

Punsch und Podcast: Lautstarke Innovationen am Österreichischen Podcast-Markt – BILD

ID: LCG24441 | 11.12.2024 | Kunde: austria.com/plus -Der Premiumvermarkter von Russmedia | Ressort: Medien Österreich | Medieninformation

Am Dachboden des 25 Hours Hotels lässt austria.com/plus mit Insights zum Podcast-Portfolio und neuen Werbeformen aufhorchen. Florian Gasser („DIE ZEIT“) plaudert aus dem Nähkästchen eines Podcasters.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Christian Jobst

Wien (LCG) – „Podcasts machen uns als tägliche Begleiter schlauer“, begrüßt austria.com/plus-Managerin **Karina Wundsam** am Dienstagabend zum Podcast After Work. Der Premium-Onlinevermarkter vermarktet in Summe rund 100 Podcasts namhafter Medienmarken – darunter „DIE ZEIT“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Handelsblatt“, „Spektrum“, „DER SPIEGEL“, „Süddeutsche Zeitung“, „Tagesspiegel“ und „WirtschaftsWoche“ – mit rund drei Millionen Audio Impressions pro Monat in Österreich.

Bedürfnis nach Tiefe

Florian Gasser („DIE ZEIT“) diskutiert seit 2018 in seinem Podcast „Servus. Grüezi. Hallo.“ politische Themen über die Landesgrenzen hinweg im gesamten deutschsprachigen Raum. Im Kamingespräch erklärt er, wie Podcasts zunehmend die Rolle des Radios übernehmen und die junge und sehr junge Zielgruppe erreichen.

„Das zeitliche Aufeinandertreffen von Technologie und Inhalt macht gemeinsam mit dem Bedürfnis nach Tiefe den Erfolg der Podcasts aus“, so der Medienmacher.

Erste Versuche in Zeiten des iPods zu Beginn der 2000er-Jahre verliefen aufgrund des komplexen Konsumerlebnisses wenig erfolgreich. Der Gamechanger war das Smartphone. Die Corona-Pandemie verhalf dem Format endgültig zum Durchbruch. Lange und langsame Formate stammen ursprünglich aus dem Radio, finden im Programm jedoch wenig Platz, das auf aktuelle und prägnante Nachrichten fokussiert. Ein leichtes Idiom, inhaltliche Verständlichkeit, eine klare Rollenverteilung der Protagonisten und Live-Auftritte tragen zur Authentizität erfolgreicher Podcasts bei, ist Gasser überzeugt. Einen großen Vorteil für den Journalismus sieht er in der starken und positiven Interaktion mit den Usern durch die Nahbarkeit des Mediums. Die klare Trennung zwischen Werbung und Redaktion wirkt sich sehr positiv auf die Glaubwürdigkeit der Podcasts und der dahinterstehenden Medienmarke aus.

„DIE ZEIT` ist eine traditionelle Medienmarke mit einem riesigen Digitalangebot und einer enormen Leser- und Userbindung. Die digitalen Erweiterungen und neuen Kanäle kannibalisieren sich nicht, ganz im Gegenteil. Aus dem Podcast heraus entstehen sogar neue Medienprodukte wie die viermal jährliche erscheinende Alpenausgabe als schweizerisch-österreichisches Gemeinschaftsprodukt. Im Journalismus entwickeln Podcasts neue Erzählformate“, erklärt Gasser.

Unüberhörbare Trends

Das Qualitätsmedienportfolio von iq digital gestaltet wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Debatten im gesamten deutschsprachigen Raum. Die rund 100 Podcasts erzielen insgesamt 24,9 Millionen Downloads pro Monat (AGMA-Reichweite im Oktober 2024) in Deutschland und 2,9 Millionen Audio Impressions pro Monat in Österreich. Mit einer Reichweite von 22 Prozent ist iq digital der zweitgrößte Podcast-Vermarkter in der Bundesrepublik. Durch die Platzierung von nur einem Spot pro Slot

steht der Inhalt klar im Fokus. Das führt zu einer Werbeakzeptanz von 74 Prozent der Hörer und einem markenaktivierenden Effekt bei zwei Drittel der Hörer. iq digital setzt ausschließlich auf Presenter-Read-Werbeformen, die deutlich höhere Werte in Sachen Akzeptanz, Glaubwürdigkeit und Seriosität erzielen.

„Für 82 Prozent der User, die über eine überdurchschnittlich hohe formale Bildung verfügen, ist Wissensgewinn der vorrangige Nutzungsgrund. Politik, Wissen und Gesundheit sind die beliebtesten Themenbereiche“, berichtet **Lena Streuber** (iq digital).

Neue Podcast-Werbeformen starten in Österreich

Mit „DIE ZEIT Verbrechen“, „Was jetzt?“ und „Servus. Grüezi. Hallo.“ führen drei Podcasts von „DIE ZEIT“ das Feld der meistgehörten Podcasts im Portfolio von [austria.com/ plus](https://austria.com/plus) vor dem „Morning Briefing“ vom „Handelsblatt“ an.

„Mit der Native 3D-Audio Ad kommt nächstes Jahr der dreidimensionale Spot in die Kopfhörer, der Werbebotschaften zu einem 360-Grad-Audio-Erlebnis werden lässt. Die Native Dialogue Audio Ad mit zwei Sprecherinnen oder Sprechern verstärkt das beliebte Dialogerlebnis der Podcasts authentisch und alltagsnah im Werbespot“, kündigt **Thomas Schuster** ([austria.com/ plus](https://austria.com/plus)) zwei neue Werbeformen für kommendes Jahr an.

Über [austria.com/ plus](https://austria.com/plus)

[austria.com/ plus](https://austria.com/plus) ist Österreichs führender Premiumvermarkter mit einer nationalen Reichweite von 3,73 Millionen Unique User pro Monat (ÖWA 2024-II). Zum Vermarktungsportfolio zählen unter anderem VOL.AT, VIENNA.AT, antenne.at, NOEN.at, bvz.at, TT.com, SN.AT, SALZBURG24.at, nachrichten.at, tvheute.at, wienerboerse.at, bergfex.at und der AT-Traffic von spiegel.de, manager-magazin.de, zeit.de, wirtschaftswoche.de,

handelsblatt.com, sueddeutsche.de, FAZ.net, hbr.org und NZZ.ch.
Weitere Informationen auf austria.com/plus

Über Russmedia Digital

Russmedia Digital mit Hauptsitz in Vorarlberg ist dem international tätigen Medienunternehmen Russmedia zugehörig, das sich als progressivstes Multi-Nischen-Medienunternehmen in Europa versteht. Die Kernkompetenzen der Russmedia Digital umfassen Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von digitalen Medien. Seit 1995 erarbeitet ein Team, bestehend aus Redakteuren, Softwareentwicklern, Technikern und Werbeexperten, Newsportale, Applikationen für Rubrikenmärkte und Special-Interest-Content, innovative Werbeformen sowie mobile Apps und Spezifikationen. Zu den erfolgreichsten Portalen des Unternehmens zählen VOL.AT, Österreichs erstes Regionalportal, und das Stadtportal VIENNA.AT. An den Standorten in Vorarlberg und Wien beschäftigt das Unternehmen heute rund 70 Mitarbeiter. Weitere Informationen auf russmedia.com

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

