Podcasts
in der Unternehmenskommunikation

Ein Überblick für Entscheider aus Werbung & Industrie

Logo: http://podcastlogo.lemotox.de/

Was sind Podcasts?

- Podcasts sind Medienbeiträge (z.B. als Ton oder Video) die via Internet abgerufen oder abboniert werden können.
- Podcasts werden regelmäßig als zusammenhängende Episoden (Serie) bereitgestellt.
- Podcasts sind vergleichbar mit Radio & Fernsehen - jedoch unabhängig von Zeit & Ort.
- Podcasts sind vergleichbar mit Newslettern, werden jedoch nicht als SPAM wahrgenommen.
- Podcasts sind Teil des Digitalen Lifestyles mit Bezug zu Themen wie Blogging, Web 2.0 und technik-affinem Konsum.
- Podcasts sind eine Evolution im Umgang mit Medien.

Was sind Podcasts nicht?

- Podcasts sind kein Fire-And-Forget Marketing
- Podcasts sind keine Werbeclips
- Podcasts sind nicht YouTube
- Podcasts sind keine Blogs
- Podcasts sind kein Apple-Phänomen
- Podcasts sind kein Ersatz für etablierte Medien

Distribution & Empfang

Technisch: RSS-Feed - XML-Datei in Verbindung mit beliebigen Inhalten
Audio-Dateien (MP3, AAC, WMA, AC3), Video (H.264, MPEG, WMV), Flash, Bilder/Photos, PDF, Office-Dokumente

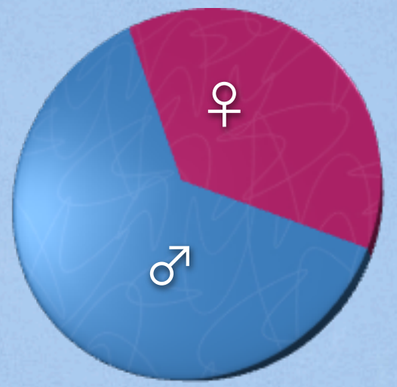
- Eigene Website(s); wahlweise zusammen mit Unternehmens-Blog
  Datei-Download und/oder Einbindung via Flash
- iTunes
  Für Mac & PC
- … und zahlreiche Portale & „Podcatcher“
  podcast.de, podster.de, dopcast.de, podcastalley.com, u.v.m. · Mail-Programme, Browser & RSS-Reader, miro, WinAmp
- Endgeräte (mobil & stationär); direkt oder über Content-Aggregatoren (vTuner.com)

Zielgruppen

- **Podcasts sind zu 100% Zielgruppenorientiert**
  Keine Streuverluste, hohe Response-Quoten bei Feedback-Möglichkeit
- **Endkunden / Verbraucher**
  Vergl. Newsletter, Mailing an Bestandskunden
- **Neukunden-Gewinnung**
  Public: braucht Push (z.B. durch eigene WebSite, s.u.) · Produkt-/Verkaufsfeature, Bonus
- **Unternehmen**
  Mitarbeiter, Fachhandel, Aussendienst (Stichwort: Intranet & Unternehmens-TV)

Zielgruppe in DE lt. ARD-Studie ´07

- 10.156 Teilnehmer
- 3-4 Millionen Deutsche nutzen Podcasts
- 63% männlich
- 75% höhere Bildung
- 80% jünger als 40 Jahre
- 80% sehen & hören regelmässig (davon 1/4 täglich)
- Durchschnittlich 8 Podcasts abboniert
- Nutzung: „Heavy User“ 56 Minuten, normal 10 Minuten / Tag

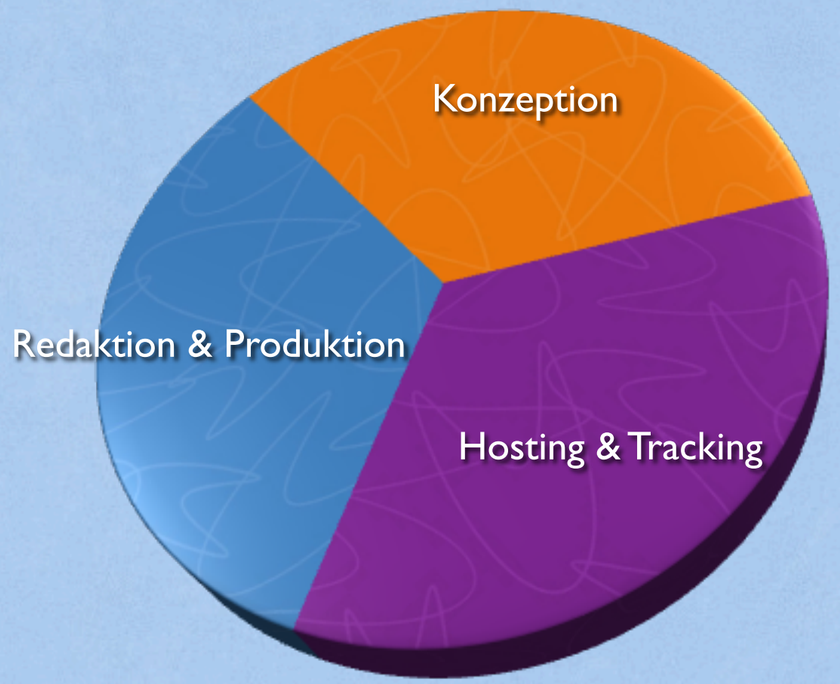


Gut zu wissen: Podcasts …

- müssen lebendig sein.
  Regelmäßige(!) Aktualisierung und Nachhaltigkeit ist Pflicht.
- können, müssen aber nicht stets aktuelle Themen aufgreifen.
- sind in ihrer Länge ungebunden.
  Von „Minute-News“ bis 3h-Talk ist alles erlaubt.
- sind nicht zwingend ein mobiles Medium (und sind auch nicht auf iPods beschränkt).
  Stichworte: Apple-TV, MediaCenter, etc.; MP3-Player & Mobiltelefone; Internetradios
- brauchen Marketing.
  Push in Newslettern, Brochuren, Websites, Portalen, etc.

3 Phasen

und Posten bei der Podcast-Produktion



Phase 1: Konzeption

- Definition von Zielgruppen
- Selektion & (Einstiegs)Rechere von Inhalten
- Casting (Sprecher, Akteure)
- Podcast-Aufbau, Scripte, Timing
- Layouts & Vorproduktionen
- Zeit- & weitere Budgetplanungen

Phase 2: Redaktion & Produktion

- Scripte / Inhalte in Textform
- Aufnahmen
- Renderings
- Schnitt, Postproduktion & Mastering
- Ausspielung & technische Weiterverarbeitung zu Podcasts
- Tests & Qualitätssicherung

Phase 3: Hosting & Tracking

- Veröffentlichung (Technisch)
- Veröffentlichung / Anmeldung bei Portalen
- Statistiken & Auswertung
  Feed-Abonnenten, Einzel-Downloads nach Anzahl und Zeit, Abspielen (Flash-Zugriffe)
- Bewertung & Justierung

Zusatzleistungen

- **Podcast-Blog**
  Feedback & Diskussionsmöglichkeit
- **Podsave-Music**
  Individuell, GEMA- & Verlagsfrei
- **Audio-CI & Audio-Branding**
  Von Soundlogo bis Unternehmensmusik
- **Mobile-Content & Hosting**
  Ringtones, Mobile-Newsletter & mehr
- **GEMA- & Verlagsrechte, Lizensierungen**
  Spezielle Künstler gewünscht? Messe geplant?

Zusammenfassung

- Podcasts sind ein ideales Medium zur Kundenbindung
- Die Kosten sind genau kalkulierbar
- Am Ende steht immer ein weitreichend einsetzbares Produkt …
- … welches vom Empfänger gerne konsumiert wird, wenn es ihm nutzt.

www.hutz.de/podcast-produktion

Wann geht Ihr Podcast online?

oliverhutz mediendesign

Credits: RSS-Logo by Mozilla Foundation (GNU) · Podcast-Logo by Peter Marquardt (CreativeCommons), http://podcastlogo.lemotox.de/