
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Einführung: Podcasts für Anbieter mit professionellem Ansatz	13
1 Stand der Dinge – Wer hört, produziert, profitiert (von) Podcasts?	19
1.1 Kleine Geschichte des Podcasts – Die zwei Wellen	19
1.1.1 Definition – Podcast, was ist das?	21
1.1.2 Die Pioniere der ersten Welle ab 2004	22
1.1.3 Die zweite Podcast-Welle ab 2017	23
1.2 Zahlen, Daten, Fakten aus dem Podcast-Universum	26
1.3 Die wichtigsten Spieler auf dem Markt	29
1.3.1 Die Musik- und Audioplattformen	31
1.3.2 Plattformen der Verlage und Medienhäuser	33
1.3.3 Podcatcher und Podcast-Apps	34
1.3.4 Podcast-Verzeichnisse, Aggregatoren, Kuratoren	35
1.3.5 Podcast-Vermarkter	35
1.3.6 Experteninterview mit Saruul Krause-Jentsch (Spotify)	36
1.4 Zukunft des Podcasts – Trend oder Tonne?	38
1.4.1 Trend 1: Verstärkung durch Audio-Suchfunktion	39
1.4.2 Trend 2: Verstärkung durch Smart Speaker und Voice-Marketing	40
2 Inhalte und Formate – Storytelling am akustischen Lagerfeuer	43
2.1 Stärke von Audio – vom Ohr direkt ins Gehirn	43
2.2 Geschichten hören – Urform des Storytellings	45
2.2.1 Heldenreise ins Ohr	45
2.2.2 Keine Angst vor Emotionen	47
2.2.3 Große Ideen und Meta-Themen	47
2.3 Welche Podcast-Formate gibt es?	49
2.3.1 Zwei Menschen reden über ... Der Laber-Podcast	49
2.3.2 Die große Geschichte ... Der Storytelling-Podcast	50
2.3.3 Fachgespräch mit ... Der Interview-Podcast	52
2.3.4 Image und Emotionen ... Der Meta-Ebenen-Podcast	53
2.3.5 Ich helfe Euch ... Der Experten-/Köder-Podcast	55
2.3.6 Hey Fans ... Der Promi-/Personality-Podcast	56
2.3.7 Ist das spannend ... Der True Crime Podcast	57
2.3.8 Mit Mikrofon unterwegs ... Der Reportage-Podcast	58
2.3.9 Ich arbeite gern hier ... Der Recruiting-Podcast	59
2.3.10 Angeln, Fußball, Heavy Metal ... Der Nischen-Podcast	59

2.3.11	Kommet her, schauet hin ... Der Event-Podcast	60
2.3.12	Ich bin das Gesicht dazu ... Der Live-Podcast	60
2.3.13	Verlängerung ... Die Podcasts der Verlage und Medienhäuser	60
3	Strategie – Dieses »Podcast«, das machen wir jetzt auch	63
3.1	Was kann ein Podcast leisten und was nicht?	63
3.1.1	Imagebildung oder Kundenbindung – Stärke durch Nähe	65
3.1.2	Podcast als Themen-Archiv	65
3.1.3	Selbst machen oder einen Dienstleister nehmen?	66
3.2	Wie entwickle ich eine funktionierende Strategie	67
3.2.1	Wer ist meine Zielgruppe?	68
3.2.2	Was ist mein Kommunikationsziel?	69
3.2.3	Wie komme ich an regelmäßige Inhalte für eine Serie?	71
3.2.4	Wie finde ich das richtige Format?	72
3.2.5	Wie lang soll der Podcast sein?	75
3.2.6	Wie oft soll der Podcast veröffentlicht werden?	76
3.2.7	Wie soll der Podcast heißen?	77
3.2.8	Wie viel Personal brauche ich?	79
3.2.9	Wie arbeite ich mit Profis?	80
3.2.10	Wofür brauche ich einen Redaktionsplan?	81
4	Technik und Produktion – Gut Kling will Weile haben	85
4.1	Erfahrungen der Radioprofis	85
4.1.1	Schreiben fürs Sprechen	85
4.1.2	Profi-Stimme oder authentischer Laie?	87
4.1.3	Interviewführung – Das Beste rausholen	88
4.2	Verpackung – Ohrenschmaus mit Intro, Outro, Musikbett	91
4.2.1	Akustische Markenführung, auch im Podcast	91
4.2.2	Musik und Geräusche, woher nehmen?	93
4.3	Audio-technische Aspekte der Podcast-Produktion	95
4.3.1	Mikrofon, Poppschutz, Kopfhörer	96
4.3.2	Raum für guten Klang	97
4.3.3	Interviews und O-Töne vor Ort aufzeichnen	99
4.3.4	Interviews aufnehmen, ohne vor Ort zu sein	99
4.3.5	Setup für Diskussionen und Tischgespräche	101
4.3.6	Laut oder leise – die Mitte finden	102
4.3.7	Schnittsoftware	104
4.3.8	Die Nachbearbeitung von Audioaufnahmen	105
4.3.9	Ausspielung, Dateiformate, Komprimierung	107
4.4	Inhaltlich-technische Aspekte der Podcast-Produktion	108
4.4.1	Goldener Schnitt – Es gilt das gesprochene Wort	108
4.4.2	Montage – die hohe Schule	112

4.4.3	Ansprechhaltung – Skript oder drauf los	114
4.4.4	Vorne und hinten – die Spannung halten	115
4.4.5	Don't bore us – get to the Chorus	116
4.5	Mobiles Podcasten – für ganz Eilige	117
5	Veröffentlichung – Der Podcast muss an die frische Luft	119
5.1	Hosting bei externen Anbietern	119
5.2	Das Auge hört mit – Covergestaltung	120
5.3	Kategorie und Beschreibungen	122
5.4	Shownotes	125
5.5	Kapitelmarken als Service	126
5.6	SEO – Suchmaschinenmarketing für Podcasts	127
5.7	Landingpage, Blog und Website	128
5.8	Auf welchen Plattformen anmelden und veröffentlichen?	130
5.9	Rechtliche Fragen der Podcast-Produktion	131
5.10	Experteninterview mit Sonja Laaser (Rechtsanwältin)	133
6	Es ist ein Podcast! – Die Botschaft verbreiten	137
6.1	Social Media nutzen	138
6.2	Preise, Wettbewerbe, Awards	139
6.3	Community-Aufbau	140
6.4	Experteninterview mit Tina Jürgens (Zebra Audio)	141
7	Erfolgskontrolle – Wer hört mich und wenn ja, wie viele?	145
7.1	Welcher Anbieter bietet welche Zahlen?	145
7.2	Experteninterview mit Mateusz Sójka (Podigee)	148
7.3	Was ist ein erfolgreicher Podcast?	150
7.4	Welche Anpassungen soll ich vornehmen?	151
8	Refinanzierung – Damit verdient Ihr Geld, ja?	153
8.1	Werbepartner oder Sponsoren finden	153
8.2	Spenden, Abo-Modelle und Crowdfunding	155
8.3	Original- und Exclusive-Podcasts	156
8.4	Selbst Werbung in Podcasts schalten	157
8.5	Experteninterview mit Vincent Kittmann (OMR-Podstars)	158
9	Unerhörtes Potenzial – Podcasts in der internen Kommunikation	163
9.1	Strategie und Zielgruppe	164
9.1.1	Corporate Influencer – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Botschafter	165
9.1.2	Zentrales Tool – Die Mitarbeiter-App	165

9.1.3	Verbreitung ohne App – Intranet, Password oder doch extern?	167
9.1.4	Rückkanal – Wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Wort kommen	168
9.2	Mögliche Formate, Inhalte und Rubriken	169
9.2.1	Change – Veränderungen begleiten und moderieren	169
9.2.2	Motivation und Zusammenhalt stärken	170
9.2.3	Wissenstransfer – Von erfahrenen Kolleginnen und Kollegen lernen	171
9.2.4	Fortbildung – Best Cases in Vertrieb und Verkauf	171
9.2.5	Zweitverwertung – Speaker Series, Konferenzen, Meetings	172
9.2.6	Fortbildung im IT-Bereich – Wissen rund um IT-Sicherheit, Software	172
9.2.7	Franchise – Kompakte Infos für die Franchisenehmer	173
9.2.8	Onboarding – Willkommens-Radio für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	173
9.2.9	Social Business – Fortbildung für die, die Gutes tun	174
9.3	Experteninterview mit Valentina Wiedemann (Audi AG)	174
10	Modelle der Podcast-Produktion – Bronze, Silber, Gold	179
	Tipps zum Nachlesen	181
	Abbildungsverzeichnis	183
	Stichwortverzeichnis	186
	Die Autorin	190
	Danksagung	191

Vorwort

»Sie ruinieren mein Showgeschäft, sie Stotterliesen!«

Mit blauen und roten Kugelschreibern schrieben meine Freundin Christiane und ich unser erstes Hörspiel-Drehbuch: »Die Sissy-Schwestern und der Katzenfunk«. Es ging um zwei sangesfreudige Schwestern, die einen Radio-Boss von ihrer Leistung überzeugen wollen. Wir sprachen sechs wechselnde Personen, einen Hund und sangen zweistimmig, alles direkt – one take – in einen Kassettenrekorder. Da waren wir etwa zehn Jahre alt.

Jetzt wissen Sie schon zwei Dinge über mich: Ich gehöre in die Generation, die noch Kassetten kennt. Und: Mein Weg in die Audio-Welt bzw. ins Radio war schon früh erkennbar. Rund 30 Jahre arbeite ich jetzt schon mit allem, was man hören kann. Ich bin ein Audio-Aficionado, ein Klang-Kind, einer der glücklichen Menschen, die eine Berufung zum Beruf machen durften. Ich liebe es, wenn im Radio oder allgemein in Audioproduktionen dieser einzigartige professionelle Fluss entsteht, wenn alle Elemente am richtigen Platz sind: Sprache, Geräusche, Musik, Stille.

In diesem Buch möchte ich Ihnen dieses für mich wunderschönste aller medialen Kunsthandwerke näherbringen und mit der noch relativ neuen Medienform »Podcast« verknüpfen. Der »Podcast« ist dabei nur der Rahmen, in dem diese Malerei für die Ohren zu Ihnen kommt. Der Rahmen ist wichtig. Wichtiger aber ist ... Sie ahnen es: Der Inhalt!