Formate und Werbeformen. Spannend war auch der gemeinsame Blick auf die Entwicklung des Podcastmarktes in den USA, der Prognosen für den heimischen Podcastmarkt zuließ. James Cridlands Meinung hierzu: „Und was wir sehen ist, dass Podcasting nicht so schnell verschwinden wird. Wir sehen, dass immer mehr Werbegelder in das Podcasting gesteckt werden, und ich denke, das sind gute Neuigkeiten für die langfristige Entwicklung des Podcasts.“

The Power of Innovation

Zum Thema „Innovationen“ konnten sich die Teilnehmer:innen des Radio Advertising Summit auf keinen Geringeren als **Maks Giordano** freuen. In seinem Impulsvortrag „Wenn die Zukunft mit uns spricht“ zeigte der digitale Stratege auf, dass Audio auch in Zukunft und bei neuen Technologien eine sehr große Rolle spielen wird. Sein Statement war eindeutig: Wer seiner Marke jetzt einen Audiobrand gibt, der wird es in Zukunft einfacher haben. Denn

schon jetzt wird so die Interaktion und die Bindung der Kund:innen von morgen gefestigt. Für ihn steht jedoch auch fest, dass ebendiese Innovationen bei Kund:innen ein hohes Maß an Vertrauen benötigen.

Abgerundet wurde die Innovationen-Session mit aktuellen Best Cases, unter anderem von ALDI SÜD und dem erfolgreichen Case von "Kai Karotte".

Die neuesten Trends aus Vermarktersicht konnten Teilnehmer:innen des Radio Advertising Summit auf der Insight Radio Bühne mitnehmen. ARD MEDIA und RMS Radio Marketing Service präsentierten hier verschiedene Slots von Voice- und Podcast-Advertising sowie Hörer-Identifizierung und Radio-Werbung in Zeiten der Digitalisierung.

The Power of Inspiration

Was wäre der Radio Advertising Summit ohne Inspiration, ohne das Mitnehmen von neuen Ideen und kreativen Impulsen? Die offizielle Verleihung des kürzlich vergebenen Radio Advertising Award nutzten die Veranstalter für die auditive Präsentation der Gewinner-Spots. **Dennis May**, Chief Creative Officer der Publicis Groupe Germany und diesjähriger Jurypräsident des Awards, hatte wertvolle Insights zu den Stories hinter den ausgezeichneten Spots im Gepäck.

Vertrauen und Transparenz sind entscheidend für die Werbewirkung, wusste **Michael M. Maurantonio**, Mediastrategie und Unternehmensberater, seinen Zuhörer:innen mit auf den Weg zu geben. Der Experte im Bereich Media-Procurement klärte in seinem Impulsvortrag auf, warum der Brand Safety eine immer größere Bedeutung zukommt. Denn das ist es, was eine Marke heutzutage braucht: den Schutz vor negativen Einflüssen im Rahmen von Online-Werbung. Nur so können Konsument:innen Vertrauen und emotionale Nähe zu Marken aufbauen.

„Es hat gutgetan, dass wir uns endlich wieder live getroffen haben. Der persönliche Austausch und das Netzwerken untereinander sind für neue Impulse unglaublich wichtig. All das, was bei solch einem großen Kongress wie dem Radio Advertising Summit neben dem ganzen Input auf der Bühne noch an Ideen und Kontakten entsteht, ist für alle extrem gewinnbringend. Und die „Power of Audio“ hat man auf dem Summit wirklich hautnah spüren können“, resümiert Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale, den Tag.

Auditiver Höhepunkt im Anschluss des Kongresses

Wer noch nicht genug von auditivem Input bekommen hat, der hat die Möglichkeit in den Wochen nach dem Kongress an vier weiterführenden Webinaren teilzunehmen. Die Themen-Schwerpunkte sind dabei breit gefächert: Beleuchtet werden unter anderem der Einfluss von Radiowerbung auf das Online- und Offline-Kaufverhalten sowie die emotionale Macht von Radio und Audio auf Verbraucher:innen.

Weitere Informationen zu den Webinar-Inhalten und zum Radio Advertising Summit gibt es hier: www.radioadvertisingsummit.de

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist das zentrale Forum für den Dialog von Top-Entscheider:innen aus der Werbe- und Radiobranche, der am 28. April 2022 zum neunten Mal stattfindet. Im Fokus des Entscheider:innengipfels stehen aktuelle und relevante Fragen des Werbemarktes. Namhafte Speaker:innen und Branchenexpert:innen 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 MEDIA 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
- Pressebild DJ und Musikproduzent Felix Jaehn und Thorsten Schorn
- Pressebild v.l. Tagesmoderator Thorsten Schorn, Grit Leithäuser (Geschäftsführerin der Radiozentrale, Christian Scholz (Geschäftsleitung Radio, ARD MEDIA) und Marianne Bullwinkel (Geschäftsführerin von RMS Radio Marketing Service)
- Pressebild Auditorium

Kontakt für Journalist:innen – für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an:

Radiozentrale

Matthias Hoffmann

E-Mail: matthias.hoffmann@radiozentrale.de

Tel.: 030 / 325 121 63

Fax: 030 / 325 121 69

www.radiozentrale.de