



# Podcast-Glossar

**Branded Podcast oder auch Sponsored Podcast** – ist ein von einem Unternehmen oder einer Marke gebrandeter, sprich: gesponserter Podcast. Hierbei handelt es sich um ein Audio-Presenting mit einer Einspielung am Anfang und am Ende der Folge. Das Unternehmen hat je nach Absender bedingt Einfluss auf den Inhalt.

**Cast** – ist ein Synonym für Episode.

**Corporate Podcast** – ist ein Unternehmenspodcast. Absender ist das Unternehmen, das auch über die Inhalte bestimmt. Inhaltlich können z.B. auch Dienstleistungen und/oder Produkte in dem Podcast vorgestellt werden.

**Distribution/Publishing** – erfolgt über Plattformen wie Spotify, Deezer, iTunes, Google Podcast, Soundcloud etc.

**Employer Branding Podcast (Recruiting)** – die vom Unternehmen gezielt gestaltete Art und Weise, wie ein Unternehmen im Arbeitsmarkt als Arbeitgeber wahrgenommen wird - umgesetzt als Podcast.

**Episode** – einzelne Folge eines Podcasts.

**Host (auch: Podcaster)** - eine Person, die den Podcast erstellt und aufnimmt/spricht.

**Native Ads/Infomercials/Pre-Ad + Post-Ad** – werden vom Host des Podcasts am Anfang, in der Mitte oder am Ende individuell gesprochen. Sie sollten glaubwürdig, informativ und sachlich sein.

**On Demand** – (deutsch „auf Anforderung“, „auf Abruf“) bezeichnet die Möglichkeit, zum Beispiel Audiodateien jederzeit und ortsunabhängig mobil abzurufen.

**Podcast** – (aus den englischen Wörtern „Portable on demand“ und „Broadcasting“) ist eine Serie von meist abonnierbaren Audiodateien über das Internet, die jederzeit und unabhängig von der Sendezeit abrufbar sind.

**Podcasten** – ist der allgemeine Begriff für die Erstellung eines Podcasts.

**Podcaster/in oder auch Host** – eine Person, die den Podcast erstellt und aufnimmt/spricht.

**Podcatcher** – ist eine Software, mit der man einen Podcast abonnieren kann, um Podcasts herunterladen zu können, z.B. iTunes, gPodder, PodBean.

**Podder** – eine Person, die sich Podcast anhört.

**Post-Roll** – Werbung/Markennennung/Sponsoring, die/das unmittelbar nach Ende der Podcastfolge abgespielt wird und so eine hohe Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft bei den Nutzern erzeugt.

**Pre-Roll** – Werbung/Markennennung/Sponsoring, die/das unmittelbar vor Start der Podcastfolge abgespielt wird und so eine hohe Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft bei den Nutzern erzeugt.

**Product-Placement** – Werbemaßnahme, bei der das jeweilige Produkt beiläufig, aber erkennbar genannt wird.

**Reporting** – Podcast-Nutzungsdaten, die die RSS-Feeds und die Distribuierenden erfassen und analysieren.

**RSS-Reader** – ist eine Software, mit der RSS-Feeds dargestellt werden. Allein der Anwender entscheidet, was er abonnieren möchte. Anders als bei einem Podcatcher werden hier der Download und die Synchronisation nicht unterstützt.

**Shownotes** – hier finden sich Begleitinformationen wie Quellen oder Referenzen zu einer Episode in elektronischer Form z.B. auf der Webseite, Blog oder direkt bei der Plattform. Möglich sind auch Links zu Produkten etc.

**Smarte Endgeräte** – wie Smartspeaker (Alexa oder Siri), Smartphones etc.; um z.B. Podcast jederzeit und überall abrufen zu können.

**Werbejingle** – dient im Podcast als Sound- oder Audio-Logo und weist durch kurze Tonfolgen oder Melodien einen hohen Wiedererkennungsgrad auf.