

# Tag des Marketing

Das Rahmenprogramm des Staatspreis Marketing war hochkarätig und inhaltsvoll.

WIEN. Am vergangenen Montag fand der Tag des Marketing unter dem Titel „The new world of Marketing“ statt. Das Opening übernahmen Georg Wiedenhofer, Präsident der Austrian Marketing Confederation (AMC) und Andreas Ladich, Präsident Marketing Club Österreich. Danach folgte das spannende Fachprogramm mit Vorträgen.

Oliver Olschewski, CEO der Offerista Group, sprach über 360°-Sichtbarkeit für Umsatzsteigerung. Micha Taitl von Fronius International erklärten, wie strukturierte Daten zur Effizienzsteigerung führen und man das Marketing-Backbone aufbaut. Michael Obermaier,

Head of CX and MarTech Solutions D-A-CH, SAS, referierte zu hyperpersonalisiertem Marketing, Martin Distl widmete sich den Themen CGI Videos, Murals, Influencer & Content und Creatoren.

## KI, Digitalisierung und Co.

In der MCÖ KIWorkshop-Lounge eröffnete Marketing Club Österreich-Geschäftsführerin Regina Loster das Thema. Sindre Wimberger, Experte für Künstliche Intelligenz, Stadt Wien, sprach über den Gamechanger GenAI.

Nach einer Pause dann Andreas Fraunberger, Mitgründer D#Avantgarde Community, XR-Produzent, über die Zukunft



© Christian Miles

Paul Leitenmüller (Leadersnet), Ulrike Glatt (Henkel), Jochen Schneeberger (willhaben), Susanne Koll (Hearts & Science) und Speaker Martin Andree (v.l.).

von Künstlicher Intelligenz und seine Kollegin Stephanie Meisl über digitale Wirklichkeit.

Parallel widmeten sich Nicole Schlögl, VP Marketing und Produktmanagement Post, sowie Charlotte Braunstorfer (Leitung Marketing Tchibo Austria

GmbH) Trends im Marketing und am Werbemarkt. Josip Cukic (RMS) präsentierte neue Formen von intelligentem Einsatz von Audio-Kommunikationsumsetzungen inklusive Podiumsdiskussion danach – dann gab es die Preise.

# RMS Top Kombi dominiert Markt

Die neuesten Radiotest-Ergebnisse sind da und sie sprechen eine klare Sprache.

WIEN. Die RMS Top Kombi bleibt das stärkste und effektivste Radio-Angebot in Österreich. In der begehrten Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen erzielt die RMS Top Kombi beeindruckende 44,2% Tagesreichweite und einen Marktanteil von 48%. Diese herausragenden Zahlen katapultieren sie klar vor Ö3 (34,7% Tagesreichweite und 32% Marktanteil) und machen auch dem ORF-Gesamtangebot (49% Marktanteil) Konkurrenz.

Die RMS Top Kombi beeindruckt mit einer Tagesreichweite von sagenhaften 44,2% bei den 14- bis 49-Jährigen und festigt somit ihre Position als klarer Marktführer. Mit einem beeindruckenden Marktanteil von 48% in der Kernzielgruppe steht das Flagship-Angebot von RMS Austria fast gleichauf mit dem gesamten ORF-Angebot. Kein anderer Anbieter kommt an diese herausragenden Werte heran. In der Hauptstadt begeistert die



© RMS

RMS Top Kombi mit einer Tagesreichweite von 37,0% und einem überwältigenden Marktanteil von 54% in der wichtigen Ziel-

gruppe der 14- bis 49-Jährigen. Wien liebt die Sender der RMS Top Kombi! Ob Tagesreichweite oder Marktanteil – in acht Bun-

desländern ist sie unangefochtene Nummer eins und setzt neue Maßstäbe in der Radiowerbung.

## Radio – ein zentrales Medium

Täglich schalten über 6,1 Mio. Österreicherinnen und Österreicher das Radio ein, was einer beeindruckenden Reichweite von 76,0% entspricht. Die durchschnittliche Hördauer von 202 min pro Tag unterstreicht ebenfalls die ungebrochene Beliebtheit des Mediums.

Diese herausragenden Zahlen beweisen eindrucksvoll: Die RMS Top Kombi ist die erste Wahl für erfolgreiche Radiowerbung in Österreich. Denn sie bietet eine unschlagbare Plattform, um Werbebotschaften im ganzen Land zu verbreiten und nachhaltig zu verankern und die immense Reichweite und die starke Präsenz ermöglichen es Werbetreibenden ihre Zielgruppe effektiv und wirkungsvoll zu erreichen.