

# Wie Marken Podcasts zur Kundenbindung nutzen

## Herausforderungen & Chancen

Podcasts bieten Marken einzigartige Möglichkeiten, eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden aufzubauen und ihre Loyalität zu fördern. Trotz des wachsenden Potenzials dieses Mediums zögern viele Agenturen und Markenartikelhersteller, Podcasts als strategisches Tool zur Kundenbindung einzusetzen.

Diese Präsentation untersucht die Gründe für diese Zurückhaltung, beleuchtet sowohl die Herausforderungen als auch die Chancen und gibt konkrete Handlungsempfehlungen für Marketing-Agenturen und Markenartikelhersteller in Deutschland.

 by **Ulli Harraß**

# Vorteile von Podcasts für Marken



## Emotionale Kundenbindung

Durch die persönliche Ansprache und das intime Format schaffen Podcasts eine tiefere Verbindung zur Zielgruppe. Die menschliche Stimme erzeugt Nähe und Vertrauen, was zu einer stärkeren emotionalen Bindung an die Marke führt.



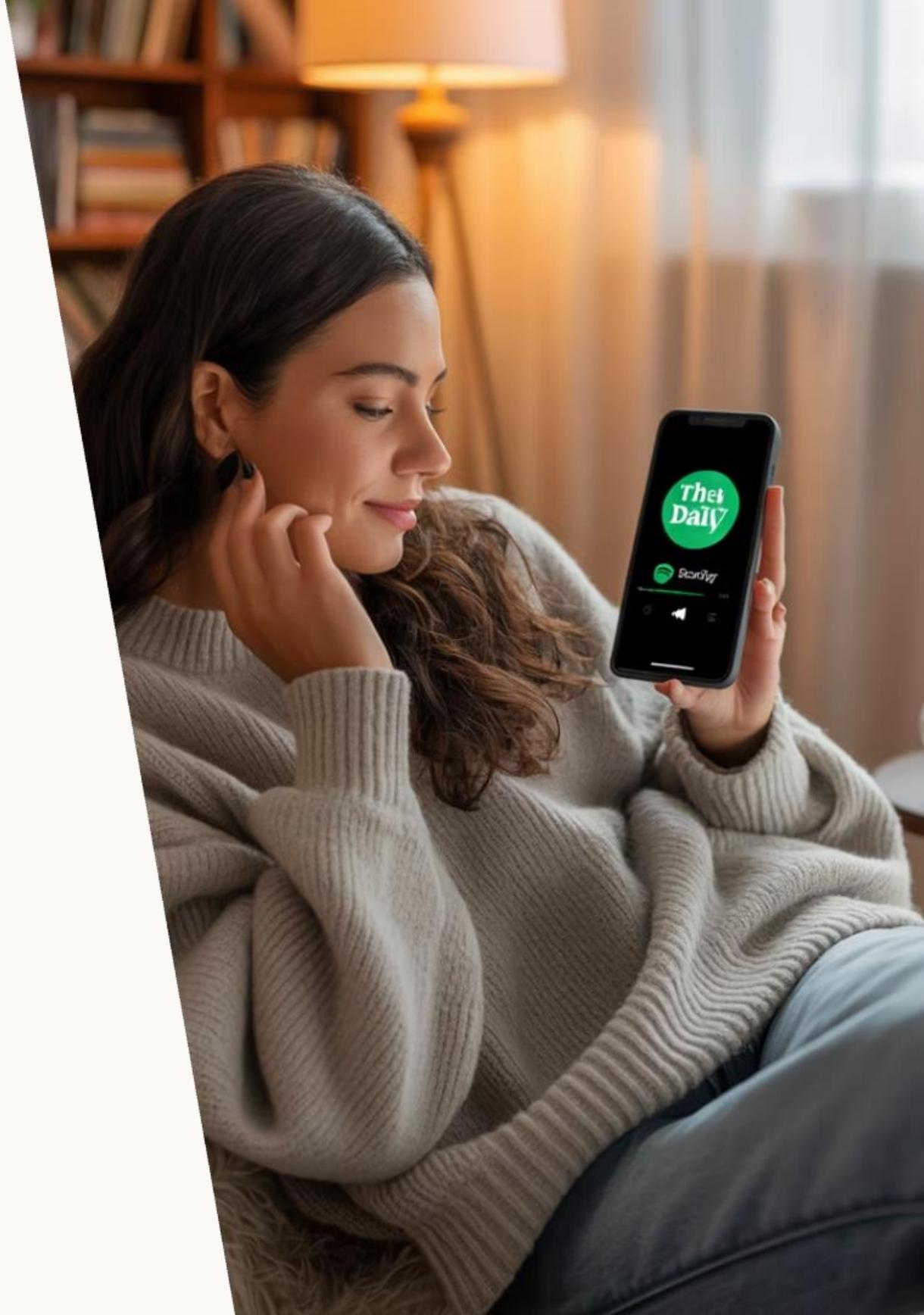
## Erweiterung der Reichweite

Podcasts erreichen Zielgruppen, die traditionelle Medien weniger nutzen, insbesondere jüngere und technikaffine Konsumenten. Die flexible Nutzung (z.B. während des Pendelns oder beim Sport) erhöht die Kontaktchancen.



## Positionierung als Experte

Marken können ihre Fachkompetenz authentisch präsentieren und sich als Thought Leader in ihrer Branche etablieren. Die ausführliche Behandlung von Themen erlaubt tiefere Einblicke als andere Formate.



# Herausforderungen für Agenturen

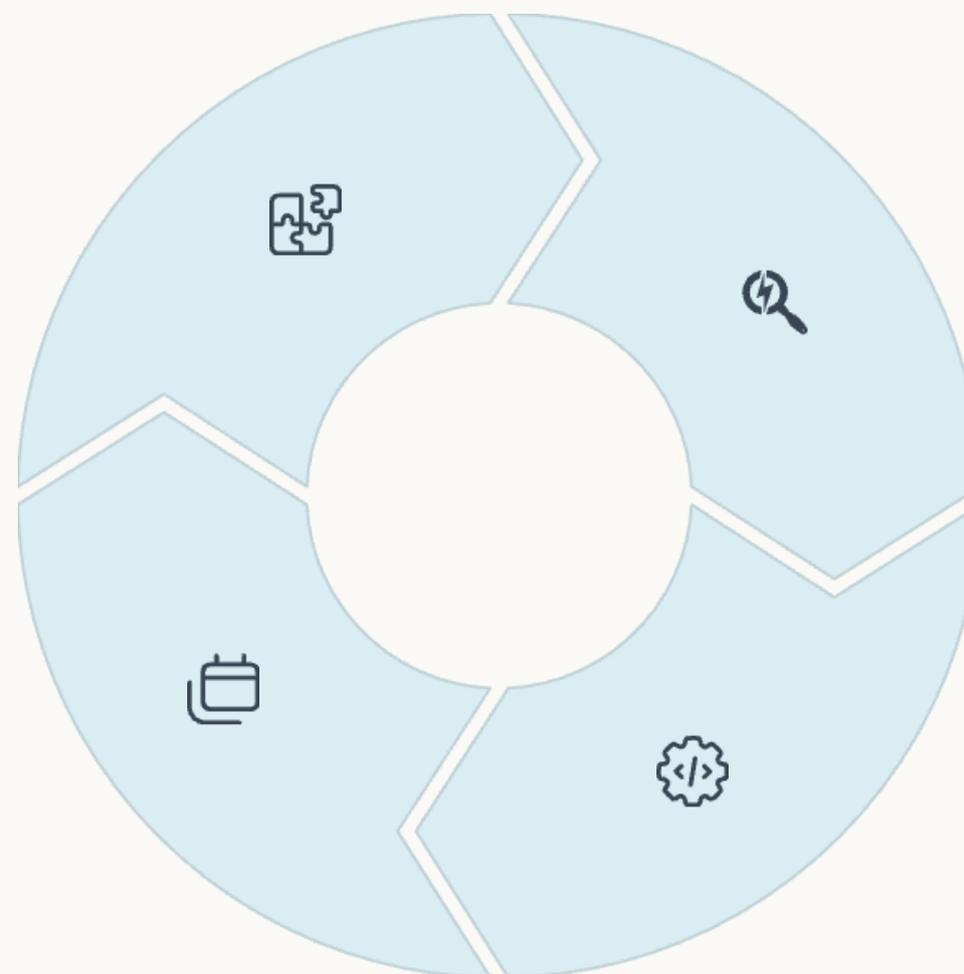


Der Ressourceneinsatz für die Konzeption, Aufnahme und Bearbeitung von Podcasts ist erheblich und stellt viele Agenturen vor logistische Herausforderungen. Gleichzeitig erschwert die wachsende Anzahl an Podcasts die Sichtbarkeit, während die Erfolgsmessung oft nur indirekt möglich ist und langfristige Betrachtungszeiträume erfordert.

# Strategische Überlegungen

Integration in Marketing-Mix  
Podcasts als Teil einer ganzheitlichen Strategie

Langfristige Planung  
Geduld und kontinuierliches Engagement



Zielgruppenanalyse  
Formate an Bedürfnissen ausrichten

Ressourcenplanung  
Kapazitäten für Produktion sicherstellen

Für den erfolgreichen Einsatz von Podcasts ist eine sorgfältige strategische Planung unerlässlich. Die Integration in den bestehenden Marketing-Mix sollte wohlüberlegt sein, um Synergien zu nutzen und konsistente Markenbotschaften zu vermitteln. Eine detaillierte Zielgruppenanalyse hilft, relevante Themen und passende Formate zu identifizieren.

# Empfehlungen für Agenturen



## Pilotprojekte starten

Mit begrenztem Umfang beginnen und erste Erfahrungen sammeln. Ein zeitlich begrenzter Podcast zu einem Spezialthema kann als Testballon dienen und wertvolle Erkenntnisse liefern.



## Kooperationen eingehen

Zusammenarbeit mit erfahrenen Podcastern oder spezialisierten Agenturen kann den Einstieg erleichtern und von vorhandenem Know-how profitieren.



## Schulungen anbieten

Gezielte Weiterbildung der Mitarbeiter im Bereich Audio-Content und Podcast-Produktion schafft interne Kompetenzen und reduziert langfristig die Abhängigkeit von externen Dienstleistern.



## Feedback einholen

Regelmäßige Rückmeldungen von Hörern zur kontinuierlichen Optimierung nutzen und flexibel auf Wünsche und Bedürfnisse reagieren.





# Erfolgreiche Podcast-Formate für Marken

## Interview-Format

Gespräche mit Branchenexperten, Influencern oder internen Spezialisten. Bietet Abwechslung und externe Perspektiven. Beispiel: "Handelsblatt Disrupt" mit Experten zu Digitalisierungsthemen.

## Storytelling-Podcast

Erzählung von Geschichten rund um die Marke, ihre Geschichte oder ihre Kunden. Emotional ansprechend und ideal für Markenbildung. Beispiel: "Wild Heart" von Jack Wolfskin mit Outdoor-Abenteuern.

## Edukatives Format

Vermittlung von Fachwissen und praktischen Tipps rund um das Produktsegment. Positioniert die Marke als kompetenten Ratgeber. Beispiel: "Kochwelt" von Dr. Oetker mit Rezepten und Küchentipps.

## Narrative Dokumentation

Tiefgehende Recherchen zu relevanten Branchenthemen. Schafft Mehrwert durch journalistische Aufbereitung. Beispiel: "Inside Commerzbank" mit Einblicken in Finanzthemen.

# Fazit und Ausblick



Potenzial erkennen

Wertvolles Instrument zur Kundenbindung



Herausforderungen meistern

Mit Strategie und Planung Hürden überwinden



Zukunftsperspektive entwickeln

Wettbewerbsvorteile durch Innovation sichern

Podcasts stellen für Markenartikelhersteller eine vielversprechende Möglichkeit dar, tiefere und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Trotz der Herausforderungen werden diejenigen Agenturen, die frühzeitig Expertise in diesem Bereich aufbauen, einen strategischen Vorteil gegenüber Mitbewerbern erzielen.

Die fortschreitende Digitalisierung und das geänderte Mediennutzungsverhalten werden die Bedeutung von Audio-Content weiter steigern. Wer jetzt die Weichen stellt, positioniert sich optimal für die Zukunft der Markenkommunikation.

Food-Formate bitte Bilder klicken

