

# PRESSEINFORMATION

## Whitepaper: Audio-Strategien für Marken

Die Radiozentrale stellt in Zusammenarbeit mit **Stephan Schreyer (Strategic Corporate Audio Advisor)** ein neues Whitepaper vor, in dem **Audio-Strategien für Marken skizziert werden. Der rasante technologische Fortschritt im Rahmen der Digitalisierung ermöglicht Audio heute einen deutlich kreativeren Ansatz und eine steigende Anzahl potenzieller Touchpoints innerhalb der Customer-Journey. Das Whitepaper stellt vor, was genau sich hinter dem Begriff „Audio-Strategie“ verbirgt, und wie man als Unternehmen/ Marke erste strategische Schritte gehen kann.**

**Berlin, 2. November 2023** – Hören ist schon vor der Geburt ein aktives und natürliches Sinnesorgan, das den Menschen seine Umwelt erfahren lässt und zugleich den Grundstein für Interaktion bietet. Audio und Sound können viele verschiedene Zwecke erfüllen und innerhalb von Sekunden Information vermitteln, Orientierung geben oder unterhalten. Audio ist in den unterschiedlichsten Facetten fester Bestandteil des täglichen Lebens. Das Whitepaper „Audio-Strategien für Marken“ zeigt auf, wie Marken die vielfältigen Audio-Touchpoints für sich nutzen können, welche Aspekte für eine geeignete Audio-Strategie entscheidend sind und warum eine langfristige und individuelle Entwicklung für Marken wichtig ist.

„Audio umgibt uns in unserem Alltag so selbstverständlich, dass wir es dauernd wahrnehmen. Doch in der Markenkommunikation bekommt Audio häufig zu wenig explizite Aufmerksamkeit. Aber genau hier verbergen sich für Marken und ihre Produkte so viele ungeahnte Möglichkeiten, um Audio gewinnbringend einzusetzen. Mit dem Whitepaper wollen wir vor allem zeigen, wie Marken und Unternehmen eine individuelle Audio-Strategie entwickeln können und müssen, um den Trend pro Audio für sich zu nutzen“, erläutert **Stephan Schreyer, Strategic Corporate Audio Advisor.**

Durch die Digitalisierung und den technologischen Fortschritt kann Audio in bedeutend mehr Situationen des alltäglichen Lebens zum Einsatz kommen, was wiederum die Touchpoints der Customer Journey jenseits von Screens vielfältiger macht.

„Der technische Fortschritt ist unbestritten ein Treiber für den derzeitigen Audio-Boom. Dieser Aspekt geht aber auch damit einher, dass Sprechen und Zuhören die intuitivste Form der Kommunikation sind und wir Menschen es einfach lieben. Deshalb sind mittlerweile beispielsweise Sprachbefehle alltagskonformer als das Tippen auf einen Screen. Dies gepaart mit den Möglichkeiten einer emotionalen Ansprache via Audio und Sound bietet Marken und Unternehmen so viele kreative Möglichkeiten bei den Konsumentinnen und Konsumenten Gehör zu finden, wie bei keinem anderen Medium“, sagt **Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.**

Link zum kostenlosen **Download des Whitepapers**: <https://www.radiozentrale.de/studien-trends/whitepaper/audio-strategien/>

### **Über die Radiozentrale**

Die Gattungsinitiative Radiozentrale versteht sich als gemeinsame Plattform öffentlich-rechtlicher und privater Radiostationen sowie der gattungsnahen Unternehmen der Radioindustrie. Die Radiozentrale hat sich die Positionierung des Mediums Hörfunk sowie die umfassende Information über das (Werbe-)Medium Radio zum Ziel gesetzt. Mehr Infos: [www.radiozentrale.de](http://www.radiozentrale.de)

### **Anlagen**

- Logo der Radiozentrale
- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale
- Pressefoto Stephan Schreyer, Strategic Corporate Audio Advisor

### **Pressekontakt:**

#### **Radiozentrale**

Dr. Matthias Hoffmann

E-Mail: [matthias.hoffmann@radiozentrale.de](mailto:matthias.hoffmann@radiozentrale.de)

Tel.: 030 / 325 121 63