

PRESSEINFORMATION

RADIO DAY – Fakten und Historie

Hamburg/Frankfurt. Am Anfang stand die Idee eines gemeinsamen Branchenevents für die Gattung Radio. So starteten die beiden Veranstalter AS&S Radio (damals noch ARD-WERBUNG SALES & SERVICES) und RMS 1995 den ersten RADIO DAY als zentrales Informations- und Kommunikationsforum für ihr Medium. Im Fokus stand der Austausch zwischen Werbungtreibenden, Mediaagenturen und Kreativagenturen sowie die Information über die neusten Angebote und Services rund um den Werbeträger Funk.

Drei Säulen für einen Tag ganz im Zeichen von Radio

Von Beginn an bestand der RADIO DAY aus drei Veranstaltungssäulen:

In der **RADIO DAY Lounge** wird stets die Breite und Vielfalt der nationalen Radio-Werbeangebote von Vermarktern, Sendern und Service-Dienstleistern gezeigt.

Der **RADIO DAY Kongress** widmete sich anfangs vornehmlich Vorträgen und Workshops zur Radio-Forschung sowie zur Planung und Zukunft des Radios. Auf Wunsch der Fachbesucher hin wurde er aber zunehmend umfassender und breiter angelegt, so dass in den Kongresssträngen Media, Marketing und Kreation immer häufiger auch weiterführende Themen aus Werbung und Wirtschaft präsentiert wurden. Seit dem RADIO DAY 2007 zeichnet neben den Veranstaltern AS&S Radio und RMS auch die Radiozentrale jeweils für einen eigenen inhaltlichen Schwerpunkt zu aktuellen Marktthemen wie "Radiozukunft und Targeting" (2007), „Generation Audio“ (2008) und „Lust auf Radio“ (2009) verantwortlich.

Die **RADIO DAY Party** ist in jedem Jahr der krönende Abschluss des RADIO DAY. In einer der zahlreichen In-Locations Kölns feiert die Branche zu aktuellen Top-Acts: unter anderem haben bereits Gianna Nannini, Nena, Guido Horn, Dick Brave & the Backbeats, Reamonn, Jan Delay und Culcha Candela die Party bereichert.

Abwechslungsreiches Kongressprogramm mit hochkarätigen Referenten

Die Liste der hochkarätigen Referenten, die in den vergangenen Jahren bereits auf dem RADIO DAY Kongress gesprochen haben, ist ebenfalls lang: Dort finden sich Wirtschaftsexperten wie Prof. Dr. Hans Werner Sinn (Präsident des ifo Instituts), Politiker wie Prof. Dr. Kurt Biedenkopf (Ministerpräsident a.D. Sachsen) und Unternehmensvertreter wie Prof. Dr. Klaus Peter Nebel (Unternehmenssprecher Beiersdorf AG) sowie Prof. Dr. Norbert Walter (Chefökonom Deutsche Bank Gruppe) neben Kreativen wie Amir Kassaei (CCO DDB Group Germany) und Holger Jung (Gründer Jung von Matt AG). Auch namhafte Referenten aus der Mediabranche wie Klaus-Peter Schulz (Medien-/Kommunikationsexperte u.a. für BBDO, OMD Germany, Sat.1 und SevenOneMedia sowie Kraft Jacobs Suchard) sowie Michael Bohn (CEO und Chairman ZenithOptimedia und Vorsitzender OMG) und hochkarätige

internationale Keynoter wie Prof Dr. Peter Sloterdijk (Rektor der Staatlichen Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe) haben den RADIO DAY bereichert.

Der RADIO DAY heute

Heute hat sich der RADIO DAY als Branchenveranstaltung für Radio und Audio fest etabliert. Zur 16. Ausgabe werden in 2010 unter dem Motto „Der Radio-Effekt: Wo Werbung ankommt“ in den Kölner Rheinparkhallen wieder 3.000 Fachbesucher aus Marketing, Kreation und Media erwartet.

Weitere Informationen zum RADIO DAY sind auf der Website www.radioday.de zu finden.

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
Norbert Rüdell
Tel.: 069 / 154 24 218
Fax: 069 / 154 24 299
www.ass-radio.de
E-Mail: presse@ass-radio.de