



## 22. Radio Research Day und Verleihung des RMS Radio Award 2022

**Wien, Mai 2022:** Die von RMS Austria gegründete Fachveranstaltung Radio Research Day hat sich längst zu einem fixen Event der Kommunikationsbranche etabliert. Und nach der langen und anstrengenden Pandemiezeit war es nun endlich wieder soweit und der Radio Research Day konnte als Live-Event durchgeführt werden. Über 300 Gäste füllten den prächtigen Saal im Palais Niederösterreich, um sich von der Superkraft des Hörens mitreißen zu lassen.

**Mag. Joachim FEHER**, Geschäftsführer der RMS Austria, ging gleich zu Beginn seiner Begrüßung auf die großen Veränderungen der letzten Jahre ein. Niemand konnte sich vorstellen, dass ein Virus so lange die Welt im Würgegriff haben wird und noch vor wenigen Monaten dachten wir, dass es in Europa nie wieder Krieg geben wird. Beides ist jedoch Realität geworden. Und gerade in diesen anstrengenden Zeiten brauchen wir eine starke mental health: Emotionales und soziales Wohlbefinden ist wichtiger denn je. Und dabei kommt Audio eine ganz entscheidende Rolle zu: Denn gerade kuratiertes Radio – zusammengestellt von Profis – bietet Momente der Entspannung und schafft Ruhepausen, die gerade jetzt so wichtig sind, ohne aber aktuelle Informationen zu versäumen. Feher verwies aber noch auf weitere Vorteile von Radio: Werbung im Radio garantiert absolute „Brand-Safety“. Radio ist frei von unpassenden oder gewalttätigen Umfeldern, die eine Marke schwer beschädigen können. Darüber hinaus bietet Radiowerbung den günstigsten TKP ohne galoppierende Inflation wie bei anderen Mediengattungen. Im Vergleich zu anderen Medien verursacht Radiowerbung den geringsten CO<sub>2</sub>-Ausstoß und kein anderes Medium ist so klimafreundlich wie Radio.

**Prof. Dr. Richard David PRECHT** – Philosoph, Podcaster und Bestseller-Autor – begeisterte das Publikum mit seiner Keynote: „Durch die ökonomisch-technischen Veränderungen wird sich die Arbeitswelt radikal verändern, wir befinden uns in einer gigantischen Transformation“ – so Prechts Aussage gleich zu Beginn. Durch deep learning, künstliche Intelligenz und selbstlernende Computer ist das zweite Maschinenzeitalter angebrochen, das uns zwingt, den Begriff Arbeit neu zu definieren. Die große Veränderung bedeutet, dass wir uns von der Erwerbsarbeitsgesellschaft hin zur Sinngesellschaft wandeln. In weiterer Folge führte Precht aus, dass Arbeit weniger stark besteuert und die Lohnnebenkosten gesenkt werden sollten, stattdessen tritt er für eine Wertschöpfungsabgabe sowie Finanztransaktionssteuer ein. Dadurch sei es möglich, ein bedingungsloses Grundeinkommen für jede:n Einzelne:n zu ermöglichen und zu finanzieren. Dieses bedingungslose Grundeinkommen würde auch den Wunsch zu arbeiten nicht mindern, wenn Zuverdienst erleichtert wird. Und wer mehr verdient, gibt naturgemäß auch wieder mehr aus. Das führt wiederum dazu, dass die Steuerlast der Besserverdiener:innen deutlich höher wäre als das Grundeinkommen.

**Doris RAGETTÉ**, Marktforscherin bei RMS Austria, nahm bei ihrer Präsentation die Zuhörer:innen mit auf eine Reise durch das Universum der Audiowelt – das **AUDIOversum** – und beleuchtete anhand einer aktuellen Studie den Stellenwert von Radio im Vergleich zu anderen Audio-Plattformen: so liegt bei den 16- bis 65-jährigen Radio sowohl bei der wöchentlichen Nutzung als auch bei der strengeren Definition der Tagesreichweite signifikant über der am häufigsten genutzten Plattform YouTube. Die wichtigsten Nutzungsgründe sind: Radio ist DAS Unterhaltungsmedium Nummer Eins. Im Radio erfährt man aber auch viel Neues und die Hörer:innen werden oft positiv überrascht! Das beweist, dass kuratiertes Radio mehr als nur eine Musik-Abspielplattform ist. Die persönliche Ansprache durch Moderatoren:innen, die menschliche Stimme, die unglaubliche Nähe zu den User:innen aufbaut, machen Radio so unverwechselbar und damit unverzichtbar im Medien-Alltag der Österreicher:innen. Weitere Themenbereiche, die in der AUDIOversum beleuchtet wurden, sind die Nutzung von Smart Speaker und Podcast-Usage.

**Ric SCHEUSS** (Geschäftsführer von TRO GmbH) referierte über die Macht und Messbarkeit von Musik, Klang und Stimme in der Markenkommunikation. Mit Sonic DNA – einem Machine Learning-Algorithmus zur Emotionserkennung in akustischen Mustern – zeigte er das Spannungsfeld zwischen Künstlicher Intelligenz und menschlicher Kreativität auf. Anhand konkreter Fallbeispiele ganzheitlicher, technologiegetriebener Soundstrategien bewies Scheuss, wie Musik, Sound und Stimme in der Markenkommunikation ihre volle Wirkkraft entfalten und welche emotionalen Identifikationen im menschlichen Gehirn ausgelöst werden können.

„Mit einem exzellenten Keynote Speaker wie Richard David Precht, der zu einer Vielzahl an Denkanstößen anregt, mit einer aktuellen Studie, die den hohen Stellenwert von Radio in der gesamten Audiowelt beleuchtet sowie dem Beweis, welche zentrale Rolle Sound in der Markenkommunikation spielt, konnten wir unseren Gästen auch beim 22. Radio Research Day wieder ein breites Spektrum an Themen bieten. Besonders hat uns aber auch gefreut, dass wir uns endlich wieder – nach einer gefühlten Ewigkeit – mit unseren Gästen persönlich austauschen konnten und zumindest für ein paar Stunden die Pandemie und den Krieg vergessen durften“, freut sich Doris Ragetté, Organisatorin des Radio Research Day, über einen besonders gelungenen Event.

Den Abschluss bildete die Verleihung des **RMS Radio Award**, der an Auftraggeber:innen, die Kreativ- und Mediaagentur vergeben wird. Ermittelt werden die erfolgreichsten Radiospots aus insgesamt 285 getesteten Spots aus der Sujet-Datenbank von Focus Media Research, die im Erhebungszeitraum von März 2021 bis Februar 2022 neu on air gegangen sind.

Anhand relevanter Kriterien wie Spotbekanntheit, Markenimpact und Imagebeurteilung werden die besten Spots im Rahmen von Umfragestudien ermittelt. Daraus leitet sich der sog. „RMS Score“ ab, der im Durchschnitt über alle 285 neuen Radiospots 48 Punkte beträgt. Alle in diesem Zeitraum analysierten Sujets wurden außerdem mit Hilfe eines Statistiktools zur Messung der Effizienz in Kategorien eingeteilt, die sich deutlich voneinander unterscheiden. Es wurde aus jeder Kategorie der Beste mit dem Radio Award ausgezeichnet.

Und die Jury, die letztlich über die Sieger:innen entscheidet, ist eine der objektivsten und unbestechlichsten – nämlich die Hörer:innen, also die potentiellen Konsumenten:innen.

## Die Preisträger des RMS Radio Award 2022 sind:

### Kategorie **Speedy**

Sujets, die schon nach wenigen Schaltungen eine überproportionale Leistungssteigerung aufweisen

**Kunde:** Eduscho Austria  
**Spot:** Eduscho Image  
**Text/Kreation:** Lydia Jakl  
**Mediaagentur:** OMD

### Kategorie **Permanent Performer**

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

**Kunde:** Brau Union (Austria)  
**Spot:** Gösser – Gastro Wiedereröffnung  
**Kreativagentur:** McCANN Wien  
**Mediaagentur:** Dentsu Austria

### Kategorie **Top Seller**

Besonders abverkaufsstarke Sujets, die die Konsumenten besonders zum Kauf anregen

**Kunde:** Josef Recheis Eierteigwarenfabrik und Walzmühle GmbH  
**Spot:** Recheis Spaghetti  
**Kreativagentur:** Baschnegger Ammann Partner  
**Mediaagentur:** Wavemaker

Alle Handouts, Hörbeispiele und Filme zum Radio Research Day und Radio Award sowie eine Foto-Galerie finden Sie (demnächst) auf: [www.rms-austria.at/rrd2022](http://www.rms-austria.at/rrd2022)

#### **Kontakt:**

Prok. Doris Ragette  
Head of Research & Communications  
Radio Marketing Service  
1030 Wien, Engelsberggasse 4/2  
Tel: (01) 710 58 10 – 30  
Mail: [ragette@rms-austria.at](mailto:ragette@rms-austria.at)

**Fotocredit:** Christoph Breneis