

PRESSEINFORMATION

AS&S Radio und RMS belegen gemeinsam den Audioeffekt

Deutschlands führende Radiovermarkter RMS und AS&S Radio bündeln ihr Forschungs-Know-how ab sofort unter der gemeinsamen Marke Audioeffekt. Premiere feiert die neue Werbewirkungsforschungs-Initiative auf der Radio-Roadshow „Radio. Werbung. Wirkung“ die gestern in Hamburg startete und nun noch in München (20.6.), Düsseldorf (24.6.) und Frankfurt (27.6.) Station macht.

Frankfurt/Hamburg, 20. Juni 2013 – Bereits seit Jahren liefert die Gattung Radio über die Vermarkter AS&S Radio und RMS methodisch exzellente und inhaltlich verlässliche Werbewirkungsforschung und weist den individuellen Beitrag von Radio zum Kampagnenerfolg objektiv nach. Jetzt gehen die beiden Vermarkter den nächsten Schritt und bündeln ihre individuellen Kompetenzen in der Werbewirkungsforschung im Sinne der Gattung unter einem gemeinsamen Dach, der Radioforschungsmarke Audioeffekt.

Ziel von Audioeffekt ist es, die konkurrenzlose Aktivierungskraft als Kernstärke von Radio im intermedialen Vergleich sichtbar zu machen: Die gemeinsame Forschung analysiert und belegt diese Aktivierungskraft dabei nicht nur allgemein, sondern ganz individuell für einzelne Unternehmen, Marken und Organisationen. Audioeffekt zeigt Fall für Fall konkret auf, wie Radiowerbung sich auf die Effizienz und die Effektivität von Kampagnen auswirkt und die gewünschte Aktivierung bringt: Menschen an den PoS, Waren in die Einkaufskörbe, User ins Web oder Marken ins Relevant Set.

Oliver Adrian, Geschäftsführer AS&S Radio: „Bei allem Wettbewerb zwischen den beiden Vermarktern besteht in den Grundzügen Konsens darüber, wie Radio sich im Wettbewerb mit den anderen Gattungen positioniert. Beide Häuser leisten seit Jahren methodisch exzellente und inhaltlich verlässliche Werbewirkungsforschung. Da bietet es sich an, diese Qualitäten in einer gemeinsamen Forschungsmarke zu bündeln. Von den Synergieeffekten und der hohen Transparenz in Sachen Werbewirkung profitiert nicht nur die Gattung, sondern vor allem unser Kunde.“

Florian Ruckert, Vorsitzender der Geschäftsführung bei RMS: „Für Werbungtreibende ist der Nachweis der Effizienz und Effektivität ihrer Werbeinvestitionen eines der wichtigsten Themen überhaupt. Sie wollen anhand einer objektiven Überprüfung die Wirksamkeit von Kampagnen nachträglich bestätigt sehen und relevante Erkenntnisse für die Optimierung des Mediamixes gewinnen. Mit Audioeffekt liefern wir unseren Kunden jetzt über valide Kennzahlen umfassendes Wissen, um die Wirkung ihrer individuellen Kommunikation nachhaltig zu steigern – und damit das gute Gefühl, künftig die maximale Wirkung zu erzielen.“

Audioeffekt startet mit zwei Forschungs-Modulen und setzt dabei auf die Zusammenarbeit mit den erfahrenen Instituten GfK und TNS Infratest:

Das Modul **Sales Effekt** zur kampagnenbegleitenden Abverkaufsmessung beantwortet die Frage: „Wie hat sich Radio im Rahmen einer Kampagne konkret auf die Aktivierung der Zielgruppe am PoS ausgewirkt?“. Die Forschung untersucht die Effizienz der Kampagne. Sales Effekt belegt den kurzfristigen Return on Investment (STROI) und liefert Erkenntnisse zum Uplift und zum Käuferanteil. Die Analysen werden gemeinsam mit dem renommierten Marktforschungsinstitut GfK durchgeführt, mit dem AS&S Radio und RMS bereits seit langem erfolgreich zusammenarbeiten. Radionutzung und Einkaufsverhalten werden aus einer einzigen gemeinsamen Quelle erhoben (Single Source Ansatz) und sind daher besonders aussagekräftig: Basis ist das Panel GfK ConsumerScan, das 30.000 Haushalte erfasst und eine hohe Datenqualität aufweist.

Das Modul **Brand Effekt** zur kampagnenbegleitenden Werbewirkungsforschung beantwortet die Frage: Was hat Radio im Rahmen einer Kampagne hinsichtlich der klassischen Werbewirkungsparameter geleistet und bewegt? Dabei werden gemeinsam mit TNS Infratest die Effektivität von Radio in Bezug auf Verwendungs- und Kaufneigung, Relevant Set und Markenpräferenz, Markenbekanntheit, Werbeerinnerung und Markenimage untersucht. Handelt es sich um eine Mix-Kampagne, ermöglicht Brand Effekt außerdem Erkenntnisse zur Effektivität der eingesetzten Gattungen im intermedialen Vergleich.

Im Internet ist Audioeffekt ab heute mit einer eigenen Seite online:

Unter www.audioeffekt.de werden die Initiative und ihre Module ausführlich erläutert und erste Ergebnisse vorgestellt.

Interessierte Marktteilnehmer, die Audioeffekt live erleben möchten, haben dazu ebenfalls Gelegenheit: Oliver Adrian und Florian Ruckert präsentieren die Initiative auf den weiteren Stationen der gemeinsamen Roadshow von RMS und AS&S Radio in München (20.6., 8Seasons), Düsseldorf (24.6., Ufer 8) und Frankfurt (27.6., Depot 1899).

Kontakt für Journalisten – Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich an:

RMS Radio Marketing Service

Kirsten Schade
E-Mail: kirsten.schade@audioeffekt.de
Tel.: 040 / 238 90 153
Fax: 040 / 238 90 650
www.rms.de

AS&S Radio GmbH

Norbert Rüdell
E-Mail: norbert.ruedell@audioeffekt.de
Tel.: 069 / 154 24 218
Fax: 069 / 154 24 7 218
www.ard-werbung.de