



Produktkonzept

Podcast

Glatz Christina | mm191045

Schuster Martina | mm191048

Winter Yasemin | mm191026

Praxislabor Medien III – Online

WS 2021

FH-Hon. Prof. Peter Hofbauer, MA

Inhaltsverzeichnis

1.	Allgemeines zur NÖN	4
1.1.	Ziele & Linie der Zeitung	4
2.	Analysen	4
2.1.	IST-Analyse	4
2.1.1.	Aktuelle Nutzer*innen der NÖN	6
2.1.2.	Aktuelle Nutzer*innen von Podcasts	7
2.2.	Branchenstrukturanalyse (für Podcasts)	8
2.3.	Konkurrenz-Analyse	9
2.4.	SWOT-Analyse	11
3.	Ziele und Zielgruppen	13
3.1.	Allgemeine Ziele	13
3.2.	Beschreibung der Zielgruppen	14
3.2.1.	Zielgruppenübergreifende Merkmale	14
3.2.2.	Podcast-Zuhörer	14
3.2.3.	Podcast-Werbekunden	15
3.3.	Zielgruppen-spezifische Ziele	16
4.	Produktstrategie	18
4.1.	Vision/Mission	18
4.2.	Inhalt	18
4.3.	Geschäftsmodell	19
5.	Produktgestaltung	21
5.1.	Details inhaltliches Programm	21
5.1.1.	Nachrichten	21
5.1.2.	Sport	21
5.1.3.	Spezial	21
5.1.4.	Kultur & Reise	21
5.1.5.	Kinder-Podcast (Weltgeschehen für Kinder erklärt)	22
5.2.	Inhaltstruktur / Navigation	22
5.3.	Funktionalität	22
5.4.	Medienmix	23
5.5.	Design	24
6.	Lastenheft	28
6.1.	Thema und Auftraggeber	28

6.2. Die Ausgangssituation.....	28
6.3. Leistungsbeschreibung.....	28
6.4. Alle relevanten Rand- oder Rahmenbedingungen.....	29
7. Finanz- und Ressourcenplan.....	30
7.1. Ausgaben	30
7.2. Einnahmen	30
8. Zeit- und Themenplan	32
9. Erfolgskontrolle.....	34

1. Allgemeines zur NÖN

- Unabhängige Wochenzeitung für Niederösterreich
- 28 Regionalausgaben
- 26 Lokalredaktionen
- Ressorts:
 - Politik & Gesellschaft
 - Land & Leute
 - Wirtschaft & Verkehr
 - Kultur & Medien
 - Sport
 - Gesundheit
 - Chronik & Gericht
 - Motor & Reise
- Die NÖN ist eine der führenden Kaufzeitungen in Niederösterreich
- Einzelverkaufspreis einer Ausgabe: 3,60 €
- Jahres-Abonnement: 177 €

1.1. Ziele & Linie der Zeitung

Aufgabe der NÖN ist es, gemäß den Statuten des Pressevereins aus christlichem Geiste zur Information und zur Bildung der Bevölkerung und zur Förderung des Gemeinwohles beizutragen. Die Redaktion der NÖN ist hinsichtlich der redaktionellen Inhalte ausschließlich an die grundsätzliche ideelle Linie des Herausgebers, wie sie von diesem aus den Statuten des Pressevereins formuliert wird, gebunden. Von anderen Institutionen ist die Redaktion unabhängig.

2. Analysen

2.1. IST-Analyse

Kund*innen

- Private Kund*innen
 - Laut Media-Analyse 20/21 erreicht die NÖN wöchentlich 438.000 Leser*innen
 - Die Leser*innenschaft setzt sich zusammen aus:
 - 217.000 männliche Leser (49,6 %)
 - 221.000 weibliche Leserinnen (50,4%)
 - Sozio-Demographische Daten:
 - Schulbildung: vorrangig Leser*innen mit Berufs- und Fachschulabschluss
 - Alter: größte Leser*innenschaft ab 70+ (23,4%), danach 50-59 Jahre (21,3%)
- Werbekunden
 - Regionale Werbekunden
 - Bundeslandweite Werbekunden

Funktionen (Tätigkeiten der NÖN)

- Info/News über Bezirke, Regionen, Sport, In- und Ausland, Freizeit (Lifestyle, Auto & Motor, usw.) auf Online-Website und in Print-Zeitung
- Eventkalender, Ticketshop Heurigenkalender
- Gewinnspiele, AboClub, Leserreisen, Newsletter
- Job- und Karriereportal
- Abo-Service, ePaper, Kombiabo, Testabo, Zeitungsabo
- Online-Portfolio: NÖN.at, BVZ.at, meinfussball.at, nitelife.at
- Programmbeilage „tele“ ist Bestandteil der NÖN

Mitarbeiter*innen

200 Angestellte & 600 freie Mitarbeiter*innen

- Landesredaktion: 7 Angestellte
- Sport landesweit: 1 Angestellter
- Sport lokal: 7 Angestellte und 150 freie Mitarbeiter*innen
- Lokal: 80 Angestellte und 300 freie Mitarbeiter*innen
- Verkäufer*innen: 45 lokale Verkäufer*innen (für regionale Werbekunden), 5 sogenannte Key-Account Verkäufer*innen (landesweite und nationale Kunden)
- 4 Online-Content-Manager*innen
- 1 Online-Marketing-Manager*innen

Fakten & Zahlen

Daten der Media-Analyse 2020/2021

- 438.000 Leser*innen
- Davon 217.000 Männer und 221.000 Frauen

Altersgruppe	Anzahl Leser*innen	Reichweite in %	Prozentuelle Aufteilung
14 – 19 Jahre	14.000	2,7 %	3,1 %
20 – 29 Jahre	40.000	3,7 %	9,1 %
30 – 39 Jahre	40.000	3,3 %	9,1 %
40 – 49 Jahre	67.000	5,7 %	15,3 %
50 – 59 Jahre	93.000	6,7 %	21,3 %
50 – 69 Jahre	81.000	8,0 %	18,6 %
70 Jahre oder älter	103.000	8,6 %	23,4 %

Schulbildung	Anzahl Leser*innen	Reichweite in %	Prozentuelle Aufteilung
Pflichtschule	59.000	5,3 %	13,6 %
Berufs-/Fachschule	265.000	6,6 %	60,5 %
Matura	62.000	5,1 %	14,1 %
Hochschule/Universität/Fachhochschule	52.000	4,3 %	11,8 %

Quelle: <https://www.media-analyse.at/table/3605>

Daten der österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK)

- 72.167 Abonnements
 - Davon E-Paper: 2.815
- Einzelverkauf (ohne Abonnements): 14.180
 - Davon E-Paper: 86
- Großverkauf: 942
- Verkaufte Auflage: 87.288
- Verbreitete Auflage: 95.779
- Gratisvertrieb: 8.221
- Auslandsauflage: 14

Quelle: <https://www.oeak.at/1halbjahr2021/>

Daten aus der österreichischen Webanalyse (ÖWA)

- Das NÖN-Netzwerk erreicht im September 2021 folgende Zahlen:
 - Visits: 5.678.736
 - Page Impressions: 29.526.041
 - Usetime: 00:02:43
 - Unique Clients: 1.737.076
 - PI AT %: 95,9 % aus dem Inland, 4,1% aus dem Ausland

Quelle: <https://report.oewa.at/basic/online-angebote>

Infrastruktur / IT-Lösungen

- NÖN.at App
- BVZ.at App
- noen.at Webseite
- bvz.at Webseite
- meinfussball.at Webseite
- nitelife.at Webseite

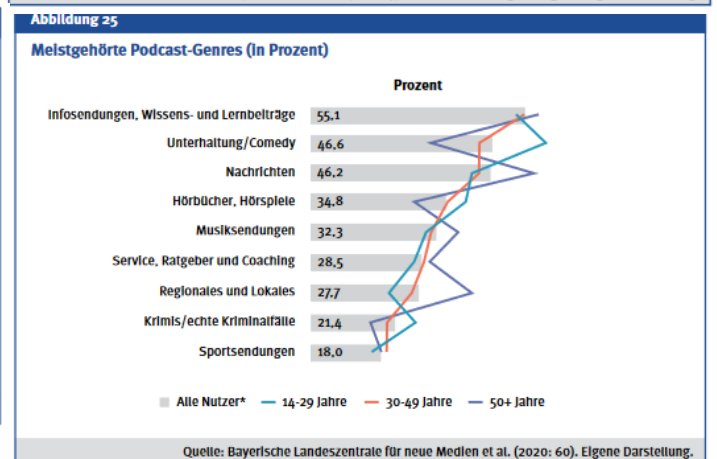
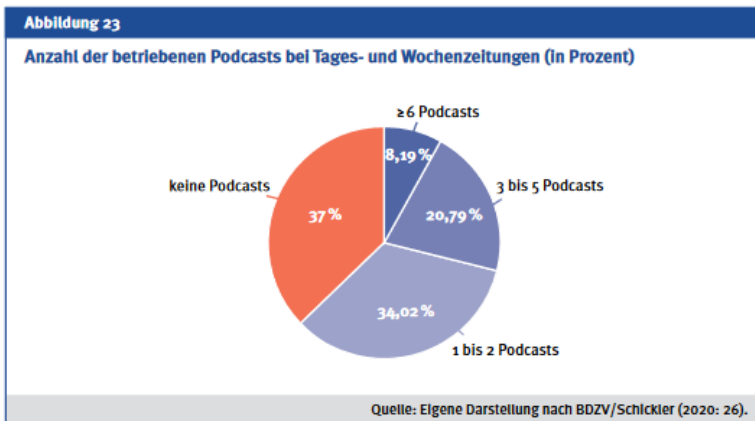
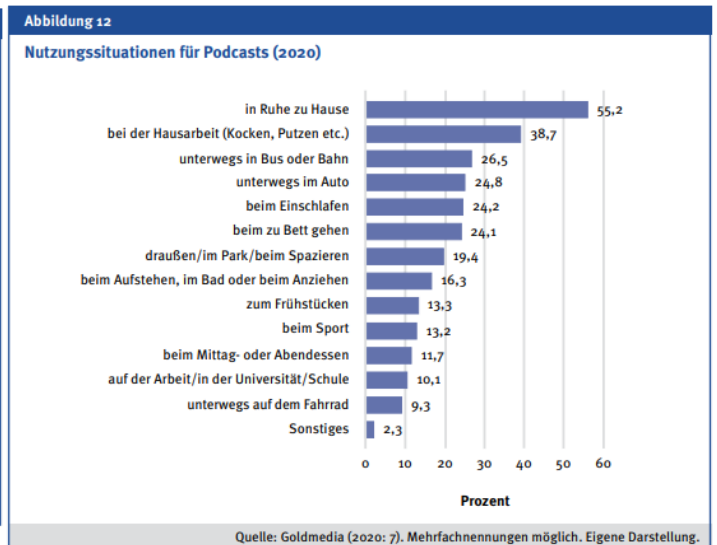
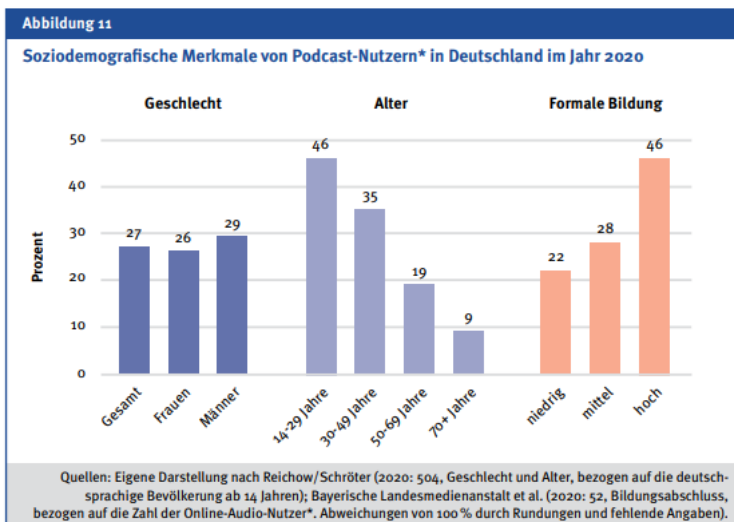
2.1.1. Aktuelle Nutzer*innen der NÖN

- Abonnent*innen derzeit durchschnittlich älter als 60
- NÖN.at User*innen sind zu 26% unter 30 Jahre, zu 38% zwischen 30 und 50 Jahre und zu 36% über 50 Jahre alt
- 67% der User*innen haben ein Haushaltseinkommen von mehr als € 2.000,- bzw. 31% von über € 3.500,-
- 83% der Nutzer*innen leben in einem Mehrpersonenhaushalt
- Beide Geschlechter circa gleich stark vertreten
- NÖN ist am stärksten vertreten bei Entscheidungsträgern (Geschäftsführer, usw.) in NÖ
- Laut Media-Analyse auch Erreichbarkeit von jüngerer Zielgruppe vorhanden aufgrund von Sport

Quelle: https://www.noen.at//ONLINE_NOEN-Anzeigentarif2021.MAIL4-komprimiert.pdf/237.996.503

2.1.2. Aktuelle Nutzer*innen von Podcasts

- 7,6% der Österreicher*innen nutzen digitale Nachrichten meist als Hörangebot (Quelle: [statista](#))
- Podcastnutzung in Deutschland im Jahr 2020 (Quelle: [Otto Brenner Stiftung](#))
 - Bildungsstand: hoch
 - Alter: eher niedrig
 - Geschlecht: ausgeglichen zwischen Männern und Frauen
- Meistgehörte Podcast Genres: Info- und Wissenssendungen, Unterhaltung/Comedy, Nachrichten
- Podcasts werden am ehesten in Ruhe zu Hause, während der Hausarbeit oder unterwegs in Bus, Bahn oder Auto gehört



Quelle: [https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02 Wissenschaftsportal/03 Publikationen/AH106 Podcasts.pdf](https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH106_Podcasts.pdf)

2.2. Branchenstrukturanalyse (für Podcasts)

Wettbewerbsintensität in der Branche
<ul style="list-style-type: none"> • Regionaler Wettbewerb: gering <ul style="list-style-type: none"> ○ ORF NÖ, NÖ.Regional • Nationaler Wettbewerb (bzw. im deutschsprachigen Raum): mittel <ul style="list-style-type: none"> ○ Sueddeutsche Zeitung, Der Standard, Die Presse, ZEIT ONLINE, FAZ:NET, usw. • internationaler Wettbewerb: groß (es gibt viele Wettbewerber) <ul style="list-style-type: none"> ○ BBC News, CNN, NPR, Financial Times, Foreign Policy, usw.
Bedrohung durch neue Wettbewerber
<ul style="list-style-type: none"> • Eintrittsbarrieren für Podcasts: sehr niederschwellig • NÖ-spezifisch: Gering, da kaum regionale bzw. bundeslandspezifische Nachrichtenunternehmen in NÖ vorhanden sind • Sonstige Schwerpunkte: mittel <ul style="list-style-type: none"> ○ Podcasts sind sehr gefragt, weshalb immer wieder neue Podcasts entstehen ○ Allerdings hat die NÖN gute & fundierte Quellen und einen guten Ruf
Verhandlungsmacht der Lieferanten
<ul style="list-style-type: none"> • Verträge mit Nachrichtenagenturen bestehen bereits aufgrund der Tätigkeit der NÖN • Eingeladene Gäste für den Podcast
Verhandlungsmacht der Kunden
<ul style="list-style-type: none"> • Private Kund*innen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Geringe Verhandlungsmacht, da der Podcast kostenlos ist • Werbekund*innen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Mittelstarke Verhandlungsmacht, da wir auf Werbung angewiesen sind (Einnahmequelle)
Bedrohung durch Ersatzprodukte
<ul style="list-style-type: none"> • Ersatzprodukte: Nachrichtensendungen (Audio & Bewegtbild), Sportsendungen, Artikel, Blogs, Soziale Medien, etc. • Preis: Podcasts sind meistens kostenlos, Zeitungen sind meistens kostenpflichtig • Transaktionskosten: abhängig von Ersatzprodukt (Zeitungsabo abschließen -> hohe Transaktionskosten; Fernseher einschalten -> niedrige Transaktionskosten)

2.3. Konkurrenz-Analyse

	ORF NÖ - Podcast	Kleine Zeitung: Kärnten Podcast	Der Standard: "Thema des Tages"	Süddeutsche Zeitung: Auf den Punkt Podcast
Thema	<ul style="list-style-type: none"> Ganz persönlich ZU Gast nach 11 NÖ Journale Nahaufnahme mit Alice Herzog 	Der Kärnten-Podcast der Kleinen Zeitung redet über alles, was das Land bewegt. Von Politik über Gesellschaft bis hin zu Sport.	Fragen, Antworten und Hintergründe zu aktuellen Themen, von Politik und Wirtschaft bis Chronik, Wissenschaft und Sport	Nachrichtenpodcast mit den wichtigsten Themen des Tages
Erscheinungsrhythmus	Journal 3x täglich Sonst täglich bis wöchentlich	Regelmäßig, jedoch mit (Sommer)pause	Montag bis Freitag immer um 17 Uhr	Montag bis Freitag immer um 17 Uhr
Plattformen	Apple Podcasts Spotify Radiothek.orf.at RSS Feed (erscheinen auch im Radio)	Spotify Apple Podcasts Google Podcasts	Apple-Podcasts Spotify Deezer derstandard.at	iTunes, Spotify, Deezer, Audio Now, sz.de/nachrichtenpodcast, Google Home, Amazon Echo, usw.
Dauer	Journal 6-9 Min. Rest 15-25 Min.	Ø 20 – 40 Min.	Ø 20 – 30 Min.	Ø 12 Min.
Publikum	Niederösterreicher*innen und Niederösterreich-Interessierte	Kärntner*innen	Österreicher*innen, deutschsprachige Personen	55% Frauen 42% Männer 89% sind zwischen 18 und 44 Jahren
Reichweite	Keine Angaben	Keine Angaben	Laut Podtail sind die Podcasts „Inside Austria“ und „Thema des Tages“ unter den Top 5 beliebtesten Podcasts in Österreich. <u>Quelle: Stand 04.11.2021</u>	Ø 20.000 Netto-Downloads* pro Episode Ca. 549.000 Zuhörer auf Spotify Ca. 112.000 Abonnent*innen auf Spotify

			https://podtail.com/de/top-podcasts/at/	
Moderation	Ganz Persönlich: Eva Steinkellner-Klein und Robert Friess Nahaufnahme: Alice Herzog	Verschiedene Personen	Zsolt Wilhelm, Antonia Rauth und Philip Pramer	Verschiedene Personen
Preis	kostenlos	kostenlos	Mit Werbung: kostenlos Werbefrei: Apple-Podcasts (3,99€); Spotify	Kostenlos mit Werbung

2.4. SWOT-Analyse

Stärken	<ul style="list-style-type: none"> • viele Lokalausgaben • wird von Entscheidungsträgern gelesen • Flexibilität aufgrund vieler freier Mitarbeiter*innen • Bereits ausgebauter Kundenstamm • Ruf der NÖN: Vertrauen in publizierte Inhalte & vorhandene Qualität • Vorhandene Infrastruktur bzw. Kapazitäten
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Papierverbrauch und Druckkosten für kurze Lebensdauer, Wochenzeitung liest man nur einmal • Höherer Preis des Printmediums als digitaler Inhalt • Ruf der NÖN: „altes“ Publikum
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung neuer, jüngerer Kund*innen • Differenzierteres Angebot für spezielle Zielgruppen (Kinder, Fußballinteressierte, etc.) • Zusätzlicher Kanal für Werbeschaltungen → Mehr Werbeeinnahmen • Podcast als kostengünstige Ergänzung zum aktuellen Angebot
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Freie Mitarbeiter können jederzeit „kündigen“ • Konkurrenz möglicherweise zu stark, da breites Podcast-Angebot • Testformat Podcast wurde nach Ausscheiden einer Praktikantin nicht weitergeführt

SWOT		Interne Analyse	
		Stärken	Schwächen
Externe Analyse	Chancen	Durch die bereits vorhandene Infrastruktur bzw. Kapazitäten wäre es ohne größere Investitionen möglich einen Podcast als Ergänzung zum aktuellen Angebot hinzuzufügen. Daraus resultiert die Chance neue und jüngere Kunden zu gewinnen.	Die NÖN hat vorwiegend ältere Konsument*innen, durch den Podcast können wir eine jüngere Zielgruppe ansprechen und sie mit dem Unternehmen vertraut machen.
	Risiken	Die NÖN hat viele freie Mitarbeiter, die sich jederzeit dazu entscheiden könnten, nicht mehr für die NÖN zu arbeiten. Allerdings haben die freien Mitarbeiter durch ihre große Anzahl ein gewisses Maß an Flexibilität, was sie wiederum im Unternehmen hält.	Da die NÖN ein eher „älteres“ Publikum anspricht, besteht das Risiko, dass der Podcast nicht so gut ankommt wie erhofft. Auf dem Podcast-Markt gibt es viel Konkurrenz – durch ihre Stammleserschaft hat die NÖN allerdings einen Vertrauensvorschuss bei Niederösterreichern gegenüber anderen Podcasts. Zusätzlich sollen bei der NÖN mehrere Podcasts zu diversen Themen angeboten werden, was bei anderen Nachrichten-Unternehmen nicht in diesem Ausmaß stattfindet.

3. Ziele und Zielgruppen

3.1. Allgemeine Ziele

Wahrnehmungsziele (kognitive Ebene)

(Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Bekanntheit, Wissen, Interesse wecken)

- 3 Monate nach der Veröffentlichung haben unsere bisher veröffentlichten Podcasts eine insgesamt Reichweite von 1.000 Zuhörer*innen.
- 6 Monate nach Veröffentlichung können die Podcasts durch Werbung gegenfinanziert werden.
- 9 Monate nach Start unseres Podcastings bieten wir fünf verschiedene Podcasts für unsere Kund*innen an (Nachrichten, Sport, Spezial, Kultur & Reise, Weltgeschehen für Kinder erklärt)
- 9 Monate nach Veröffentlichung des ersten Podcasts wissen 70% der NÖN-Leser*innen, dass die NÖN Podcasts anbietet.
- 12 Monate nach der Veröffentlichung der Podcasts haben 60% der Personen in Niederösterreich schon einmal etwas von den NÖN-Podcasts gehört.

Einstellungsziele (emotionale Ebene)

(Einstellung, Emotionalisierung, Vertrauen, vertieftes Interesse)

- Im Jahr 2024 liegt die NÖN beim Digital News Report in der Kategorie „Vertrauenswürdigkeit von Medienmarken“ unter den Top 5.
- Durch die NÖN-Podcasts wird die Kundenbindung bis Ende 2022 um 10% erhöht.

Verhaltensziele (konative Ebene)

(Wiederkauf, Hörverhalten, Hördauer, etc.)

- Neun Monate nach Beginn des Podcastings haben wir mindestens 2.000 Abonnent*innen unter 40 Jahren auf unserem NÖN Spotify-Kanal.
- 12 Monate nach der Veröffentlichung des ersten Podcasts haben wir im Durchschnitt monatlich 20.000 Zuhörer*innen unter 40 Jahren.
- 12 Monate nach Start unserer Podcasts konnten wir den Anteil der Zielgruppe der unter-40-Jährigen auf NÖN.at auf 30 % erhöhen.
- 12 Monate nach der Veröffentlichung der Podcasts haben wir eine durchschnittliche Wiedergabedauer (in Prozent) von 55%.

3.2. Beschreibung der Zielgruppen

3.2.1. Zielgruppenübergreifende Merkmale

- Demografische Merkmale:
 - Alter: vorwiegend unter 50 Jahre (Verjüngung der Zielgruppe der NÖN)
 - Wohnort: Niederösterreich, angrenzende Bundesländer, Personen die aus Niederösterreich stammen (Personen mit Niederösterreich-Bezug)
 - Familienstand: Alleinlebende Personen, Jugendliche & Student*innen, Familien
- Sozioökonomische Merkmale:
 - Bildung: mittlere bis hohe Bildung (zumindest Höherer Schulabschluss)
- Psychografische Merkmale
 - Einstellungen: Heimatverbunden, Familienorientiert
 - Präferenzen: auditive Aufnahme von Inhalten, Multitasking
- Weitere Merkmale:
 - Menschen mit Technikkompetenz und entsprechender Ausstattung
 - Personen, die gerne unabhängig von Ort und Zeit die Nachrichten hören

3.2.2. Podcast-Zuhörer

Nachrichten

- Am Weltgeschehen interessierte Menschen
- Menschen, die wissen wollen, was in NÖ los ist
- Niederöreicher*innen & Bewohner*innen angrenzender Bundesländer
- Politik-interessierte

Sport

- Sportler (Profisportler, Hobbysportler)
- Vereine & Verbände
- Sport-interessierte
- Sportärzte
- Sportministerium
- Eigenschaften: Heimatverbunden, ehrgeizig

Spezial

- Zielgruppe abhängig vom Spezial-Thema
 - Beispiel: Kochpodcast -> Hobbyköche

Kultur & Reise:

- Familien, Pärchen, Singles
- Kulturinteressierte Personen
- Regionale Tourismusbetriebe: Gastronomiebetriebe, Hotellerie, Tourismusverband
- Kultur: Veranstalter in den Regionen

- Reisende interessiert an: Fernreisen, Zugreisen, Reisen in Österreich, Wellnessurlaub, Bildungsreise, Städtereise,
- Eigenschaften: spontan, aufgeschlossen

Kinder-Podcast (Weltgeschehen für Kinder erklärt)

- Kinder im Alter von 5-15 Jahren
- Eltern von Kindern

3.2.3. Podcast-Werbekunden

Allgemein & Nachrichten

- Niederösterreichische Betriebe & Unternehmen
- Anbieter von regionalen Produkten

Sport

- Vereine & Verbände
- Urlaubsgebiete für Sommer- oder Wintersport
- Sport- & Gesundheitsministerium
- Sportgeschäfte
- Regionale Sportstätten & Sportzentren
- Fitnessstudios
- Sportmarken

Spezial (Zuhörer*innen entscheiden über das Thema)

- Abhängig vom Spezial-Thema: Beispiel Kochpodcast: Lebensmittelhändler

Kultur & Reise

- Regionale Tourismusbetriebe: Gastronomiebetriebe, Hotellerie, Tourismusverbände
- Kultur: Veranstalter in den Regionen, Museen, Zoos, Ausstellungen
- Konzert- & Festivalveranstalter
- Cafés & Bars
- Nachtgastronomie (Clubs, Lokale, ...)

Kinder-Podcast (Weltgeschehen für Kinder erklärt)

- Spielzeugverkäufer, Spielzeughersteller
- Erlebnisparks, Kinderfreundliche Restaurants, Freizeiteinrichtungen für Kinder
- Shops für Kindermode und Babyartikel
- Betreuungseinrichtungen & Schulen
- Zaubershow, Kasperltheater, Zirkus, organisierte Kindergeburtstage

3.3. Zielgruppen-spezifische Ziele

Wahrnehmungsziele (kognitive Ziele) → Aufmerksamkeit, Markenkenntnis, Wissen

Einstellungsziele (emotionale Ziele) → Image, Emotionalisierung, Glaubwürdigkeit, Vertrauen

Verhaltensziele (konative Ziele) → Wiederkauf, Hörverhalten, Hördauer, etc.

Nachrichten

- 12 Monate nach Veröffentlichung der ersten Nachrichten-Podcast-Folge liegt das Vertrauen der Zuhörer*innen in den Nachrichten-Podcast bei 70%. (**emotionales Ziel**)
- Ein Jahr nach der Veröffentlichung des News-Podcasts ist der Podcast unter den Top 25 in Österreich. (**kognitives Ziel**)

Sport

- Sechs Monate nach der Erstaussstrahlung unseres Sport-Podcasts erreichen wir monatlich im Durchschnitt mindestens 2.500 Zuhörer*innen. (**kognitives Ziel**)
- Der Anteil an sportinteressierten Leser*innen bzw. Hörer*innen der NÖN ist neun Monate nach Beginn des Sport-Podcasts um 15 % gestiegen. (**kognitives Ziel**)
- Ein Jahr nach der Erstaussstrahlung des Sport-Podcasts, hat dieser Podcast eine durchschnittliche Wiedergabedauer (in Prozent) von 50 %. (**konatives Ziel**)

Spezial

- Neun Monate nach Veröffentlichung des Spezial-Podcasts werden wöchentlich mehr als 10 Themenvorschläge von Zuhörer*innen eingebracht. (**konatives Ziel**)
- 12 Monate nach Veröffentlichung des Spezial-Podcasts stimmen wöchentlich rund 200 Personen für das Thema der darauffolgenden Woche ab. (**konatives Ziel**)

Kultur & Reise

- Ein Jahr nach der Erstaussstrahlung des Kultur & Reise-Podcasts, hat dieser Podcast eine durchschnittliche Wiedergabedauer (in Prozent) von 60 %. (**konatives Ziel**)
- Sechs Monate nach Veröffentlichung des Kultur & Reise-Podcasts, hat der Podcast eine monatliche Hörer*innenanzahl von ungefähr 2.000. (**kognitives Ziel**)

Kinder-Podcast (Weltgeschehen für Kinder erklärt)

- Sechs Monate nach Veröffentlichung des Kinder-Podcasts, hat der Podcast eine monatliche Hörer*innenanzahl von ungefähr 700. (**kognitives Ziel**)

- Ein Jahr nach Veröffentlichung des Kindes Podcasts, wurde der Anteil der Zuhörer*innen in der Altersgruppe der 5- bis 15-Jährigen um 15 % erhöht. **(kognitives Ziel)**

Werbekunden

- 6 Monate nach Veröffentlichung des ersten Podcasts wissen 80 Prozent der Werbetreibenden der NÖN, dass sie nun auch in Podcasts werben können. **(kognitives Ziel)**
- 12 Monate nach Veröffentlichung der Podcasts buchen 50% der Werbekunden zumindest eine Kampagne in einem unserer Podcasts. **(konatives Ziel)**
- 60 Prozent unserer Podcast-Werbekunden buchen innerhalb eines Jahres nach ihrer ersten Podcast-Werbung mindestens eine weitere Kampagne in unseren Podcasts. **(konatives Ziel)**

4. Produktstrategie

4.1. Vision/Mission

Vision

„Die NÖN-Podcasts möchten Menschen interessante und aktuelle Themen näherbringen.“

Mission

„Wir arbeiten täglich daran neue interessante Themen zu unseren verschiedenen Podcast-Genres zu finden und diese entsprechend auszuarbeiten, um unsere Kund*innen laufend damit begeistern zu können.“

4.2. Inhalt

Mit den NÖN-Podcasts möchten wir den aktuellen Kund*innenstamm der NÖN erweitern und weitere treue Leser*innen und Hörer*innen gewinnen. Daher verfolgen wir mit unserem neuen Produkt eine **Marktwachstumsstrategie** und in weiterer Folge eine **Produktentwicklungsstrategie**. Wir möchten die vorhandenen Ressourcen im Unternehmen nutzen und das bestehende Angebot der NÖN um Podcasts erweitern. Als positiver Nebeneffekt bieten wir somit auch den bereits bestehenden Kund*innen neue Möglichkeiten unsere Inhalte zu rezipieren.



Ansoff-Matrix (Möglichkeiten für Marktwachstum)

Quelle: www.smartmarketingbreaks.eu/ansoff-matrix/

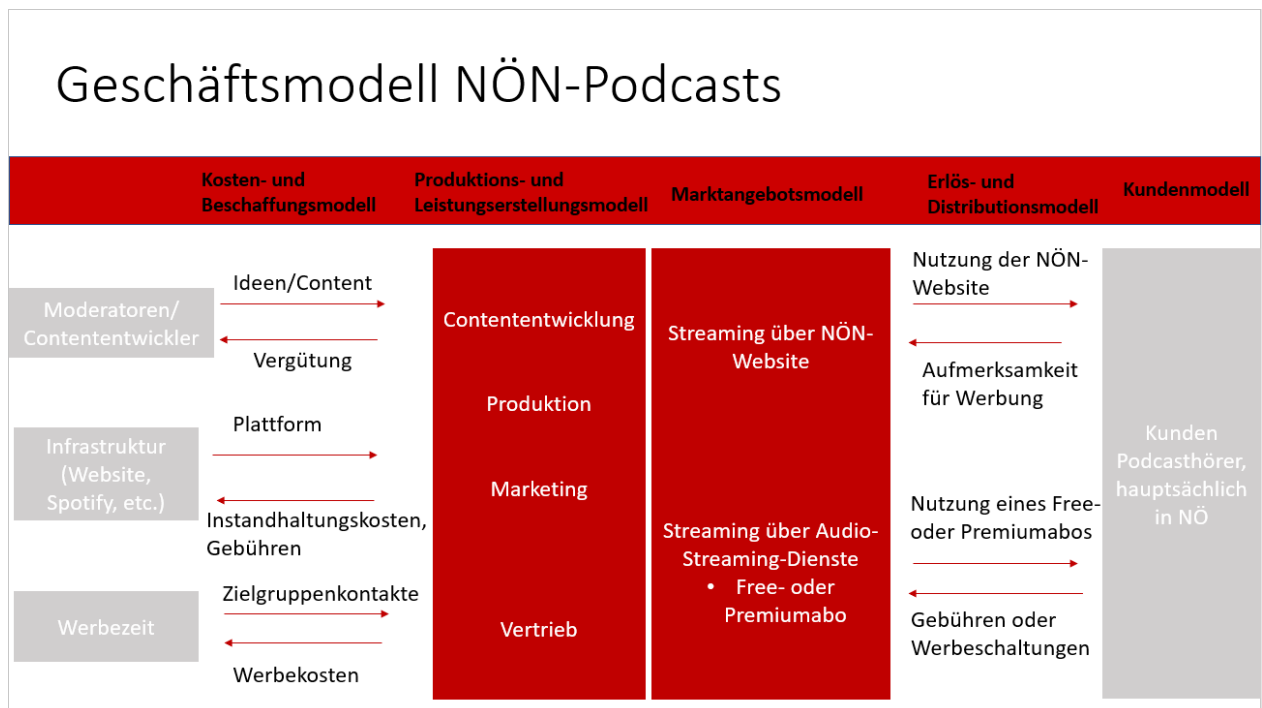
Mit den NÖN-Podcasts möchten wir vor allem eine jüngere Zielgruppe ansprechen und den aktuellen Kundenstamm der NÖN so erweitern. Wie aus der Analyse hervorgeht, sind Podcasts besonders bei Personen unter 30 Jahren sehr beliebt, was durch den anhaltenden Podcast-Boom nochmals verstärkt wird. Besonders beliebt sind Genres die Informationen und Wissen vermitteln und auch Nachrichten.

Als bekanntes und vertrauenswürdige Medienunternehmen in Niederösterreich bietet das zusätzliche Anbieten von Podcasts viele Vorteile. Vorhandene Informationen wie zum Beispiel bereits recherchierte Fakten und Nachrichten können wiederverwertet werden und den Kund*innen in anderer Weise zugänglich gemacht werden. Die Wertschöpfungskette der Podcasts entspricht somit zu einem großen Teil der bereits bestehenden Wertschöpfungskette des Unternehmens. In den Podcasts können einzelne Themen aufgegriffen und intensiver ausgearbeitet werden. Rezipient*innen können sich so über spezielle Themen informieren, die durch qualifizierte Journalist*innen auditiv aufbereitet werden.

Die NÖN-Podcasts unterscheiden sich von anderen Zeitungs-Podcasts indem sie speziell Niederösterreicher*innen ansprechen und relevante Themen rund um das größte Bundesland Österreichs behandeln.

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist der Podcast „Spezial“. In diesem Podcast werden wöchentlich aktuelle Themen behandelt, die eine Woche zuvor von den Rezipient*innen selbst ausgewählt wurden. Hörer*innen können jede Woche zwischen 2-3 Vorschlägen auswählen und das Thema mit den meisten Stimmen wird in der darauffolgenden Woche im Spezial-Podcast genauer erklärt. Der Spezial-Podcast ist somit individuell auf die Rezipient*innen der NÖN abgestimmt.

4.3. Geschäftsmodell



Kosten- und Beschaffungsmodell:

Ideen und Content werden von Content-Entwicklern/Moderatoren entwickelt und diese bekommen dafür eine Vergütung.

Produktions- und Leistungserstellungsmodell:

Zuerst werden Ideen gesammelt und die Inhalte kreiert. Danach werden diese Inhalte produziert und zusammengeschnitten zu einem Podcast und Werbung wird eingefügt. Anschließend wird Werbung für den Podcast gemacht und der Vertrieb startet.

Marktangebotsmodell:

Zugang zu den Podcasts hat man entweder über die eigene NÖN-Website für Podcasts oder über Streaming-Audio-Dienste. (Spotify, Apple Music, etc.)

Erlös- und Distributionsmodell:

Die Nutzung der NÖN-Podcasts ist über die eigene Website kostenlos. Die Podcasts werden durch Werbung finanziert und auch Erlöse werden dadurch generiert. Zu Beginn muss aber die NÖN „Starthilfe“ leisten, um das Projekt ins Rollen zu bringen. Die benötigte Reichweite, um die Podcasts nur mit Werbung finanzieren zu können, ist erst nach sechs Monaten vorhanden.

Auf Streaming Plattformen kann es durch Aufrufe der Streams zu geringen Einnahmen kommen, diese können den Podcasts jedoch nicht finanzieren. (dazu gibt es kaum Infos, Erfahrungen darüber werden im Laufe des Projektes gesammelt)

Kundenmodell:

Kunden sind Podcastinteressent*innen, hauptsächlich mit Wohnsitz in NÖ oder mit Bezug zu NÖ.

5. Produktgestaltung

5.1. Details inhaltliches Programm

5.1.1. Nachrichten

Der Nachrichten-Podcast erscheint **täglich von Montag bis Freitag**. Mit einer durchschnittlichen Dauer von 10 Minuten werden Zuhörer*innen über aktuelle und derzeit wichtige Themen wie Politik, Wirtschaft, Gesundheit, Weltgeschehen, Forschung, Kultur und Sport informiert. Zu Beginn jeder Folge werden internationale & nationale Themen aufgegriffen, die zweite Hälfte einer Folge fokussiert sich auf Niederösterreich. Werbekunden können je am Anfang oder Ende des Podcasts Werbung schalten (Sponsoring, Werbetext, etc.).

5.1.2. Sport

Der Sport-Podcast erscheint **jede Woche am Montag**, um die wichtigsten Ereignisse der Sportwelt des vergangenen Wochenendes zusammenzufassen. Mit einer durchschnittlichen Dauer von ca. 20 Minuten erhalten die Zuhörer*innen somit eine kurze, kompakte und zugleich informative Zusammenfassung über das Sportgeschehen. Zu Beginn des Podcasts wird über allgemeine Neuigkeiten (weltweit) in der Sportwelt erzählt und anschließend wird näher auf das Sportgeschehen speziell in Niederösterreich eingegangen. Ab und zu werden auch Gewinnspiele veranstaltet, bei denen die Zuhörer*innen Tickets für Sportveranstaltungen oder Sportausrüstung gewinnen können.

5.1.3. Spezial

Der Spezial-Podcast erscheint im **zwei-Wochen-Rhythmus immer Mittwochs** und ist voll und ganz auf unsere Zuhörer*innen abgestimmt. Eine Podcast-Folge dauert im Durchschnitt 30 Minuten. Nutzer*innen können Themenvorschläge einsenden, die von Mitarbeiter*innen evaluiert und kategorisiert werden. Die Mitarbeiter*innen der NÖN wählen 2-3 Themenvorschläge aus, die auf der NÖN-Homepage veröffentlicht werden. Zuhörer*innen können nun 7 Tage lang abstimmen, welches Thema in der nächsten Podcast-Folge behandelt werden soll. Die Inhalte können vielfältig sein von aktuellen Themen, über Alltagsproblemen bis hin zu speziellen Interessen alles beinhalten.

5.1.4. Kultur & Reise

Der Kultur & Reisepodcast erscheint **wöchentlich am Donnerstag** und versorgt Zuhörer*innen mit aktuellen Ausflugs- und Veranstaltungstipps und für das Wochenende. Eine Folge dauert je nach Menge der stattfindenden Veranstaltungen durchschnittlich 10 Minuten. Werbekunden können Beiträge sponsern bzw. entgeltliche Einschaltungen machen, um für ihre Veranstaltungen und Betriebe zu werben. Zuhörer*innen des Podcasts können ebenfalls interessante Ausflugsziele und Reisetipps einsenden. Hin und wieder werden auch Gewinnspiele veranstaltet, bei denen Zuhörer*innen unterschiedliche Preise gewinnen können (Ausflug, Gastronomie-Gutschein, Konzert-Tickets, Veranstaltungs-Tickets, etc.).

5.1.5. Kinder-Podcast (Weltgeschehen für Kinder erklärt)

Der Kinder-Podcast erscheint **jeden Freitag** mit einer neuen Folge die durchschnittlich 15-20 Minuten dauert. Dieser Podcast erklärt den Kleinsten aktuelles aus Österreich, Europa und der Welt, aber vor allem auch aus Niederösterreich. Auch Ereignisse nach besonderen Anlässen, wie Ramadan, Chanukka oder Weihnachten werden erklärt. Geschichte oder Naturwissenschaften können auch Teil des Kinder-Podcasts sein.

5.2. Inhaltestruktur / Navigation

Auf der NÖN.at Seite – Gestaltungsfreiheit im Rahmen des Unternehmens

- Eigener Reiter (neben Top10, St. Pölten, Regionen, NÖ, Sport, In-Ausland, Freizeit, Jobs)
- Ausgewählte Podcasts erscheinen auch auf der Startseite
- Reiter Podcasts
 - Podigee Player
 - Weiterleitung zu von uns genutzten Podcast Plattformen
 - Mögliche Plattformen: Apple Podcasts, Spotify, Deezer, Google Podcasts, Podimo, Youtube, Amazon Alexa und Amazon/Audible
 - Darunter Podcast Teaser
 - Werbefläche

Auf Podcast Plattformen

- Wenig Gestaltungsmöglichkeiten

5.3. Funktionalität

Auf der NÖN.at Seite

- Podigee Player
 - Einfache Einbettung
 - Kompatibilität
 - DSGVO-konform

Auf Podcast Plattformen

- Beispiel Spotify, Apple Music
 - Beschreibung der Folge – ein Textfeld: Timecodes verlinken nicht automatisch aber geben einen Anhaltspunkt, Links leiten weiter
 - Unterschiedliche Titelbilder je Folge möglich

5.4. Medienmix

Um die Podcasts interaktionsfördernder zu gestalten, binden wir die Zuhörer*innen auf diversen Plattformen mit ein.

Podcasts: In den Podcasts wird im Abspann Werbung für die jeweiligen anderen Podcasts gemacht. Zum Beispiel wird am Ende des Sport Podcasts Werbung für den neuen Spezial-Podcast gemacht, der dieses Mal die schönsten Weihnachtsmärkte in und um Niederösterreich vorstellt.

Homepage: Besonders auf der Homepage gibt es immer wieder interaktive Angebote für die Podcast-Zuhörer*innen. Regelmäßig können Zuhörer*innen hier über das nächste Thema des Spezial-Podcasts abstimmen und so mitentscheiden, worüber als nächstes diskutiert und informiert wird. Beim Spezial-Podcast haben die Zuhörer*innen auch die Möglichkeit durch die dafür eingerichtete Kommentarfunktion bzw. durch das Forum miteinander zu kommunizieren und mögliche Tipps zum jeweiligen Thema (beispielsweise schöne Weihnachtsmärkte) auszutauschen. Auch für die anderen Podcasts (z.B. Reise & Kultur oder Kinderpodcast) gibt es einen „Themenvorschlag-Briefkasten“. Zuhörer*innen können Themenvorschläge einsenden, die gegebenenfalls aufgegriffen werden.

Um Feedback zu den Podcasts zu erhalten, werden regelmäßig Umfragen unter den Zuhörer*innen durchgeführt. Damit kann die Zufriedenheit der Kunden gemessen werden und die Podcasts können bestmöglich der Zielgruppe angepasst werden.

Social Media: Die neuen Podcasts werden auf Instagram und Facebook vorgestellt. Auf den sozialen Plattformen folgen Interaktionen mit den Abonnent*innen durch Umfragen zu gewünschten Podcast-Themen oder Verlinkungen zu den neuesten Podcast Folgen auf noen.at bzw. Streamingplattformen wie Spotify und Apple Music.

Print: In der Printvariante der NÖN wird Werbung für die neuen Podcasts gemacht. Dabei werden die fünf Podcasts kurz beschrieben und der Link zur NÖN-Website bzw. zu den Streamingplattformen angegeben (Spotify, Apple Music). Hier wird unter anderem mit QR-Code gearbeitet.

5.5. Design

Podcast Design auf noen.at

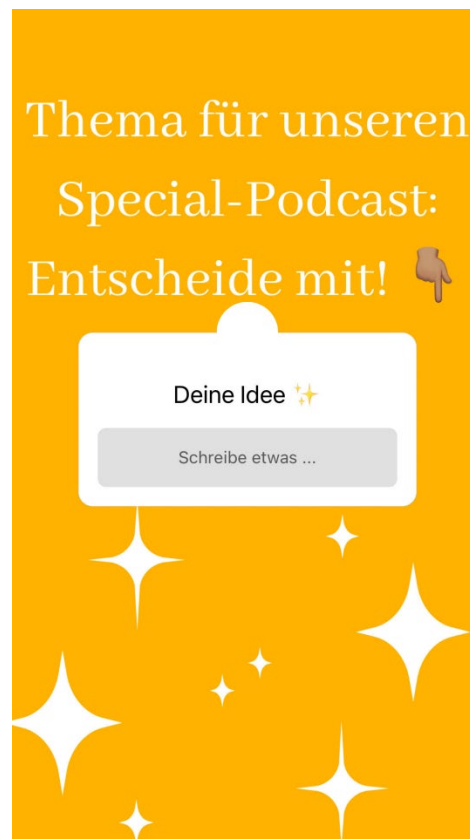
hier geht's zu unserem Design:

<https://www.figma.com/proto/RzJZN0tm8A3i94mmawPWCc/N%C3%96N-Podcast?page-id=0%3A1&node-id=3%3A7&viewport=241%2C48%2C0.24&scaling=scale-down&starting-point-node-id=3%3A7>

und hier <https://www.figma.com/file/RzJZN0tm8A3i94mmawPWCc/N%C3%96N-Podcast?node-id=0%3A1> zum Projekt in der Übersicht

Werbeideen für Instagram, Print und nön.at

Beispiel Instagram-Story:



Instagram Post: (Beitrag mit mehreren Bildern)





Beispiel: Titelblatt der NÖN mit Werbung unten links für Podcasts

13.07.15 15:19:01 [Teilsseite 'T'NOENPIE 1/1' - NP_FUNKPROD | NÖ Pressehaus | NÖ Nachrichten | Pielachtaler | Lokales | Pielachtal] von krizastr (Color Bogen)

Mit Zauber zum Weltmeister-Titel

Hofstetten-Grünau | Amélie van Tass und Thommy Ten beste Mentalmagier. **S. 38**

Pielachtaler NÖN

Nr. 29, 13.7.15, Abn. 02762/802-1802 € 2,90
pielachtal.NÖN.at

109 neu finanzierte Mietwohnungen
WIDERINGSTRASSE 18
2100 St. Pölten

Informieren Sie sich jetzt unter www.amerhotels.at

Novellitäten-Sonder
Ein Unternehmen von BWS-Gruppe und Haring Group

bwsg. HAYING

PIELACHTAL
Wiedersehen mit Retter vom Matterhorn beim Bergfilmfestival Seite 33

RABENSTEIN
20 Flüchtlinge kommen bei Ex-Wirt unter Seite 40

André Heller in Hofstetten-Grünau
Stargast beim Dialogikum Phönixberg von Ulrich Reinthaller und Barbara Pacht-Eberhart war André Heller (von links). Über Bildung und sein Leben philosophierte der Multi-Künstler in der ausverkauften Grünauer-Halle. Mehr dazu auf den Seiten 32 und 88. *Fotos: Krizanic-Fallmann, Sebastian KoroPEX*

Jetzt neu: NÖN-Podcasts
Mehr auf S. 7

FRANKENFELS
Freibad-Sanierung: Schüler erstellen Projektarbeit Seite 45

PIELACHTAL
Vifzack-Aktion ist gestartet Seiten 52/53

CLUB
Zu jedem neuen Taschengeld- oder Jugendkonto gibt es jetzt einen original Burton Rucksack, oder eine Converse Sonnenbrille sowie eine Luftmatratze!
www.natap.at

drucko
500 Folder
ECO-Folder, A4 Rückenfalt auf 100x210mm, 4C/CM, 120g
€49,-
www.druck.at/eco

Werbepbanner für Website

Podcasts jetzt auf NÖN.at

Hier Reinhören
NÖN.at/podcasts

6. Lastenheft

6.1. Thema und Auftraggeber

Thema: NÖN-Podcasts auf noen.at

Auftraggeber: Peter Hofbauer

6.2. Die Ausgangssituation

Bisher liegt der Großteil der aktuellen Zielgruppe der NÖN im Bereich der über 40-Jährigen. Ziel ist einen stärkeren Fokus auf die strategisch bedeutsame Altersgruppe <40 zu legen. Mit dem Einführen regelmäßiger Podcasts soll eine jüngere Zielgruppe erreicht werden und zugleich auch an das Unternehmen gebunden werden. Daraus ergeben sich zusätzlich neue Erlösfelder bzw. neue mögliche Einnahmequellen. Weiters sollen Podcasts zur Erhöhung der Visits auf noen.at beisteuern und damit auch die Unique Clients erhöht werden.

Zusammengefasst, soll die Einführung der Podcasts helfen die Zielgruppe zu erweitern und neue Kund*innen zu gewinnen sowie zu binden.

6.3. Leistungsbeschreibung

Um NÖN zu einer 360°-Marke weiterzuentwickeln, wird der Podcast auf der bestehenden Homepage NÖN.at eingebettet. Dazu wird ein zusätzlicher Reiter mit dem Titel „Podcast“ angelegt. Unter anderem befindet sich auf der Titelseite von NÖN.at ein Banner, über den Leser*innen zum Podcast gelangen können.

Unter dem Menüpunkt „Podcast“ werden die einzelnen Podcasts wie folgt aufgelistet:

- Nachrichten
- Sport
- Spezial
- Kultur & Reise
- Kinder-Podcast

Auf der allgemeinen Podcast-Webpage gibt es noch einmal eine Übersicht über die einzelnen Podcast-Themen. Darunter sind die beliebtesten Podcast-Folgen aufgelistet, sowie die Umfrage zum nächsten Thema des Spezial-Podcasts.

Auf der Webpage des „Nachrichten-Podcast“ wird an oberster Stelle die aktuelle Podcast-Folge angezeigt, darunter folgen chronologisch absteigend die vergangenen Podcast-Folgen vom Nachrichten Podcast, sowie eine Übersicht über die beliebtesten Podcasts der NÖN.

Diese Darstellung wird auch bei allen andere Podcast-Themen angewandt.

Auf der Webpage des „Spezial-Podcast“ wird als zusätzliches Feature ein Abstimmungstool eingebaut, mit dem Zuhörer*innen abstimmen können, welches Thema im nächsten Spezial-Podcast behandelt wird.

Beim Klicken auf eine Podcast-Folge werden Zuhörer*innen auf eine weitere Webpage weitergeleitet, auf der an oberster Stelle die Podcast-Folge als abspielbare Audio-Datei angezeigt wird. Darunter befinden sich mehrere Buttons, mit denen User*innen zur Podcast-Folge auf Streaming Plattformen (wie z.B. Spotify oder Apple Music) weitergeleitet werden.

Unter den Buttons erfolgt eine kurze inhaltliche Beschreibung der Podcast-Folge.

Darunter werden die beliebtesten Podcasts der NÖN aufgelistet.

Die Platzierung für Werbeanzeigen entsprechen den bereits vorhandenen Werbeplätzen der NÖN-Website.

Eine Schnittstelle für die Podcasts auf noen.at ist der Podigee Player. Hier werden Podcasts gehostet, das Audio-Encoding durchgeführt und an Podcast-Feeds wie Apple Music oder Spotify ausgegeben. Weiters ist es möglich den Podcast auf der eigenen Webseite einzubinden.

6.4. Alle relevanten Rand- oder Rahmenbedingungen

Es gelten die gleichen relevanten Rand- und Rahmenbedingungen wie auf noen.at. Die Blattlinie der NÖN ist einzuhalten.

Bei Umfragen werden keine Klarnamen oder User-Namen gespeichert oder archiviert. Hier wird nur das prozentuelle Ergebnis benötigt. Der Podcast-Player von Podigee ist DSGVO-konform.

7. Finanz- und Ressourcenplan

7.1. Ausgaben

Investitionen zu Beginn		
Investition	Investitions-summe	Anmerkungen
Mikrofon	€ 170	
Zubehör	€ 201	Kopfhörer, Pop-Schutz Filter, etc.
Podcast Cover Design	€ -	interne Erstellung
Erstellung/Integrierung Podcast-Website	€ -	interne Erstellung
Musik/Intro	€ -	interne Erstellung mit lizenzfreier Musik & Soundeffekte
Summe der Investitionskosten	€ 371	

Laufende Kosten pro Monat (brutto)		
Kostenart	Höhe der Kosten	Anmerkung
Hosting	€ 25	Podigee Advanced
Interview Tool zur Online Aufnahme	€ 15	Riverside Standard
Aufnahmeprogramm	€ -	Audacity
2 Mitarbeiter*innen	€ 7.000	(2.700€ brutto + Dienstgeber Abgaben)*2
Ad-Budget für Social Media	€ 400	Instagram, Facebook, TikTok
Summe der laufenden Kosten	€ 7.440	

7.2. Einnahmen

Der Podcast finanziert sich vollständig durch Werbeeinnahmen. Werbepartnern werden vier verschiedene Möglichkeiten zur auditiven Werbeschaltung angeboten:

- Pre-Podcast: Werbeschaltung vor der Podcast-Folge
- In-Podcast: Werbeschaltung in der Podcast-Folge
- Product-Placement: Produktplatzierung in der Podcast-Folge durch Moderator*innen
- Sponsoring: Werbepartner übernehmen die Ausgaben einer Podcast-Folge (wird zu Beginn und am Ende der Podcast-Folge durch die Moderator*innen erwähnt)

In der nachfolgenden Tabelle sind die Preise für die einzelnen Werbeformen dargestellt:

Audio Werbung - TKP

Pre-Podcast	€ 20,00
In-Podcast	€ 15,00
Product-Placement	€ 30,00
Sponsoring	Preis einer Podcast-Folge

Die nachfolgende Tabelle zeigt eine Auflistung der monatlichen Einnahmen, wenn jede veröffentlichte Podcast-Folge 1.000 Zuhörer*innen erreicht. Abhängig von der Reichweite variieren die Einnahmen.

Einnahmen pro Monat

Podcast	Dauer	Pre-Podcast Werbeplätze	In-Podcast Werbeplätze	Einnahmen je 1.000 Zuhörer*innen	Erscheinungen pro Monat	Einnahmen pro Monat
Nachrichten	10 min	1	1	€ 35,00	20	€ 700,00
Sport	20 min	1	2	€ 50,00	4	€ 200,00
Spezial	30 min	1	3	€ 65,00	2	€ 130,00
Kultur & Reise	10 min	1	1	€ 35,00	4	€ 140,00
Kinder-Podcast	15-20 min	1	2	€ 50,00	4	€ 200,00
						€ 1.370,00

Des Weiteren sind pro Monat ca. 4 Produktplatzierungen in beliebigen Podcast-Folgen geplant.

Product-Placement

Podcast	Anzahl pro Monat	Einnahmen pro Monat
beliebig	4	€ 120,00

Die monatlichen Einnahmen durch Sponsoring können variieren.

8. Zeit- und Themenplan

Podcast: Nachrichten				Podcast: Sport				
Datum	Tag	Thema		Datum	Tag	Thema		
14.02.2022	Montag	Aktuelle Themen: Politik, Wirtschaft, Gesundheit, etc.		14.02.2022	Montag	Bundesligastart Österreich und Olympische Spiele		
15.02.2022	Dienstag							
16.02.2022	Mittwoch							
17.02.2022	Donnerstag							
18.02.2022	Freitag				21.02.2022	Montag	Olympische Spiele Resümee 9 Niederösterreicher*innen - wie erging es ihnen	
19.02.2022	Samstag							
20.02.2022	Sonntag							
21.02.2022	Montag							
22.02.2022	Dienstag				28.02.2022	Montag	Ski Alpin Garmisch-Partenkirchen bzw.	
23.02.2022	Mittwoch							
24.02.2022	Donnerstag							
25.02.2022	Freitag							
26.02.2022	Samstag							
27.02.2022	Sonntag				07.03.2022	Montag	1. Spieltag Regionalliga Ost und 1. Landesliga	
28.02.2022	Montag							
01.03.2022	Dienstag							
02.03.2022	Mittwoch					Ski Alpin Kvitfjell bzw. Lenzerheide		

Podcast: Spezial			
Datum	Tag	Thema	
16.02.2022	Mittwoch	Long Covid - Was steckt dahinter? Long Covid ist nach wie vor ein Rätsel für uns. In diesem Podcast werden wir mit erfahrenen Virologen reden, um bisherige Erkenntnisse über Long Covid zu erfahren.	
23.02.2022	Mittwoch		
02.03.2022	Mittwoch	Backen mit Gitti In diesem Podcast wird Gitti mit euch frühlingshafte Cake-Pops zaubern, die perfekt sind um sie mit der Familie an den Feiertagen zu teilen. Folgende Zutaten werden benötigt: 150 g Mehl, 80 g Zucker, 50 ml Milch, 80 g Butter, Lebensmittelfarbe, etc.	

Podcast: Kultur & Reise				
Datum	Tag	Thema		
17.02.2022	Donnerstag	Schloss Hof im Winter		
		Veranstungstipps (falls möglich)		
		Tori Amor 18.02 Festspielhaus		
		Klenk und Scheuba 18.02 Stadtsaal Tulln		
24.02.2022	Donnerstag	Die besten Thermen in NÖ		
03.03.2022	Donnerstag	Niederösterreich und seine Museen		
		Veranstungstipps		
10.03.2022	Donnerstag	Burgen und Schlösser		
		Veranstungstipps		

Podcast: Kinder				
Datum	Tag	Thema		
18.02.2022	Freitag	Aktuelle Themen kinderleicht erklärt + Was ist Corona überhaupt?		
		Aktuelle Themen werden kinderleicht und verständlich erklärt. Damit die Kleinen es auch verstehen, wird versucht zu erklären wie das Coronavirus funktioniert.		
25.02.2022	Freitag	Aktuelle Themen kinderleicht erklärt + Kinderrechte		
		Aktuelle Themen werden kinderleicht und verständlich erklärt. Nicht nur Erwachsene sondern auch Kinder haben Rechte. Deshalb erklärt uns der Kinderrechtsexperte Dr. Kind heute, was man genau darunter verstehen darf.		
04.03.2022	Freitag	Aktuelle Themen kinderleicht erklärt + Das alte Ägypten		
		Aktuelle Themen werden kinderleicht und verständlich erklärt. Wie lebten die Ägypter und wer waren die Pharaonen? Wieso wurden die Pyramiden erbaut?		
11.03.2022	Freitag	Aktuelle Themen kinderleicht erklärt + Eine Zeitreise in die Steinzeit		
		Aktuelle Themen werden kinderleicht und verständlich erklärt. Wie lebten die Menschen in der Steinzeit? Was für Werkzeuge gab es? Wie pflegten sie sich?		

9. Erfolgskontrolle

Überprüfung der Reichweite

Die Podcasts werden in regelmäßigen Abständen (alle 3 Monate) auf ihre Reichweite und die Anzahl der Zuhörer*innen überprüft und gegebenenfalls angepasst. Dabei wird sowohl die Reichweite auf der NÖN.at Webseite, als auch die Reichweite in den Streaming-Diensten überprüft (Spotify, Apple Music, etc.).

Überprüfung der Finanzen

Nach drei Monaten wird überprüft, ob die laufenden Einnahmen und Ausgaben den Berechnungen des Finanzplans entsprechen. Es wird außerdem überprüft, ob die Zahl der Werbepartner steigt und hoch genug ist, damit sich die Podcasts nach 6 Monaten durch Werbung gegenfinanzieren lassen. Ist dieser Wert zu niedrig, wird ein vermehrter Fokus auf die Akquisition von neuen Werbepartnern gelegt.

Umfragen

Unter Niederösterreicher*innen:

- Nach 12 Monaten wird eine Umfrage unter Niederösterreicher*innen durchgeführt, um die Bekanntheit der NÖN-Podcasts in Niederösterreich zu erfragen.

Unter NÖN-Leser*innen:

- Nach 9 Monaten wird eine Umfrage unter NÖN-Leser*innen durchgeführt, um die Bekanntheit der NÖN-Podcasts zu erfragen.

Unter Zuhörer*innen:

- Regelmäßige Umfragen (alle 3 Monate) zur Zufriedenheit mit den Podcasts, zur durchschnittlichen Wiedergabedauer der einzelnen Podcast-Folgen und zum Vertrauen in die NÖN.

Unter Werbekunden der NÖN:

- Nach 6 Monaten wird eine Umfrage unter Werbekunden der NÖN durchgeführt, um die Bekanntheit der Podcasts als Werbemöglichkeit zu erfragen.