



Der Lobo-Podcast von SPIEGEL ONLINE

Ein Debatten-Cast von und mit Sascha Lobo

SPIEGEL MEDIA

Der Premium-Vermarkter

November 2017

Junge Zielgruppen, steigende Reichweiten und authentische Content-Integration



Podcasts werden von immer mehr Menschen gehört

- **Reichweite:** In Deutschland nutzen rund 7,5 Millionen Menschen Podcasts – also 13 Prozent der Onliner ab 14 Jahren ¹⁾
- **Häufigkeit:** 23 Prozent der Nutzer hören Podcasts mindestens einmal wöchentlich ²⁾
- **Zielgruppen:** Junge Menschen (14 - 29 Jahre) hören doppelt so häufig Podcasts wie der Bevölkerungsdurchschnitt¹⁾
- **Nutzung:** Vor allem in Situationen, in denen Video und Print nicht funktionieren: im Auto, beim Radfahren, Joggen, Putzen oder Einschlafen – bei geringer Parallelnutzung anderer Medien



Podcasts bieten neue Möglichkeiten für die (Native) Werbung

- **Akzeptanz:** 77% der Nutzer tolerieren Werbung in kostenlosen Podcasts,³⁾ non-skippable Werbeblöcke setzen dies um
- **Bindung:** Werbebotschaften durch Podcast-Sprecher ermöglichen eine authentische Content-Integration
- **Hohe Aufmerksamkeit** und lange Verweildauer ermöglichen komplexe Werbebotschaften
- **Erreichbarkeit:** Die Ausspielung über Audio Content Management Systeme umgeht AdBlocker

Kontrovers - Sascha Lobo bezieht Stellung zu Leserkommentaren


SPIEGEL ONLINE DER SPIEGEL SPIEGEL TV Suche Anmelden

NETZWELT Benachrichtigen WebTV 044 22.765.124 TV-Programm 200

Nachrichten > Netzwelt > Web > S.P.D.N. - Die Mensch-Maschine > Programmieren in der Schule: Sollen Kinder programmieren lernen? - Kolumne

Digitaleverständnis von Schülern
Programmieren lernen hilft nicht

Sollten Kinder in der Schule programmieren lernen? Nein, findet unser Kolonnist *Sascha Lobo* - und möchte gern wissen, was Sie darüber denken.



Schüler an Computer-Arbeitsplätzen in einer Grundschule in Niedersachsen (Archiv)

[f](#) [Twitter](#) [E-Mail](#) [+](#)

Mittwoch, 29.03.2017 13:29 Uhr Drucken Nutzungsrechte Feedback Kommentieren

Kolumne

Bundeskanzlerin Merkel hat es in den letzten Monaten mehrfach gesagt: [„Kinder sollten in der Schule programmieren lernen“](#). Die Begründung als Ziel: "Ich glaube, dass die Fähigkeit zum Programmieren eine der Basiskompetenzen von jungen Menschen wird, neben Lesen, Schreiben, Rechnen." Merkel reiht sich damit ein in eine politische Forderungslandschaft quer durch die Parteien.

■ ■ ■

Forum >

Diskussion über diesen Artikel
Insgesamt 645 Beiträge

[+ Alle Kommentare öffnen](#) Seite 1 von 129 20

unzensurierter 29.03.2017
1. Programmieren lernen an der Schule ist Unsinn. Das ist ein Berufsbild und keine Allgemeinbildung. Natürlich sollte der Umgang mit Technik trotzdem beigebracht werden.

Xianlar 29.03.2017
2. **Halte ich auch für Quatsch...**
...das ist dann wie mit Kunst oder Musikunterricht. Alle hatten es kaum einer konnte es wirklich und so gut wie niemand hat es dann am Ende benötigt. Lieber wäre mir das Fach Informatik auszubauen. Es sollte allgemeine [...] +

Noody X 29.03.2017
3. **Herr Lobo hat vollkommen recht**
Es ist Unsinn, bereits in der Schule programmieren zu lernen - wem soll das denn etwas bringen? Demjenigen, die sich für Computer interessieren, werden sich das Programmieren sowieso aneignen - ob mit oder ohne Schule. Dasselbe [...] +

ulrichhauer 30.03.2017

Sascha Lobo ist Autor, Blogger, Microblogger und Strategieberater mit den Schwerpunkten Internet und Markenkommunikation.* Seit 2011 erscheint jeden Mittwoch auf SPIEGEL ONLINE „Die Mensch Maschine“ - eine Kolumne zur digitalen Welt.

In einem neuen Audioformat reagiert Sascha Lobo auf die Kommentare zu seiner Kolumne. Das sind die Eckdaten für den neuen Debatten-Podcast auf SPIEGEL ONLINE:

Start: Anfang Juli bis November 2017

Erscheinungsweise: 2 mal pro Monat freitags

Länge: ca. 30 Minuten

Platzieren Sie sich im Sascha Lobo Debatten-Cast



Hörprobe von unserem **Stimmenfang** Podcast: So könnte ihre Sponsoringintegration klingen.

Werden Sie exklusiver Werbepartner in unserem Lobo-Podcast. Platzieren Sie sich innerhalb von unserem Audio-Podcast. Sie erhalten bei der Texterstellung Unterstützung von unserer Content Marketing Redaktion. Sie werden mit „präsentiert von ...“* und einem Text bis 30 Sekunden integriert. Gelesen werden die Sponsorentexte von einem Sprecher aus der SPIEGEL ONLINE Video-Redaktion.

Variante 1
Podcast

Profitieren Sie von:

- einem spannenden und kontroversen Umfeld
- einer hohen Aufmerksamkeit durch Sascha Lobo
- durch die native Integration des Werbetextes im Podcast entstehen keine zusätzlichen Produktionskosten
- Prognose pro Folge ca. 30.000 Aufrufe (Downloads und Streamings)

Ihre Präsenz in den Shownotes



5. SEPTEMBER

“Und wenn Spotify und Netflix dicht machen?": Wie wichtig Besitz im Netzeitalter noch ist



Immer mehr Menschen setzen aufs Streaming von Musik und Videos - und auf Abo-Modelle. In Folge Sieben von Netzteil diskutieren Moderatorin Teresa Sickert und Netzwelt-Redakteurin Angela Gruber, wem die neue Sharing Economy wirklich nutzt und welche zukunftsweisenden Alternativen es zwischen Leihen und Besitzen geben könnte.

ANZEIGE

Dieser Podcast wird gesponsert von IBM. Künstliche Intelligenz und Cloud Computing von IBM. Mehr dazu auf www.ibm.com/you/de

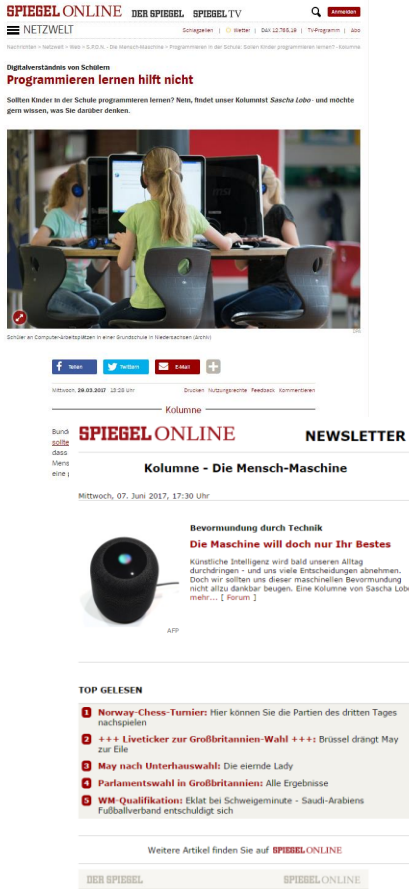
Shownotes beschreiben den Inhalt von Podcasts und sind bereits vor dem Streaming oder Download einer Folge sichtbar.

Wir empfehlen Ihnen eine zusätzliche Integration an dieser Stelle. Mit Ihrem Text und Ihrer Ziel-URL erhalten Sie einen direkten Responsekanal und eine zusätzliche Reichweite.

Wir kennzeichnen Ihren Bereich mit „ANZEIGE“.

Buchen Sie eine Kombination aus Kolumne, Newsletter und Debatten-Cast

**Variante 2
Podcast-Kombi**



Hörprobe von unserem **Stimmenfang** Podcast, so könnte ihre Sponsoring-integration klingen.

Werden Sie exklusiver Werbepartner in allen unseren Angeboten rund um die Kolumne „Maschine Mensch“ von Sascha Lobo mit folgenden Bestandteilen:

- Wöchentliche Kolumne, stationär und mobil*, erscheint jeden Mittwoch
- Wöchentlicher Newsletter der Kolumne*
- Der Audio-Podcast erscheint zwei mal pro Monat freitags

Sie profitieren von:

- einem spannenden und kontroversen Umfeld
- einer hohen Aufmerksamkeit durch Sascha Lobo
- durch die native Integration des Werbetextes im Podcast entstehen keine zusätzlichen Produktionskosten
- einer mehrkanalige Ansprache

Spezifikationen und Reporting

Erstellung des Sponsoringtextes

Folgende Informationen benötigen wir:

- Welches Produkt/welche Marke soll beworben werden
- Sollen Besonderheiten des Produktes erwähnt werden
- Gibt es z.B. einen Aktionspreis, -zeitraum
- Soll eine URL genannt werden
- Unsere Content Marketing Redaktion erstellt Ihnen einen Textvorschlag von maximal 30 Sekunden. Alternativ können auch fertige Texte mit einer Sprechlänge von 30 Sekunden angeliefert werden
- Zusätzlich können Sie einen Text mit bis zu 500 Zeichen inkl. URL in die Shownotes integrieren

Variante 1: Sponsoring Redaktionsstimme

Die Podcast-Redaktion spricht neutrale Sponsoringtexte ein, eine Produktempfehlung oder eine Wertung zu bewerbenden Produkte können nicht integriert werden. Die Texte dürfen nicht in „Ich- oder Wir-form“ geschrieben werden. Die Texte müssen mit einer Stimme auskommen.

Variante 2: Sponsoringtext mit Empfehlung

Wenn Sie Wertungen und Empfehlungen integrieren möchten, können wir Ihnen hierfür eine Stimme, die nicht aus der Redaktion kommt, zur Verfügung stellen.

Reporting

Wir erstellen pro Folge ein Reporting, aggregiert aus den unterschiedlichen Distributionsplattformen wie z.B. Soundcloud, Youtube und iTunes. Das Reporting wird 4 Wochen nach Veröffentlichung erstellt und umfasst die Summe aus Downloads und Anzahl der Streamings.

Variante 2
Podcast-Kombi



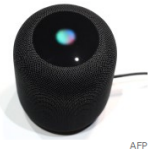
- Format: Banner 600 x 300 Pixel, gif oder jpg
- Versand an 3.000 Abonnenten
- Ein Reporting ist nicht integrierbar

SPIEGEL ONLINE

NEWSLETTER

Kolumne - Die Mensch-Maschine

Mittwoch, 07. Juni 2017, 17:30 Uhr



AFP

Bevormundung durch Technik

Die Maschine will doch nur Ihr Bestes

Künstliche Intelligenz wird bald unseren Alltag durchdringen - und uns viele Entscheidungen abnehmen. Doch wir sollten uns dieser maschinellen Bevormundung nicht allzu dankbar beugen. Eine Kolumne von Sascha Lobo mehr... [Forum]

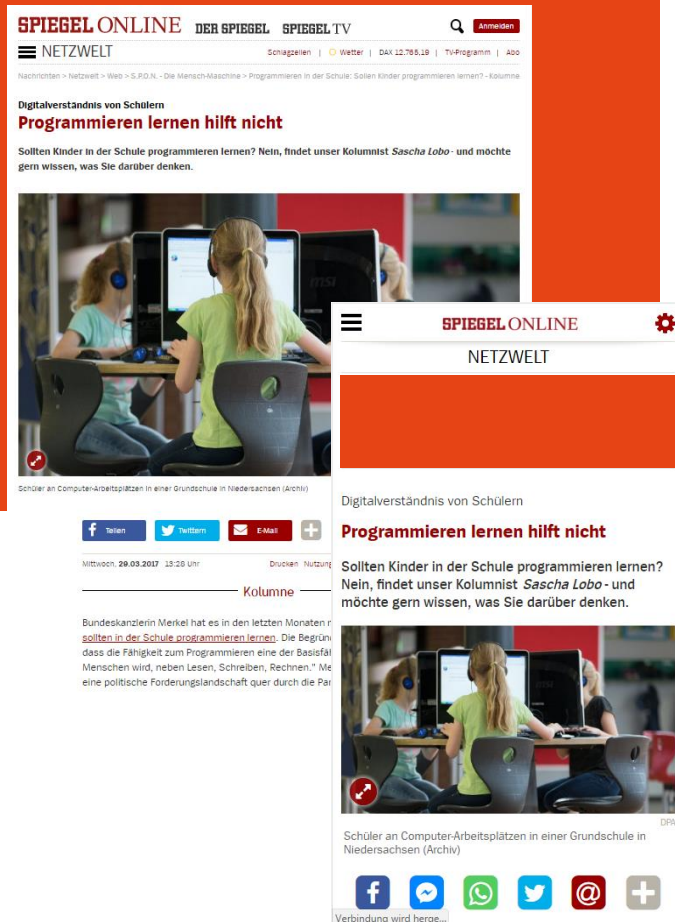
TOP GELESEN

- 1 Norway-Chess-Turnier:** Hier können Sie die Partien des dritten Tages nachspielen
- 2 +++ Liveticker zur Großbritannien-Wahl +++:** Brüssel drängt May zur Eile
- 3 May nach Unterhauswahl:** Die eiernde Lady
- 4 Parlamentswahl in Großbritannien:** Alle Ergebnisse
- 5 WM-Qualifikation:** Eklat bei Schweigeminute - Saudi-Arabiens Fußballverband entschuldigt sich

Weitere Artikel finden Sie auf [SPIEGEL ONLINE](#)

Variante 2
Podcast-Kombi

- Format: Alle Standardformate können stationär und mobil integriert werden
- Reporting: alle klassischen Trackingmöglichkeiten können integriert werden



SPIEGEL MEDIA

Ericusspitze 1
20457 Hamburg

www.spiegel.media

Ruth Lampen
Brand Marketing
SPIEGEL ONLINE

Telefon: +49 40 3007-3607
Mail: ruth.lampen@spiegel.de

Sabine Söhnholz
Brand Marketing
SPIEGEL ONLINE

Telefon: +49 40 3007-3618
Mail: sabine.soehnholz@spiegel.de