
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Abbildungsverzeichnis	13
Einführung: Podcasts für Anbieter mit professionellem Ansatz	17
1 Stand der Dinge – Wer hört, produziert, profitiert (von) Podcasts?	23
1.1 Kleine Geschichte des Podcasts – Die zwei Wellen	23
1.1.1 Definition – Podcast, was ist das?	25
1.1.2 Die Pioniere der ersten Welle ab 2004	26
1.1.3 Die zweite Podcast-Welle ab 2017	27
1.2 Zahlen, Daten, Fakten aus dem Podcast-Universum	30
1.3 Die wichtigsten Spieler auf dem Markt	34
1.3.1 Die Musik- und Audioplattformen	36
1.3.2 Plattformen der Verlage und Medienhäuser	37
1.3.3 Podcatcher und Podcast-Apps	38
1.3.4 Podcast-Verzeichnisse, Aggregatoren, Kuratoren	39
1.3.5 Podcast-Vermarkter	39
1.3.6 Experteninterview mit Saruul Krause-Jentsch (Spotify)	40
1.4 Zukunft des Podcasts – Trend oder Tonne?	42
1.4.1 Trend 1: Verstärkung durch Audio-Suchfunktion	43
1.4.2 Trend 2: Verstärkung durch Smart Speaker und Voice-Marketing	44
2 Inhalte und Formate – Storytelling am akustischen Lagerfeuer	47
2.1 Stärke von Audio – vom Ohr direkt ins Gehirn	47
2.2 Geschichten hören – Urform des Storytellings	49
2.2.1 Heldenreise ins Ohr	49
2.2.2 Keine Angst vor Emotionen	50
2.2.3 Große Ideen und Meta-Themen	51
2.3 Welche Podcast-Formate gibt es?	53
2.3.1 Zwei Menschen reden über ... Der Laber-Podcast	53
2.3.2 Die große Geschichte ... Der Storytelling-Podcast	54
2.3.3 Fachgespräch mit ... Der Interview-Podcast	55
2.3.4 Image und Emotionen ... Der Meta-Ebenen-Podcast	57
2.3.5 Ich helfe Euch ... Der Experten-/Köder-Podcast	58
2.3.6 Hey Fans ... Der Promi-/Personality-Podcast	59
2.3.7 Ist das spannend ... Der True Crime Podcast	60
2.3.8 Mit Mikrofon unterwegs ... Der Reportage-Podcast	61
2.3.9 Ich arbeite gern hier ... Der Recruiting-Podcast	61

2.3.10	Angeln, Fußball, Heavy Metal ... Der Nischen-Podcast	62
2.3.11	Kommet her, schauet hin ... Der Event-Podcast	62
2.3.12	Ich bin das Gesicht dazu ... Der Live-Podcast	63
2.3.13	Verlängerung ... Die Podcasts der Verlage und Medienhäuser	63
3	Strategie – Dieses »Podcast«, das machen wir jetzt auch	65
3.1	Was kann ein Podcast leisten und was nicht?	65
3.1.1	Imagebildung oder Kundenbindung – Stärke durch Nähe	67
3.1.2	Podcast als Themen-Archiv	67
3.1.3	Selbst machen oder einen Dienstleister nehmen?	68
3.2	Wie entwickle ich eine funktionierende Strategie	69
3.2.1	Wer ist meine Zielgruppe?	70
3.2.2	Was ist mein Kommunikationsziel?	71
3.2.3	Wie komme ich an regelmäßige Inhalte für eine Serie?	72
3.2.4	Wie finde ich das richtige Format?	74
3.2.5	Wie lang soll der Podcast sein?	77
3.2.6	Wie oft soll der Podcast veröffentlicht werden?	77
3.2.7	Wie soll der Podcast heißen?	79
3.2.8	Wie viel Personal brauche ich?	81
3.2.9	Wie arbeite ich mit Profis?	81
3.2.10	Wofür brauche ich einen Redaktionsplan?	82
3.3	Experteninterview mit Vincent Kittmann (OMR-Podstars)	85
4	Technik und Produktion – Gut Kling will Weile haben	89
4.1	Erfahrungen der Radioprofis	89
4.1.1	Schreiben fürs Sprechen	89
4.1.2	Profi-Stimme oder authentischer Laie?	91
4.1.3	Interviewführung – Das Beste rausholen	92
4.2	Verpackung – Ohrenschaus mit Intro, Outro, Musikbett	95
4.2.1	Akustische Markenführung, auch im Podcast	95
4.2.2	Musik und Geräusche, woher nehmen?	97
4.3	Audio-technische Aspekte der Podcast-Produktion	99
4.3.1	Mikrofon, Poppschutz, Kopfhörer	100
4.3.2	Raum für guten Klang	101
4.3.3	Interviews und O-Töne vor Ort aufzeichnen	103
4.3.4	Interviews aufnehmen, ohne vor Ort zu sein	103
4.3.5	Setup für Diskussionen und Tischgespräche	106
4.3.6	Laut oder leise – die Mitte finden	107
4.3.7	Schnittsoftware	108
4.3.8	Die Nachbearbeitung von Audioaufnahmen	109
4.3.9	Ausspielung, Dateiformate, Komprimierung	111

4.4	Inhaltlich-technische Aspekte der Podcast-Produktion	112
4.4.1	Goldener Schnitt – Es gilt das gesprochene Wort	112
4.4.2	Montage – die hohe Schule	116
4.4.3	Ansprechhaltung – Skript oder drauf los	118
4.4.4	Vorne und hinten – die Spannung halten	119
4.4.5	Don't bore us – get to the Chorus	120
4.5	Mobiles Podcasten – für ganz Eilige	120
5	Veröffentlichung – Der Podcast muss an die frische Luft	123
5.1	Hosting bei externen Anbietern	123
5.2	Das Auge hört mit – Covergestaltung	124
5.3	Kategorie und Beschreibungen	125
5.4	Shownotes	128
5.5	Kapitelmarken als Service	129
5.6	SEO – Suchmaschinenmarketing für Podcasts	131
5.7	Landingpage, Blog und Website	132
5.8	Auf welchen Plattformen anmelden und veröffentlichen?	133
5.9	Rechtliche Fragen der Podcast-Produktion	134
5.10	Experteninterview mit Sonja Laaser (Rechtsanwältin)	136
6	Es ist ein Podcast! – Die Botschaft verbreiten	139
6.1	Social Media nutzen	140
6.2	Preise, Wettbewerbe, Awards	141
6.3	Community-Aufbau	142
6.4	Experteninterview mit Alex Wunschel (Klangstelle)	143
7	Erfolgskontrolle – Wer hört mich und wenn ja, wie viele?	147
7.1	Welcher Anbieter bietet welche Zahlen?	148
7.2	Was ist ein erfolgreicher Podcast?	150
7.3	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 Tina Jürgens (Zebra Audio)	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	167
9.2	Mögliche Formate, Inhalte und Rubriken	168
9.2.1	Change – Veränderungen begleiten und moderieren	168
9.2.2	Motivation und Zusammenhalt stärken	169
9.2.3	Wissenstransfer – Von erfahrenen Kolleginnen und Kollegen lernen	169
9.2.4	Fortbildung – Best Cases in Vertrieb und Verkauf	170
9.2.5	Zweitverwertung – Speaker Series, Konferenzen, Meetings	170
9.2.6	Fortbildung im IT-Bereich – Wissen rund um IT-Sicherheit, Software	170
9.2.7	Franchise – Kompakte Infos für die Franchisenehmer	171
9.2.8	Onboarding – Willkommens-Radio für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	172
9.2.9	Social Business – Fortbildung für die, die Gutes tun	172
9.3	Experteninterview mit Valentina Wiedemann (DATEV eG, vorher: Audi AG)	172
10	Modelle der Podcast-Produktion – Bronze, Silber, Gold	177
	Tipps zum Nachlesen	179
	Stichwortverzeichnis	181
	Die Autorin	187
	Danksagung	189