

Man kann nicht weghören

Kürzlich ging der hochkarätig besetzte 19. RMS Radio Research Day über die Bühne. Zudem wurden die RMS Radio Awards verliehen.



© Christoph H. Brenes (2)

WIEN. Joachim Feher, Geschäftsführer der RMS Austria, begrüßte kürzlich die Gäste im bis auf den letzten Platz gefüllten Vortragssaal des Palais Niederösterreich zum diesjährigen RMS Radio Research Day mit den Worten: „20 Jahre Privatradios, 20 Jahre RMS – und wir sind noch immer jung, hungrig und voller Tatenkraft. Audio ist überall dank der vielfältigen Übertragungsmöglichkeiten: Streaming ist mittlerweile Standard, DAB+ ist soeben gestartet, und die neue Mobilfunk-Technologie 5G wird weitere neue Möglichkeiten bieten“, ist Feher von der Zukunft von Audio überzeugt.

„Man kann nicht weghören“
„Wir können viel leichter wegschauen, aber weghören ist nicht möglich. Nicht umsonst heißt es, Blinde verlieren Bilder, aber Taube verlieren ihre sozialen Beziehungen.“ Abschließend griff Feher das Thema des Tages auf: „Die Zukunft hat heute schon begonnen, wir sind mitten im Transformationsprozess“ und

führt weiters aus: „Sprachsteuerung und Smart Speaker sind die next Big Things, und viele Studien haben bereits bewiesen, dass in den Haushalten mit Alexa & Co. die Audionutzung signifikant steigt.“

Storytelling statt G'schichteln
Danach gab Sven Gábor Jánosky – Trendforscher und Direktor des 2b Ahead Thinktank – in seiner fulminanten Keynote Ein- und Ausblicke in die nahe Zukunft. Anschließend zeigte Doris Klausner-Dannecker (Eckes

Granini) und Leo Gröbl (MindShare) anhand des Fallbeispiels für die Fruchtsirup-Marke YO, dass Radio nachweislich über ein hohes Aktivierungspotenzial verfügt, Anja Hettesheimer führte uns in die Markenwelt von Toyota anhand des Modells Yaris, wobei die Audio-Kampagne für Yaris mit einer Studie begleitet wurde, die von Doris Ragetté (RMS Austria) präsentiert wurde. Des Weiteren räumte Markus Gull (Gull Company) gleich zu Beginn seines eindrucksvollen Vortrags mit einem

Missverständnis auf, dass Storytelling nichts mit „G'schichteln erzählen“ zu tun hätte!

Awards verliehen

Den Abschluss des Events bildete die Verleihung des RMS Radio Award, der an Auftraggeber, Kreativ- und Mediaagenturen, vergeben wurde. Ermittelt wurden die erfolgreichsten Radiospots aus insgesamt 381 getesteten Spots aus der Sujet-Datenbank von Focus Media Research.

Anhand relevanter Kriterien wie Spotbekanntheit, Markenimpact und Imagebeurteilung wurden die besten Spots im Rahmen von Umfragestudien ermittelt.

Daraus leitet sich auch der sog. RMS Score ab, der im Durchschnitt über alle 381 neuen Radiospots 43 Punkte beträgt. Alle in diesem Zeitraum analysierten Sujets wurden außerdem mithilfe eines Statistiktools in Kategorien eingeteilt, die sich deutlich voneinander unterscheiden. Es wurde aus jeder Kategorie der Beste mit dem Radio Award ausgezeichnet. (fej)

Preisträger

RMS Radio Research Day Award

Newcomer

Sujets, die zuvor noch nie on air waren, also Marken- bzw. Produkt-Neueinführungen bewerben

Kunde

Delikatessa
Spot Simply Good

Kreativagentur

Merlicek & Grossebner
Werbeagentur

Mediaagentur

OMD

Top-Seller

Besonders abverkaufstarke Sujets, die die Konsumenten besonders zum Kauf anregen

Kunde

Brau Union Österreich
Spot Gösser

Kreativagentur

McCann Wien

Mediaagentur

Starcom Austria

Permanent Performer

Marken mit einem hohen Ausgangswert, die ihre starken Leistungswerte nochmals steigern können

Kunde

Austrian Airlines

Spot

My perfekte Welle

Kreativagentur

PKP BBDO

Mediaagentur

UM PanMedia



Doris Ragetté & Joachim Feher (RMS Austria), Doris Klausner-Dannecker (Eckes Granini), Markus Gull (Gull Company), Anja Hettesheimer, Sven Gábor Jánosky (2b Ahead), Leo Gröbl (MindShare).