

Pressemeldung

Radio Advertising Summit 2024:

#EchtAudio – Das große Audio-Event fragt: KI oder Echtheit – welche Verantwortung haben Marken und Medien?

Der Radio Advertising Summit findet zum 11. Mal statt. Unter dem Motto #EchtAudio geht es in diesem Jahr auf der großen Bühne in Köln um den Umgang mit der KI-Technologie, die Möglichkeiten und der Verantwortung, die sich daraus ergeben. Denn in Zeiten von Fake News sehnen sich die Menschen auch nach Echtheit und Sicherheit von Informationen – eine Herausforderung für Werbetreibende und Medien.

Berlin, 09. April 2024 – Unter dem diesjährigen Motto #EchtAudio beschäftigt sich der Radio Advertising Summit erneut mit den großen Themen der Audiowelt. Im Spannungsfeld zwischen KI-Revolution und der Sehnsucht nach Echtheit geht es u.a. um die Frage nach den Chancen und Risiken der neuen Technologie – auch im gesellschaftlichen Kontext. Denn wie mächtig Audiokampagnen sein können, beweist der Summit mit vielen Praxisbeispielen, Expertenrunden und einer eindrucksvollen Studie aus der Werbewirkungsforschung. **Der Kongress findet am 24. April von 11.00 bis 16.30 Uhr in der Halle Tor 2 in Köln statt.**

Ausgewählte Sessions im Überblick:

Echte Verantwortung: Medien. Marken. Demokratie.

Neue Technologien bringen neue Verantwortungen mit sich – für Medienschaffende aber auch für Marketeers. Auf dem Summit stellen sich Expertenrunden den wichtigen Fragen: Welche Rolle spielen klassische Medien in diesen aufgeheizten Zeiten? Können sich Fake News mit Hilfe von KI durch gefälschte Quellen oder Bildmontagen noch weiter verbreiten - finanziert durch Werbegelder? Wie können Marken Haltung zeigen und ihre Markenwerte in einem sicheren Umfeld platzieren und absichern? Es diskutieren **Dr. Martin Andree**, Medienwissenschaftler, Digital-, Media- und Marketing-Experte; **Kenza Ait Si Abbou**, CTO der FIEGE Logistik Stiftung und mehrfach ausgezeichnete Expertin für Robotik und Künstliche Intelligenz; **Stefan Mölling**, CEO von RMS; **Steve Plesker**, Geschäftsführer Markt/Produkte beim AOK-Bundesverband sowie **Manfred Kluge**, Chairman DACH der Omnicom Media Group.

Die Leitung der Diskussion übernimmt **Louis Klamroth**.

Echt wirkungsvoll: Kreative Power neu gedacht

Markenkommunikation lebt von Kreativität, um Marken zu inszenieren und in den Köpfen der Konsument:innen zu verankern. Doch wie hat sich der Kreativprozess durch den Einsatz von KI bereits verändert? Welche Rolle spielen Emotionen und KI für die Ansprache der Konsument:innen? Antworten geben die Speakerinnen **Martina Vollbehr**, Geschäftsführerin der pilot Agenturgruppe, **Marjorieth Sanmartin**, COO bei Philipp und Keuntje, sowie **Kathrin Jesse**, CEO bei BBDO.

Echt stimmig? Neue Stimmenvielfalt – Neue Touchpoints

Stimmen sind in der Audiowelt unverzichtbar und mit KI ergeben sich nahezu unbegrenzte Möglichkeiten. Wenn eine Marke ihre Stimme erhebt, dann besteht die Chance, diese Stimme konsequent in der Customer Journey einzusetzen. Vom Audiospot über die Telefon-Hotline bis hin zum Point of Sale oder im Voice Commerce. Künstliche Stimmen und Voice Cloning bieten heute ganz neue Möglichkeiten, um die Marke hörbar zu machen. Doch wie funktioniert das eigentlich? Das diskutieren anhand aktueller Kunden- und Sendercases **Torsten Hennings**, Mitglied der Geschäftsleitung von Studio Funk, **Sabine Kuckuck**, Executive Creative Director von thjnk Berlin, und **Prof. Dr. Frizz Lauterbach**, Digitalexperte Bayerischer Rundfunk (BR).

Session: When Brands Go Silent – The Unheard Potential of Radio

Ob mit oder ohne KI-Einsatz: Marken müssen gehört werden, um in den Köpfen der Konsument:innen präsent zu bleiben – und gekauft zu werden! Das belegt eindrucksvoll die AUDIOEFFEKT-Studie „When Brands Go Silent“, die auf dem Summit erstmals vorgestellt wird. Sie vertieft die Erkenntnisse zur mentalen Verfügbarkeit aus der letztjährigen Studie. Mit umfangreichen Daten von über 300 Marken aus den Bereichen Konsumgüter und Gesundheit in Deutschland zeigt die Studie, welche dramatischen Auswirkungen ein längerer Werbestopp auf Umsatz und Marktanteile haben kann – vor allem, wenn es um den Verzicht auf Radio geht. Vorgestellt wird die Studie von **Bernard Domenichini**, Leiter Werbeforschung & Medienforschung Audio ARD MEDIA, und **Philipp Schulte**, Leiter Werbe- und Marktforschung RMS.

Die diesjährige Keynote hält **Kenza Ait Si Abbou**, mehrfach ausgezeichnete Robotik und KI-Expertin sowie CTO bei FIEGE. Sie erläutert die Chancen von KI. In einer unsicheren Welt können neue Technologien noch mehr Unruhe stiften und stehen dem Wunsch vieler Menschen nach Sicherheit und Echtheit entgegen. Dies belegt und präsentiert **Patricia Johannes**, Head of Psychological Research bei september Strategie & Forschung, in der zweiten Keynote.

Der Summit bietet noch viele weitere spannende Sessions:

- Es geht um Emotionen: „Echt authentisch: Relevanz durch Emotion“
- Es geht um die Zukunft von Audio: „Grenzenlos verfügbar. So klingt die Zukunft“
- Es geht um Podcast: „Podcast-Marketing: vom Trend- zum Standard-Medium im Mediamix“

Networking in entspannter Atmosphäre

Durch das Kongress-Programm führen Thorsten Schorn und Laura Potting. Umrahmt wird der Summit von einem Business-Frühstück ab 10.00 Uhr sowie BBQ & Drinks ab 16.30 Uhr – und damit jede Menge Zeit für Networking.

Die Anmeldung zum Summit sowie regelmäßige Updates zum Programm und weiteren Speaker:innen finden Sie hier: 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
- Visual „Echt Audio“ zum Radio Advertising Summit 2024
- Pressebild Dr. Martin Andree, Medienwissenschaftler, Digital-, Media-, und Marketing-Experte
- Pressebild Louis Klamroth, Moderator u.a. “Hart aber fair”

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

www.radiozentrale.de