

## PRESSEINFORMATION

### Whitepaper: Audio-Kreation neu denken

**Das neue Whitepaper der Radiozentrale „Audio-Kreation neu denken“ wurde in Zusammenarbeit mit Philipp Feit, Chief Creative Officer von German Wahnsinn, entwickelt. Es gibt Aufschluss, wie wirkungsvoll Audio eine wertvolle Brücke zwischen Marken und Menschen schlagen kann und welche neuen Potenziale in der Umsetzung durch die Implementierung von technischen Neuerungen wie KI oder 3D-Audio entstehen.**

**Berlin, 17. April 2024** – Die Einbindung von Audio in die Markenkommunikation ist in der heutigen Zeit ein wichtiger Bestandteil jeder Kampagnenplanung. Welche Potenziale Audio entfalten kann und welche neuen Möglichkeiten sich für einen unigen auditiven Markenauftritt gerade in Zeiten von KI ergeben, stellt das Whitepaper „Audio-Kreation neu denken“ in den Mittelpunkt. Sieben Entwicklungen und Handlungsempfehlungen verdeutlichen, wie innovativ und erfolgreich sich Audio heute gestalten lässt. Dabei geht es unter anderem um immersives, dynamisches, plattformübergreifendes und personalisiertes Storytelling über multiple Touchpoints hinweg sowie um die Rolle von KI – heute und in naher Zukunft.

Die Radiozentrale gibt im neuen Whitepaper in Zusammenarbeit mit German Wahnsinn einen Überblick über den Status quo, damit Marken die Wirkkraft von Audio neu entdecken und für sich nutzen können.

*„Audio ist und bleibt das emotionale Element, um Menschen und Marken zu verbinden. Wir wollen mit diesem Whitepaper nochmal darauf hinweisen, was Audio für die Verankerung einer Marke in den Köpfen der Konsumentinnen und Konsumenten leisten kann. Die Frage ist also nicht, ob man Audio für sich nutzt, sondern wie, um den bestmöglichen Erfolg für die Kampagnensteuerung zu erzielen.“* sagt **Grit Leithäuser, Geschäftsführerin der Radiozentrale.**

*„Audio wird bisher viel zu spät in der Markenkommunikation mitgedacht. Vielleicht, weil noch gar nicht jedem klar ist, was Audio heute alles kann. Marken haben genau jetzt die Chance, klanglich zu überzeugen, indem sie überraschen und individuelle Pfade einschlagen. Wenn eine einzigartige Klangidentität gefunden ist, kann KI bei der Produktion auf dem Weg zur Hyperpersonalisierung helfen, um den Markensound über verschiedene Medienformate zu adaptieren, weiterzuentwickeln und an verschiedenen Touchpoints einzusetzen“,* erläutert **Philipp Feit, Chief Creative Officer von German Wahnsinn.**

Das **Whitepaper** steht unter folgendem Link zum **kostenlosen Download** bereit: <https://www.radiozentrale.de/studien-trends/whitepaper/audiokreation-neu-denken/>

Das Whitepaper ist in Zusammenarbeit von Radiozentrale und German Wahnsinn erstellt worden. Autor ist Philipp Feit.

#### **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)

**Über German Wahnsinn**

German Wahnsinn ist eine 360° Audio-Agentur mit zugehörigem Tonstudio-Komplex in Hamburg St. Pauli. Als Deutschlands kreativste Audio Agency begleiten die Sound- und Branding-Experten innovative Marken und Agenturen partnerschaftlich durch alle Phasen und Fallstricke der auditiven Markenführung und -kommunikation, von der Strategiefindung und Beratung über die Konzeption und Kreation bis hin zur Produktion. Zum ganzheitlichen Leistungsspektrum gehört neben der einzigartig fundierten Audio Beratung und allen Services klassischer Ton- und Aufnahmestudios auch die Realisation immersiver Hörerlebnisse in XR (Extended Reality) und dem Metaverse. Weitere Impulse setzt German Wahnsinn mit dynamischem Storytelling und der Entwicklung eigener rechtskonformer KI-Tools im Bereich Hyperpersonalisierung, Sprachsynthese und Audio Kreation. So unterstützt das 15-köpfige Team rund um die Geschäftsführer Philipp Feit und Eduardo García andere Kreative mit ihrer spezialisierten Audio Expertise bei der Umsetzung preisgekrönter Kampagnen u.a. für Kunden wie Allianz, Audi, Migros, Peta und haucht mit wegweisenden Hörerlebnissen wie Joyns „Ultrasonic Maffia Call“ und „TKKGs verfluchtes Osterei“ echte Emotionen ein. German Wahnsinn betreibt zudem das Musiklabel German Wahnsinn Records sowie, gemeinsam mit der Bestseller-Autorin Cornelia Funke, den Boutique Hörbuchverlag Atmende Bücher. Mehr Informationen unter [www.GermanWahnsinn.de](http://www.GermanWahnsinn.de) und auf [LinkedIn](#).

**German Wahnsinn – The Immersive Audio Agency****Bildmaterial:**

- Pressefoto Grit Leithäuser, Geschäftsführerin Radiozentrale
- Pressefoto Philipp Feit, Chief Creative Officer von German Wahnsinn
- Logo Radiozentrale
- Logo German Wahnsinn

**Pressekontakt:****Radiozentrale**

Dr. Matthias Hoffmann  
E-Mail: [matthias.hoffmann@radiozentrale.de](mailto:matthias.hoffmann@radiozentrale.de)  
Tel.: 030 / 325 121 63

**German Wahnsinn**

Hoefler Communications  
Janette Hoefler  
E-Mail: [germanwahnsinn@hoeflercommunications.com](mailto:germanwahnsinn@hoeflercommunications.com)  
Tel: +49 151 728 787 08