

## **PRESSEINFORMATION**

### **Der RADIO DAY 2010 zeigt den Radio-Effekt!**

#### **RADIO DAY Kongress mit 15 hochkarätigen Panels zu aktuellen Radio- und Marktthemen**

#### **RADIO DAY Lounge bietet alle Vermarktungsinformationen zum Radiojahr 2011 Revolverheld rockt die RADIO DAY Party**

**Hamburg/Frankfurt, 21.9.10** – Am 7. Oktober 2010 findet der RADIO DAY im Staatenhaus am Rheinpark (ehemals Rheinparkhallen) in Köln statt. Das Motto in diesem Jahr: „Der Radio-Effekt: Wo Werbung ankommt“. Die Veranstalter AS&S Radio und RMS erwarten rund 3.000 Fachbesucher auf dem **RADIO DAY Kongress**, in der **RADIO DAY Lounge** und auf der abschließenden **RADIO DAY Party**.

#### **Keynotes zum Start, Kreativgipfel zum Abschluss**

In diesem Jahr beginnt der Kongress mit zwei hochkarätigen Referenten: **Prof. Dr. Bolko von Oetinger** appelliert in seiner Keynote „Wie kommt das Neue in die Welt?“ an die Kraft der Innovationen und zeigt, was eine Idee zum strategisch richtigen Zeitpunkt bewirken kann. Markenexperte **Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch** erläutert im Anschluss, wie sich „Markenkraft durch Hören stärken“ lässt. Beim abschließenden Kreativgipfel treffen mit **Sönke Wortmann** und **Hubertus von Lobenstein** Kreative aus zwei Welten aufeinander. Im Gespräch mit Spreeblick-Blogger **Johnny Haeusler** diskutieren sie das Spannungsfeld zwischen künstlerischer Freiheit und Kreativität auf Knopfdruck.

Neben diesen drei Highlights bietet der Nachmittag zwölf weitere Panels in drei inhaltlichen Themenschwerpunkten:

#### **Schwerpunkt „Werbung & Wirkung“: Fokus auf FMCG**

Hier wird das Motto des RADIO DAY 2010 „Der Radio-Effekt: Wo Werbung ankommt“ wörtlich genommen: **Dr. Ingo Stryck** erläutert in seinem Vortrag „Der Bruzzler von Wiesenhof – Beispiel einer erfolgreichen Radiostrategie“ wie Funk seine Marke zum Marktführer machte und warum Radio TV erfolgreich als Leitmedium abgelöst hat. **Ralf Höpfner** und **Johannes Schneider** weisen in „Plop – das flenst! Die Belohnung macht den Unterschied“ nach, wie Radio Kaufimpulse und Branding steigen lässt. Dieses Panel wird von der Radiozentrale präsentiert. Darüber hinaus demonstrieren **Uwe Domke** und **Christoph Wild** in „Radiowerbung: Eindrucksvoll vielseitig!“ den Radio-Effekt anhand zahlreicher Cases und **Hartmut Scheffler** zeigt, wie sich „Mit Pretests die Werbewirkung steigern!“ lässt. Last but not least plädiert Unternehmensphilosoph **Dominic Veken** für „Die Stunde der Überzeugungstäter“ und erklärt sein Rezept für die Kommunikation der Zukunft: Etwas auslösen, statt etwas eintrichern.

#### **Schwerpunkt „Radio & Audio“: Social Radio, Mobile Radio, Kreation**

Im Fokus stehen die aktuellen Chancen und Herausforderungen für das Medium Radio: Die Radiomacher **Valerie Weber** (ANTENNE BAYERN), **Jochen Rausch** (1LIVE), **Christophe Montague** (Radio NRJ) und **Hans-Dieter Hillmoth** (HIT RADIO FFH) diskutieren über „Social Radio – Hörerbindung mit Facebook, Twitter & Co“: Wie nutzen Sender heute und in Zukunft das Internet für die Interaktion mit ihren Hörern? **Dirk Ellenbeck**, **Dirk van Loh** und **Ansgar Mayer** entwickeln in „Radio to go – was bringen die

neuen mobilen Wege?“ Handlungsempfehlungen für die Medien- und Werbewirtschaft im Umgang mit der steigenden Mobilität der Zielgruppe. Außerdem erläutert der internationale Radioexperte **Ralph van Dijk** seine erfolgreiche Methodik der „RADIOlogy – Advertising On A Deeper Level“ und erklärt anhand verschiedener Beispiele, was einen wirkungsvollen Radiospot ausmacht. Beide Panels werden von der Radiozentrale präsentiert. Erfolgreiche Spots stehen auch im Zentrum des Vortrags von Top-Kreativen und Cannes-Juror **Tom Hauser**, der seine persönlichen „Golden Radiospots“ mitbringt.

### **Schwerpunkt „Marken & Märkte“: Smoothies, Trends und Sex im Radio**

Referenten aus den unterschiedlichsten Bereichen beleuchten aktuelle Marktthemen: **Richard Reed**, Gründer des europäischen Smoothie-Marktführers innocent, erklärt die nachhaltige Marketingstrategie seines Unternehmens und geht der Frage nach: „Green Marketing - Erfolgsfaktor oder Marketingblase?“ Die Trendforscher **Dr. Christian Wenger** und **Dr. Kerstin Ullrich** zeigen ihre „Vision 2017: Trends von morgen und ihre Bedeutung für das Radio“. Das übergreifende Ergebnis ihrer Studie zu den kommenden gesellschaftlichen Entwicklungen: „Weniger ICH – mehr WIR“. Auf dem RADIO DAY bewerten sie die Auswirkungen dieses Trends auf das Mediennutzungsverhalten. **Irina von Bentheim** zeigt schließlich: Der richtige Einsatz der Stimme unterstützt die Botschaft von Marken und Produkten. Die Synchronstimme von Sarah Jessica Parker, bekannt aus der Kultserie „Sex and the City“ zeigt in „Sex im Radio“, wie Kino im Kopf entsteht.

Doch der RADIO DAY besteht nicht nur aus dem Kongress: In der RADIO DAY Lounge stehen die Veranstalter RMS und AS&S Radio sowie zahlreiche weitere Aussteller jeder Zeit für ein persönliches Gespräch zu den Angeboten für das Radiojahr 2011 und zum Potenzial des Mediums und Werbeträgers Radio zur Verfügung. Auf der RADIO DAY Party sorgen zum Abschluss des Tages **Revolverheld** für die richtige Stimmung in der Halle Tor 2.

Alle Informationen rund um den RADIO DAY 2010 finden sich auf der Website <http://www.radioday.de>. Darüber hinaus werden aktuelle Meldungen auf XING unter <http://www.xing.com/companies/radioday> sowie über Twitter unter [www.twitter.com/radioday2010](http://www.twitter.com/radioday2010) zur Verfügung gestellt. Alle Tweets zum RADIO DAY können über #rd10 gebündelt und eingesehen werden.

**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](http://www.rms.de)  
E-Mail: [schade@rms.de](mailto:schade@rms.de)

**AS&S Radio GmbH**  
**Norbert Rüdell**  
Tel.: 069 / 154 24 218  
Fax: 069 / 154 24 299  
[www.ass-radio.de](http://www.ass-radio.de)  
E-Mail: [presse@ass-radio.de](mailto:presse@ass-radio.de)