

Was sind Podcasts?

Podcasts sind Audio-Dateien, die übers Internet abonniert werden – sozusagen Radio zum Mitnehmen. Doch man kann sie nicht nur über iPods, Handys oder andere MP3-Player anhören, sondern auch am Computer. Alles was man braucht, ist eine schnelle Internetanbindung und Lautsprecher oder Kopfhörer.

In selbst gewählten Abständen stellt der Podcaster, also der Programmierer, neue Folgen bereit. Podcasts sind derzeit mit ganz wenigen Ausnahmen kostenlos.

Worum geht es in Podcasts?

Es gibt weltweit momentan ca. 65.000 Podcasts, in Deutschland um die 2.000. Dabei sind vieles Hobby-Projekte mit Themen von Angeln über Bücher, Computersicherheit bis hin zu Zen-Buddhismus. Doch immer mehr Profis steigen ein: viele Printmedien (*Financial Times Deutschland, Kicker, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung...*) und Radiosender (*Antenne, BR, NDR...*).

Und auch Unternehmen nutzen schon das Potenzial von Podcasts (*BMW, Coca Cola, IBM, Karlsberg Brauerei, Krankenkasse BIG direkt...*).

Warum Podcasts?

Mit Podcasts erreichen Sie eine intensive Kundenbindung wie auf kaum einem anderen Weg. Denn die Kunden haben sich entschieden, Ihren Podcast zu hören. Haben sie ihn einmal abonniert, bekommen sie automatisch die aktuellen Folgen direkt auf ihren Computer.

Das ist vergleichbar mit einem E-Mail-Newsletter. Doch Podcasts werden angehört, nicht gelesen. Damit haben Sie einen viel direkteren, emotionaleren Zugang zum Kunden. Ist Ihr Podcast gut, hören Ihnen Ihre Kunden regelmäßig für 5 bis 45 Minuten zu. Doch das klappt nur, wenn die Kunden die Inhalte als nützliche Information, nicht als lästige Werbung empfinden.

Wer hört Podcasts?

In den USA nutzen derzeit um die 10 Millionen Menschen Podcasts. In Deutschland gibt es Schätzungen zufolge schon eine halbe Million Hörer – bis Ende 2007 sollen es 8 Millionen sein (Quelle: Markendreiklang/ARD, ZDF, EIAA, Yahoo, Jupiter Research).

Nach einer Umfrage von 2005 sind 89% der deutschen Podcasthörer männlich, im Schnitt 30 Jahre alt, sind 48% von ihnen Single, besitzen 41% einen Hochschulabschluss und verfügen zu 23% über ein Haushaltseinkommen von 2.000 bis 3.000 Euro und zu 27% über mehr als 3.000 Euro im Monat.

Diese attraktive Zielgruppe ist auf herkömmlichen Wegen immer schwerer zu erreichen. Und auch bei anderen Zielgruppen werden Podcasts immer beliebter.

Welche Möglichkeiten bieten Podcasts?

Podcasts sind ein hervorragendes Marketing-Instrument für (potenzielle) Kunden. Sie können damit sehr leicht unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, indem Sie Podcasts zu speziellen Themen anbieten.

Außerdem eignen sich Podcasts für:

Mitarbeiterinformation (Fortschritt einzelner Projekte, allg. Firmeninfos etc.)

Fortbildung/E-Learning (vor allem für Außendienstmitarbeiter interessant – sie können sich auf der Fahrt informieren, so müssen sie das nicht abends im Hotelzimmer lesend oder per CBT tun)

Was kosten Podcasts?

Podcasts sind deutlich günstiger als andere Werbeformen. Für den Preis einer Anzeige in einer Zeitschrift mit geringer Auflage bekommen Sie ein auf Ihre Kunden zugeschnittenes Podcast-Konzept inklusive Kommentar-Mini-Website und sechs fertig produzierten Folgen.

Zwar erzielen Sie mit einem Podcast weniger Kontakte, dafür haben diese aber unvergleichlich höhere Qualität. Eine Anzeige wird von vielen Lesern überblättert, von wenigen kurz überflogen und nur von sehr wenigen mehrere Sekunden betrachtet. Ein guter Podcast dagegen wird ganz angehört – also dauert der Kontakt mit dem Kunden zwischen 5 und 45 Minuten. Zusätzlich kommen virale Effekte zum Tragen: gute Podcasts werden weiterempfohlen an Freunde und Bekannte.

Warum Content Crew?

Nur wenn der Content Ihrer Podcasts perfekt auf Ihre Zielgruppe abgestimmt ist, werden sie zum Erfolg. Die Content Crew hilft Ihnen dabei. Experten für Text, Audio und Video arbeiten hier zusammen mit Web-Profis:

Jens Jacobsen, Geschäftsführer, schreibt seit 15 Jahren Texte für Print, Audio und Multimedia. Er ist Autor des Buchs „Website-Konzeption“.

Jürgen Knoll ist ausgebildeter Kameramann. Seit 1988 ist er Geschäftsführer von Inter/Aktion GmbH und hat ungezählte Filme, E-Learning-Anwendungen und Ausstellungen verantwortet.

Uwe von Schumann, Dipl.Ing. Medientechnik, arbeitet seit 1982 als Regisseur, Produzent und Kreativdirektor für Film-, Multimedia- und Museumsprojekte.

Timo Hetzel, Podcast-Profi der ersten Stunde, hat „Filme und so“ und den „jetzt.de-Podcast“ entwickelt. Zuvor war er vier Jahre Redakteur und Chef vom Dienst beim Radiosender M94,5 sowie Leiter der dazu gehörigen Website.

Der Content Crew Cast Controller

Ihr Hauptgeschäft ist nicht die Medienproduktion. Deshalb machen wir Ihnen den Umgang mit Ihrem Podcast so leicht wie möglich – dabei hilft der **Content Crew Cast Controller**. Mit dieser Webanwendung haben Sie immer im Blick, was als nächstes ansteht. Sie können damit alle Vorgaben weitergeben, Themen überprüfen und Inhalte freigeben. So geht nichts verloren, und Sie haben die Produktion immer ganz unter Kontrolle.

Auch den Erfolg Ihrer Podcasts können Sie mit dem Content Crew Cast Controller laufend überprüfen. Download-Statistiken, Bewertungen in Podcast-Portalen und Hörer-Feedback können Sie direkt einsehen.

Weitere Informationen

www.content-crew.de

Gern sprechen wir auch mit Ihnen persönlich über die Möglichkeiten, die Podcasts für Sie bieten.

Ihr Ansprechpartner: Jens Jacobsen, Geschäftsführer Content Crew GmbH

Thalkirchner Straße 210, 81371 München, Tel.: 089 / 742 19-717, jens.jacobsen@content-crew.de