



Podcast: Online-Marketing für die Ohren

Eine Milliarde Podcasts wurden bisher über iTunes abonniert und zeugen von der Beliebtheit dieses Mediums. Warum Unternehmen auf Podcasts als Marketinginstrument nicht verzichten sollten, erklärt Unternehmer-Coach Heiko T. Ciesinski.

Große Unternehmen haben gegenüber ihren kleineren Konkurrenten einen entscheidenden Vorteil: Sie verfügen über genügend finanzielle Mittel, um kräftig die Werbetrommel zu rühren. Doch auch mit kleinem Budget lässt sich in Sachen Kundengewinnung einiges auf die Beine stellen. Dazu braucht man keine teuren Zeitungsanzeigen oder Werbeflächen im Fernsehen. Viel effizienter sind Marketingmaßnahmen, die auf die Zielgruppe zugeschnitten sind und sie auch direkt erreichen. Eine Möglichkeit sind Podcasts.

Was sind Podcasts?

Das Wort Podcast setzt sich aus Pod (abgeleitet von iPod) und cast (von Broadcast, übersetzt: Ausstrahlung) zusammen. Ein Podcast ist somit eine Serie von Medienbeiträgen, die als Audios oder Videos abonniert und auf Smartphone, Computer oder MP3-Player heruntergeladen werden können.

Die Einführung von internetfähigen Smartphones hat auch Podcasting revolutioniert. Während man früher noch einen PC benötigte, lassen sich heute mittels Smartphone und kostenloser App Podcasts mobil abonnieren, herunterladen und anhören - einfach wie ein Hörbuch.

"Podcasts gibt es für alle möglichen Interessengebiete.", berichtet der Unternehmer-Coach Heiko T. Ciesinski. "Diese reichen von Kunst, Kultur und Hobbies bis zu Gesundheit, Reisen, Spielen, Wirtschaft und mehr. Viele Menschen nutzen Podcasts zur Entspannung und Unterhaltung oder für ihre Weiterbildung. Mit Podcast, Smartphone und Ohrhörer kann man sich überall und zu jeder Zeit zu seinem Thema auf dem laufenden halten und Neues dazu lernen."

Podcasts, die Chance für's Online-Marketing

Podcasts boomen. So gab Apple am 22. Juli 2013 bekannt, dass in iTunes die Marke von 1 Milliarde Podcast-Abonnements überschritten wurde. Zwar sind Podcasts in den USA immer noch am weitesten verbreitet, doch auch in Deutschland zeigt die Nutzung von Podcasts eine steigende Tendenz.

Bei vielen Marketing-Experten stehen Online-Videos nach wie vor hoch im Kurs. Videos sind in, weil sie jederzeit leicht verfügbar sind und prägnant und unterhaltsam Informationen vermitteln können. Das können Podcasts auch und dieses Medium bietet sogar noch weitere Vorteile:

Einfache Erstellung: Schnell mit dem Handy ein Filmchen drehen und bei YouTube hochladen, reicht für eine Unternehmenspräsentation nicht. Videos müssen professionell gedreht und geschnitten werden. Licht, Ton und Inhalte müssen stimmen. Dazu gehört viel Fachwissen und eine aufwendige Technik. Die Erstellung eines Podcasts geht viel einfacher.

Mehr Aufmerksamkeit: Menschen hören Podcasts in allen möglichen Situationen, zum Beispiel beim Joggen, beim Autofahren, auf Reisen oder in Wartesituationen. Deshalb darf ein Podcast auch 15 Minuten oder länger sein. **Nachteil für Videos:** Ein Video kann man nicht mal so nebenbei anschauen. Deshalb müssen sich Videos, um bei YouTube überhaupt angeklickt zu werden, mit einer Länge von maximal 3-5 Minuten begnügen.

Weniger Wettbewerb: Laut der Webseite statista.com werden pro Minute 72 Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. Viele Videos konkurrieren miteinander. Bei Podcasts gibt es diesen Wettbewerb bisher noch nicht.

Fazit: "Podcasts sind ein effektives Marketinginstrument, mit dem Unternehmen Kunden binden und Zielgruppen rund um die Uhr und überall erreichen können. Die Mini-Hörspiele sind universell für jede Branche einsetzbar und dabei so einfach und kostengünstig herzustellen, wie kaum ein anderes Werbemittel. Der Trend zum Podcast fängt in Deutschland gerade erst an. Wer jetzt ins Podcasting einsteigt, hat es leichter." fasst Heiko T. Ciesinski zusammen.

Zur Person: Heiko T. Ciesinski gilt als der Spezialist für Podcasting-Produktionen. Mit viel Kreativität und seinem umfangreichen Beratungs- und Softwareangebot hilft er Unternehmen bei der Konzepterstellung, Produktion und Online-Vermarktung ihrer Podcasts.

Weiterführende Informationen

Der Marketing-Podcast: <http://www.der-marketing-podcast.com>

Gratis Webinar zum Thema Podcast: <http://www.podcast-erstellen.com>

Pressekontakt

Gruenderplan24

Frau Sylke Zegenhagen
Alfred-Nobel-Str. 20
97080 Würzburg

gruenderplan24.de
info-mus@arcor.de

Firmenkontakt

Der Unternehmer-Coach

Herr Heiko T. Ciesinski
Hansestr. 38
45721 Haltern am See

der-unternehmercoach.eu
kontakt@der-unternehmercoach.eu

Seit 2002 bietet Heiko T. Ciesinski seinen Kunden ein Seminar- und Trainingsangebot zu den Themen Kundengewinnung, Umsatzsteigerung und Aufbau eines Expertenstatus an. Seit April 2013 ist er Herausgeber des Marketing-Podcast. Sein eigener "Exote" Podcast ist mit 19.000 Downloads und 21.000 Abonnenten in 9 Monaten bester Beweis für die Wirksamkeit von Podcasts als Marketinginstrument.

Anlage: Bild

