

Die Zukunft ist jetzt:

RAUDIO.BIZ setzt über innovative Ad Technologie neuen Standard in der programmatischen Audio-Vermarktung

Ab sofort heißt es „Audio goes Programmatic“. Die Audio Ad Intelligence (AAI) Technologie des Tech- und Vermarktungsunternehmens RAUDIO.BIZ zündet die nächste Stufe konvergenter programmatischer Audiobuchungen. Damit öffnet RAUDIO.BIZ zukünftig allen Marktteilnehmern völlig neue und zusätzliche Umsatzmöglichkeiten: Erstmals wird damit die Voraussetzung geschaffen, dass in Zukunft alle Audio-Kanäle (UKW, DAB+, Online) programmatisch buchbar werden. Mit dieser Innovation schafft es RAUDIO.BIZ, die Audio-Vermarktung in punkto Automatisierung, Effizienz und Einfachheit auf ein Level mit der digitalen Buchungslogik internationaler Digitalunternehmen zu heben. Damit wird zukünftig die Auslastung aller verfügbaren Werbeflächen möglich. Hohe Eintrittshürden, die einer Vielzahl an Werbetreibenden die Möglichkeit zur Buchung des Mediums Radio bislang verwehrt haben, gehören zudem der Vergangenheit an.

Um diese Innovation zu realisieren, hat RAUDIO.BIZ unter anderem eine strategische Partnerschaft mit der amy GmbH geschlossen. Dieses vom Hamburger Ad Tech Spezialisten aprile consulting gegründete Unternehmen betreibt eine neue digitale Plattform gleichen Namens. amy ist wiederum mit der etablierten Kampagnenmanagement-Software amily verbunden und sorgt so – aufbauend auf einem erfolgreich etablierten und gelernten System in der Radiobranche – für völlig neue Möglichkeiten. Im Zusammenspiel mit amy wird die Audio Ad Intelligence von RAUDIO.BIZ in Zukunft zu der konvergenten programmatischen End-to-End-Lösung im Audiowerbemarkt.

MEDIENKONTAKT:

RAUDIO.BIZ GmbH
Frank Scheibe
+49 341 99190834
medien@radio.biz
www.radio.biz

Im Rahmen eines Proof of Concept mit den Kooperationspartnern ENERGY und der weltweit führenden Independent Mediaagentur Mediaplus wurde nun unter Beweis gestellt, dass diese Innovation, die dem Audiobereich völlig neue ökonomische Möglichkeiten eröffnet, in der Praxis reibungslos funktioniert. Hierbei wurde aktuell eine programmatische, terrestrische UKW-Buchung durchgeführt. Die AAI von RAUDIO.BIZ sorgte dabei im nahtlosen Zusammenspiel mit amy und amily sowie der Active Agent Omnichannel-DSP von Virtual Minds und der SSPI SSP der One Tech Group für einen erfolgreichen programmatischen Buchungsprozess, der damit einen völlig neuen Grad an Effizienz und Schnelligkeit erreicht.

Andreas Schilling, Managing Director bei RAUDIO.BIZ: „The Future is now: Mit unserer Audio Ad Intelligence (AAI) öffnen wir dem Werbemarkt die Türen in das programmatische Zeitalter zur Buchung des gesamten Radio- und Audioinventars: konvergent, einfach und aufbauend auf gelerntem Industriestandard. Damit schaffen wir die Grundlage für völlig neue Kontaktchancen und zusätzliche Einnahmequellen entlang von Programmatic Advertising sowie der Einbindung etablierter Systeme und Prozesse bei unseren Partnern. Doch damit stehen wir erst am Anfang der Innovations-Roadmap für unsere AAI, die in den kommenden Wochen und Monaten weitere Meilensteine erreichen wird.“

Nico Aprile, Managing Director bei aprile consulting: „Ich bin sehr glücklich über den weiteren erfolgreichen Proof of Concept mit einem neuen Vermarkter, weiteren Publishern und Werbekunden innerhalb weniger Wochen nach Fertigstellung unserer digitalen Handelsplattform amy. Dies beweist nicht nur, dass die programmatische Buchung und Vermarktung von Audio- und Radiowerbung funktioniert, sondern auch das große Interesse des Marktes an diesem Medium: sofern es den hohen Ansprüchen der Werbekunden und Agenturen an Schnelligkeit, Konvergenz, Transparenz und Buchungskomfort genügt! Neue Geschäftsmodelle benötigen Überzeugung und auch Mut. Ich freue

mich deshalb besonders über die strategische Partnerschaft mit RAUDIO.BIZ, der als innovativer digitaler Audiovermarkter genau diese Eigenschaften mitbringt und auf dem Markt neue Impulse setzt. Man darf bereits jetzt auf die kommenden Schritte gespannt sein.“

Tobias Wegmann, CTO bei Mediaplus Realtime: „Gemeinsam mit RAUDIO.BIZ beweisen wir, dass alle Audio-Kanäle programmatisch buchbar werden. Als Agentur heben wir damit digitale Audiokampagnen auf ein neues Level, indem alle Spotbelegungen der Werbekunden künftig datengestützt über unsere Einkaufsplattform Active Agent ausgesteuert werden können.“

Olaf Hopp, Geschäftsführer ENERGY Deutschland: „Wir freuen uns sehr, Teil dieses innovativen und zukunftsweisenden Projekts zu sein und sind gespannt auf die weiteren Entwicklungen im Bereich des Programmatic Advertisings, die sowohl dem Werbetreibenden, den Agenturen als auch den Radioveranstaltern die Abwicklung vereinfachen und die Werbebuchung auf ein neues Level heben.“

Bildmaterial unter folgendem Link: <https://bit.ly/230821-RAU-MI>

Über RAUDIO.BIZ

RAUDIO.BIZ ist ein im Jahr 2021 gegründeter nationaler Werbevermarkter digitaler Audioangebote. Unter dem Begriff New Audio verbindet RAUDIO.BIZ die Vorzüge des Massenmediums Digitalradio mit den Chancen der individualisierten On-Demand-Audiowelt, in dem Digitalradio, Online, Mobile, Social Media, Podcast und Voice-Anwendungen zu einem einzigen großen Audio-Ökosystem verschmelzen. Zum Portfolio von RAUDIO.BIZ gehören derzeit u.a. das digitale Audio-Inventar der REGIOCAST-Gruppe, die Online Audio-Vermarktung von ENERGY Media, das internationale Portfolio von Targetspot sowie die aus neun Programmmarken bestehende RAUDIO.BIZ New Audio Kombi NRW. RAUDIO.BIZ ist eine Beteiligung des Leipziger Medienunternehmens TEUTOCAST GmbH.

Weitere Informationen unter www.raudio.biz.

Medienkontakt

RAUDIO.BIZ GmbH

Frank Scheibe

+49 341 99190834

medien@raudio.biz