

”

*Die Kombination aus höchstmöglicher Kurzfristigkeit und neuen, innovativen Werbemöglichkeiten hebt unser Angebot auch gegenüber anderen Mediengattungen ab.*

erwähnt mit Sitz in Hamburg, ist als Ad Exchange spezialisiert auf Radio und somit der richtige Partner für die Digitalisierungsinitiative der swiss radioworld.

#### Nettoreichweite 35%

„Mit den Radiostationen, die an unsere Plattform angeschlossen sind, erreichen wir eine Nettoreichweite von über 35 Prozent und somit täglich mehr als 2.4 Mio. Hörerinnen und Hörer in der Schweiz. Wir bieten dem Werbemarkt das schweizweit größte Werbenetzwerk aller Mediengattungen. Die Kombination aus höchstmöglicher Kurzfristigkeit und neuen innovativen Werbemöglichkeiten hebt unser Angebot auch gegenüber anderen Mediengattungen ab. Mit diesem Schritt wird Radio zur ersten klassischen Mediengattung, die über nicht digitale Kanäle datenbasierte Werbeangebote ausspielt. Die Nachfrage bestätigt sich in den vielen Kundenanfragen, welche wir zurzeit mit diversen Werbeauftraggebern konkretisieren und umsetzen werden“, so Ralf Brachat, Managing Director swiss radioworld:

#### Daten go Radio

„Die Umsetzung der ersten echten, datengetriebenen Werbekampagne, die Werbespots auf Basis von Daten (wie z.B. Sport-Ereignissen) gleichzeitig und in Echtzeit auf mehrere Schweizer Radiostationen auf Sendung bringt, ist das Ergebnis eines Prozesses, den wir gemeinsam mit der swiss radioworld vor einigen Monaten gestartet haben. Unsere Vision ist es, mit dem Einsatz der Kommunikations- und Handelsplattform adremes und des Kampagnenmanagement-Systems amily die Automatisierung der Audiowerbung in der Schweizer Radioland-schaft voranzutreiben, zu simplifizieren und das Werbegeschäft von Grund auf neu zu gestalten. Die erfolgreiche Schaltung der

**Ralf Brachat**  
swiss radioworld

neuartigen Werbekampagnen ist ein wichtiger Meilenstein auf diesem Pfad.

Von Beginn an hatten wir die Gewissheit, in swiss radioworld einen Partner gefunden zu haben, der innovationsgetrieben ist und die Vision eines modernen, automatisierten Werbemarkts teilt. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit“,

so Nico Aprile, Chief Executive Officer adremes.

Der Erfolg der Partnerschaft zeigt sich bereits in der ersten gemeinsam umgesetzten Kampagne: Zusammen mit microspot.ch wurde jeweils unmittelbar nach den Schweizer Gruppenspielen ein Spot mit der passenden Botschaft zum Endresultat ausgestrahlt.

#### „Erhöhte Awareness“

Martin Koncilja, Leiter Marketing, microspot.ch, meint: „Zusammen mit unserer Agentur sind wir immer auf der Suche nach innovativen Ideen. Die Lösung der swiss radioworld hat sich hier angeboten, um aus der Vielzahl der Werbebotschaften rund um die WM herauszusteichen. Die erhöhte Awareness, welche wir durch die Kampagne erzielen konnten, hat sich

#### Targeting buchbar

Bereits jetzt sind Targetings auf diverse Sportarten (von American Football über Eishockey, Fußball und Ski bis hin zu Tennis) sowie Wettersituationen (Temperatur, Schnee, Nebel, Wind, Pollen und Hagel) buchbar.

Matthias Kost, Geschäftsleiter, Radio Zürisee, über die gelaufene Aktion: „Mit der Initiative der swiss radioworld kann die Attraktivität des Mediums Radio zusätzlich gesteigert werden. So könnten in Zukunft weitere interessante, datenbasierte Werbeangebote wie Wetter- oder Gesundheitsdaten, Daten zur Staub- und Pollenbelastung in der Luft bis zu Abverkaufszahlen der Werbekunden bei Kampagnen berücksichtigt werden. Wir sind überzeugt, dass die Lancierung von datenbasierter Radiowerbung über die Landesgrenzen hinaus eine große Ausstrahlungskraft generiert, da die Werbeindustrie ganz neue Möglichkeiten erhält, um den richtigen Kunden im richtigen Moment mit der richtigen Story zu erreichen.“

#### Zauberwort Programmatic

Programmatic Radio ermöglicht den Radiostationen eine deutliche Effizienzsteigerung und erschließt neue Umsatzpotenziale. Bereits 80% der Schweizer Radiostationen wickeln die Aufträge und Spotausstrahlungen mit swiss radioworld vollautomatisiert ab, so die Verantwortlichen weiter.

Kost weiter: „Mit den Schnittstellen von adremes zu unseren Auftragsverwaltungs- und Ausstrahlungssystemen haben wir die Arbeitsprozesse verschlankt und die Effizienz deutlich erhöht. Die nicht wertschöpfenden Prozessschritte haben wir eliminiert, wodurch mehr Zeit für eine umfassendere Kundenberatung und einen besseren Service bleibt.“ (red)



#### Vorreiter

Daniel Tschudi (Senior Projektleiter/Product Manager, swiss radioworld), Jochen Richter (Sales Director, Aprile Consulting), Nico Aprile (CEO, adremes), Ralf Brachat (Managing Director, swiss radioworld), Martin Baumgartner (Head of Research & Development, swiss radioworld).

u.a. in der Vielzahl an positiven Rückmeldungen unserer Kunden gezeigt. Die reibungslose Kampagnen-Ausstrahlung, die hohe Reichweite des Netzwerks sowie der unmittelbare Bezug zum jeweiligen Event heben Programmatic Radio von anderen Gattungen ab. Wir freuen uns bereits jetzt auf die weiteren Targeting-Möglichkeiten und Innovationen.“