

## Die erste datenbasierte Radiokampagne in Europa

**Zürich-Wollishofen, 27. August 2018. Es ist ein Novum im europäischen Radiomarkt: Die Swiss Radioworld, eine Tochtergesellschaft der Goldbach, setzte zur WM 2018 zusammen mit dem Technologiepartner adremes europaweit die erste nationale, vollautomatisierte und datenbasierte Radiokampagne erfolgreich um. Damit nimmt die Digitalisierung der Radiowerbung einen weiteren wichtigen Schritt und ermöglicht erstmals eventdatenbasierte Werbemöglichkeiten in einem klassischen Medium.**

Seit dem ersten WM-Spiel der Schweizer Nationalmannschaft am 17. Juni 2018 sind Radiokampagnen in der Schweiz datenbasiert, vollautomatisiert und in Echtzeit ausspielbar. Mit ihrer nationalen Abdeckung und Nettoreichweite von über 35% führt die swiss radioworld zusammen mit dem Hamburger Technologiepartner adremes eine Innovation in den Schweizer Radiomarkt ein, die europaweit einzigartig ist. Basierend auf Daten wie Wetter, Verkehr oder auch Abverkaufszahlen lassen sich künftig Radiokampagnen mit höherer Relevanz für die Hörerinnen und Hörer ausstrahlen. Aufgrund der durchgehenden Automatisierung von Auftragsverwaltung und Spotausstrahlung mittels Schnittstellen zu den entsprechenden Sender- Systemen, können Radiostationen sowie Werbeauftraggeber schnell auf Ereignisse reagieren und Werbebotschaften auf bestimmte Events abstimmen. So lassen sich künftig datenbasierte Radiokampagnen selbst mit höchster Komplexität einfach und effizient umsetzen. Die Schweiz ist der erste Radiomarkt in Europa, in dem datenbasierte Radiowerbung mehrsprachig eingesetzt wird.

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

### **Ralf Brachat, Managing Director, Swiss Radioworld:**

„Mit den Radiostationen, die an unsere Plattform angeschlossenen sind, erreichen wir eine Nettoreichweite von über 35% 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.“

### **Dr. Nico Aprile, Chief Executive Officer, adremes:**

“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 Ergebnis eines Prozesses, den wir gemeinsam mit der Swiss Radioworld vor einigen Monaten gestartet haben. Unsere Vision ist es, mit Einsatz der Kommunikations- und Handelsplattform adremes und des Kampagnenmanagement-Systems amily, die Automatisierung der Audiowerbung in der Schweizer Radiolandschaft voranzutreiben, zu simplifizieren und das Werbegeschäft von Grund auf neu zu gestalten. Die erfolgreiche Schaltung der 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.”

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.

**Martin Koncilja, Leiter Marketing, microspot.ch:**

„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 herauszustechen. Die erhöhte Awareness, welche wir durch die Kampagne erzielen konnten, hat sich u.a. in der Vielzahl an positiven Rückmeldungen unserer Kunden gezeigt. Die reibungslose Kampagnen-Ausstrahlung, die hohe Reichweite des Netzwerkes 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.“

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:**

„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 Audiowerbung 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.“

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.

Matthias Kost, Geschäftsleiter von Radio Zürisee, 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.“

Die Branche blickt zuversichtlich in die Zukunft. Das Medium Radio hat erst angefangen, sich neu zu erfinden.

### **Weitere Informationen**

swiss radioworld AG

Ralf Brachat Managing Director

T +41 44 485 42 75

[Ralf.Brachat@swissradioworld.ch](mailto:Ralf.Brachat@swissradioworld.ch)

### **Das Unternehmensprofil der swiss radioworld AG**

Die swiss radioworld AG ist eine Tochterfirma der Goldbach Group und verantwortlich für die Vermittlung von Werbung rund um das Thema Audio. Zu ihren Services gehören Mediaplanung, Vermittlung, Buchung, Abwicklung und Controlling von nationaler Radiowerbung für alle Schweizer Privatradiostationen wie Radio 24, Radio Energy, Radio Pilatus etc. Zudem vermarktet Swiss Radioworld exklusiv das Spotify-Audioinventar sowie das digitale Radio-Inventar von über 30 Radiostationen in der Schweiz. Weitere Informationen: [www.swissradioworld.ch](http://www.swissradioworld.ch)

### **Unternehmensprofil adremes GmbH & Co. KG**

Die Plattform adremes schafft als Ad Exchange zunächst die technischen Voraussetzungen, um Audiowerbung in automatisierten Prozessen zu buchen. adremes verbindet die Werbedispositions- und Payout-Systeme der Publisher/Radiosender mit Vermarktern und Mediaagenturen. Hierbei liegt der Fokus auf einer für Broadcast Audio (UKW und DAB+) entwickelten Lösung, die als cloudbasierte Software as a Service realisiert wurde und zukünftig auch die Möglichkeit bietet, Werbeplätze programmatisch zu handeln (Programmatic Advertising). Neue Features wie „added data“ ermöglichen außerdem die

Veredelung der Werbefläche, beispielsweise mit Echtzeitdaten zu Wetter und Verkehr. Die Regeln für den automatisierten Handel legen die Vertragspartner individuell und unabhängig fest. Zukünftig erweitert adremes unter anderem mit der Integration von Online Audio-Angeboten und DSP-Plattformen seinen Fokus. Das adremes-Team besteht aus über 20 Personen verschiedener Fachrichtungen wie Broadcast Audio, Online Audio, Ad Technology etc. Gegründet wurde das in Hamburg ansässige Unternehmen im Jahr 2014. Für weitere Informationen besuchen Sie [www.adremes.com](http://www.adremes.com).