

## NEUE WEGE DER KUNDENANSPRACHE MIT SPOTIFY AUDIO ADS

Die Wirksamkeit von Audiowerbung unter die Lupe genommen

Durch die immer stärker werdende Nachfrage nach Audio-Streamingdiensten ergeben sich für Unternehmen neue Möglichkeiten, Kunden gezielt anzusprechen.

Wie es um den Erfolg dieser Werbemaßnahmen steht, erfahren Sie hier.

Januar 2024

## INHALT

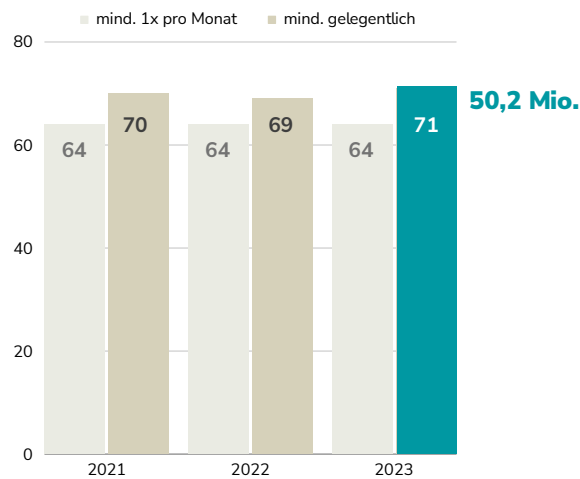
<b>Einleitung .....</b>	<b>3</b>
<b>Herausforderungen für Unternehmen in der digitalen Landschaft .....</b>	<b>4</b>
<b>Wie gut wird Audiowerbung wahrgenommen? .....</b>	<b>5</b>
<b>Abschließende Zusammenfassung und Empfehlung .....</b>	<b>6</b>

## EINLEITUNG

Audio-Streamingdienste erfreuen sich wachsender Beliebtheit: 71 % der Deutschen ab 14 Jahren nutzen regelmäßig Online-Audio-Formate<sup>1</sup>.

### Nutzung von Online-Audio-Angeboten in Deutschland bei Personen ab 14 Jahren

(Angaben in Prozent / Mio)



Grafik in Anlehnung an Online Audio Monitor 2023

Spotify als größte Audio-Streaming-Plattform hatte 2023 weltweit 574 Mio. monatlich aktive Nutzer, 26 % mehr als im Vorjahr<sup>2</sup>. Damit erschließt sich ein neuer Werbemarkt, der es Unternehmen ermöglicht, ihre Botschaften einem breiten Publikum zu vermitteln.

<sup>1</sup> Quelle: [www.online-audio-monitor.de](http://www.online-audio-monitor.de)

<sup>2</sup> Quelle: [de.statista.com](http://de.statista.com)

## HERAUSFORDERUNGEN FÜR UNTERNEHMEN IN DER DIGITALEN LANDSCHAFT

Unternehmen stellen sich in der Regel zwei Fragen:

- 1. Wie kann ich meine Produkte oder Dienstleistungen bestmöglich vermarkten?**
- 2. Wie bekomme ich langfristig gute Mitarbeitende für mein Unternehmen?**

Dass sie sich mit diesen Fragen beschäftigen ist nicht verwunderlich. Die Kaufkraft der Europäer ist 2023 um 5,8 % gestiegen<sup>3</sup>, das Angebot an Produkten ist groß. Auch der Stellenmarkt spricht für sich: im Dezember 2023 waren in Deutschland insgesamt 712.945 offene Stellen gemeldet<sup>4</sup>.

Um also ihre Produkte zu vermarkten oder geeignete Bewerber zu finden, ergreifen Unternehmen Werbemaßnahmen. Oftmals sind diese Maßnahmen kosten- und zeitintensiv. Wer sich bislang mit Audiowerbung befasst hat, wird festgestellt haben, dass auch klassische Radiowerbung ihren Preis hat: je nach Radiosender und Sendezeit kostet eine Sekunde Radiowerbung zwischen 0,50 und 199,00 €, hinzu kommen Produktionskosten für den Radiospot ab 450,00 €<sup>5</sup>. So kostet beispielsweise bei den Sendern der SWR Gruppe – je nach Umfang des Sender-Pakets – Radiowerbung im Zeitraum Montag bis Freitag zwischen 13,15 und 155,01 € pro Sekunde<sup>6</sup>. Zusätzlich verändert sich das Hörverhalten der Deutschen: die Anzahl der Personen, die täglich Radio hören, ist 2023 weiter gesunken, während die Anzahl derjenigen, die nie Radio hören, weiter steigt<sup>7</sup>.

Um im Wettbewerb bestehen zu bleiben, müssen Unternehmen also neue Werbeansätze versuchen.

---

<sup>3</sup> Quelle: [www.gfk.com](http://www.gfk.com)

<sup>4</sup> Quelle: [de.statista.com](http://de.statista.com)

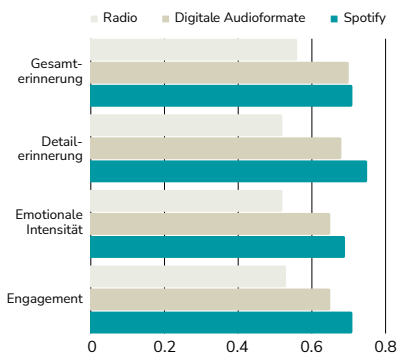
<sup>5</sup> Quelle: [www.crossvertise.com](http://www.crossvertise.com)

<sup>6</sup> Quelle: [www.swrmediaservice.de](http://www.swrmediaservice.de)

<sup>7</sup> Quelle: [de.statista.com](http://de.statista.com)

## WIE GUT WIRD AUDIOWERBUNG WAHRGENOMMEN?

### Vergleich der Wirkung von Spotify mit anderen digitalen Audioformaten und Radio auf das menschliche Gehirn



Grafik in Anlehnung an Neuro Insight und Spotify, Juni 2021

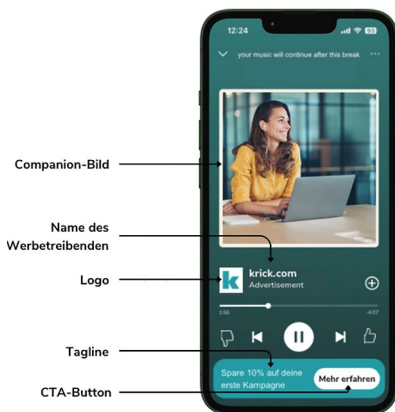
Der Großteil der Deutschen nutzt Online-Audio-Formate über das Smartphone<sup>8</sup>. Das ermöglicht ein Zuhören von überall – ob zuhause, in der Bahn oder beispielsweise im Fitnessstudio. Nutzer hören ihre favorisierten Inhalte also wo sie es wollen und wann sie es wollen. Das hat den Vorteil, dass sie aktiv zuhören und nicht nur passiv konsumieren.

Eine Studie von Spotify und Neuro-Insight ergab, dass digitale Audioformate eine deutlich größere Wirkung haben als Radio, weil das Hörerlebnis ein besseres ist. Bei Spotify wird diese Wirkung noch weiter verstärkt. Dies führt zu einem höheren Erinnerungsvermögen, größerem Engagement und einer tieferen emotionalen Bedeutung<sup>9</sup>.

Dadurch werden auch zwischen den Musiktiteln platzierte Anzeigen besser aufgenommen. Somit haben Audio Ads einen hohen Wirkungsgrad.

Parallel zu den Audio-Anzeigen erhalten Hörer eine Display-Anzeige<sup>10</sup> mit Button auf ihrem Handy, der auf eine gewünschte Zielseite oder App führt.

Spotify Audio Ads können an ausgewählten Standorten ausgespielt und somit auch für lokales Marketing genutzt werden. Im Vergleich zur klassischen Radiowerbung können bei Spotify Audio Ads bereits geringe Budgets von 100,00 € im Monat Erfolge erzielen.



Aufbau einer Spotify Audio Ad, Darstellung in Anlehnung an Spotify

<sup>8</sup> Quelle: [www.online-audio-monitor.de](http://www.online-audio-monitor.de)

<sup>9</sup> Quelle: [ads.spotify.com](http://ads.spotify.com)

<sup>10</sup> Quelle: [ads.spotify.com](http://ads.spotify.com)


## ABSCHLIESSENDE ZUSAMMENFASSUNG UND EMPFEHLUNG

Um in der heutigen Zeit effektiv und kostenoptimiert zu werben, müssen Unternehmen neue Wege gehen. Audio Werbeanzeigen bei Spotify ermöglichen eine gezielte Ansprache von Kunden in aufmerksamkeitsstarken Momenten, egal ob lokal oder national, und das bereits bei kleinem Budget.

### **Kontakt:**

Mainparkring 4 | 97246 Eibelstadt

whitepaper@krick.com | [www.krick.com/expertenblog](http://www.krick.com/expertenblog)

 +49 800 0057425

 Whatsapp Chat

© 2024 krick.com | Alle Rechte vorbehalten.