

VITA DIRK RITTERS



Überblick

Dirk Ritters (Jahrgang 1978) unterstützt nicht nur Medienunternehmen bei Herausforderungen in der digitalen Welt, sondern entwickelt in seiner Ideen- und Softwareschmiede „MEDIACODERS“ auch Anwendungen für die Transformation der Radiobranche. Vor diesem Hintergrund organisierte er unter anderem 2013 den „Radio Hack Day“ und 2016 bis 2018 den „Programmatic Audio Day“. In der Folge gründet er im Mai 2016 in Hamburg ein weiteres Unternehmen namens „waveads“. Hier setzt er sich mit Data-Management und Programmatic Advertising für Audiopublisher auseinander.

Ritters gilt darüber hinaus in der Medienbranche als Kenner des digitalen Werbemarktes und der Möglichkeiten von Programmatic Advertising sowie Audiowerbung.

Entwicklungsgeschichte

Seine erste Digital-Agentur baute er 2001 auf seinen jahrelangen Erfahrungen als Moderator und Projektmanager auf, die er sowohl bei regionalen Radiosendern, als auch bei Agenturen sammeln konnte. So war Ritters mit seiner Agentur für den Relaunch diverser Radiowebseiten wie denen von R.SH, delta radio und Radio NORA mit verantwortlich.

Um klassische Radiosysteme mit den Vorteilen des Internets zu verbinden, entstanden für seine Kunden aus dem Hörfunkbereich zahlreiche Systeme zur Hörerbindung auf digitalem Wege.

2007 stieg Ritters aus der Agentur aus und hatte so Zeit ein modernes Beratungskonzept für Radiosender und Medienunternehmen unter dem Namen „spadebill media consulting“ zu entwickeln. Im Vordergrund stand hierbei die Verbesserung der Kommunikation zwischen Radiosendern und Hörern mit Hilfe digitaler Möglichkeiten.

Zu seinen Kunden zählten seitdem Antenne Niedersachsen, Sender der Regiocast Gruppe wie 90elf-Deutschlands Fußball-Radio, sowie Antenne Bayern und der Radiovermarkter RMS in Hamburg.

Der springende Punkt war hier die Kombination aus redaktionellen, technischen und vertrieblichen Bestandteilen, die bei der Beratungs- und Projektmanagement-Tätigkeit eine wichtige Rolle spielen. Seit 2018 ist Ritters zudem als Chief Digital Sales Officer (CDSO) für die RTL Radio Deutschland tätig.

Events

Um Licht in das Dunkel des Programmatic Advertising im Audibereich zu bringen, organisierte Dirk Ritters 2016 bis 2018 gemeinsam mit Frank Nolte (AudioStep/Spotify) den „Programmatic Audio Day“. Dort ging es in verschiedenen Vorträgen und Seminaren darum, wie man mit der neuen Art von Werbesteuerung Kunden gezielter erreichen und sich deren individuellen Interessen besser anpassen kann.

Bereits im Sommer 2013 schaffte es Ritters die Radiobranche mit der digitalen Welt für ein Wochenende zu vereinen, indem er den ersten „Radio Hack Day“ organisierte und dazu Radiomacher, Entwickler und Unternehmer aus dem Radioumfeld einlud. Gemeinsam wurden neue Ideen entwickelt, damit beide Welten auf moderne Art und Weise weiter zusammenwachsen können.

Daneben stand Ritters bei diversen Fachveranstaltungen als Referent oder Gesprächspartner auf der Bühne.

Zukunftsansicht

Frei nach dem Motto „Die Zukunft soll man nicht vorausahnen, sondern möglich machen“ (Antoine de Saint-Exupéry) gestaltet Dirk Ritters mit Kreativität und technischem Verständnis als „Nerd“ im besten Sinne weiterhin die digitale Zukunft der Audiobranche mit.

Kontakt Daten

Dirk Ritters
c/o MEDIACODERS Kiel GmbH
Schauenburgerstr. 116
24118 Kiel

Tel. 0431/301404800
E-Mail ich@dirkritters.de
Web dirkritters.de