



© Christoph Brenels (3)

Die Gewinner

In drei Kategorien wurden die Gewinner des RMS Radio Award prämiert – ausgezeichnet wurden dabei sowohl die jeweiligen Auftraggeber als auch deren Kreativ- und Mediaagenturen.

RMS: „voice first“

Beim RMS Radio Research Day wurden neue Entwicklungen präsentiert und der hohe Stellenwert von Radio untermauert.

WIEN. Zum 20. Jubiläum des Radio Research Day der Radio Marketing Service GmbH (RMS) versammelten sich über 400 Gäste im Palais Niederösterreich, um sich über aktuelle Studienergebnisse zu informieren und sich von den Vorträgen diverser Referenten aus unterschiedlichen Disziplinen inspirieren zu lassen. In gewohnter Manier wurden im Rahmen des Radio Research Day auch wieder die RMS Radio Awards vergeben.

Radio vermittelt Emotion

Joachim Feher, Geschäftsführer der RMS Austria, appellierte in seiner Begrüßungsrede an die Vielfalt, die das Radio bietet: So unterschiedlich Musikrichtungen auch sein mögen, so könne „kein Algorithmus einer Audio-Plattform mir so viel Neues, so viel Überraschendes und so viel Emotion zusammenstellen“.

Feher verwies bei dieser Gelegenheit auch auf den bundesweiten Start der DAB+-Techno-

logie, die ebenfalls zur Vielfalt in der Privatradiolandschaft beitrage.

Trends beobachten

Neurowissenschaftler Boris Nicolai Konrad knüpfte mit dem Thema Künstliche Intelligenz an die zukünftigen Entwicklungen – nicht nur im Radiobereich – an.

Die Problematik, dass Marketing immer stärker unter Effizienzdruck gerate und die tatsächliche Effektivität von Marketingmaßnahmen jedoch gleichzeitig immer öfter vernachlässigt werde, beleuchtete Manfred Gansterer von der Futura GmbH in seiner Keynote. Und ließ einen Lösungsansatz folgen: Mit Datenmodellen lasse sich der optimale Budgetmix pro Medienkanal pro definierten Marketing-KPI berechnen.

Anhand eines Praxisbeispiels wurde im Anschluss eine Neuigkeit aus dem RMS-Portfolios vorgestellt: McDonald's hat als erster Kunde die sogenannte Shake me-App in einer Kampa-



Zuhörer

Oliver Stribl (RTR) und Wolfgang Struber (Radio Arabella); l.: Ursula Arnold (Mindshare) und Helmut Prattes (Telekom) waren zu Gast am Radio Research Day 2019.