

*** **Presseinformation** ***

RMS Austria startet mit Podcast-Vermarktung: Zielgerichtete Werbeplatzierung in einem einzigartigen Hörumfeld

Wien, 23.04.2025 – RMS Austria erweitert das digitale Audio-Portfolio und bietet Werbetreibenden ab sofort die Möglichkeit ihre Botschaft im einzigartigen Hörumfeld von Podcasts zu platzieren. Mit diesem Schritt nutzt der führende Audiovermarkter die wachsende Bedeutung von Podcasts als effektives Werbemedium und bietet Kund:innen innovative Möglichkeiten zur gezielten Ansprache relevanter Zielgruppen.

Podcasts: Volle Aufmerksamkeit in besonderen Hörsituationen

Podcasts treffen als Medienformat den Zahn der Zeit und bieten eine besonders fokussierte Hörsituation: Die Nutzer:innen schenken dem Audio-Content ihre volle Aufmerksamkeit und konsumieren Inhalte oft über Kopfhörer. Dies ermöglicht es Werbetreibenden, ihre Botschaften gezielt zu platzieren – mit minimalen Streuverlusten und hoher Wirkung.

Besonders positiv: Hochwertig produzierte Werbung wird von 65 % der Podcast-Hörer:innen als integrativer Bestandteil des Programms wahrgenommen und stört das Hörerlebnis dadurch weniger. Um dieses Potenzial optimal zu nutzen, ist eine passgenaue Gestaltung der Werbebotschaft entscheidend. Speziell für die Podcast-Nutzung konzipierte Audio-Spots erzielen eine deutlich höhere Werbeakzeptanz als die einfache Adaption klassischer UKW-Spots.

Das RMS Portfolio deckt über 500 verschiedene Podcasts ab mit einem Potenzial von 10 Millionen Werbekontakte pro Monat, was ein starkes Fundament für skalierbare und messbare Audiokampagnen bietet.

Dynamic Ad Insertion (DAI) für maximale Flexibilität

Ein zentrales Element ist die dynamische Werbeeinbindung mittels Dynamic Ad Insertion (DAI). Dieses technologische Verfahren ermöglicht es, zielgerichtet Werbeanzeigen in bereits produzierte Audioinhalte einzufügen. Die Ausspielung der Werbeeinhalte erfolgt über eine speziell entwickelte Audio Data Management Plattform (DMP), die eine präzise Steuerung und Optimierung der Ausspielung erlaubt.

Zusätzlich haben Werbetreibende die Möglichkeit, durch die Bündelung bestimmter Podcast-Genres, wie etwa News, True Crime oder Sport, zielgerichtet Reichweite zu bekommen. So ist in Kombination mit der Audio Data Management Plattform (DMP) der RMS Austria eine noch spezifischere Zielgruppenansprache mit verfügbaren Daten zu Konsum- und Nutzungsgewohnheiten möglich.

Alltagsbegleiter mit hoher Reichweite

Podcasts werden wie kaum ein anderes Medium nahezu überall konsumiert und sind aus dem Alltag vieler Nutzer:innen nicht mehr wegzudenken. Der Hörkonsum ist besonders hoch in der zweiten Tageshälfte: 26 % hören ihren Lieblings-Podcast am Nachmittag und 69 % am liebsten am Abend (Quelle: Online Audio Monitor 2024).

Auch die mobile Nutzung spielt eine entscheidende Rolle beim Podcast-Konsum. Drei von vier Pendler:innen hören unterwegs Podcasts – dank Smartphones und Kopfhörern ist das jederzeit und überall möglich. Für Marken eröffnet sich hier eine

ideale Gelegenheit und großes Potenzial, kreativ und wirkungsvoll mit ihren Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Josip Cukic, Head of Product Management Digital RMS Austria, über die Erweiterung des Digital Audio-Portfolios: „Podcasts sind längst mehr als ein Trend – sie gehören fest zur modernen Mediennutzung. Für Werbetreibende bedeutet das eine wertvolle Chance: Sie erreichen ihre Zielgruppen in einem besonders aufmerksamen und persönlichen Umfeld. Unser Digital-Audio-Angebot mit über 500 Podcasts bietet eine ideale Plattform für wirkungsvolle Kampagnen – einfach buchbar, punktgenau aussteuerbar und mit hoher Reichweite. Wer heute in Podcast-Werbung investiert, gewinnt nicht nur Aufmerksamkeit, sondern vor allem Glaubwürdigkeit.“

Kontakt:

Josip Cukic
Head of Product Management Digital
josip.cukic@rms-austria.at | Tel.: +43 664 9654705