

Buch-Tipp

„Podcasting – Marketing für die Ohren“

Dennis Krugmann und Darius P. Pallus. 2008

Podcasting hat sich längst im Medienbudget zahlreicher Unternehmen als innovativer und zeitgemäßer Kommunikationskanal etabliert. Das Buch der Autoren Krugmann und Paulus beschreibt die vielen Vorteile eines Podcasts für Unternehmen, Verbände, Parteien und andere Organisationen. So zum Beispiel die hohe Kontaktqualität, die hohe Glaubwürdigkeit oder die kostengünstige Produktion.

Außerdem enthält das Buch eine Analyse des durchschnittlichen Podcast-Hörers und des Nutzer-Verhaltens.

Es ist ausdrücklich kein Leitfaden zum Selbermachen eines Corporate Podcastes. Viel mehr liegt der Schwerpunkt bei der Integration des Mediums in den Kommunikations-Mix. Und das mit gutem Grund, denn immer noch gibt es häufig einen Unterschied zwischen „gut gemeint“ und gut gemacht“.

Podcasting wird im Zusammenhang mit dem gesamten Markenauftritt beleuchtet. Anhand vieler Beispiele zeigen die Autoren unterschiedliche Möglichkeiten und Zielsetzungen eines Podcastes. Egal ob zur Kundengewinnung gedacht, zum Wissenstransfer oder zur Personalbeschaffung – wichtig ist die Einbettung in alle Bereiche der akustischen und optischen Kommunikation. Um diesen Gedanken weiter zu entwickeln und für den eigenen Gebrauch anwenden zu können, bietet das Buch dem Leser wichtige Anregungen.

„Podcasting – Marketing für die Ohren“. Von Dennis Krugmann und Darius P. Pallus. Gabler, GWV Fachverlage. Das Buch kostet 36,90 €.