

# REPUBLIC

Frankfurter Allgemeine | Süddeutsche Zeitung

## SZ Podcasts

Objektprofil

Januar 2024



**Redaktion.** Vom täglichen Update über vertiefende Hintergründe zu einem Thema, von Sport bis zu Inhalten für junge Zielgruppen: das Podcast-Portfolio der SZ ist so breit gefächert wie das Themeninteresse der Nutzer.

**Nutzerschaft.** Das Angebot richtet sich an junge, mobile Zielgruppen, die gerne auf dem Laufenden bleibt und bei relevanten Themen Tiefe schätzt.

**Media.** Neben dem klassischen „Native Spot“ bieten sich Werbungtreibenden vielfältige Möglichkeiten, ihre Botschaft zielgenau zu platzieren.

1

2

3

Klickbar



# PORTFOLIO

## **Redaktion**



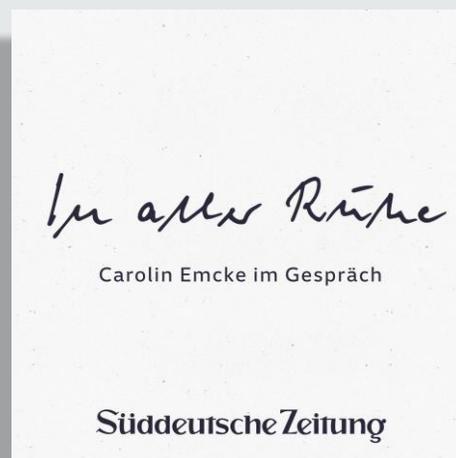
# Hörenswert

## Das Podcast-Portfolio

**Experten.** Die Hosts sind Fachleute auf ihrem Gebiet und führen die Zuhörer unterhaltsam und informativ durch die Beiträge.

**Traffic.** Die Podcasts ergänzen das Portfolio der Süddeutschen Zeitung um innovative Formate und werden daher intensiv eingebunden.

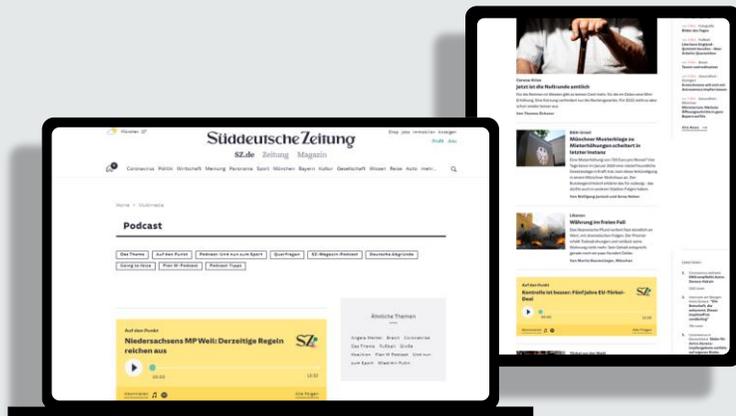
**Vielfalt.** Das Portfolio reicht von aktuellen Nachrichten über fundierte Analysen und Hintergründe zu ausgewählten Themen bis hin zum Sport.



Klickbar

# Auf allen Kanälen eingebunden

## Trafficzuführung zu den SZ Podcasts

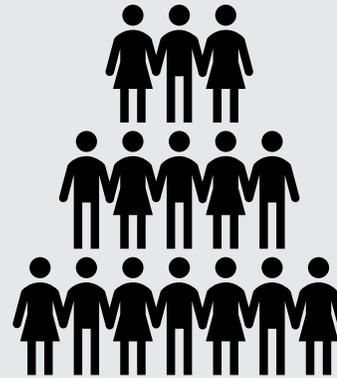


Angebot auf SZ.de/podcasts  
und Einbindung auf der Homepage

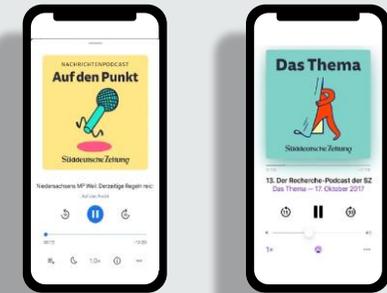
Einbindung in der SZ.de App



**Intern**



**Extern**



Verbreitung über Google Podcasts,  
Apple Podcasts, Spotify, Amazon Music,  
Castbox und diverse weitere Dienste



# MOBILE

# **Nutzerschaft**



# Audio on demand für kluge Köpfe

## Aufmerksamkeit bei gebildeten Potenzialen

**Potenzial.** Podcasts erfreuen sich in Deutschland seit einiger Zeit großer Beliebtheit. Schon 43 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen sie zumindest gelegentlich, unter den 16- bis 29-Jährigen sogar 56 Prozent<sup>1</sup>. Neben Angeboten für eine breite Masse an Zuhörern erreichen auch zunehmend themenspezifische Programme eine spitze Zielgruppe.

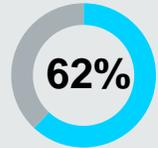
**Zielgruppe.** Podcast-Hörerinnen und -Hörer sind im Durchschnitt eher jünger als die Gesamtbevölkerung. Unter ihnen gibt es überproportional viele Studierende und motivierte Berufseinsteiger. Aber auch ältere Leistungsträger schätzen es, sich unterwegs informieren zu können.

<sup>1</sup> Quelle: Bitkom Research 2022; Podcast-Nutzung in Deutschland

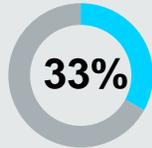


# Junge Podcast-Fans

Zielgruppe



sind 20-39 Jahre alt



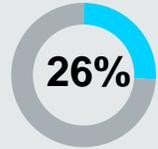
der deutschen Bevölkerung nutzen Podcasts hin und wieder



haben ein Haushaltseinkommen über 3.000 € netto



haben höhere Bildungsabschlüsse



sind Führungskräfte / leitende Angestellte



Podcasts als Informationsquelle sind fester Teil meines Alltags (stimme voll und ganz zu, Stufe 1 von 4)



zahlen für Qualität gerne mehr Geld



akzeptieren Podcast-Werbung, wenn das Angebot dafür umsonst bleibt

Quelle: IQD Podcast Grundlagenstudie 2020, b4p 2020 I, Bitkom Research; Podcast Nutzung in Deutschland; Podstars-Umfrage 2022 by OMR





# WIRKUNG

# **Media**



# Intensiv gehört

**Native Audio Ad** fügt sich optimal in die Hörsituation ein

**65 Prozent** der Hörer nehmen Werbung bewusst wahr

**3 Wochen** Produktionszeit: von der Buchung zum fertigen Spot

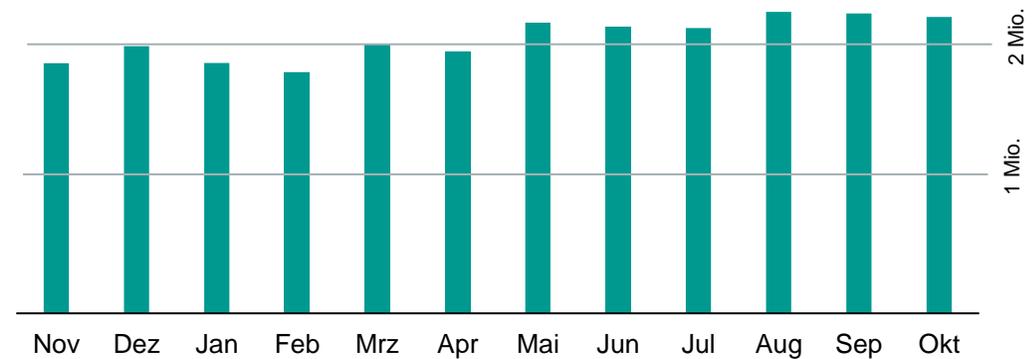
**Spitzenwerte** regelmäßig über 2,5 Millionen Downloads und Streams<sup>2</sup>

<sup>1</sup>iqd Podcast Grundlagenstudie 2020

<sup>2</sup> Kumulierte Downloads pro Monat der SZ Podcasts „Auf den Punkt“, „Das Thema“, „Und nun zum Sport“

## Abrufe der SZ-Podcasts

Downloads&Streams/Monat 2022/2023 | Verlagsangaben



# Der richtige Ton

## Native Audio Ads in den Podcasts

**Passgenau.** Die Native Audio Ad fügt sich optimal in die Hörsituation des Podcasts ein: Sie wird speziell dafür produziert und kann individuell angepasst werden.

**Mobil & flexibel.** Podcasts können überall und nebenbei genutzt werden, auch dort, wo visuelle Medien nicht genutzt werden können: unterwegs in Bus, Bahn oder auf dem Fahrrad, im Auto, bei Tätigkeiten im Haushalt, beim Sport oder auf dem Weg zur Arbeit.

**Festplatziert.** Werbungtreibende können den Podcast mit festplatzierten Audio Ads belegen und erscheinen so exklusiv nach dem redaktionellen Intro oder im Anschluss einer Episode.



# Festplatzierung oder flexibel

## Buchungsmöglichkeiten in den Podcasts

Werbung erscheint in den SZ Podcasts mit einer nativen Audio Ad als Pre-, Mid-, oder PostRoll direkt nach dem redaktionellen Intro, in der Mitte der Folge oder als Abschluss. Sie fügt sich damit optimal in die Hörsituation ein und erhält die größtmögliche Aufmerksamkeit. Für die Platzierung der Audio Ad in den SZ Podcasts stehen verschiedene Optionen zur Verfügung:

**Festplatzierung.** Werbungtreibende sind für den Buchungszeitraum festplatziert in allen Folgen: mit fester Laufzeit, Platzierung und garantierter Reichweite, wahlweise mit einem PreRoll oder einem Pre- und PostRoll in Kombination. Sie erhalten direkten Zugang zur Hörerschaft.

**Kontaktbuchung.** Marken können damit ihr Budget flexibel planen: Die Abrechnung erfolgt auf TKP-Basis. Dabei haben sie die Wahl zwischen einem konkreten Podcast oder der Podcast Rotation.

**Podcast Rotation.** Mit der Rotation setzen Werbungtreibende auf das volle Themenspektrum und alle Marken der SZ Podcasts. Die Ausspielung erfolgt je nach Verfügbarkeit in allen Folgen.



<b>Festplatzierung</b>	Preise siehe folgende Seiten				
<b>Kontaktbuchung</b>	TKP in Euro				
SZ Podcast einzeln	PreRoll: 130	MidRoll: 110	PostRoll: 90	AdBundle: 90	AdBundle plus: 115
SZ Podcasts Rotation	PreRoll: 100	MidRoll: 80	PostRoll: 60	AdBundle 60	AdBundle plus: 85

AdBundle = Pre-, Mid- & PostRoll  
AdBundle plus = Pre- & MidRoll

Das Mindestbuchungsvolumen bei Kontaktbuchungen beträgt 3.500 Euro. Zzgl. Produktionskosten für Native Audio Ad i.H.v. 1.000 Euro Pre-, Mid- oder PostRoll bzw. 1.700 Euro für Pre- und PostRoll (nicht rabatt- und AE-fähig). MidRoll auf Anfrage. Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).

# Unsere festplatzierten Audio-Werbeformate im Überblick

Authentisch und nativ Werben

	<b>Native Audio Ad Native Storytelling Audio Ad</b>	<b>Native Advertorial Ad</b>	<b>Native 3D-Audio Ad Native 3D Storytelling Audio Ad</b>	<b>Native Dialogue Audio Ad Native Dialogue Storytelling Audio Ad</b>
Beschreibung	Ihre Werbebotschaft wird von professionellen Sprecher*innen eingesprochen und fügt sich nativ in den Podcast ein.	Die verlängerte PostRoll bietet in Kombination mit einer PreRoll, Platz für Ihre Geschichte: so können Sie bis zu 270 Sekunden nutzen, um Ihre Werbebotschaft zu präsentieren.	Ihr eingesprochener Spot wird angereichert mit nativen Hintergrundgeräuschen und wird somit zu einem 360 Grad Audio-Erlebnis.	Bei der Native Dialogue Audio Ad wird Ihre Werbebotschaft durch ein Gespräch zweier SprecherInnen vermittelt.
Eigenschaften	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Voice only</li> <li>– keine Geräusche</li> <li>– keine Musik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Voice only</li> <li>– keine Geräusche</li> <li>– keine Musik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– native Hintergrundgeräusche</li> <li>– 360 Grad Audio-Erlebnis</li> <li>– keine Musik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Voice only</li> <li>– persönlicher Dialog</li> <li>– keine Geräusche</li> <li>– keine Musik</li> </ul>
Buchungsoptionen	PreRoll (max. 30 Sek.) Pre- und PostRoll (max. 30 Sek. + 60 Sek.)	Pre- und PostRoll (max. 30 Sek.+ 240 Sek.)	PreRoll (max. 30 Sek.) Pre- und PostRoll (max. 30 Sek. + 60 Sek.)	PreRoll (max. 30 Sek.) Pre- und PostRoll (max. 30 Sek. + 60 Sek.)
<b>Preis Produktion</b>	<b>1.000 Euro 1.700 Euro</b>	<b>3.500 Euro</b>	<b>1.500 Euro 2.500 Euro</b>	<b>1.500 Euro 2.500 Euro</b>

Produktionskosten sind nicht AE- oder Rabattfähig  
Alle Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de)

# SZ Auf den Punkt

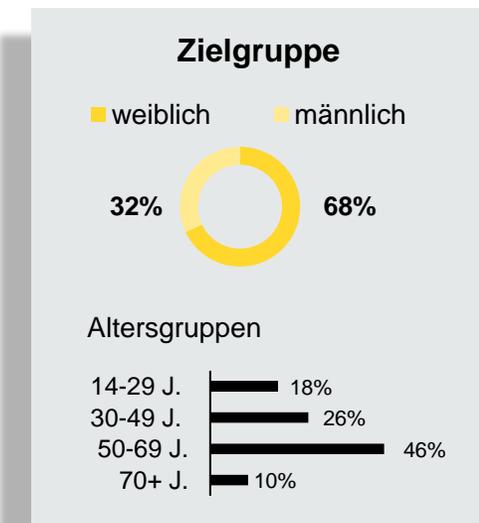
Der Nachrichtenpodcast: In 10 Minuten den Tag verstehen

**Konzept.** Die Nachrichten des Tages werden für die Hörerinnen und Hörer als Podcast auf den Punkt gebracht. Moderiert von Lars Langenau, Vinzent-Vitus Leitgeb und Jean-Marie Magro.

**Themenspektrum.** Aktuelle Meldungen, Interviews und Hintergrundberichte zum aktuellen Geschehen des Tages aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur.

Ø Audio Impressions	50.000 pro Folge	
Valide Downloads pro Monat <sup>1</sup>	2.075.476	
Laufzeit	1 Folge (1 Tag)	
Erscheinungsfrequenz/Länge	Montag-Freitag, 17:00 Uhr / 10–15 Min.	
<b>Preis (Festplatzierung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll: 9.000 Euro</b>	<b>Pre- und PostRoll: 13.500 Euro</b>
<b>Preis (Kontaktbuchung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll TKP: 130 Euro</b>	<b>PostRoll TKP: 90 Euro</b>

<sup>1</sup>ma Podcast September 2023 – valide Downloads <sup>2</sup>Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 3.500 Euro. Zzgl. Produktionskosten für Native Audio Ad i.H.v. 1.000 Euro für Pre-, Mid- oder PostRoll bzw. 1.700 Euro für Pre- und PostRoll (nicht rabatt- und AE-fähig). Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).



Jetzt anhören

← Inhalt

# SZ Das Thema

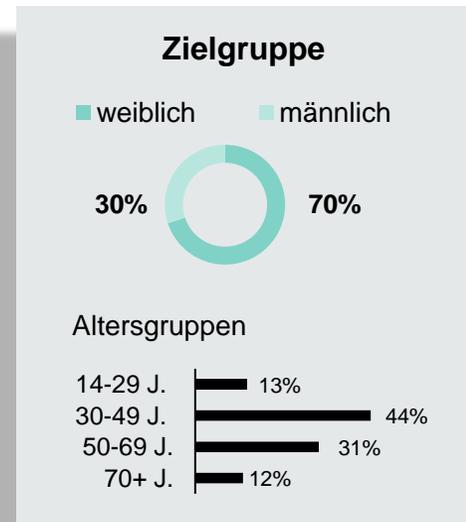
Der Recherchepodcast: Analysen und Hintergründe zu Themen, die uns bewegen

**Konzept.** Mit dem Podcast erleben die Hörerinnen und Hörer die Süddeutsche Zeitung ganz neu. Sie erhalten Analysen und Hintergründe zum Spitzenjournalismus der SZ - direkt von den Autoren im Gespräch mit Vinzent-Vitus Leitgeb und Laura Terberl.

**Themenspektrum.** Alle Themen aus der Redaktion, die besondere Informationen oder Blickwinkel bieten, können im Podcast behandelt werden.

Ø Audio Impressions	52.000 pro Folge
Valide Downloads pro Monat <sup>1</sup>	187.461
Laufzeit	1 Folge (2 Wochen)
Erscheinungsfrequenz/Länge	Mittwoch, alle 2 Wochen / 30–45 Min.
<b>Preis (Festplatzierung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll: 9.360 Euro</b> <b>Pre- und PostRoll: 14.040 Euro</b>
<b>Preis (Kontaktbuchung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll TKP: 130 Euro</b> <b>MidRoll TKP: 110 Euro</b> <b>PostRoll TKP: 90 Euro</b>

<sup>1</sup>ma Podcast September 2023 – valide Downloads <sup>2</sup>Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 3.500 Euro. Zzgl. Produktionskosten für Native Audio Ad i.H.v. 1.000 Euro für Pre-, Mid- oder PostRoll bzw. 1.700 Euro für Pre- und PostRoll (nicht rabatt- und AE-fähig). Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).



[Jetzt anhören](#)

[← Inhalt](#)

# SZ Und nun zum Sport – der Fußball-Podcast

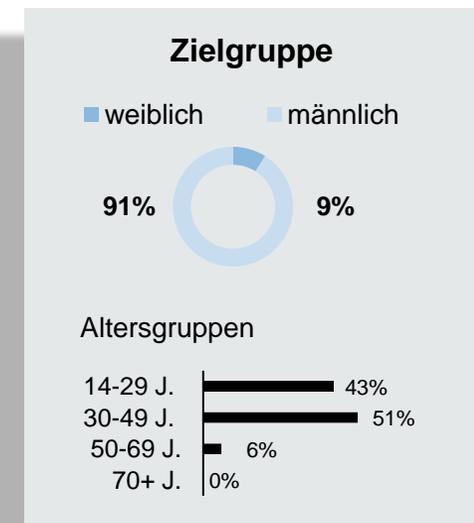
Der Fußball-Podcast: Gedanken zum wichtigsten Sport-Thema der Woche

**Konzept.** In der Welt des Fußballs braucht es manchmal einen tieferen Einblick – den bietet „Und nun zum Sport“, der Fußball-Podcast der Süddeutschen Zeitung. Jeden Montag diskutieren SZ-Sportredakteure aktuelle Ereignisse.

**Themenspektrum.** Fußball-Bundesliga, Champions-League, Sportpolitik bei Fifa und DFB: Hier hören die Hörerinnen und Hörer Hintergründe, Beobachtungen und Gedanken zum wichtigsten Fußball-Thema der Woche, die über reine Ergebnisberichte hinausgehen.

Ø Audio Impressions	20.000 pro Folge
Valide Downloads pro Monat <sup>1</sup>	56.550
Laufzeit	1 Folge (1 Woche)
Erscheinungsfrequenz/Länge	Montag, wöchentlich / 30 Min.
<b>Preis (Festplatzierung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll: 4.800 Euro</b> <b>Pre- und PostRoll: 7.200 Euro</b>
<b>Preis (Kontaktbuchung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll TKP: 130 Euro</b> <b>MidRoll TKP: 110 Euro</b> <b>PostRoll TKP: 90 Euro</b>

<sup>1</sup>ma Podcast September 2023 – valide Downloads <sup>2</sup>Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 3.500 Euro. Zzgl. Produktionskosten für Native Audio Ad i.H.v. 1.000 Euro für Pre-, Mid- oder PostRoll bzw. 1.700 Euro für Pre- und PostRoll (nicht rabatt- und AE-fähig). Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).



[Jetzt anhören](#)

[← Inhalt](#)

# In aller Ruhe – ein Podcast der SZ

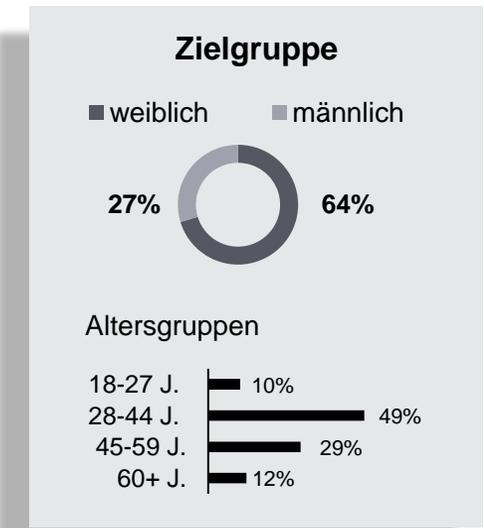
Carolin Emcke im Gespräch über die Fragen unserer Zeit

**Konzept.** Krisen überschlagen und verbinden sich: Pandemie, Krieg, Klimakrise. Unsere Gesellschaft befindet sich durch Digitalisierung im Umbruch. Es lohnt sich deshalb aus der schnellen Aktualität und der eigenen Perspektive auszutreten. Philosophin, Publizistin und SZ-Kolumnistin Carolin Emcke tut genau das mit ihren Gästen in diesem Podcast.

**Mehrwert.** Gerade in Zeiten des Umbruchs und der allzu schnellen öffentlichen Erregung, schafft die journalistische Qualität der SZ Vertrauen und bietet nicht nur den Hörern ein vertrauenswürdiges Nachrichtenmedium, sondern auch Werbetreibenden eine hoch involvierte Zielgruppe, die sich tiefgründig mit den Themen auseinandersetzt. Ein einprägsames Umfeld für Ihre Werbebotschaft.

Ø Audio Impressions	10.000 pro Folge
Valide Downloads pro Monat <sup>1</sup>	31.017
Laufzeit	1 Folge (2 Wochen)
Erscheinungsfrequenz/Länge	Samstag, 60-90 Min.
<b>Preis (Festplatzierung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll: 1.800 Euro</b> <b>Pre- und PostRoll: 2.700 Euro</b>
<b>Preis (Kontaktbuchung)<sup>2</sup></b>	<b>PreRoll TKP: 130 Euro</b> <b>MidRoll TKP: 110 Euro</b> <b>PostRoll TKP: 90 Euro</b>

<sup>1</sup>ma Podcast September 2023 – valide Downloads <sup>2</sup>Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 3.500 Euro. Zzgl. Produktionskosten für Native Audio Ad i.H.v.1.000 Euro für Pre-, Mid- oder PostRoll bzw. 1.700 Euro für Pre- und PostRoll (nicht rabatt- und AE-fähig). Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).



**Jetzt anhören**

← Inhalt

# Präsenz zeigen

## Podcast Ad als Add-On zum Native Audio Ad

Werbungtreibende können ihre Audio-Markenbotschaft im Podcast um visuelle Werbemittel auf SZ.de ergänzen. So entsteht ein vollumfänglicher Markenauftritt rund um die SZ-Podcasts.

**Co-branded Podcast Ad.** Mit der Podcast Ad schaffen Werbungtreibende mehr Aufmerksamkeit für ihre Präsenz im Podcast. Auf SZ.de erscheinen Anzeigen zum Podcast mit integriertem Logo. Der Podcast mit der Native Audio Ad ist direkt im Werbemittel abspielbar. Darüber hinaus kann ein externer Link zu einer Wunsch-URL unter „mehr Infos“ integriert werden.

**Produktion.** REPUBLIC gestaltet und programmiert die Werbemittel.

<b>Werbeform</b>	Stationär 3:1 & mobile 2:1
<b>Mediavolumen</b>	Nach Wunsch
<b>Extras</b>	Targeting-Option (z.B. Podcast-Nutzer)
<b>Produktionskosten</b>	800 Euro
<b>Rabatt</b>	20% für Co-Branding

Preise zzgl. ges. USt. Es gelten die Geschäftsbedingungen der aktuellen Anzeigen-Preisliste Digitale Produkte 2024 unter [www.republic.de](http://www.republic.de).



Beispielhafte Darstellung

# Schnelle und einfache Abwicklung

Spot selbst produziert oder alles aus einer Hand

## **Spotproduktion durch REPUBLIC.**

Um den Spot optimal auf den Werbungtreibenden abzustimmen, benötigt REPUBLIC ein Briefing – je detaillierter, desto besser. Enthalten sein sollte:

- Marke, Kommunikationsziel, Beschreibung der Dienstleistung/des Produktes in einem Satz
- Abstimmung bestimmter Wörter und deren Aussprache
- Shortlinks oder Rabattcodes (leicht und sinnvoll kommunizierbar – Link bzw. Rabattcode immer ausgeschrieben)
- Kundenansprache „Sie“ oder „du“ und die Haltung des Speakers (z.B. relaxed mit einem Augenzwinkern, Business Kontext oder ernst)

REPUBLIC erstellt auf dieser Basis einen Textvorschlag und stimmt ihn bis zur Freigabe ab. Der Text wird dann von einem professionellen Sprecher eingesprochen und in den Podcast integriert.

Die Produktion enthält einen Textentwurf (inkl. einer Freigabeschleife), Sprecher, Audio-Produktion (inkl. zwei finalen Tonaufnahmen zur Auswahl) und Integration.

Vorlaufzeit: 3 Wochen vor Veröffentlichung

Reporting: 2 Wochen nach Veröffentlichung

## **Integration eines vorhandenen Spots.**

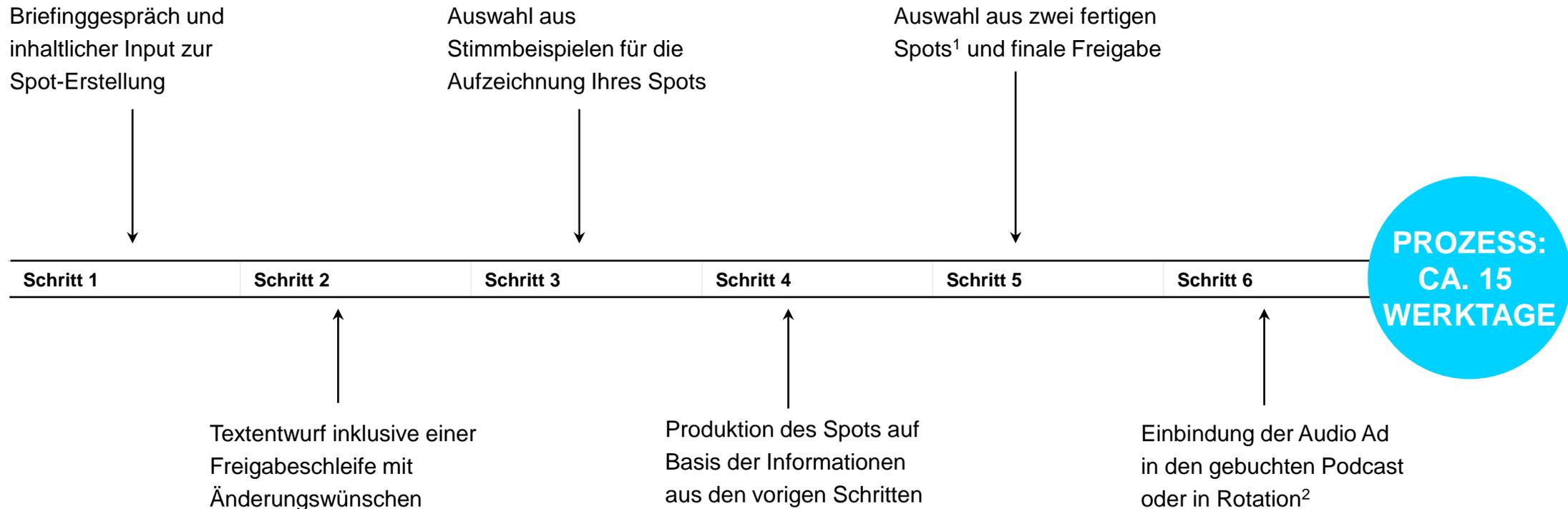
Der Werbungtreibende liefert eine fertig produzierte Audio Datei an, die von REPUBLIC geprüft und festplatziert in den Podcast integriert wird.

Anlieferung: 1 Woche vor Veröffentlichung

Reporting: 2 Wochen nach Veröffentlichung

# Native Audio Ads in den Podcasts der SZ

## Erstellungsprozess



<sup>1</sup> Audio-Änderungsschleifen gegen Aufpreis möglich.

<sup>2</sup> Der Spot wird von einem akustischen Signal umrahmt.

# Immer auf dem Laufenden



UP TO DATE:  
LINKEDIN &  
NEWSLETTER



[www.republic.de/newsletter](http://www.republic.de/newsletter)



[www.linkedin.com/company/republic-solutions](http://www.linkedin.com/company/republic-solutions)

# REPUBLIC

Frankfurter Allgemeine | Süddeutsche Zeitung

## Wir beraten Sie gern.

Ihren persönlichen Ansprechpartner finden Sie unter  
[www.republic.de/team](http://www.republic.de/team)

**REPUBLIC** Marketing & Media Solutions GmbH  
Mittelstraße 2-4, 10117 Berlin  
[www.republic.de](http://www.republic.de)

