

Radio Advertising Summit Digital: Warum Audio für eine erfolgreiche Markenkommunikation entscheidend ist

Der Radio Advertising Summit Digital findet vom 19. April bis zum 14. Mai 2021 auf radio-advertising-summit.de statt. Innerhalb von vier Themenwochen wird unter dem Motto „Primetime für Audio“ in unterschiedlichen Formaten wie Webinaren, Vorträgen, Podcasts, Interviews und Diskussionsrunden klar, warum Audio das Medium der Stunde.

Berlin, 24. März 2021 — Der Radio Advertising Summit ist seit Jahren der Leitkongress, wenn es um Radiowerbung und die Audiowelt geht. In diesem Jahr findet er digital statt und bietet auf der Website radio-advertising-summit.de Zugang zu allen relevanten Trends, News und Fakten rund um Audio. Ab dem 19. April wird unter dem Motto „Primetime für Audio. Warum Audio das Medium der Stunde ist“ über vier Wochen der Content in unterschiedlichen Formaten ausgespielt. Neben einem vielfältigen on-demand-Angebot gibt es jede Woche auch einen Livestream und ein Webinar, für das eine Anmeldung im Vorfeld erforderlich ist. Der Audioexperte Martin Liss wird als Anchor durch die vier Wochen und die Audio-Themenwelten führen.

„*Primetime für Audio* ist in gleicher Weise als Synonym für die Lust am Hören zu verstehen, wie als klare Botschaft für den Werbemarkt: Denn Audio ist das Medium der Stunde und gewinnt an Bedeutung für Konsumenten und dementsprechend auch für Werbetreibende, wenn sie die Menschen schnell und wirkungsvoll mit ihren Kernbotschaften erreichen wollen. Und das Ganze in einem Umfeld, das durch größtes Vertrauen geprägt ist.“, sagt **Grit Leithäuser**, Geschäftsführerin der Radiozentrale. „Innerhalb von vier Wochen werden wir Audio in seiner ganzen Vielfalt präsentieren und vor allem belegen, dass für eine erfolgreiche Markenkommunikation an Audio kein Weg vorbeiführt.“

Vier Wochen – vier Themenwelten

Die vier Wochen sind in vier unterschiedliche Themenschwerpunkte geclustert, um die Vielfalt der Audiowelt abzubilden:

Themenwoche Vertrauen

In der ersten Woche vom 19.-23.04. geht es um „Vertrauen“. Wer seine Zielgruppe auch in Zukunft erreichen will, muss mehr denn je den richtigen Ton treffen, um Vertrauen aufzubauen. Das gilt

insbesondere in Pandemiezeiten. Erstes Highlight der Themenwoche ist der Vortrag des ARD-Vorsitzenden und WDR-Intendanten **Tom Buhrow**, der über den Wertewandel in der Gesellschaft und die Auswirkungen auf die Mediennutzung spricht. In dieser Woche wird zudem **Giuseppe Fiordispina**, Marketing Director bei SEAT im Gespräch mit **Christian Scholz**, Geschäftsleiter Radio bei ARD-Werbung SALES & SERVICES, erläutern, wie Sound und Stimme dabei helfen, eine Marke neu aufzuladen. Und **Cornelia Krebs**, Head of Media vom Forschungsinstitut September wird in einem Webinar erklären, wie wichtig es ist, bei der Ansprache der Zielgruppe den richtigen Ton zu treffen.

Themenwoche Audio-Perspektive

Die zweite Woche, 26.-30.04., steht unter dem Thema: „Audio-Perspektive“. Der Blick geht nach vorne. Wie gelingt der Restart nach der Pandemie und welche Rolle spielt Audio dabei. Unter anderem wird in einem Live-Stream der Ökonom **Prof. Ph. D. Marcel Fratzscher**, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, einordnen, wie es wirtschaftlich in Deutschland und Europa weiter geht. Unter dem Motto „Restart ins New Normal“ geht es um die aktuellen Wirtschaftsprognosen und wie es gelingen kann, den Konsum schnellstmöglich wieder anzukurbeln.

Unter dem Titel „**Podcast Advertising - von der Idee zur Kampagne**“ wird im Rahmen eines Webinars erläutert, wie Unternehmen Podcasts für Werbezwecke nutzen können. Welche unterschiedlichen Werbeformen gibt es und wie lassen sich diese planen und buchen?

Themenwoche Wirkung

In der dritten Woche, 03.-07.05, dreht sich alles um das Thema „Wirkung“. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit sind Effektivität und Effizienz von Kampagnen wichtiger denn je. Dafür müssen Unternehmen ihre Zielgruppen genau kennen und sie da erreichen, wo sie auch wirklich anzutreffen sind. Audio stößt dabei auf offene Ohren.

Unter anderem diskutieren **Paul-Christian Brenndörfer**, Head of Portfolio Strategy bei Jung von Matt, **Julian Krohn**, Creative Director bei WHITE HORSE MUSIC und **Marianne Bullwinkel**, Geschäftsführerin bei RMS über das Potenzial und Strategien für wirkungsvolles Audiomarketing im Zusammenspiel aus Sonic Branding, Audiospots, klassischem Radio, Podcast und Social Audio.

Themenwoche Audio-Vielfalt

In der vierten Woche, 10.-14.05, geht es um „Audio-Vielfalt“. Nie war Audio so vielfältig wie heute: Von klassischem Radio über Streaming, von Musik und Hörbüchern bis zu Podcast oder Social Audio-Angeboten wie Clubhouse. **Petra Lemcke**, Geschäftsführerin Radio Sunshine live, **Sven Bieber**, Head of Ad Sales Spotify Deutschland, **Felicia Reinstädt**, Programmchefin Bremen VIER und Bremen NEXT sowie **Philipp Westermeyer**, Gründer OMR, gehen gemeinsam der Frage nach, warum Audio genau jetzt das Medium der Stunde ist und perspektivisch die Schlüsseltechnologie der Zukunft markiert.

Die Anmeldung für die Webinar-Angebote ist ab sofort unter: www.radio-advertising-summit.de

möglich.

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 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 Prof. Ph. D. Marcel Fratzscher, u.a. Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung
- Pressebild Paul-Christian Brenndörfer, Head of Portfolio Strategy bei Jung von Matt und Julian Krohn, Creative Director bei WHITE HORSE MUSIC
- 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