

10 Gründe, warum ein Podcast in die Unternehmenskommunikation gehört

In diesem Text möchte ich euch ein wenig Futter geben, damit ihr mit Patrick die Show aufbauen könnt und die „Entscheider“ auch ein wenig Information und Wissen haben. Dann können sie ggf. Besser einschätzen, was der Nutzen für sie ist.

1. Podcast ist Trend - und gekommen, um zu bleiben

15 Prozent der Deutschen geben an, wöchentlich Podcasts zu hören. Damit ist das Medium weiter auf dem aufsteigenden Ast. Es hat sich somit einen festen Platz in der Gesellschaft erarbeitet. Quelle: <https://www.ard-werbung.de/spotonpodcast/>

Podcasts erleben also nicht nur einen Hype, sondern sichern ihren Position im Marketingmix. Mittlerweile ist Deutschland der viertgrößte Podcast-Lieferant. Quelle: https://www.listennotes.com/podcast-stats/?fbclid=IwAR3uqYvHYkut8EZfeFRK3CM_y_o0Qk7ms-xjfWeIkjQdAKrvKGN1njnjQo8

2. Du erreichst deine Zielgruppe auch abseits von Bildschirmen

Um einen Podcast zu hören, müssen wir nicht auf ein Display schauen, sondern können uns ganz bequem anderen Tätigkeiten widmen und sie uns durch einen Podcast „versüßen“. So nannte eine Kundin mich mal ihren „Bügelbuddy“, weil sie neue Folgen von mir immer beim Bügeln hört.

Ich selber höre gerne Podcasts beim Training oder beim Rasen mähen. Das klappt mit Video oder Blog nicht. Schon gar nicht im Auto.

3. Google liebt Podcasts

Mittlerweile werden Podcast-Folgen in Suchergebnissen direkt im oberen Drittel angezeigt. Und zwar als direkt abspielbares Audio. Das ist gut für die organische Findbarkeit. Beispiel: <http://bit.ly/3jRzqrz>

4. Podcast-Hörer akzeptieren Werbung

Damit der Podcast kostenfrei bleibt, ist es für Podcast-Hörer vollkommen okay, wenn es am Anfang, in der Mitte oder am Ende eine kurze Werbeeinblendung gibt. Diese Werbung sollte aber vom Host der Podcasts vorgetragen werden, denn ihm oder ihr vertrauen die Zuhörenden. Quelle: <https://www.ard-werbung.de/spotonpodcast/>

5. Podcast-Hörer sind gut situiert

In der schon zitierten Spot-On-Podcast-Studie gaben die befragten an, einen vergleichsweise hohen Bildungsabschluss zu haben. Damit geht ein höheres Haushaltsnettoeinkommen einher und somit auch eine Kaufbereitschaft, denn die Zuhörenden akzeptieren auch Werbung. Quelle: <https://www.ard-werbung.de/spotonpodcast/>

6. Podcasts sind vergleichsweise schnell erstellt und kostengünstig

Man braucht keine aufwändige Beleuchtung oder geschickte Schnitte, um Qualität und Aufmerksamkeit hoch zu halten. Da es „nur“ Audio ist, das mobil konsumiert wird, braucht es nur einen geschickten Raum und ein einigermaßen hochwertiges Mikrofon. Hochwertige Mikrofone mit gutem Sound beginnen preislich bei knapp 100,- EUR. Die laufenden Kosten eines Podcasts liegen bei 25,- EUR pro Monat durch das Hosting.

7. Podcasts geben Unternehmen eine Stimme

Durch die vergleichsweise lange Zeit, die ZuhörerInnen mit dem Host einer Show verbringen, entsteht schnell eine Art Vertrauen. Dieses Vertrauen sorgt dafür, dass ein Unternehmen plötzlich „eine Stimme“ bekommt. Das ist Branding pur!

8. Podcast schaffen Kooperationen

Da man im Podcast gerne das Format des Interviews nutzt, kommt man so in Kontakt mit sehr interessanten Menschen aus der eigenen oder noch zu erschließenden Nischen. Das sorgt für „Trust“ und „Awareness“ bei der Zielgruppe. Parallel sorgen Gäste auch für Reichweite.

9. Content-Recycling

Man kann ein Podcast-Konzept auch als Video planen. Man kann ein Zoom-Interview durchführen und die geschnittene Tonspur auskoppeln und in einen Podcast packen. Mit wenig Aufwand eine große Wirkung. Das klappt nur, wenn man nichts sehen muss.

10. Der Wettbewerb schläft...vielleicht!

Im Moment ist es noch relativ einfach von sich hören zu lassen, denn wenngleich es immer mehr Podcasts im deutschsprachigen Markt gibt, ist es doch noch relativ einfach aus der Masse aufzusteigen. Das geht durch guten und hochwertigen Content. Und wenn der Wettbewerb noch keinen Podcast hat...umso besser.