

Radio Advertising Summit 2023: Das Treffen der #GenerationAudio live in Köln

Am 26. April fand der Radio Advertising Summit live und laut in DIE HALLE Tor 2 in Köln statt. Der jährliche Kongress stand unter dem Motto #GenerationAudio. Was das bedeutet, machten die namhaften Speaker:innen auf der Bühne eindrucksvoll deutlich. Und zudem warum Audio ist die Kommunikationsplattform der Zeit in einer unruhigen Welt ist. Über 800 Besucher:innen aus Marketing und Werbewirtschaft informierten sich über Neuheiten und Trends der Branche: beispielsweise über 360 Grad Audiostrategien für die Kommunikation, KI-Einsatz und über die neusten Erkenntnisse der Werbewirkungsforschung.

Köln, den 26. April 2023 – Der Radio Advertising Summit ist eine Institution und fester jährlicher Termin für Marketingexpert:innen und Werbetreibende. Die zehnte Veranstaltung fand heute in Köln statt. Im Vergleich zum letzten Jahr stieg die Zahl der Gäste erneut: Über 800 Besucher:innen informierten sich über die #GenerationAudio und die neusten Erkenntnisse aus der Audiowelt. Durch das Programm führte Radio- und Fernsehmoderator **Thorsten Schorn**. Beim Business-Frühstück vorab und BBQ & Drinks zum Ausklang gab es Gelegenheiten für intensives Networking in stimmungsvollem Ambiente.

#GenerationAudio – Wir sind alle Audio Natives

Mit dem Ohr am Puls der Gesellschaft, spiegelte der Radio Advertising Summit in diesem Jahr die Entwicklung einer immer komplexer werdenden Welt mit verändertem Marken- und Medienkonsum wider. Audio reagiert auf das veränderte Nutzungsverhalten als Multichannelmedium auf allen Kanälen von digital und analog über on demand oder linear. Die Stärke des Mediums mit Werten wie Regionalität, Vertrauen, Nachhaltigkeit und Sicherheit wurde auf dem Summit deutlich. Zum Start in den Kongress stellte Keynoter **Stephan Grünewald** – Marktforscher und Mitbegründer des renommierten rheingold-Instituts – vor, wie sich die Gesellschaft und ihre Werte bereits verändert haben, dies weiter tun werden und was dies für die Markenkommunikation bedeutet.

Was diese Veränderungen konkret bedeuten, erlebten die Teilnehmenden in einem Deep-dive in die Unternehmenskultur und die Changeprozesse von zwei Unternehmen. Einblicke in ihre Strategien gaben **Dr. Christian Hahn**, VP Marketing Communications Strategy & Media bei Deutsche Telekom, und **Jule Bosch**, Zukunftsforscherin, Autorin und Gründerin des Start-ups WHAT THE FISH.

„Wir haben den Anspruch, dass wir als Marke etwas Gutes zu erzählen haben. Radio kann wunderbar emotionale Botschaften transportieren“, erläuterte Dr. Christian Hahn.

Audio berührt die Menschen als echter Moodmanager in ihren jeweiligen Lebenssituationen und Gefühlslagen. Wie Radio und Audio Unternehmen und Marken bei den Herausforderungen der Zeit unterstützen können, führten **Dr. Nina Gerhardt**, CEO von RTL Radio Deutschland, und **Grit Leithäuser**, Geschäftsführerin der Radiozentrale, aus. Aus Sicht der Vermarktung ergeben sich viele Möglichkeiten, Audio effektiv in der Kommunikation einzusetzen. Aus erster Hand gab es dazu Input von **Marianne Bullwinkel**, Sprecherin der Geschäftsführung von RMS, sowie **Christian Scholz**, Geschäftsleiter Radio ARD MEDIA.

360 Grad Audiostrategien für die Markenkommunikation, neuste Trends und Techniken

Der Radio Advertising Summit steht für Praxisnähe und auch in diesem Jahr wurden die Möglichkeiten der Gattung auf die große Bühne gebracht. Audio 360 Grad denken und umzusetzen – das gelingt am

erfolgreichsten mit einer ganzheitlichen Audiostrategie. **Meng Tian**, Journalistin, Digital Marketing Managerin und Audio Branding Beraterin, und **Julian Krohn**, Director Music & Audio bei der Kreativagentur Scholz & Friends, gaben Antworten auf die Frage, warum es wichtig ist, heute schon in die „Hörbarkeit“ seiner Marke zu investieren.

„Am Anfang eines Prozesses, der eine Audiostrategie in den Mittelpunkt stellt, sollte für Werbungtreibende die Betrachtung der eigenen Markenidentität stehen. Denn anders als etwa das Werbemedium Print hat Radio nichts Haptisches zur Seite – einzig den emotionalen Hörsinn. Eine Sound-DNA sollte dafür entwickelt werden“, erklärte Meng Tian.

In wirtschaftlich und emotional volatilen Zeiten geht es für Marken darum, Präsenz zu zeigen und relevant zu bleiben. Dazu gab es Handlungsempfehlungen von **Dr. Julia Rösler**, selbstständige Unternehmensberaterin und Expertin für Markenführung, Kommunikation und Business Transformation. Einen Einblick, welche Rolle Künstliche Intelligenz für Audio spielen kann, ermöglichte **Nick Sohnmann**, Gründer und Managing Director der Innovationsagentur FUTURE CANDY. Auf dem Summit wurden zudem besprochen, was beim Podcast Advertising los ist und spannende Studien aus der Marktforschung zum Visual Transfer via Audio, sowie zur mentalen Verfügbarkeit von Marken in Gebrauchssituationen vorgestellt,

„Der Summit hat deutlich gemacht, wie relevant und lebendig Audio in diesen turbulenten Zeiten ist. Das Medium bietet eine Menge neuer Innovationen und ist zugleich ein verlässlicher und reichweitenstarker Garant für eine erfolgreiche Markenkommunikation“, freut sich **Grit Leithäuser**, Geschäftsführerin der Radiozentrale.

Die wichtigsten Inhalte und Statements gibt es zum Nachlesen im Liveticker vom Tag. Weitere Audiothemen werden fortwährend im [Audio Journal](#) das ganze Jahr über veröffentlicht und mit Webinaren zum Deep-dive im Herbst ergänzt. Ein Blick auf die Webseite lohnt sich deshalb auch weiterhin: www.radioadvertisingsummit.de.

Über den Radio Advertising Summit

Der Radio Advertising Summit ist das Event der Audiowelt für Entscheider:innen und Macher:innen der Werbe- und Medienbranche. Ein vielseitiges Programm mit namhaften Speaker:innen garantiert Dialog und Diskussion, Mehrwert und Meinung, Impulse und Inspiration. Veranstalterin des Radio Advertising Summit ist die Radiozentrale, die gemeinsame Plattform der deutschen öffentlich-rechtlichen und privaten Radiostationen. Hauptsponsoren sind die beiden Vermarkter ARD MEDIA GmbH und RMS Radio Marketing Service GmbH & Co. KG.

Anlagen

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

- Logo Radio Advertising Summit
- Pressebild: v.l.n.r. Thorsten Schorn (Moderator), Grit Leithäuser (Radiozentrale), Marianne Bullwinkel (RMS), Christian Scholz (ARD MEDIA)
- Pressebild: Publikum des Radio Advertising Summit

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