Ad Alliance Audio | Podcast

Auszug True Crime

AdAlliance

Facts & Figures

Unser Audio Ökosystem

audio alliance

DER SPIEGEL

CONTENT

AdAlliance

VERMARKTUNG

AUDIO now

Spotify DEEZER

PLATTFORM

Jeder 5. Deutsche hört regelmäßig Podcasts

33%
haben schonmal Podcasts gehört

17%
hören monatlich Podcasts

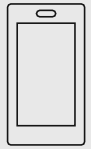
10%
hören wöchentlich Podcasts

5
Podcasts hören die wöchentlichen Podcast Nutzer ø pro Woche

3:49 h
beträgt die ø wöchentliche Nutzungsdauer der wöchentlichen Podcast Nutzer

Quelle: The Infinite Dial, Germany 2019, Basis: Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren; n=1.000

Volle Aufmerksamkeit beim Hören eines Podcast



55%

der Podcast Nutzung erfolgt über das Smartphone

63%

der Podcast Nutzung erfolgt zu Hause

90%

der Podcast Nutzer machen paralell kaum oder keine Dinge, die ablenken (z.B. Hausarbeit)*

Quelle: The Infinite Dial, Germany 2019, Basis: Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren

* G+J Mobile 360 Grad Studie; Basis: Monatliche Podcast Hörer, n=261

Hohe Werbeakzeptanz der Nutzer

73%

der monatlichen Podcast Nutzer akzeptieren Werbung, wenn der Podcast dadurch gratis bleibt

52%

der monatlichen Podcast Nutzer präferieren native Werbeformen

Quelle: G+J Mobile 360° Studie; Basis: Monatliche Podcast Hörer, n= 261

Viele gute Gründe für ein Podcast-Sponsoring

- 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
- Hohe Authentizität durch native Integrations-Möglichkeiten

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

Die AUDIO NOW App

- Die zentrale Plattform der Audio Alliance für Audio-Inhalte*
- Eigene und fremd produzierte Podcasts aus den unterschiedlichsten Themenbereichen: Wissen, Hörspiele, Coaching, Familie, Lifestyle u.v.m.
- Produktion von exklusiven AUDIO NOW Originals, die medial gepushed werden
- Keine Zugangsbeschränkung durch Log-In
- Ausblick:
  - Reliable Daten und umfangreiche Zielgruppen-Insights, die über die Insights der anderen Plattformen (Spotify, Apple, Deezer) hinausgehen
  - Integrationsmöglichkeiten auf Plattform-Ebene

* Neben der AUDIO NOW App werden die Podcast Inhalte der Audio Alliance (ausgenommen die AUDIO NOW Originals) und somit auch etwaige Sponsoring-Integrationen auch auf allen anderen Plattformen, wo es Podcasts gibt (Spotify, Deezer, Apple...) ausgespielt

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 „Stern Crime Spurensuche“

Native Sponsoring

Hörprobe: Beispielhafte Native Sponsoring Integration im Podcast „Kampf der Unternehmen“

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.

Crime

Spurensuche

- Behandelt spannende Fälle von Menschen, die täglich mit Verbrechen Kontakt sind
- Giuseppe di Grazia, Gründer des True Crime Erfolgs-Hefts STERN CRIME ist Host des Podcasts
- Er spricht mit Ermittlern, Psychiatern, Analysten und Mediziner über ihren Berufsalltag und ihre spannendsten Fälle

Erscheinungsweise: zweiwöchentlich, Staffel 2 mit 10 Folgen

Ø Dauer: 60 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer

Ø Downloads/Plays pro Folge: 100.000*

Kern-Zielgruppe: Frauen, 20-49, Krimi-Fans

*Quelle: Internes Reporting Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify

Die Diagnose

- Ärzte decken unerklärliche Symptome auf, die nicht zusammen passen
- Dr. Anika Geisler als Host schreibt diese Geschichten bereits für die Rubrik „Die Diagnose“ im Stern
- Im Podcast spricht sie sowohl mit Ärzten als auch mit Patienten über richtige Diagnosen und die passenden Lösungen

Erscheinungsweise: zweiwöchentlich, Staffel 2 mit 8 Folgen

Ø Dauer: 20 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer

Ø Downloads/Plays pro Folge: 20.000*

Kern-Zielgruppe: Erwachsene, 20-59 Jahre

*Quelle: Internes Reporting Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify

Norderstedt

- „Norderstedt“ als Kurzgeschichte über Fiona, eine junge Frau, die vom Land in die Großstadt zieht um zu studieren
- Während sie an einem autobiografischen Roman schreibt, passieren Dinge, mit denen sie nicht gerechnet hat

Erscheinungsweise: Staffel 1 mit 8 Folgen abgeschlossen

Ø Dauer: 10 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer

Ø Downloads/Plays pro Folge: 3.500*

Kern-Zielgruppe: junge Erwachsene

*Quelle: Internes Reporting Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify

Verbrechen der Vergangenheit

- „Verbrechen der Vergangenheit“ widmet sich Taten, die weit in der Vergangenheit liegen, aber noch heute erschrecken und berühren
- Der Podcast begibt sich auf die Spuren legenden-umwobener Verbrecher von Al Capone bis Pablo Escobar; von Grabräubern im Alten Ägypten, bis zum Mord an Ötzi

Erscheinungsweise: wöchentlich, Staffel 1 mit 10 Folgen

Ø Dauer: 40 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer, geo.de

Ø Downloads/Plays pro Folge: 30.000*

Kern-Zielgruppe: Erwachsene, 30-59

*Prognose Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify, Promo über die G+J Social Media Kanäle, Platzierungen in den GEO Print Titeln

Verbrechen von Nebenan

- Die schlimmsten Verbrechen passieren meist direkt nebenan: Wenn die nette Nachbarin angeblich im Urlaub ist, in Wirklichkeit aber einbetoniert unter dem Garagenboden liegt
- Moderator Philipp Fleiter spricht mit verschiedenen Gästen über die spektakulärsten Verbrechen der letzten Jahre – eben True Crime aus der Nachbarschaft

Erscheinungsweise: zweiwöchentlich

Ø Dauer: 40 Minuten

Verbreitung: AUDIO NOW, Spotify, iTunes, Deezer

Ø Downloads/Plays pro Folge: 200.000*

Kern-Zielgruppe: Frauen, 20-59

*Quelle: Internes Reporting Audio Alliance; Downloads/Plays = Downloads gem. IAB Measurement Guidelines + Plays/Streams Spotify

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 | smartclip Deutschland 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.