



PRESSEINFORMATION

RADIO DAY 2008: Potenzial von Radio und Audio im Fokus

Unter dem Motto „Media meets Audio“ bietet der RADIO DAY 2008 am 12. Juni im CC Nord der Koelnmesse ein vielseitiges Programm. Die Fachbesucher erwartet ein abwechslungsreicher Tag rund um Gegenwart und Zukunft des Mediums und Werbeträgers Radio: vom Branchentreffen in der *RADIO DAY Lounge* über den informativen *RADIO DAY Kongress* bis hin zum krönenden Abschluss mit einer rauschenden *RADIO DAY Party* inklusive EM-Übertragung.

Hamburg/Frankfurt, 5. Mai 2008 – Auf dem RADIO DAY 2008 vereinen die Veranstalter AS&S Radio und RMS Radio Marketing Service wieder den bewährten Dreiklang aus Dialog, Information und Faszination für Radio und Audio. Rund 3.000 Fachbesucher werden in diesem Jahr erwartet, wenn mehr als 100 Vermarkter und Sender von 9 bis 17 Uhr in der *RADIO DAY Lounge* ihre aktuellen Radio- und Audio-Angebote unter dem Motto „Media meets Audio“ präsentieren. Neben kreativen Ansätzen für das klassische UKW-Radio werden das Potenzial und die Anwendung innovativer Audioformate wie Webradio, Mobile Radio oder Podcasts im Mittelpunkt stehen. Darüber hinaus erhalten die Besucher einen umfassenden Ausblick auf zukünftige Trends sowie Gelegenheit zum intensiven Branchentalk.

Erweiterter *RADIO DAY Kongress* mit exklusiven Keynotern

Der *RADIO DAY Kongress* startet sein abwechslungsreiches Programm am Vormittag mit der „Keynote Primetime“. In exklusiven Vorträgen beleuchten drei hochkarätige Branchenexperten das Motto „Media meets Audio“ aus verschiedenen Perspektiven: Spannende Best-Practice-Beispiele für kreative und effiziente Radiowerbung im asiatisch-pazifischen Raum präsentiert David Guerrero, Chairman und Chief Creative Officer von BBDO Guerrero Ortega (Philippinen) sowie Präsident der Cannes Radio Lions Jury 2007. Als weiterer Experte veranschaulicht Jörg Howe, Direktor Konzernkommunikation Arcandor AG, wie Unternehmen mit crossmedialen Konzepten von der Digitalisierung der Medienlandschaft profitieren. In ihrer Keynote „Media 3.0 – Die Zukunft der Medienhäuser“ zeigt Christiane zu Salm, Vorstand Cross Media bei Hubert Burda Media, im Anschluss daran Wege für die Kommunikationsbranche auf, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern.

Abwechslungsreiche Workshops zu Kreation, Marketing, Media und Audio

Inhaltlich ergänzt und vertieft wird die „Keynote Primetime“ in jeweils drei aufeinander folgenden Workshops zu den Schwerpunkten Kreation, Marketing, Media und Generation Audio am Nachmittag. Im Rahmen des Workshop-Strangs zum Thema Kreation haben die RADIO DAY-Besucher unter anderem die Gelegenheit, Prof. Carl-Frank Westermann, Head of Corporate Sound bei MetaDesign zu erleben. Der Experte auf dem Gebiet der akustischen Markenführung zeigt in seinem Vortrag „Sinfonie der Sinne“, wie Marken über ein passendes Klang-Branding einen einzigartigen Wiedererkennungswert erhalten.

Ein Highlight unter den Workshops im Marketingstrang setzen James Cridland, Head of Future Media & Technology bei BBC Audio & Music Interactive, und Nick Piggot, Head of Creative Technology bei GCap Media. In ihrem Vortrag „Digital Radio in the UK: Lesson learnt!“ liefern die Pioniere des englischen Digitalradios wertvolle Hintergrundinformationen darüber, was die deutsche Radiobranche aus dem britischen Paradebeispiel für die Entwicklung des Digitalradios lernen kann.

Im Bereich Media leisten auch die beiden Veranstalter einen Beitrag zum *RADIO DAY Kongress*. So präsentiert Hans-Peter Gaßner, stellvertretender Leiter Werbe- und Marktforschung bei AS&S Radio, anhand einer Studie, welche Multiplikatoreffekte mit Radiowerbung erzielt werden. Und Walter Pechmann, Division Manager GfK HealthCare, zeigt gemeinsam mit Uwe Domke, Leiter Markt- und Mediaforschung RMS Radio Marketing Service, wie die Effizienz von Radiowerbekampagnen für Pharmaprodukte mit dem innovativen Marktforschungstool GfK medic*scope[®] überprüft werden kann.

Ausblick auf die „Generation Audio“

Auch die Radiozentrale zeichnet wie bereits im vergangenen Jahr wieder für einen Themenbereich verantwortlich. In 2008 dreht sich hier alles um die „Generation Audio“ und das Zukunftspotenzial von Radio und Audio. So erklärt beispielsweise Dr. Martin Scarabis, Werbepsychologe an der Universität Münster und Partner der decode Marketingberatung, wie das Intuitive unser Handeln steuert. In seinem Vortrag „Per Autopilot in die Zukunft: Die implizite Werbewirkung von Radio“, leitet er daraus ab, dass Werbewirkung im Radio keiner gezielten Aufmerksamkeit bedarf und damit einer Interaktionsbereitschaft nicht entgegen steht.

Abgerundet wird der *RADIO DAY Kongress* von der Podiumsdiskussion „Generation Audio – new playgrounds?! Expedition ins Jugendzimmer“, die hochkarätige Branchenkenner aus den verschiedensten Disziplinen bestreiten – darunter Jens-Uwe Steffens, Hauptgeschäftsführer pilot media, NDR-Hörfunkdirektor Joachim Knuth und Erwin Linnenbach, Sprecher der Geschäftsführung Regiocast. Sie beleuchten, welche Kanäle Jugendliche nutzen, wie die Radiobranche diese Zielgruppe am besten an sich bindet und wie wirkungsvolle crossmediale Kampagnen und Werbeformen aussehen können.

RADIO DAY Party mit EM-Übertragung und Mousse T.

Der Ausklang des RADIO DAY startet in diesem Jahr bereits ab 18 Uhr: In der neuen Party-Location, den Kölner Rheinterrassen, wird im Rahmen des Exklusive Viewing auf einer Großbild-Leinwand das EM-Spiel Kroatien – Deutschland übertragen. Mit Blick auf Rhein und Dom lädt die *RADIO DAY Party* im Anschluss zum Austausch und Feiern ein: Top Act Mousse T. presents Roachford, Emma Lanford, Sharon Phillips und 2529 bei einem exklusiven Live-Auftritt und sorgt ebenso wie der RADIO DAY-DJ für ausgelassene Stimmung.

Das komplette Programm, aktuelle Informationen und Bildmaterial zu den Keynotern und dem Live-Act finden Sie unter www.radioday.de.

Kontakt für Journalisten – Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich an:

RMS Radio Marketing Service

Kirsten Schade

Tel.: 040 / 238 90 153

Fax: 040 / 238 90 650

www.rms.de

E-Mail: schade@rms.de

AS&S Radio GmbH

Claudia Scheibel

Tel.: 069 / 154 24 218

Fax: 069 / 154 24 299

www.ass-radio.de

E-Mail: presse@ass-radio.de