



Marketingkonzept

SRG SSR, Podcast

Version 1.0.0, 26. Juni 2023 | Anderson

SRG SSR

Inhalt

1	Ausgangslage	2
1.1	Auftrag	2
1.2	Beschreibung der Idee (Zusammenfassung).....	2
2	SWOT-Analyse.....	2
2.1	Analyse.....	2
2.1.1	Stärken	2
2.1.2	Schwächen	2
2.1.3	Chancen	3
2.1.4	Gefahren.....	3
2.2	Kombinationen.....	3
2.2.1	SO Stärke-Chancen-Kombination	3
2.2.2	ST Stärke-Gefahren-Kombination.....	3
2.2.3	WO Schwäche-Chancen-Kombination	4
2.2.4	WT Schwäche-Gefahren-Kombination	4
3	Strategie	4
3.1	Beschreibung.....	4
4	Zielgruppe / Persona.....	4
4.1	Zielgruppe.....	4
4.2	Personas	5
5	Kommunikationsziele	6
5.1	Beschreibung der Ziele	6
5.1.1	Ziel 1.....	6
5.1.2	Ziel 2.....	6
5.1.3	Ziel 3.....	6
6	Controlling	6

1 Ausgangslage

1.1 Auftrag

Unsere Aufgabe ist es für SRG SSR ein neues Marketingkonzept zu einem neuen Podcast zu entwickeln. Dieser wird mit einem Werbeplakat, einem Kurzfilm und einer Landingpage beworben.

1.2 Beschreibung der Idee (Zusammenfassung)

Die Idee ist es mit einem neuen Podcast, die Generation Z mit der Musik für uns zu gewinnen, sie zu unterhalten und für das SRG SSR zu begeistern. Damit wollen wir den Ruf «SRG SSR ist für die älteren Generationen» gegenwirken.

Der Podcast wird zwei Mal Wöchentlich erscheinen. Darin wird über die aktuellen News der Musikgeschehen erzählt, diskutiert und reingehört.

2 SWOT-Analyse

2.1 Analyse

2.1.1 Stärken

- Reichweite & Unternehmensgrösse
- Breites Angebot in allen verschiedenen Branchen und Bereichen
- Mehrsprachig (Deutsch, Französisch, Italienisch & Rätoromanisch)
- Guter Ruf (Glaubwürdigkeit)
- Hohe Qualität (Wert wird auf Qualität gelegt)
- Programm auf verschiedenen Plattformen

2.1.2 Schwächen

- Jugendliche noch nicht gross interessiert (Zu kleine Reichweite)
- Immer mehr Englisch sprechende → SRF ist Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch
- Finanziell abhängig von den Abgaben der Bevölkerung
- Ersetzung durch Streaming-Dienste
- kleinere Reichweite auf den Sozialen Medien

2.1.3 Chancen

- Angebot weiterentwickeln → Neue Zielgruppen erreichen
- Mehr Aufmerksamkeit auf die Podcasts erhalten
- Breiteres Angebot an den Themen anbieten
- Digitales Wachstum
- Mobile Nutzung: Das Angebot für die Handynutzer erweitern und verbessern
- Inhalte und Programme grenzüberschreitend zugänglich machen

2.1.4 Gefahren

- Veränderung der Mediennutzung → Radio/ Fernseher Beliebtheit sinkt
- Spotify, Netflix, YouTube, ... (Musik & Podcast)
- Demografischer Wandel → Neue Generation verlieren
- Werden nicht mehr unterstützt (mit Geld)
- Ruf gilt für ältere Leute, die schon lange Radio hören und Fernsehen schauen
- Konkurrenz
- Ausfälle (z.B Radiomoderatoren, Tageschausprecher, ganze Sendungen...)
- Gesetzliche Änderungen

2.2 Kombinationen

2.2.1 SO Stärke-Chancen-Kombination

- Durch ihre Unternehmensgrösse können sie ihr Angebot weiterentwickeln und somit neue Zielgruppen erreichen.
- Das breite Angebot in verschiedenen Branchen ermöglicht mehr tiefe in bestehenden Themen zu erreichen und neue Themen aufzunehmen.
- Durch die Präsenz auf verschiedenen Plattformen bietet den Konsumenten die Möglichkeit die Angebote auf verschiedenen Geräten zu nutzen.

2.2.2 ST Stärke-Gefahren-Kombination

- Durch hohe Qualität ihrer Medien besteht hohe Chance auf weitere finanzielle Unterstützung.
- Durch das breite Angebot in verschiedenen Branchen und Bereichen können sie mit dem demografischen Wandel mitgehen.
- Durch guten Ruf und Glaubwürdigkeit sticht SRG SSR aus der Konkurrenz heraus.

2.2.3 WO Schwäche-Chancen-Kombination

- Mit einer Weiterentwicklung im Angebot können sie mehr Jugendliche abholen und begeistern.
- Durch einen grenzüberschreitenden Zugang zu ihren Programmen, welche jeder Zeit abrufbar sind, können sie den Streaming-Diensten standhalten
- Durch die Möglichkeit auf die Angebote über das Handy zuzugreifen, können sie ihren Auftritt auf Social Media erweitern.

2.2.4 WT Schwäche-Gefahren-Kombination

- Durch die unterschiedliche Mediennutzung der Jugendlichen können sie ihr Angebot von Radio und Fernsehen auf neue Plattformen/Medien erweitern.
- Wenn das Angebot auf die englische Sprache erweitert wird, bekämpft das den Ruf «SRG SSR ist nur für die ältere Generation».
- Mit einer Anpassung an den demografischen Wandel kann auch das Angebot auf Social-Media-Kanälen erweitert und verbessert werden.

3 Strategie

3.1 Beschreibung

SRG SSR ist bei der jungen Generation nicht sehr verbreitet und besucht. Wir wollen möglichst viele Jugendliche in unsere SRG SSR Welt einladen und diese Generation unterhalten und begeistern können. Um dies zu erreichen, produzieren wir eine neue Podcast-Reihe, welche sich rund um aktuelle Musiker*innen dreht. Dabei werden neue Releases behandelt, einzelne Musiker*innen in den Podcast eingeladen und über die neusten Geschehen in der Musikszene berichtet. Die Aufmerksamkeit auf unser neues Angebot wollen wir mit einem Werbeplakat und einen Kurzfilm erreichen. Dabei wird auf eine Landing-page verwiesen, wo detaillierte Informationen präsentiert werden.

4 Zielgruppe / Persona

4.1 Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind Personen ist zwischen 16 und 24 Jahren. Diese Personen sind täglich der Musik ausgesetzt. Sei es am Morgen auf dem Weg zur Arbeit, während der Arbeit, in der Schule oder zuhause. Deshalb wollen wir die Jugendlichen dort abholen, wo sie stehen und ihnen noch mehr geben.

4.2 Personas



„Musik ist mein ständiger Begleiter“

About

Sonja ist eine 22-jährige Studentin aus Bern. Sie hört in ihrer Freizeit gerne Musik - am liebsten Pop. Sie ist aktiv auf Spotify und YouTube.

Sonja Fischer

22 • Studentin • Musikerin

Biografie

Wohnort: Bern
Familie: Freund, Schwester, Eltern
Job: Studentin
Hobbys: Handball, Klavier
Musikgenre: Pop

Wunsch

mehr über aktuelle Musiktrends und neue Releases erfahren

SocialMedia



„mit Musik tauche ich in eine andere Welt ab“

About

Michael ist im dritten Lehrjahr als KArbeit hört er am liebste Hiphop, um in den Flow zu kommen. Er interessiert sich sehr über das Leben von seinen Lieblingsartisten

Michael Meier

17 • Lehrling • Schachspieler

Biografie

Wohnort: Zürich
Familie: Bruder, Eltern
Job: KV-Lehre
Hobbys: Schach, Videospiele
Musikgenre: Hip-Hop

Wunsch

mehr Neuigkeiten zu seinen Lieblingsartisten erfahren

SocialMedia



5 Kommunikationsziele

5.1 Beschreibung der Ziele

5.1.1 Ziel 1

Unser Ziel ist es, die junge Generation der Schweiz zu erreichen und unser Image zu stärken. Ein Jahr nach dem ersten Podcast, wollen wir in der Schweiz auf der Podcast List unter den Top-30 erscheinen.

5.1.2 Ziel 2

Wir wollen unsere Zuhörer*innen auf dem neusten Stand der Musikszene halten und über neue Ereignisse berichten. Unser Ziel ist die Jugendlichen, die sich für die Artists, sowie jene die sich für die neusten Releases interessieren anzusprechen. Drei Monate nach der Eröffnung wollen wir pro Podcast 5'000 Zuhörer*innen erreichen.

5.1.3 Ziel 3

Mit einem neuen Podcast wollen wir den musikalischen Entdeckergeist der jüngeren Generation, im Alter von 16-24 Jahren fördern. Dies wollen wir nach drei Monaten überprüfen. Somit sichern wir uns die kommende Generation, gehen mit dem demografischen Wandel mit und fördern die musikalische Bildung.

6 Controlling

Ziel 1:

Unser erstes Ziel wollen wir mithilfe von Aufrufen und Wiedergaben auf Spotify prüfen.

Ziel 2:

Nach drei Monaten überprüfen wir unser Ziel mithilfe der Abonnenten- und Besucherzahl unseres Podcasts.

Ziel 3:

Nach drei Monaten wollen wir auf unserer Landingpage eine Umfrage eröffnen, in welcher das Alter und ihr Interesse an unserem Angebot abgefragt wird.