

# DIE TECHNIKER SETZT AUF DYNAMIC PODCAST ADS MIT RMS SPOT CREATOR



## HINTERGRUND DER KAMPAGNE:

Als führende gesetzliche Krankenversicherung bietet die Techniker Krankenkasse (TK) eine Reihe digitaler Services und Gesundheitsleistungen an, die den Alltag der Kund:innen erleichtern sollen. Mit einem Multi-App-Ansatz verfolgt sie das Ziel, das Dokumentenchaos zu beenden und gesunde Lebensstile zu belohnen. Die Herausforderung besteht jedoch darin, diese Leistungen nachhaltig und zielsicher an das richtige Publikum zu tragen und sich dabei im hart umkämpften Markt gegenüber den Wettbewerbern durchzusetzen. Innovative Kommunikationswege sind gefragt, die die Menschen mit authentischen Botschaften dort abholen, wo sie zuhören – und das mit möglichst geringem Aufwand. Aus diesem Grund entschied sich die TK dazu, über den RMS Spot Creator dynamische Podcast Ads als Teil der Marketingstrategie einzusetzen.

## ZIELSETZUNG DER TECHNIKER:

Positionierung der TK als beste Krankenkasse in spitzer Zielgruppen	Erweiterung der TV- und Online-Marketingaktivitäten durch Audio- bzw. Podcast-Marketing und dadurch Abgrenzung zu Wettbewerbern	Neue Kombination der Wirksamkeit von Podcast Ads mit der Skalierbarkeit von adserver-basierter Vermarktung bei geringem Produktionsaufwand	Erreichen exklusiver Zielgruppen in zum jeweiligen Produkt passenden Themenumfeldern
Bekanntmachung der Produktpalette			

## ECKDATEN DER AUDIO-KAMPAGNE:

Um die Ziele zu erreichen, setzte die TK auf adserver-basierte Podcast-Werbung und nutzte den RMS Spot Creator in der Marketingkommunikation. Die Self Service Plattform bildet den gesamten Gestaltungsworkflow von Podcast Ads ab - von Briefing bis zur Auslieferung der Podcast-Spots.

*„Für uns verbinden Dynamic Podcast Ads den besonderen Impact von nativer Podcast-Werbung mit einer höheren Reichweite bei gleichzeitig geringerem organisatorischem Aufwand. Dadurch wird Audio eine noch effizientere Ergänzung zu TV und Online, um unsere Image-Ziele zu erreichen.“*

- Bruno Kollhorst, Leiter Werbung & HR-Marketing, Die Techniker.

## DETAILS:

- Produktion verschiedener Spots zur Bewerbung der App-Produkte (Online Filiale „Meine TK“, TK-App, Allergie-App „Husteblume“, Gesundheitsassistent „TK-Doc“ sowie den TK Sport-Check)
- Einsatz verschiedener Botschaften-Kombinationen entlang drei definierter Handlungsstränge mit Umfeld-Targeting
- Ansprache dreier Zielgruppen mit unterschiedlichen demografischen Merkmalen (Alter, Beschäftigung, Bildung)
- Dynamische und automatisierte Ausspielung in Echtzeit entlang Wetter-Targeting und Genres

Im Zeitraum vom 01.06. - 09.07.2021 werden über 1,2 Mio. Werbespots in ausgewählten Umfeldern aus dem RMS Podcast-Portfolio, darunter Lifestyle, Sport, True Crime und Comedy ausgespielt.



# DIE TECHNIKER SETZT AUF DYNAMIC PODCAST ADS MIT RMS SPOT CREATOR



Dabei werden drei definierte Handlungsstränge verfolgt:

- 1. Gutes Wetter:** Bei Sonnenschein und mehr als 20°C wird über alle Genres hinweg das Wetter-Intro sowie die Produktinfo zur Allergie-App „Husteblume“ ausgesteuert. Beim Mobile Traffic verweist der anschließende Call-to-Action (CTA) auf den App-Download, bei allen anderen Devices wird auf die TK-Website verwiesen. Der Spot endet mit dem Wetter-Outro.
- 2. Sport + kein gutes Wetter:** Beim Genre Sport wird bei weniger gutem Wetter das Sport-Intro sowie Produktinformationen zum TK Sport-Check ausgespielt. Der Spot endet mit dem Sport-Outro und dem CTA auf die TK-Website.
- 3. Alle Genres außer Sport + kein gutes Wetter:** Ein genre-spezifisches oder generisches Intro wird mit variierenden Informationen zu den verschiedenen Produkten in Rotation ausgesteuert. Die Spots enden mit dem für das Genre produzierten bzw. dem generisch Outro sowie dem Verweis auf die Website.

## ERGEBNISSE:

### Hohe Kampagnenleistung bei geringem Produktionsaufwand

Die Kampagne über den Spot Creator kombiniert die Stärken von Podcasts mit den Vorteilen einer automatisierten Buchungslösung und erleichtert so die Kreation maßgeschneiderter Podcast Ads. Der Spot Creator ermöglicht die Produktion professioneller Audiospots ohne großen Aufwand und innerhalb weniger Tage. So ist es der TK möglich, wirkungsvolle Audiokampagnen über Dynamic Podcast Ads zu kreieren, die durch die Einbindung von Daten inhaltlich und in puncto Tonalität zur Rezeptionssituation der User passen. Zusätzlich sind digitale Podcast-Werbekampagnen über den Spot Creator messbar und skalierbar.

### Positionierung als moderne Marke durch zeitgemäße Kommunikationsmittel

Die Podcast-Kampagne der TK reagiert auf die zunehmende Verlagerung des Medienkonsums in hörbare Dimensionen und nutzt die Potenziale moderner Kommunikationswege, um die eigene Marke in einem attraktiven Werbeumfeld wirkungsvoll zu inszenieren. Gerade Podcasts bewegen sich als Kanal zunehmend in Richtung Mainstream und eignen sich hervorragend für Branding- oder Image-Ziele. Marken, die ihren Zielgruppen rasch in diese neuen Umfeldler folgen und sich dort Gehör verschaffen, sichern sich einen enormen Wettbewerbsvorteil.

### Erweiterung bisheriger Marketingaktivitäten um wirkungsvolle Audio-Dimension

Die TK profitiert im Zuge der flankierenden Audiokampagne davon, dass sich Werbekampagnen hervorragend über auditive Formate verlängern lassen. Werbekund:innen nutzen z.B. die hohen Reichweiten von TV-Werbung und schaffen damit die Basis für die Wiedererkennbarkeit ihrer Marke in den digitalen Audiokanälen. Mit ihrer loyalen, wachsenden Hörerschaft und der hohen Werbeakzeptanz ergänzen Podcasts die Markenkommunikation um eine weitere effektive Komponente - eine optimale Voraussetzung für eine gute Werbewirkung.

ELMAR STEIN

Digitale Medien  
Leiter Digital Sales

+49. 40. 23890-337  
[stein@rms.de](mailto:stein@rms.de)



Sie möchten mehr über den RMS Spot Creator und Dynamic Podcast Ads erfahren? Lassen Sie uns darüber miteinander sprechen.

Mehr spannenden Audio-Themen unter:  
[www.rms.de](http://www.rms.de)

