

Podcast-Hype: Mode oder Medienwandel?

## Warum boomen Podcasts und was bedeutet das für Sie?

Lohnt es sich, einen Podcast zu starten?

### Was mich neulich eine Klientin fragte

"Günter, Digitalisierung ist ja in aller Munde. Welches sind aktuell die wichtigsten digitalen Kommunikationskanäle in unserer Branche?"

Es gibt viele Mythen in der digitalen Kommunikation - die meisten sind erfreulicherweise aufgeklärt, so dass Sie Fallstricke und Illusionen [vermeiden können](#) »

### Die Top 6 Kanäle bei Pharma- und Medizin-Produkten

Aus meiner Sicht hier die wichtigsten Plattformen:

- 1) Emails
- 2) Virtuelle Konferenzen, z.B. Zoom
- 3) [Newsletter / Blog](#)
- 4) Business-Plattformen, z.B. LinkedIn
- 5) Videos, z.B. auf YouTube
- 6) Podcasts

Sie persönlich wissen wahrscheinlich ziemlich gut, inwieweit Ihre Firma die bestehenden Möglichkeiten nutzt, um den Stellenwert ihrer Produkte an Zielgruppen zu vermitteln.

Meine Erfahrung: Die meisten Firmen sind sehr gut in den ersten zwei Kanälen, können aber die Kanäle 3 bis 6 **stark** optimieren..

## Podcasts (und Videos) gewinnen an Popularität

Ich selber höre gerne regelmäßig Podcasts. Mein eigener (["Günters Podcast" »](#)) mit mehr als 100 Episoden ist auf meiner Website und den üblichen Plattformen (z. B. Spotify, Google Podcast, Player.fm) gratis verfügbar. Interessierte können den Podcast auf ihrer Lieblings-Plattform abonnieren und so up-to-date bleiben.

Für die zunehmende Verbreitung der Podcasts gibt es plausible Gründe. Zwei wichtige sind:

- a) Sie erreichen Nutzer in Momenten, in denen sie Zeit haben, wie beispielsweise im Auto oder im Zug.
- b) Podcasts funktionieren praktisch fast überall – auch unterwegs.

Daher nutzen manche Unternehmen diesen Kommunikationskanal als einen der "Touchpoints" auf der geplanten "Kundenreise".

Beispiele:

Novartis: <https://www.zusammen-gesund.de/dermafunk>

Pfizer: <https://www.pfizer.com/news/podcasts>

## Vertrauen aufbauen

Richtig gemacht, erzeugen Podcasts mit ihrer menschlichen Stimme bei den Zuhörern mehr Vertrauen als beispielsweise Texte in Print oder Online-Form.

Grundlegende Erfolgsfaktoren:

Sowohl [Content](#) als auch Ausdrucksformen müssen stimmen, um die "Wert-Wahrnehmung" und ein positives [Kundenerlebnis](#) zu gewährleisten.

Konkretes Negativbeispiel:

Falls erstellte Inhalte seicht, langweilig oder egozentriert sind - oder falls Worte, Formulierungen und Bilder falsch gewählt sind, nutzt auch das fleißige Bespielen von Kommunikations-Kanälen wenig - gilt natürlich auch für Podcasts.

## **Empfehlung**

Falls Sie einen Podcast erwägen, um Ihre Zielgruppen, speziell medizinische Fachkreise, zu erreichen, ist Dr. Marc Esser von [co.medical](http://co.medical) » eine gute Adresse. Als Kommunikationsagentur-Leiter kann er die komplette Konzeption und Produktion Ihres Podcasts übernehmen.

## **Die passende Fortbildung**

Entdecken Sie praxiserprobte Tipps beim Marketing-Workshop. Wir beleuchten auch Chancen und Vorteile der Online-Medien, so dass Sie Ihre **digitale Strategie** zum nächsten Level bringen. Mehr auf: [www.professionelles-produktmanagement.de](http://www.professionelles-produktmanagement.de) »

## **Audio und Video**

<https://www.umbachpartner.com/de/warum-boomen-podcasts-und-was-bedeutet-das-fuer-sie>

## **Newsletter gratis beziehen**

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>