



# Gemeinsam gegen Corona

Podcast Specials der Ad Alliance zum Thema 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.

2017

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



2019

Gründung der Audio Alliance und Launch der Plattform Audio Now

2014

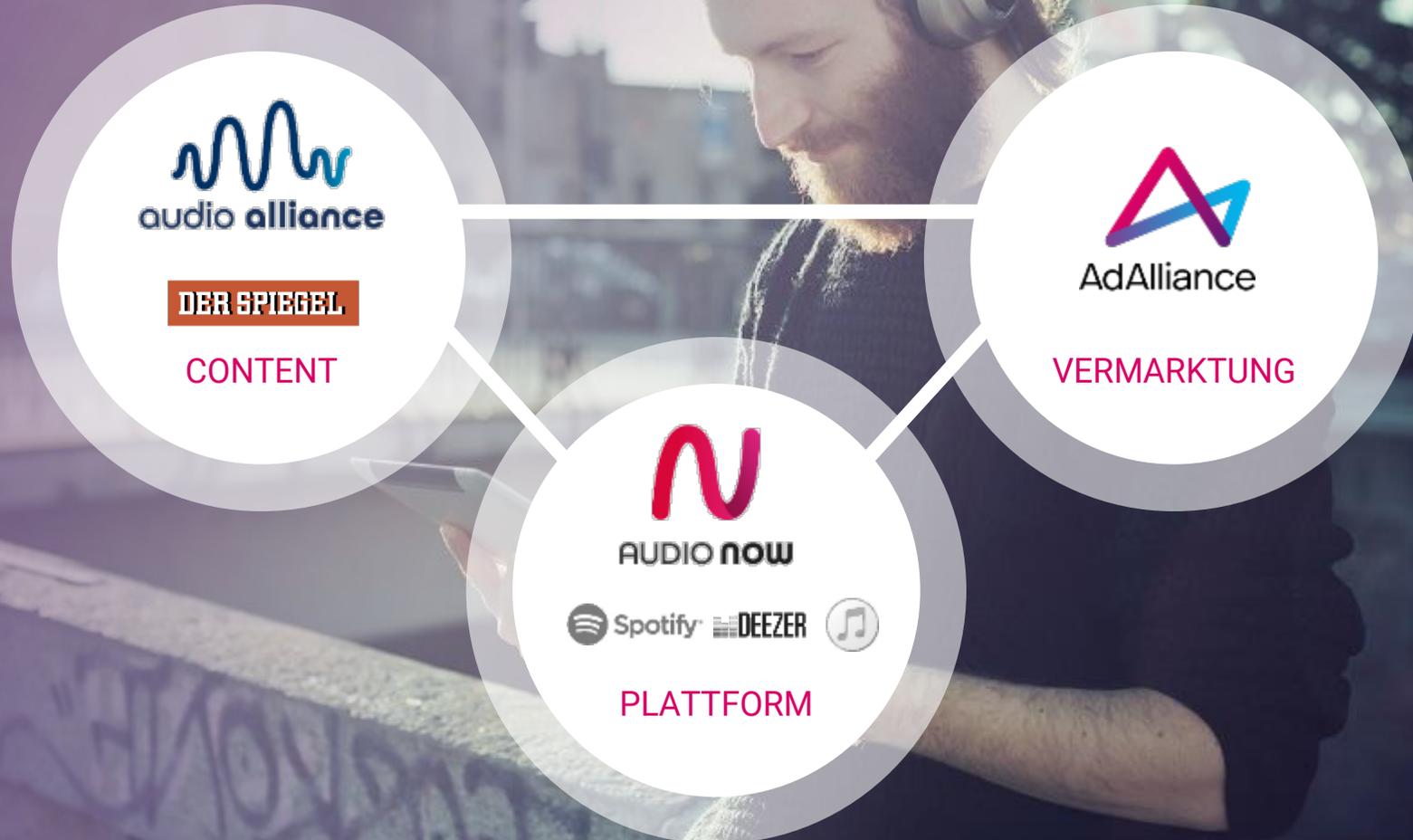
Der True-Crime Podcast „Serial“ legt den Mainstream-Grundstein.

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%



# Unser Audio Ökosystem



# Es war nie einfacher, Podcasts zu konsumieren



Verbreitung von  
Smartphones



Verbesserung  
der Netzabdeckung



Megatrend  
Konnektivität



Optimierung  
der Usability



Steigende  
Speicherkapazitäten

## Podcasts als attraktives Werbeumfeld



Die Hälfte aller Smartphone User haben bereits Podcasts gehört



Werberrelevante 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



# Unsere Podcasts am Puls der Zeit: Gemeinsam gegen Corona – das GEOLino Update für Kinder



# Gemeinsam gegen Corona - das GEOlino Update für Kinder

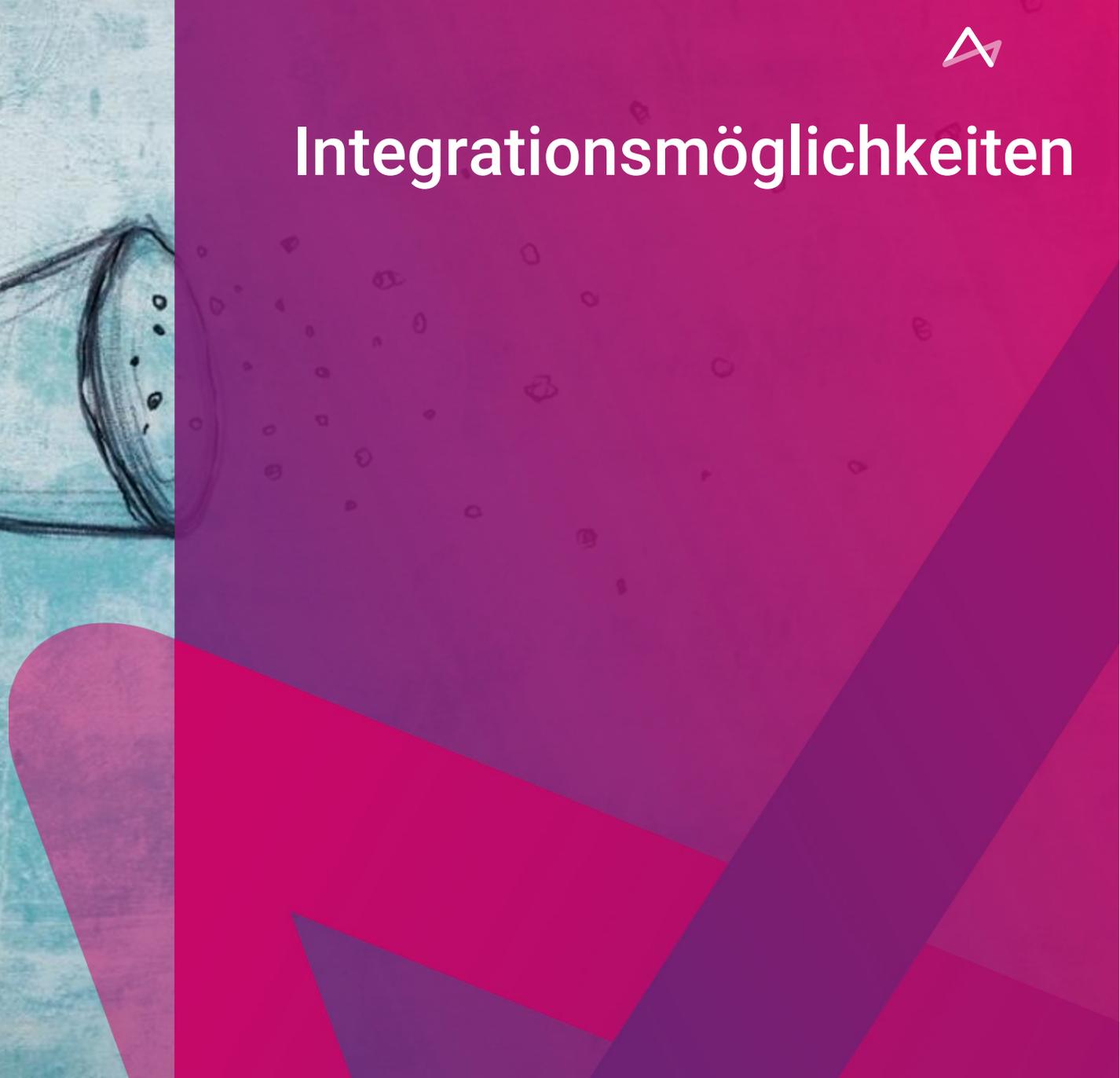


- Das neuartige Coronavirus stellt den Alltag auf den Kopf: Die Schulen sind geschlossen, die Menschen bleiben zu Hause – und die Nachrichten überschlagen sich.
- In unserem GEOlino-Podcast helfen wir euch, den Überblick zu bewahren und mitreden zu können. GEOlino-Moderatorin Ivy fragt nach: Was ist ein Virus? Wie kann man sich vor dem Virus schützen? Und wie gegen schlechte Laune wappnen, wenn euch zu Hause die Decke auf den Kopf fällt.

-  Erscheinungsweise: täglich
-  Ø Dauer: 10 Minuten
-  Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer
-  Ø Downloads/Plays pro Folge: 8.000\*
-  Kern-Zielgruppe: Familien, Kinder unter 16 Jahre



# 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...“



# 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





# Gemeinsam gegen Corona – das GEOLino Update | Angebotspakete

	Option A	Option B	Option C
Werbeform (inkl. Integration in Shownotes)	Standard Sponsoring Pre-Roll, je bis ca. 20 Sekunden	Native Sponsoring Pre-Roll, je bis ca. 30 Sekunden	Native Sponsoring Pre-Roll, je bis ca. 60 Sekunden
Podcast	Gemeinsam gegen Corona by GEOLino		
Anzahl Integrationen*	je 10 pro Option		
Reichweiten-Prognose (Download/Plays gesamt)	je 80.000 Downloads/Plays pro Option		
Erscheinungsweise	Mo-Fr, täglich	Mo-Fr, täglich	Mo-Fr, täglich
Festpreis	12.000 € zzgl. 400 € Produktionskosten	15.200 € zzgl. 750 € Produktionskosten	16.800 € zzgl. 750 € Produktionskosten

# 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](mailto: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](mailto: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](http://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](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.