

„Brand HEARo – weil Audio wirkt!“ – das beweist der Erfolg des Radio Advertising Summit 2025

Der Radio Advertising Summit findet derzeit am 10. April 2025 in Köln statt und wird jetzt schon seinem Titel „Brand HEARo – weil Audio wirkt!“ gerecht. Knapp 1000 Besucher sind zum Summit gekommen, der wieder live in der Eventlocation Die HALLE TOR 2 in Köln läuft. Vor dem offiziellen Start des Plenums überraschte der diesjährige Kongress mit einer Morningshow und einer stimmungsvollen Live-Performance von Isaak mit seinem ESC-Song „Always on the run.“ Hauptthema des diesjährigen Summits ist die transformative Kraft des Audio-Marketings. Die Veranstaltung verdeutlicht mit hochkarätigen Speakern und Diskussionsrunden, wie Audio für Marken einen echten Mehrwert in der Kommunikation und Strategie bietet.

Köln, den 10. April 2025 – Der Radio Advertising Summit findet auch in seiner zwölften Ausgabe begeisterten Zuspruch bei Entscheider:innen und Kreativen aus der Werbe- und Medienbranche. Hautnah erleben diese, was Audio ausmacht und wie Radio mit Inhalten und Unterhaltung bei täglich 52 Millionen Hörer:innen punktet.

Die Veranstaltungslocation DIE HALLE Tor 2 in Köln ist bereits früh sehr gut besucht und füllte sich im Laufe des Vormittags mit knapp 1000 Besucher:innen. Einen Grund früh zu erscheinen, lieferte die Morningshow ab 10.00 Uhr, die auf das Business-Frühstück folgte und die Besucher:innen eindrucksvoll auf den Kongress einstimmte. Höhepunkt war der Auftritt von **Issak** der seinen ESC-Song „Always on the run“ live performte.

Eröffnet wurde die Hauptbühne von einem besonderen Audio-Opening. Starautor **Sebastian Fitzek** begrüßte die Besucher:Innen zusammen mit der US-amerikanische A-cappella-Gruppe **Naturally 7** mit dem Beweis, welche Kraft Audio entfalten kann. Nach der offiziellen Begrüßung durch Moderator **Thorsten Schorn** folgte die Key-Note im Anschluss. Stratege und Kommunikationsberater **Julius van der Laar** präsentierte, wie man die Deutungshoheit über Botschaften behält. Was Trump jenseits politischer Diskussionen in seiner Kommunikation richtig macht. Und warum z.B. Podcasts beim US - Wahlkampf eine wichtige Rolle gespielt hat.

Im Anschluss diskutierten renommierte CMOs: **Kristina Bulle**, CMO Procter & Gamble DACH, Vice President Brand Building, **Dr. Jan Flemming**, Geschäftsleiter PENNY, Marketing & REWE Group Media, **Olivier Krüger**, CMO Lufthansa Group, **Ralf Hape**, CEO ARD MEDIA GmbH. Im Kern stand die große Frage: Welche Botschaft setze ich für meine Marke? Und wie komme ich mit meiner Markenbotschaft erfolgreich bei den Menschen an?

Kristina Bulle betonte die Relevanz von Audio und deren Potenzial für die moderne Markenkommunikation: "Wir wollen Radio wieder sexy machen und investieren - große Reichweiten sind wichtig!". Olivier Krüger richtete den Blick auf einen Wandel in der Marketingstrategie: "Es gibt einen ganz klaren Shift weg von Performance Marketing hin zu Haltung." Auch Ralf Hape hebt die besondere Bedeutung von Radio hervor: "Audio mit einer hohen Tagesreichweite von gut 74 Prozent kann der Wirtschaft, den Werbungtreibenden helfen mit starken kuratierten Umfeldern und einer großen Nähe zu den Hörern. Das ist die Ausgangsbasis für starkes Brand Building und Aktivierung und letztlich den Erfolg der Marke." Stefan Mölling, Geschäftsführer von RMS, ergänzte: "Audio schafft Verbindungen - direkt ins Ohr, mitten ins Herz. Unsere Botschaft: Traut euch! Nutzt die emotionale Kraft von Audio, um Marken relevant, lebendig und unvergesslich zu machen. Und sichert Euch damit maximalen Media Value, der brand safe ist und nachhaltige

Werbewirkung garantiert."

+++Ein besonderer Service: Der LIVETICKER+++

Auch der Nachmittag hat viele Highlights zu bieten. Interessierte können alles im **Liveblog** unter dem [Link](#) verfolgen oder später dort nachlesen auf www.radioadvertisingsummit.de.

Unter anderem erwarten die Besucher:innen interessante Diskussionen zum Thema: **Value HEARo – Haltung zeigen jetzt?!**

Im Zentrum des Panels steht die Frage: Wie können Marken gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und wo finden sie selbst Halt, um zu wachsen? Nach einem Impuls von Prof. Dr. Martin Andree diskutiert eine hochkarätige Runde von Marktteilnehmer:innen aus verschiedenen Bereichen, in welchem Dilemma Werbetreibende derzeit stecken: Wie lässt sich gleichzeitig das Richtige für die Gesellschaft UND das Richtige für die eigene Marke tun? In der Runde sprechen: **Prof. Dr. Lisa Charlotte Wolter**, IU Research Center, **Klaus-Peter Schulz**, Initiative 18, **Uwe Storch**, Head of Media, FERRERO Deutschland /OWM, **Anke Drewicke**, Leiterin Vertrieb und Kommunikation, Congstar, **Stefan Mölling**, Co-CEO RMS

Marken sollten unverwechselbar sein – das gilt auch für ihren Klang. Beispiele aus der Praxis gibt es bei: **Sound HEARo – Soundbranding neu denken**

Ralf Schmitt (Head of Brand Marketing & Strategy, MediaMarktSaturn) und **Philipp Feit** (Gründer & COO German Wahnsinn) geben Einblicke in die Welt des Soundbrandings. Sie zeigen am Beispiel MediaMarktSaturn, wie mit Audio eine ganze Klangwelt inklusive diverser Identifier-Sounds und eines musikalischen Soundlogos entsteht.

Unter dem Motto: **Impact HEARo: Audio wirkt – Erfolgsfaktoren aus Kreation und Forschung** gibt es im Anschluss Impulse von **Tobias Bürger** und **Julian Prießen** von kids in a candy store. Sie zeigen, warum Musik Marken unverwechselbar macht und wie man sie richtig einsetzt. Einblicke in die aktuelle Werbewirkungsforschung geben **Philipp Schulte** (Leiter Werbe- und Marktforschung, RMS) und **Bernard Domenichini** (Leiter Werbeforschung & Medienforschung Audio, ARD MEDIA). Sie zeigen auf, wie Radio in einer hochfragmentierten Medienlandschaft für nachhaltige und sichere Markenpräsenz sorgt und gleichzeitig effektive Sales-Impulse setzt. Und bei der Präsentation: **Media HEARo - Mediaplanung in Zeiten demografischen Wandels** analysieren **Dirk Engel** (Medienforscher und Unternehmensberater) und **Roland Köster** (Geschäftsführer JOM) Hörer:innen-Verhalten über verschiedene Altersgruppen und liefern dabei einem datenbasierten Blick auf langfristige Trends und stabile Nutzungsmuster.

Zudem gibt es in der Session **Smart Audio Ads – KI & Kontext als neues Kreativkonzept** mit **Paul Schulz** (Produktmanager Digitale Medien, ARD MEDIA) und **Björn Ühss** (Gründer des KI Audio Unternehmens AudioStack.ai) Einblicke, wie Werbung im Podcast zum echten Mehrwert wird. **Stephan Schreyer** (Strategic Corporate Audio Advisor) schaut im Slot **Future HEARo – Kundenerlebnisse von morgen**, wie die Reise für Audio im Hinblick auf Kundenerlebnisse weitergeht. Und unter dem Titel **More than a Playlist - Digital Audio im Werbewirkungs-Check** stellen **Stefan Mölling** (CEO RMS) und **Andrea Malgara** (Geschäftsführer, Mediaplus Gruppe) die neue Facit-Studie vor, die RMS Digital Audio Unlimited und Spotify Free hinsichtlich Zielgruppen, Reichweiten und Wirkungsbeiträgen vergleicht.

Durch das Programm führen die Radio- und Fernsehmoderator:innen **Thorsten Schorn** und **Laura Potting**. Ab 17.00 Uhr gibt es einen Ausklang mit einem BBQ & Drinks und Musik.

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
- Pressefoto: Grit Leithäuser, Ralf Hape, Stefan Mölling, Thorsten Schorn
- Pressefoto: Thorsten Schorn, Laura Potting
- Pressefoto: Isaak, Thorsten Schorn
- Pressefoto: Sebastian Fitzek, Naturally 7
- Pressefoto: Julius van de Laar
- Pressefoto: Thorsten Schorn, Dr. Jan Flemming, Olivier Krüger, Kristina Bulle, Ralf Hape, Julius van de Laar

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