

## Uwe Domke übernimmt neuen Bereich Medienforschung und Data-Management bei RMS / Philipp Schulte wird Leiter Werbe- und Marktforschung

Hamburg, 2. April 2019

RMS stellt sich in den Bereichen Medien- und Währungs- sowie Werbe- und Marktforschung breiter auf, um vermarktungsrelevante Themen stärker auszdifferenzieren.

In diesem Zuge ist **Uwe Domke** ab sofort im neu gegründeten Bereich **Medienforschung und Data-Management** verantwortlich für die strategische Weiterentwicklung der Reichweitenforschung vor dem Hintergrund konvergenter Märkte. Daneben verantwortet er die Entwicklung strategischer Konzepte, um in puncto datenbasierter Audiovermarktung die Anforderungen des Marktes zu antizipieren und zu erfüllen. Es geht um die Bewertung verschiedenster Datenquellen zur Mediennutzung und zu Konsumgewohnheiten sowie soziodemografischer und psychografischer Informationen, wie sie in der Audio DMP sowohl für die Vermarktung von UKW als auch Online Audio Verwendung finden.

Der 59-jährige, renommierte Marktforscher, der RMS auch in diversen Gremien vertritt, übernimmt zudem die Steuerung und Weiterentwicklung der Markt-Media-Studie VuMA. Er wird in der neuen Abteilung unterstützt von Projektleiter Alexander Bohn und Henriette Hoffmann, die weiterhin als Gewählte Marktforscherin Radio/Audio in der agma für RMS tätig ist.

Uwe Domke startete seine berufliche Karriere bei der GfK, wo er zuletzt Ressortdirektor in der TV-Forschung war. Danach war er über vier Jahre im international Leadership-Team bei Nielsen, bevor er im Jahr 2000 als Leiter Werbe- und Marktforschung zu RMS wechselte.

Das Team der Werbe- und Marktforschung führt nun **Philipp Schulte** bei RMS. Der 42-jährige Marktforscher ist bereits seit Mai 2015 für den Audiovermarkter tätig, Anfang 2018 übernahm er die stellvertretende Leitung der Abteilung. Seine berufliche Laufbahn begann in der Verkaufssteuerung der Euler Hermes Kreditversicherungs AG, führte zum digitalen Marktforschungsunternehmen Research Now, seit 2019 Dynata, und ein Jahr nach London als Team Leader des Projekt Managements.

Sein aktuell dreiköpfiges Team wird er im Laufe des Jahres um zwei Mitglieder verstärken: **Stefan Freitag**, 39, (zum 1. Juni) hat mehr als 10 Jahre Erfahrung in der Werbeforschung und ist aktuell noch Team Leader Marken-, Medien- und

### Pressekontakt

RMS Radio Marketing  
Service GmbH & Co. KG

Kirsten Schade  
Unternehmenskommunikation  
Pressesprecherin

T. 040. 23890-153  
F. 040. 23890-650  
M. 0175. 9346079  
schade@rms.de

Werbeforschung bei dem Marktforschungsinstitut Ipsos GmbH.

**Juliane Siegert**, 32, (zum 1. Juli) hat einen qualitativen Forschungshintergrund und war die vergangenen sieben Jahre bei Harris Interactive AG als Consultant Qualitative Research tätig.

Seite  
2/2

**Matthias Wahl, Sprecher der Geschäftsführung bei RMS:** „Die fragmentierte Mediennutzung über viele Plattformen stellt auch die Medien- und Marktforschung vor neue Herausforderungen. Erstens, weil eine breite Bevölkerung neue Technologien rasend schnell adaptiert und wir diese konvergente Mediennutzung in ihrer Heterogenität adäquat erfassen wollen. Zweitens, weil die Methoden in der Marktforschung digitaler, agiler, technisch messbarer und stärker datenbasiert werden. Wir wissen, dass unsere Marktpartner ihre Werbeinvestitionen mit Bedacht einsetzen und einen im Idealfall nachweisbaren Return von ihren konvergenten Kampagnen erwarten. Das erfordert unsererseits das Engagement, Ressourcen in die Weiterentwicklung von Methoden und Messsystemen, vor allem aber Menschen, die Daten einordnen können, zu stecken. Ich bin froh, dass wir dies aus unserem Kreis mit langjährigen, kompetenten Kräften steuern können und wünsche den Teams viel Erfolg.“

Als führender Vermarkter im deutschen Audiowerbemarkt hilft RMS seinen Kunden, räumlich, zeitlich und thematisch näher an die Zielgruppen und deren Kaufentscheidungen zu kommen. Um dies zu erreichen, vermarktet RMS Leistungen aus dem gesamten Audiospektrum: Werbezeiten und -formate sowie Online-Audio-Angebote von 169 privaten Radiosendern im gesamten Bundesgebiet. Dazu kommen mehr als 1.000 führende Webradios, mobile Apps und Podcast-Angebote. Das Vermarktungsangebot wird ergänzt durch zahlreiche Service-Leistungen aus den Bereichen Marktforschung, Mediaplanung und Kreation. Der Umsatz der RMS-Partnersender betrug im Jahr 2018 laut Nielsen Media Research 1,318 Milliarden Euro. Sprecher der Geschäftsführung ist Matthias Wahl. Zusammen mit RMS Austria ist RMS größter Audiovermarkter Europas. [www.rms.de](http://www.rms.de)