

Radiovermarktung

Unternehmenskommunikation
Pressestelle

**ARD MEDIA übernimmt von REGIOCAST
auch die Vermarktung des Digital-Inventars**



Frankfurt, 24. November 2022: Der Reichweiten- und Qualitätsmarktführer in der klassischen Radiovermarktung, ARD MEDIA GmbH, weitet seine Vermarktungstätigkeit im digitalen Bereich deutlich aus. Mit der Übernahme des digitalen Portfolios von REGIOCAST/AUDIO HOUSE Digital können Werbungtreibende ab Januar 2023 mit dem neuen Angebot ARD MEDIA Audio Total gezielt attraktive konvergente Reichweiten buchen. Der REGIOCAST-Verbund ist mit über 26 Mio. Sessions pro Monat (ma IP Audio III) der größte Inventarhalter im klassischen deutschen Privatrado. Werbungtreibenden stehen in der ARD MEDIA Audio Total rund 300 Streams für die gezielte Kommunikation in den digitalen Ausspielkanälen der Sender zur Verfügung. In dem erweiterten Audiosphäre-Portfolio von ARD MEDIA, das damit das kompletteste Inventar für den Werbemarkt bietet, lassen sich damit künftig punktgenau und hocheffizient Audiokampagnen planen aus klassischen UKW-Belegungen und datengetriebenem IP-Portfolio.

Im klassischen Radiogeschäft erzielt die ARD MEDIA Deutschland-Kombi mit ihrem Mix aus öffentlich-rechtlichen und privaten Qualitätsprogrammen fast 11 Millionen Kontakte bei den kaufkräftigen Zielgruppen (ma 2022 Audio II Update) und ist damit die Basiskombi für reichweitenstarke, nationale Kampagnen. „Wir freuen uns sehr, dass REGIOCAST und ARD MEDIA ab dem kommenden Jahr ihre Zusammenarbeit nun auch auf die digitale Vermarktung mit konvergenten Angeboten erweitert haben. Damit bieten wir dem Werbemarkt ein in Zusammensetzung und Marktdurchdringung überragendes Set an passgenauen Kommunikationslösungen“, sagt Christian Scholz, Radio-Geschäftsleiter ARD MEDIA. „Qualität und Reichweite aus einer Hand – das macht die Kampagnenplanung noch einfacher und effizienter. Mehr geht nicht im deutschen Radiomarkt.“

Der multimediale Qualitätsführer ARD-MEDIA GmbH vermarktet in seinem Geschäftsbereich TV/Bewegt看 den nationalen ARD-Sender Das Erste. Im Geschäftsbereich Audio vermarktet das Public-Private-Unternehmen als Reichweitenmarktführer öffentlich-rechtliche sowie private Radioprogramme, Online Audio-Streams und Podcast-Angebote. Das gesamte Qualitätsportfolio steht national wie regional für die effektive Ansprache kaufkräftiger und exklusiver Zielgruppen, für hohe stabile Reichweiten sowie für überdurchschnittlich starke Werbewirkung und höchste Effizienz auf allen relevanten Übertragungswegen. Ergänzt wird dieses Vermarktungsangebot durch fundierte Werbewirkungsforschung, begleitende Markt-Media-Studien sowie Service-Dienstleistungen rund um das Thema Mediaplanung.