Gemeinsam gegen Corona

Podcast Specials der Ad Alliance zum Thema Corona

AdAlliance

GEMEINSAM GEGEN CORONA

Facts & Figures
Podcast @ Bertelsmann

Podcast: Vom Exoten zum Mainstream

2004
Der Begriff „Podcast" wird erstmals erwähnt.

2005
Apple bietet kostenlose 3.000+ Podcasts auf iTunes an.

2014
Der True-Crime Podcast „Serial" legt den Mainstream-Grundstein.

2017
Big Business: Große Tech- & Medienunternehmen wie Spotify oder New York Times werden im Podcasting immer aktiver; „*The Daily*" startet

2018
Bekannte Produktionsfirmen wie Marvel Entertainment und Warner Media steigen ebenso in die Branche ein; global steigert sich der Podcast-Konsum in 2018 um 250%

audio alliance AUDIO now

2019
Gründung der Audio Alliance und Launch der Plattform Audio Now

Unser Audio Ökosystem

Es war nie einfacher, Podcasts zu konsumieren

- Verbreitung von Smartphones
- Verbesserung der Netzabdeckung
- Megatrend Konnektivität
- Optimierung der Usability
- Steigende Speicherkapazitäten

Quelle: Edison Research, "The Podcast Consumer 2019"

Podcasts als attraktives Werbeumfeld

- Die Hälfte aller Smartphone User haben bereits Podcasts gehört
- Werberelevante Zielgruppe: Jung, gebildet und kaufkräftig
- Hohe Werbe-Akzeptanz und hohe Werbe-Erinnerung
- Hohe Aufmerksamkeit und Konzentration beim Hören eines Podcast
- Werbliche Exklusivität innerhalb der Podcast-Folge möglich
- Hohe Authentizität durch native Integrations-Möglichkeiten

Quelle: G+J Mobile 360˚ Studie 2019, n=1208 (Smartphone User)

Unsere Podcasts am Puls der Zeit: Wir und Corona: Die wichtigsten Informationen zum Virus. Nachrichten. Experten. Leben im Alltag

Wir und Corona: Die wichtigsten Informationen zum Virus. Nachrichten. Experten. Leben im Alltag

- Das Corona-Virus wirbelt gerade unser aller Leben durcheinander, jeden Tag aufs Neue. Was sollen wir tun? Was sollen wir lassen? Wie halten wir das alles aus und vor allem: Wie halten wir zusammen?
- In diesem Podcast sprechen wir mit Ärzten, Politikern, Psychologen, Philosophen, aber auch mit Ihnen, jeden Abend. Hier halten wir Sie über das Wichtigste auf dem Laufenden und bieten konkrete Tipps für den Alltag in dieser Zeit.

Erscheinungsweise: Mo – Fr, täglich 18 Uhr

Ø Dauer: 20 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer

Ø Downloads/Plays pro Folge: 15.000*

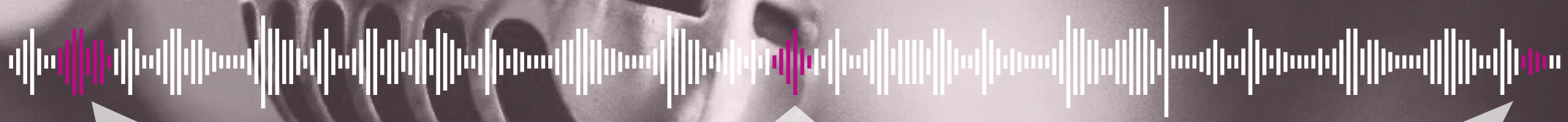
Kern-Zielgruppe: Erwachsene, 20 - 59 Jahre

*Prognose Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify

Integrationsmöglichkeiten

Native Sponsoring

- Individuell abgestimmtes Presentership
- Eingesprochen durch den Host des Podcasts*
- Native Integration in den Erzählfluss
- Vorstellung von Produktinformationen, USP's
- Produktion des Sponsorings durch Ad Alliance
- Integration in die Shownotes des Podcasts
- Varianten:
  - Pre-Roll (bis 30 oder 60 Sekunden)
  - Optional: Mid- und/oder Post-Roll



Pre-Roll

„Der heutige Podcast wird präsentiert von Potato Factory … + individuelle Beschreibung der Produkt USP's."

Integration zwischen 1. und 4 Minute des Podcasts

optional: Mid-Roll

„An dieser Stelle möchten wir uns (noch einmal) bei unserem Sponsor bedanken, der diesen Podcast ermöglicht + Zusatzinfo über Produkt, USP's…"

optional: Post-Roll (Danksagung)

„Wir bedanken uns abschließend bei unserem Sponsor + kurzes Outro zum Kunden/ zum Produkt…."

*Vorbehaltlich inhaltlicher Freigabe durch Podcast Redaktion und Host; kein Native Sponsorings in Channels möglich

Standard Sponsoring

- Presentership mit einer kurzen, sachlichen Vorstellung des Produkts
- Eingesprochen durch Sprecher der Audio Alliance (oder angeliefertes Audio File)
- Integration in die Shownotes des Podcasts
- Varianten:
  - Pre-Roll (bis 20 Sekunden)
  - Optional: Mid- und/oder Post-Roll

Pre-Roll

„Dieser Podcast wird präsentiert von Potato Factory … + kurze Produktvorstellung"

optional: Mid-Roll

„Dieser Podcast wird präsentiert von Potato Factory … + kurze Produktvorstellung"

optional: Post-Roll

„Dieser Podcast wurde präsentiert von Potato Factory… + kurzes Outro zum Produkt…."

Sponsoring Beispiele & Hörproben

Standard Sponsoring

Hörprobe: Beispielhafte Sponsoring-Integration im Podcast „Verstehen, fühlen, Glücklich sein“

Native Sponsoring

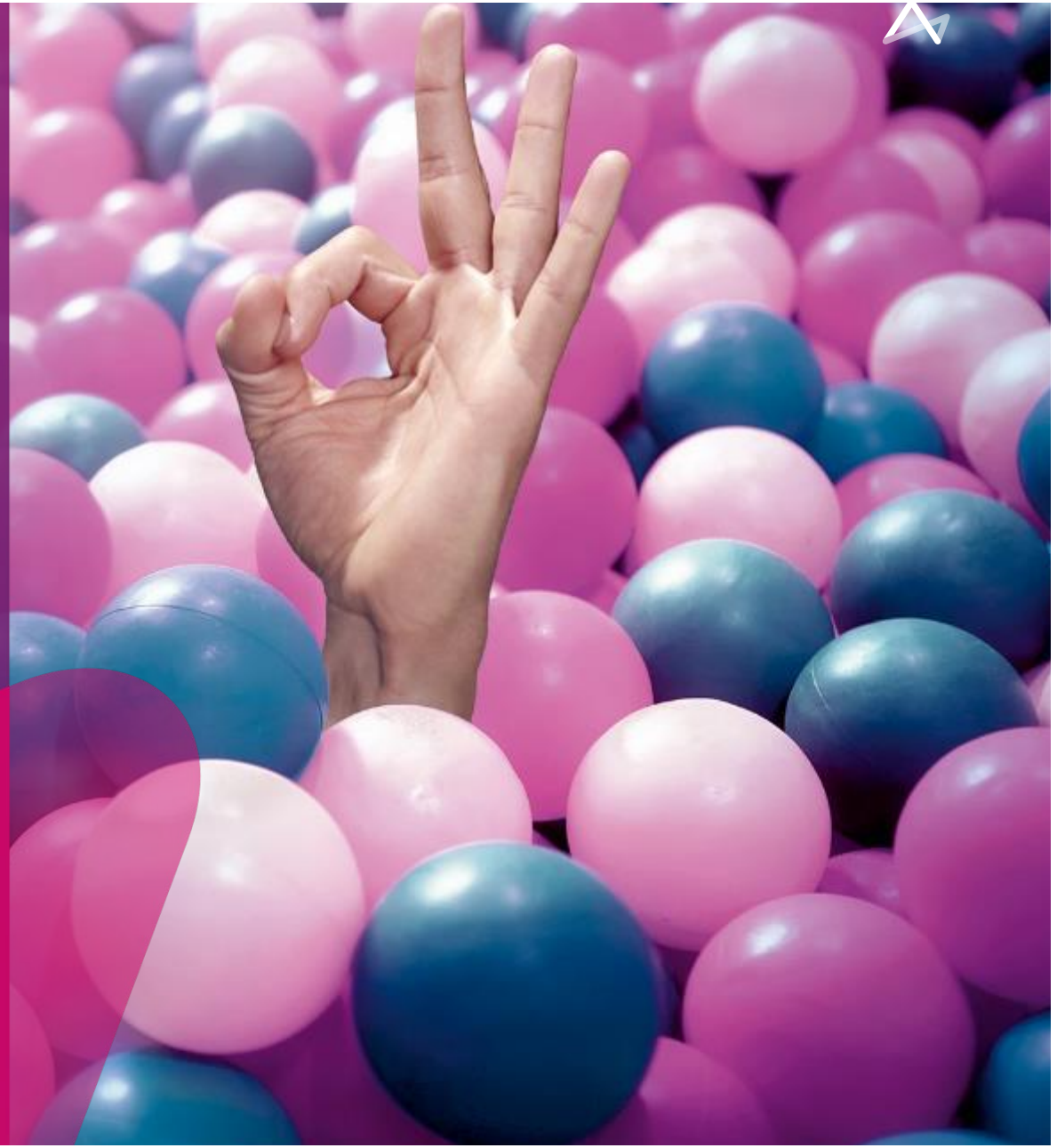
Hörprobe: Beispielhafte Native Sponsoring Integration im Podcast „Messi und Ronaldo“

Shownotes Integration

In den Shownotes wird der Inhalt der Podcast-Folge kurz zusammengefasst und bereits vor dem Download oder Streaming angezeigt.

Die Kunden-Integration erfolgt anhand eines kurzen Textes (auf Wunsch inklusive URL, Gutscheincodes o.ä.) und wird mit „Anzeige“ gekennzeichnet.

Angebote | Budget



Wir und Corona | Angebotspakete

	Option A	Option B	Option C
Werbeform (inkl. Integration in Shownotes)	**Native Sponsoring** Pre-Roll, je bis ca. 30 Sekunden	**Native Sponsoring** Pre-Roll, je bis ca. 60 Sekunden	**Native Sponsoring** Pre- und Mid-Roll, je bis ca. 30 Sekunden
Podcast	**Corona und Wir** by STERN und RTL		
Anzahl Integrationen*	je **10** pro Option		
Reichweiten-Prognose (Download/Plays gesamt)	je **150.000** Downloads/Plays pro Option		
Erscheinungsweise	Mo-Fr, täglich	Mo-Fr, täglich	Mo-Fr, täglich
Festpreis	**28.500 € zzgl. 750 € Produktionskosten**	**31.500 € zzgl. 750 € Produktionskosten**	**48.600 € zzgl. 750 € Produktionskosten**

* Beispielzeitraum 2 Wochen

Angebotsbedingungen Podcast Sponsorings

- EXKLUSIVE Partnerplatzierung (keine weiteren Werbepartner in den versponsorten Folgen) ohne Aufschlag (!!)
- Audio/Podcast-Platzierungen sind skontofähig und rabattbildend aber nicht rabattfähig für etwaige Digital-Vereinbarungen
- Anfallende Produktionskosten sind nicht abzugsfähig, nicht rabattbildend, nicht commitmentbildend. Die Höhe der Produktionskosten ist abhängig vom jeweiligen Podcast
- Es wird keine Reichweiten-Garantien auf gebuchte Platzierungen gewährt
- Die erzielte Gesamtreichweite wird vier Wochen nach Veröffentlichung der letzten versponsorten Folge via Endreporting ermittelt
- Native Integration immer unter Vorbehalt der Bereitschaft des Hosts / der Hosts
- Vorlaufzeiten: je nach Podcast, mind. 2 - 4 Wochen (oder wie besprochen)

Ute Henzgen
Sales Director

Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456 22600

ute.henzgen@ad-alliance.de

Julian Berzbach
Sales Manager Digital Audio / Podcast

Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456 22671

julian.berzbach@ad-alliance.de

Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | spotX GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.