

Skript zum Präsenz Workshop Grundlagen „Gruppenpodcast erstellen“

Die Medienkompetenz-Workshops der Initiative Medienkompetenz erhöhen in der [▶Selbsthilfe Rheinland-Pfalz](#) werden gefördert durch die GKV Gemeinschaftsförderung Selbsthilfe Rheinland-Pfalz.

Inhaltsverzeichnis

Vorstellung der Initiative	1
Ziele	7
Was ist eigentlich ein Podcast?	8
Vor unserer ersten Aufnahme	23
Unsere erste Aufnahme	34
Unsere Ziele, unsere Themen	39
Unseren Podcast veröffentlichen	64
Uns weiterentwickeln	64
Glossar	119
Linksammlung	126

Vorstellung der Initiative

Warum Medienkompetenz?

Die COVID-19 Pandemie hat den digitalen Wandel der Gesellschaft noch beschleunigt. Daraus ergeben sich neue **Chancen** der Teilhabe, zum Beispiel von mobilitätseingeschränkten Menschen. Gleichzeitig zeigt sich hier aber auch eine **Chancenungleichheit** durch Alter, Bildung oder Einkommen. Die Medienkompetenzförderung kann dabei unterstützen, die Nutzung der Chancen digitaler Technologien zu **ermöglichen**.

Für die Selbsthilfe RLP

Die Förderung **kritischer Nutzung** digitaler Technologien ist gerade in der Selbsthilfe hervorzuheben. Menschen können durch die Pandemie zwar häufiger digitale Technologien nutzen, dieser aber [▶ seltener verstehen oder ihre Nutzung reflektieren.](#) So können beispielsweise mehr Menschen Informationen im Netz suchen und finden, weniger Menschen diese jedoch auch hinsichtlich ihrer Glaubwürdigkeit beurteilen.

Wer bin ich? Was mache ich?

- **Name:** Jan Niklas Mitterle
- **Jobtitel:** Medienpädagoge
- **Aufgabengebiet:** Die Selbsthilfe in Rheinland-Pfalz
- **Aufgaben:**
 - Ansprechpartner für Medienkompetenz-Fragen
 - Regelmäßige Medienkompetenz-Schulungsangebote für die Selbsthilfe
 - Sichtbarkeit der Selbsthilfe erhöhen

„Schwimmen Lernen im Digitalen Ozean“

Entwicklungsschritte Medienkompetenz

Das Konzept [▶ "Schwimmen Lernen im Digitalen Ozean"](#) der Europäischen Kommission stellt die **Entwicklung von Medienkompetenz** als Analogie zum Schwimmen lernen dar. Unterteilt ist diese Entwicklung in folgende Schritte:

1. Entdecker oder Entdeckerin
2. Verstehender oder Verstehende
3. Helfer oder Helferin
4. Mitgestalter oder Mitgestalterin.

Grundlagen-Schulungen

Unsere **Grundlagen-Schulungen** richten daher vor allem an **Entdeckerinnen und Entdecker**. In der Sprache der Abbildung gesprochen, soll es hierbei darum gehen, dass die Teilnehmenden einen „**sicheren Stand im Wasser**“ bekommen und ihre „**ersten Schritte im Wasser**“ machen können.

Die Selbsthilfe-Themen

Die 6 Selbsthilfe-Themen der Initiative sind:

- Wir machen die Selbsthilfe bekannt!
- **Wir bewegen uns online frei und sicher!**
- Wir bleiben im Austausch, auch digital!
- Wir gestalten den digitalen Raum mit!
- Wir sind digitale Problemlöser!
- Unsere Technik, unsere Geräte!

Dieser Workshop gehört zu **Wir machen die Selbsthilfe bekannt!**

Ziele

Meine Ziele sind, dass Sie nach dieser Schulung

1. **wissen**, warum ein Host für die Veröffentlichung Ihres Podcasts hilfreich ist.
2. eine Audio-Aufnahme mit dem Ihnen verfügbaren Endgerät erstellen **können**.
3. **zuversichtlich sind**, dass Ihr Podcast Menschen erreichen und helfen kann.

Was ist eigentlich ein Podcast?

„Sowas wie Radio im Internet“

Die Webseite [▶podstars.de](https://podstars.de) fasst die wichtigsten Merkmale von Podcasts sehr gut zusammen:

- Eine Serie von Audio- oder Videobeiträgen
- Erscheint als einzelne Episoden
- Ist jederzeit auf Abruf verfügbar
- Die Podcasterinnen und Podcaster entscheiden selbst, worüber sie sprechen wollen

- Prinzipiell kann jede und jeder einen Podcast aufnehmen und veröffentlichen
- Podcasts sind zeitlich nicht limitiert
- Podcasterinnen und Podcaster können die Themen frei wählen

Begriffszusammensetzung

Das Wort Podcast setzt sich aus den Abkürzungen „pod“ und „cast“ zusammen.

- „pod“ steht für „playable on demand“, zu Deutsch heißt das **auf Wunsch abspielbar**.
- „cast“ steht für „broadcast“, zu Deutsch heißt das **Übertragung**.

Podcast beschreibt also eine Übertragung, die man auf Wunsch abspielen kann.

Varianten

Audio-Podcasts sind reine **Tonübertragungen**. Sie eignen sich sehr gut als Einstieg. Video-Podcasts sind **Videoübertragungen**. Sie sind schwieriger zu produzieren.

Steigende Hörerzahlen in Deutschland

Eine [▶Umfrage von Statista](#) zwischen 2016 und 2024 zeigt einen anhaltenden Anstieg an Hörerinnen und Hörern von Podcasts in Deutschland. Von den Befragten gaben 45% in 2024 an, mindestens selten Podcasts zu hören.

Warum sind Podcasts so beliebt?

1. Sie sind **authentischer** und nahbarer als Radiosendungen.
 - Podcasts sind wie ein **Gespräch unter Freunden**, dem man zuhört
 - Viele Podcasterinnen und Podcaster reden “frei von der Leber weg”
2. Ich kann **was ich will** genau dann anhören, wann ich es will.
3. Ich kann sie auch **nebenbei** anhören, während ich
 - lerne oder arbeite.
 - den Haushalt mache.

- Auto fahre.
- versuche einzuschlafen.

Podcasts zum Einschlafen

Man sollte nicht unterschätzen, wie viele Menschen Podcasts zum Einschlafen benutzen. Laut [▶einer Umfrage](#) an deutsche Podcast Hörerinnen und Hörer von 2020, nutzen **30% der Befragten** Podcasts zum Einschlafen. Die Musik- und Podcast Plattform **Spotify** hat beispielsweise sogar einen **Sleep-Timer**. Der Podcast stoppt also automatisch nach der eingestellten Dauer.

Trend zu mobil

Laut [▶einer Studie](#) in Deutschland steigt die Zahl der **mobilen** Internetnutzerinnen und Nutzer stetig an. **2023** belief sich die Zahl auf **85%** der Internetnutzerinnen. Laut [▶einer weiteren Studie](#) nutzten die meisten Internetnutzerinnen und Nutzer hierfür das **Smartphone**. **2020** gaben [▶57% der Podcasthörerinnen und Hörer](#) in Deutschland an, beim Podcasthören gewöhnlich unterwegs zu sein.

Spotify

Die [▶beliebteste Plattform](#), über die Hörerinnen und Hörer auf Podcasts zugreifen, ist mit 53% [▶Spotify](#).

Warum ist das für Podcasts relevant?

Podcasts profitieren als **Unterhaltungsmedium** sehr stark davon, wie gut sie für die mobile Nutzung geeignet sind. Gerade wenn man unterwegs ist

- verbrauchen sie **weniger mobiles Datenvolumen** als Videos oder Filme.
- kann ich sie auch mit **gesperrem Bildschirm** anhören und gleichzeitig **Akku sparen**.

Podcasts begeistern und verbinden 2023 über Altersgruppen hinweg

Laut der [▶Online-Audio-Monitor Studie von 2023](#) hört die Altersgruppe 30 bis 49 Jahre fast genauso gerne regelmäßig Podcasts wie die Altersgruppe 14 bis 29 Jahre. Bei den jüngeren Hörerinnen und Hörern waren 39,7%, bei den älteren waren es 34,3%.

Die beliebtesten Podcasts Deutschlands

Hören Sie gerne einmal in die [▶deutschen Spotify Charts](#) herein, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie sich die beliebtesten Podcasts Deutschlands anhören.

Passen Podcasts zur Selbsthilfe?

Das Schöne ist: Sie müssen als Selbsthilfegruppe **keine** Podcasts **wie diese aus den Spotify Charts** aufnehmen, um einen guten und erfolgreichen Podcast zu haben. 2023 gehörten [▶ laut einer Studie von Statista](#) Nachrichten, Gesundheit und Medizin zu den beliebtesten Podcast-Themen. Sie können also über Ihre Themen sprechen **und** mit guter Wahrscheinlichkeit interessierte Menschen erreichen!

Eine tolle Chance für Selbsthilfegruppen

Zusammengefasst lässt sich also sagen, dass Sie mit einem Podcast als digitales Sprachrohr für Ihre Gruppe

1. Menschen über Altersgruppen hinweg erreichen.
2. Menschen überall erreichen können, wo sie gerade sind.
3. mit Gesprächen über Ihre Themen Erfolg haben können.
4. authentische und spontane Gespräche ohne große Einübung.

Vor unserer ersten Aufnahme

Das passiert selbst den besten!

Und ist manchmal auch gewollt so. Versprecher, Lachanfalle, etwas fallen lassen, den Faden verlieren: All das finden wir auch in den beliebtesten Podcasts. Man fragt sich: Wie konnen diese denn so **unprofessionell und trotzdem erfolgreich** sein?

Es ist nicht alles Gold, was glänzt

Die Antwort ist, dass Menschen gerade das Gefühl wertschätzen, sich in einem Podcast als Teil eines Gesprächs unter Freunden zu fühlen. Auch da überlegt man nicht lange und es kann schonmal vom eigentlichen Thema abdriften. **Statt durch Hochglanz gewinnen Sie durch Echtheit!**

Was wir daraus lernen können

Das bedeutet: Viel mehr als die Qualität eurer Technik und die Perfektion Ihres Aufnahmeortes **überzeugt ihr selbst** Menschen, Ihres Podcast zu folgen!

Wir sollten uns also zunächst darauf konzentrieren

- **Nervosität abzubauen.**
- **uns als Gruppe zu unterstützen.**
- **unsere Stimme als Werkzeug kennenzulernen.**
- **die Zuhörenden als neues Mitglied in der Gruppe zu verstehen.**

Ein Praxis-Tipp gegen Nervosität

Wer kann denn Bitte **auf Knopfdruck** locker und entspannt sein?

Für alle außer geborenen Unterhalterinnen und Unterhaltern kann es helfen, erstmal im Aufnahmeraum und vor dem Mikrofon ein Gespräch zu führen, **ohne dass die Aufnahme läuft.**

Überlegen Sie sich eine **Eisbrecher-Frage**, die Sie zum Reden bringt, wie: Was war **das Lustigste**, was euch diese Woche passiert ist? Sobald es läuft, können Sie auch mal **fliegend** auf Aufnahme drücken und in die Folge starten.

Uns als Gruppe unterstützen

Das ist nicht nur eine Phrase! Denn eine Podcast-Aufnahme mit zwei oder mehr Menschen ist ein **Teamspiel**, in dem Ihr **Zusammenspiel** einen großen Teil des Unterhaltungswertes ausmacht:

- Wenn jemand den **Faden** verliert, können Sie ihn ja vielleicht **aufgreifen**.
- Hören Sie einander zu und **greifen** Sie auch mal **spontan neue Themen auf**, statt strikt Ihren eigenen Gedanken zu folgen.

- Formulieren Sie **Unsicherheiten** ganz offen als **Fragen** an Ihre Mit-Podcasterinnen und Podcaster, so können diese Ihnen direkt helfen und reagieren.

Podcasten ist wie Ping Pong

Das bedeutet: Es funktioniert nur, wenn auch jemand den Ball zurückspielt.

Ihre Stimme wirkt

Durch gewählte Betonungen helfen Sie Menschen, sich in Ihren Inhalten zu orientieren und zu verstehen, **was Ihnen** bei Ihrem Gesagten **das Wichtigste** ist:

“**Hallo** zusammen und **herzlich** willkommen zu unserem **Gruppenpodcast!** Wir haben heute **wieder** eine ganze **Ladung toller** Themen für euch im Gepäck. Also **lehnt** euch zurück und **freut** euch auf 45 Minuten mit uns.”

Nicht vergessen: **Man hört auch Ihr Lächeln!**

Souverän reagieren statt rausschneiden

Deshalb müssen Sie noch **weniger Angst** davor haben, Sie müssten sehr viel **schneiden**, damit Ihr Podcast vorzeigbar wird. Pausieren, neu ansetzen und nachträglich rausschneiden, kann schnell frustrieren. **Nach dem dritten Mal** wirkt man oft **nicht mehr so natürlich** wie beim ersten Mal!

Bleibt souverän und nehmt es **mit Witz**, so könnt ihr auch **mit Versprechen Spaß haben** und es so veröffentlichen.

Zuhörende als neues Mitglied

Das ist eine gute Gedankenstütze, um immer alle abzuholen, die vielleicht erst bei der 5. oder 15. Folge zum Podcast stoßen!

Jemand benutzt einen **Fachbegriff** oder einen Begriff, den man vielleicht nicht kennt? Erklären Sie ihn kurz.

Jemand geht auf etwas aus einer **vergangenen Folge** ein?

Beschreiben Sie kurz, **worum es dabei ging**.

Gutes Erklären und Beschreiben ist sogar noch wichtiger als Sie vielleicht denken, denn **Ihr Publikum kann Sie nicht sehen!**

Also können Sie sich merken

- Eisbrecher helfen gegen Nervosität!
- Spielen Sie **Ping Pong** miteinander!
- Beim **Sprechen**: **Monoto-nie!**
- Ihr Publikum ist **der Neue**, der nichts weiß!

Unsere erste Aufnahme

Wiederkehrende Symbole

- Ein roter Kreis oder ein Mikrofonsymbol stehen für **Aufnahme starten**.
- Zwei senkrechte Balken nebeneinander stehen für **Aufnahme pausieren**.
- Ein rotes Quadrat steht für **Aufnahme beenden oder abbrechen**.

Aufnahmen auf Ihren Endgeräten

Viele Möglichkeiten der Audio-Aufnahme haben Sie bereits in greifbarer Nähe:

- Ihr Smartphone
- Ihr Tablet
- Ihren Laptop

Aufnahme mit dem Smartphone

Suchen Sie in Ihren Apps einmal nach einer der folgenden

Bezeichnungen:

- Memo
- Sprachmemos
- Sprachaufnahme
- Soundrekorder
- Rekorder
- Diktiergerät

Aufnahme am Laptop

Suchen Sie in der Suchleiste einmal nach einem der folgenden

Programme:

- Sprachrekorder
- Sprachmemos

Aufnahme mit dem USB-Mikrofon

Schließen Sie Ihr USB-Mikrofon an Ihren Laptop an, **verbindet es sich normalerweise automatisch** und wird als Aufnahmegerät eingestellt. Falls nicht, reicht es in der Regel, in den Einstellungen Ihres Sprachrekorders das Aufnahmegerät auf das Mikrofon zu ändern. Es ist **keine gesonderte Einrichtung** notwendig.

Unsere Ziele, unsere Themen

Unser Podcast-Steckbrief

Ein Steckbrief kann Ihnen helfen, Ihre Ideen und Gedanken zu Ihrem Gruppenpodcast zu **strukturieren**. Hier können Sie notieren,

- **wie** Ihr Podcast heißen könnte.
- **was** Sie mit Ihrem Podcast erreichen wollen.
- **wen** Sie erreichen wollen.
- **worüber** Sie sprechen möchten.

Jede Gruppe ist anders

Jede Gruppe ist **anders**. Das heißt auch, jede Gruppe hat andere Ideen, Ziele und Überzeugungen. Deshalb gibt es **keine allgemeine Strategie**, die für alle Gruppen gleichermaßen gelten. Und deshalb ist es auch am wichtigsten, dass Sie Ideen entwickeln, mit denen Sie sich **wohl fühlen** und sich nicht zwingen, Trends oder vermeintlichen Erfolgsanleitungen zu folgen.

Spaß und Echtheit

Denn am wichtigsten ist: Das **Podcasten**, also das freie und spontane Reden sowie Interagieren mit Gesprächspartnern, muss Ihnen **Spaß machen!**

Podcasts leben von dieser **Authentizität**. Und das merken Menschen!

Am Anfang stehen Ideen

Daher wollen wir zu Anfang erst einmal Ideen entwickeln darüber,

- wie Ihr Podcast heißen könnte.
- was Sie mit Ihrem Podcast erreichen wollen.
- wen Sie erreichen wollen.
- worüber Sie sprechen möchten.

Unsere Ziele

Von der Motivation zu den SMARTen Zielen

SMARTe Ziele sind eine Hilfestellung, um Ziele zu strukturieren und **den eigenen Erfolg zu bewerten.**

- S steht für specific, zu Deutsch spezifisch
- M steht für measurable, zu Deutsch messbar
- A steht für achievable, zu Deutsch erreichbar
- R steht für reasonable, zu Deutsch angemessen
- T steht für time-bound, zu Deutsch terminiert

Spezifisch

Versuchen Sie, so genau wie möglich zu sein: Was **genau** möchten Sie und Ihre Gruppe **erreichen**?

Je genauer das Ziel formuliert ist, desto einfacher können Sie bewerten, ob Sie es wirklich erreicht haben.

Ein **Negativ-Beispiel**: „Wir möchten unser Thema **bekannter** machen.“

Messbar

Versuchen Sie, Ihre Ziele in erreichbaren Zahlen auszudrücken.

Wie viele Hörerinnen und Hörer möchten Sie beispielsweise erreichen?

Je nachdem, wie hoch Ihre Ziele ausfallen, kann es natürlich notwendig sein, eine andere Strategie anzuwenden oder Ihren zeitlichen Rahmen daran anzupassen.

Ein **Negativ-Beispiel**: „Wir möchten viele Hörerinnen und Hörer erreichen.“

Erreichbar und angemessen

Ihre Ziele sollten auch erreichbar sein. So sind sie als Gruppe motiviert, diese auch erreichen zu wollen.

Was ist im gesteckten Zeitrahmen **realistisch** und umsetzbar?

Stellen Sie sicher, dass die in Ihrer Gruppe vorhandenen

Ressourcen, wie Zeit und benötigte Verantwortliche, **rücksichtsvoll** verteilt sind.

Ein **Negativ-Beispiel**: „Wir möchten nächste Woche der meistgehörte Podcast sein.“

Terminiert

Versuchen Sie, ein fixes Datum festzulegen, bis zu dem Sie das Ziel erreicht haben möchten.

Bis wann genau möchten Sie das Ziel erreicht haben?

Je schneller Sie ein Ziel erreichen möchten, desto mehr Gedanken müssen Sie sich natürlich machen, wie erreichbar und angemessen das Ziel für Ihre Gruppe bleibt.

Ein **Negativ-Beispiel**: „Wir möchten so schnell wie möglich viele erreichen.“

Raum zum Experimentieren

SMARTe Ziele sind eine **Hilfestellung**, kein bindender Vertrag, dem Sie sich unterwerfen müssen!

Sie können Ziele immer wieder als Gruppe **diskutieren und anpassen**, sodass Sie sich mit diesen wohlfühlen. Ein nicht erreichtes Ziel ist eine **Lernmöglichkeit** und kein Fehlschlag!
Geben Sie sich als Gruppe Raum, um zu experimentieren, zu lernen, zu wachsen und sich zu verbessern!

Gruppengespräche anregen

1. SMARTe Ziele setzen
2. Gespräche in der Gruppe anregen
 - Wie kommen wir dorthin?
 - Was müssen wir dafür tun?
3. Ziele anpassen

Unsere Zielgruppe

Für wen machen wir das?

Diese Frage ist sehr wichtig, da es einen großen Unterschied macht, ob man ein **breites oder spezielles Publikum** ansprechen möchte.

- Soll Ihr Podcast speziell andere Betroffene unterstützen?
- Soll Ihr Podcast die breite Öffentlichkeit über Ihr Thema aufklären?

Warum nicht alle ansprechen?

Berechtigterweise könnte man denken: Größere Zielgruppe = Mehr potenzielle Hörerinnen und Hörer = Mehr Erfolgchancen. **So ist es aber nicht!**

Denn um überhaupt Erfolg haben zu können, muss Ihr Podcast für Menschen **relevant** sein, weil er sehr informativ, sehr spannend oder sehr unterhaltsam ist.

Das klappt aber nur, wenn Sie wissen, **mit wem Sie reden** und was diese Menschen interessiert.

Einzigartigkeit

Als Experten für Ihr Thema verfügen Sie über viel **einzigartiges** Wissen, viele einzigartige Erfahrungen und Geschichten. All das kann für Hörerinnen und Hörer sehr **interessant und relevant sein!**

Ohne Anmeldung können Sie bei [▶podcast.de](https://podcast.de) einmal eine

Stichwortsuche nach Ihren Themen durchführen:

- Was gibt es schon?
- Worüber wird dort gesprochen?
- **Wo gibt es eine Nische**, über die noch niemand spricht?

S wie spezifisch

Auch beim Eingrenzen Ihrer Zielgruppe gilt, seien Sie so **spezifisch** wie möglich!

So vergrößern Sie die Chance, bei genau dieser Gruppe **relevant** und erfolgreich zu sein.

Unsere Themen

Unsere Botschaft

Gerade bei Podcasts, die Menschen über ein Thema informieren möchten, kann es helfen, zunächst die eigene **Botschaft** zu formulieren.

Stellen Sie sich folgende Frage:

- Wenn neue Hörerinnen und Hörer **nur eine einzige Sache** aus jeglicher Episode mitnehmen sollen, was wäre das?

Ihre Botschaft muss **nicht** explizit ausgesprochen werden. Es ist eher etwas Grundlegendes, das **zwischen den Zeilen** Ihres Podcasts jederzeit erkennbar ist.

Was kann eine Botschaft sein?

Eine Botschaft kann eine **Überzeugung** oder ein **Selbstverständnis** aber auch vieles mehr sein:

- “Wir geben Menschen mit ... eine **Stimme!**”
- “Bei uns ist es **kein Tabu** über ... zu sprechen!”
- “Wenn du auch mit ... zu kämpfen hast, bist du hier **gut aufgehoben!**”
- “Wir zeigen, dass Menschen mit ... auch **Spaß haben** können!”
- “Wer immer noch **Vorurteile** über ... hat, muss uns nur einmal **zuhören!**”

- “Wir zeigen: ... und ... sind **keine Gegensätze!**”

Worüber möchten wir eigentlich sprechen?

Ihre Botschaft kann nun als **Leitlinie** gelten, um zu entscheiden, ob ein **Thema** zu Ihrem Gruppenpodcast passt:

- **Reaktionen** auf aktuelle Neuigkeiten, Entwicklungen oder Ereignisse?
- **Anekdoten** aus unseren Leben?
- Einblicke in unseren **Alltag**?
- **Ratschläge** für häufige Herausforderungen?
- **Aufklärung** zu Vorurteilen oder Missverständnissen?

Unser Name

Einen Namen für unseren Podcast finden

Welche Funktion hat ein Name eigentlich?

1. Er soll **wiedererkennbar und einzigartig** sein, damit man ihn immer finden kann.
2. Er soll **eingängig und möglichst kurz** sein, damit man ihn sich merken kann.
3. Er soll **Interesse und Aufmerksamkeit** bei eurer Zielgruppe wecken, damit man ihn sich anhören möchte.

4. Er soll **erklären**, was man als Interessierter oder Interessierte thematisch **erwarten** kann.
5. Er soll euer **Selbstverständnis** als Gruppe widerspiegeln, also zeigen, wie ihr seid.

Wie ist so ein Name aufgebaut?

1. Ein **Haupttitel**, der Interesse weckt
2. Ein **Untertitel**, der genauer erläutert, worum es geht

Beispiel: „**Was bisher geschah** - **Geschichtspodcast**“

- „Was bisher geschah“
 - Anspielung auf die Vergangenheit und auf Rückblenden bei Fernsehserien
- „Geschichtspodcast“
 - Benennt das Thema oder Themengebiet nochmal genau

Wie lässt sich denn Interesse wecken?

Oft haben Titel von Podcasts eine der folgenden Eigenschaften, um Interesse zu wecken:

- Eine **Anspielung**, die erst beim Anhören oder auf den zweiten Blick Sinn ergibt
- Ein lustiges **Wortspiel**
- Eine bekannte **Redewendung**
- Ein bekanntes **Sprichwort**
- Ein bekanntes oder spannendes **Zitat**
- Nennung eines bekannten **Namens, Ereignisses oder Ortes**

- Eine leicht übertriebene Formulierung

Unseren Podcast veröffentlichen

Wie kommt der Podcast zu den Hörerinnen und Hörern?

Neben Spotify gibt es in Deutschland noch [▶andere beliebte Portale](#), über die Menschen Podcasts hören, wie:

- Amazon Music
- Google Podcast
- Apple Podcast
- Audible

All diese Portale haben eine Sache gemeinsam, die **zunächst verwirren** kann: Alle beziehen die Podcasts von sogenannten **Hosts** und nicht von den Podcasterinnen und Podcaster direkt.

So kommt der Podcast zu den Hörerinnen und Hörern

1. Die Aufnahme
2. Der Host
3. Der RSS-Feed
4. Das Podcast-Portal
5. Die Hörerinnen und Hörer

Schritt-für-Schritt: Die Aufnahme

Als Podcasterinnen und Podcaster nehmen Sie natürlich zunächst einmal Ihre Episode auf und **speichern diese ab.**

Datei abspeichern

Für die Veröffentlichung ist es wichtig, dass Sie Ihre Podcast-Episode nach der Bearbeitung als eines der folgenden **Audio-**

Formate abspeichern:

- WAVE (.wav)
- MP3 (.mp3)

WAVE oder MP3?

Beide sind für die Veröffentlichung geeignet, es gibt aber

Unterschiede:

- **MP3-Dateien**

- komprimierte Datei

- Sie ist **kleiner**, es gehen aber Daten verloren
- Dadurch ist die Audioqualität oft schlechter

- **WAVE-Dateien**

- unkomprimierte Datei

- kein Datenverlust, dadurch aber eine **größere Datei**

- **Dadurch oft eine bessere Audioqualität**

Wie gehe ich denn mit m4a-Dateien um?

Machen Sie mit dem **Sprachrekorder** Ihres Laptops, Tablets oder Smartphones eine Aufnahme, merken Sie vielleicht, dass diese im Format **.m4a** gespeichert werden.

Viele Hosts, wie Podigee, **erlauben** es aber auch, dass Sie Ihre Aufnahme direkt als **m4a-Datei** hochladen.

Bei vielen Smartphones können Sie Ihre Audioaufnahme auch **direkt bearbeiten und zuschneiden**, ohne eine zusätzliche App herunterzuladen.

Schritt-für-Schritt: Der Host

Nun **laden** Sie Ihre fertige Podcast-Episode bei einem Host-Anbieter Ihrer Wahl **hoch**.

Was ist ein Host?

Ein Host, zu Deutsch Gastgeber, ist ein Dienst, der Ihnen die **technischen Voraussetzungen** bereitstellt, die Sie für die Veröffentlichung auf Podcast-Portalen benötigen.

Was machen Hosts genau für mich?

Was Ihnen der Host **bereitstellt** ist beispielsweise:

- Den **Speicherplatz** für Ihre Podcast-Episoden
- Die Verwaltung der sogenannten **Metadaten** Ihres Podcasts
 - Titel
 - Beschreibungen
 - Schlagworte
- Die Bereitstellung des **RSS-Feeds**

Warum braucht man einen Host?

Zugegeben, theoretisch **brauchen** Sie **nicht zwangsläufig** einen Host.

Möchten Sie jedoch auf einem der großen Portale veröffentlichen, müssten Sie **selbst** eine Webseite **programmieren**, die alle notwendigen Daten in der richtigen Weise übermittelt.

Welchen Host sollte ich wählen?

Die Auswahl des Hosts ist gar nicht so einfach, da es **sehr viele mögliche Hosts** im Internet gibt, die alle mehr oder weniger die gleichen Leistungen erbringen.

Podigee als Beispielhost

Es gibt einige Punkte, die für den Host ►[Podigee](#) sprechen:

- Nutzerfreundlich und Einsteigerfreundlich
- Speicherung der Daten ►[in der EU](#)
- ►[Datensparsam](#)
- Reichen euch monatlich 4 Stunden Audio, kostet Podigee ►[19€
pro Monat](#)
- Kompatibel mit Spotify

Hosts für Spotify

Möchten Sie auf Spotify veröffentlichen, ist es wichtig, einen Host auszuwählen, der sich in [▶dieser Liste](#) befindet.

Nicht wundern: Spotify nennt die kompatiblen Hosts hier **Aggregatoren**. Es meint aber dasselbe!

Beim Datenschutz zu beachten!

Beachten Sie, dass die **Datenschutzerklärung** Ihres Hosts **nicht für die Portale gelten muss**, über die Ihre Hörerinnen und Hörer letztendlich Ihren Podcast hören werden!

Möchten Sie Ihren Podcast also bei **Spotify, YouTube, Amazon oder Apple** veröffentlichen, müssen Sie hier die gesonderten Datenschutzerklärungen der Portale beachten.

Geht es auch kostenlos?

Einen **kostenlosen Host** ohne Haken zu finden, ist leider **kaum möglich**.

Hosts wie [▶meinpodcast.de](https://meinpodcast.de) oder [▶Acast](https://acast.com) bieten hier zwar kostenlose Lösungen an, binden jedoch dafür **eigenständig Werbeanzeigen** in Ihre Podcast-Episoden ein.

Gerade bei einem Selbsthilfe-Podcast sollten Sie hier **vorsichtig** sein, da Werbung geschaltet werden kann, die nicht mit Ihren Werten oder Zielen übereinstimmt.

Datenpflege

Obwohl es manchmal mühsam sein kann, sollten Sie die **Metadaten** Ihres Podcasts bei Ihrem Host **pflegen**.

Durch gut gepflegte Titel, Beschreibungen und auch Schlagworte erreicht Ihr, dass

- alle Informationen später korrekt an die Podcast-Portale **übermittelt** werden.
- die Podcast-Portale euren Podcast korrekt **einsortieren** können.
- Menschen euren Podcast auch auf **Google** gut finden können.

Schritt-für-Schritt: Der RSS-Feed

Der Host stellt Ihnen den sogenannten **RSS-Feed** bereit, über den Sie Ihren Podcast in den großen Portalen **veröffentlichen** können.

Was genau ist dieser RSS-Feed?

Das RSS-Feed ist im Grunde einfach **ein Link**, der auf eine Medienquelle , also Ihren Podcast, bei Ihrem Host verweist.

Podcast-Portale wie Spotify **fangen** Ihren Podcast dann über diesen Link **auf** und **veröffentlichen** ihn **automatisch**, sobald eine neue Folge bei Ihrem Host hochgeladen wird.

Deswegen nennt man Podcast-Portale auch oft **Podcatcher**.

Ist das mit Host und RSS-Feed nicht total überkompliziert?

Zunächst denkt man verständlicherweise, dass dieser Vorgang sehr vielschrittig ist. Wieso geht das nicht einfacher?

Dabei haben Host und RSS-Feed einen **entscheidenden Vorteil**:

- Sie müssen Ihre Episoden nicht überall auf allen Portalen einzeln **hochladen, verwalten und Änderungen** vornehmen.
- Mit einem Host und RSS-Feed geht das **zentral** und wird dann an alle Portale übermittelt.

Schritt-für-Schritt: Das Portal

Über ein Podcast-Portal wie Spotify können **Hörerinnen und Hörer** nun Ihren Podcast **abonnieren** und erhalten automatisch immer die neuesten Episoden.

Vom Host zum Portal

Viele Hosts ermöglichen es Ihnen, Ihren Podcast **ohne zusätzliche Anmeldung** bei einem Portal zu veröffentlichen.

Der RSS-Feed wird dann automatisch übermittelt, sodass auch Ihre neuen Folgen immer automatisch veröffentlicht werden.

[▶Podigee bietet das zum Beispiel nahtlos für Spotify an.](#)

Kosten für Hörerinnen und Hörer

Je nach Portal müssen sich Ihre Hörerinnen und Hörer natürlich noch **registrieren** und gegebenenfalls eine **monatliche Gebühr für das Portal** bezahlen.

Die [▶kostenfreie Nutzung von Spotify](#) zum Anhören Ihres Podcasts ist beispielsweise nur mit **Werbeunterbrechungen von Spotify** möglich.

Schritt-für-Schritt: Die Hörerinnen und Hörer

Jetzt können Ihre Hörerinnen und Hörer Ihren Podcast auf den veröffentlichten Plattformen **finden, abonnieren und anhören!**

Uns weiterentwickeln

Professionalisierung

Das A-und-O

1. **Ausprobieren** und Experimentieren
2. Sicherheit und **Freude gewinnen**
3. Fehler und **Zeit zum Wachsen** zulassen
4. Von anderen Podcasts **lernen**

Nimmt man sich diese Schritte zu Herzen, merkt man automatisch, welche Bedarfe man für den eigenen Podcast hat, welche Technik man gerne hätte oder was man anders machen möchte!

Redaktionsplan

Ein Redaktionsplan ist ein Hilfsmittel, um regelmäßige **Veröffentlichungen vor auszuplanen.**

In einer **Redaktionssitzung** kann die Gruppe dabei in einer **Tabelle** die nächsten 2-3 Monate planen:

- **Was** sind die Themen der einzelnen Episoden?
- **Wann** werden die Episoden aufgenommen?
- **Wann** werden sie veröffentlicht?
- **Wer** nimmt bei den Aufnahmen teil?
- **Wer** bearbeitet die Episoden nach der Aufnahme?

- **Wer veröffentlicht die Episoden?**

Standards

Standardisierungen können sowohl bei der Planung als auch bei der Aufnahme und Veröffentlichung helfen.

Dazu können gehören:

- Der **Ablauf** einer Episode
 1. Begrüßung
 2. Themenübersicht
 3. Übergänge
 4. Verabschiedung
- Die **Länge** jeder Episode

- **Wiederkehrende Rubriken**
 - “Meine Begegnung der Woche”
- Die Anzahl an Themen je Episode
- Tage und Uhrzeiten für die Veröffentlichung

Neue Formate

Viele Podcasts funktionieren nach dem gleichen Format:

- **ein lockeres, freundschaftliches Gespräch** zwischen zwei oder mehr Personen über ein oder mehrere Themen pro Episode.

Dieses Format ist für den Anfang perfekt, da es **vergleichsweise wenig Vorbereitung** braucht und Menschen genau diese in Podcasts mögen.

Möchten Sie stattdessen einmal einen **Bericht oder ein Interview** in Ihren Podcast integrieren, müssen Sie beachten, dass diese durch

Recherche oder die Vorabstimmung von Fragen deutlich mehr Vorbereitungszeit in Anspruch nehmen.

Gesprächsleitfaden

Gerade zu Beginn eurer Podcaster-Karriere kann es helfen, **gemeinsame und individuelle Leitfäden** vor den Episoden zu erstellen.

Der gemeinsame Leitfaden zeigt jedem Sprechenden den **Ablauf** der Folge und einen ungefähren **zeitlichen Rahmen** für jedes Thema.

- Auch die Zuhörerinnen und Zuhörer können dadurch einem inhaltlichen **roten Faden** folgen.

Sie selbst können in Ihrem individuellen Leitfaden **Stichpunkte** machen, was Sie zu den jeweiligen Themen **sagen möchten**.

Warum kein Skript schreiben?

Viele werden gerade am Anfang versucht sein, ein **detailliertes Skript** zu erstellen, in dem alle Dialoge **vorformuliert** sind.

Haben Sie Mut und versuchen Sie, so wenige Sätze wie möglich vorzuschreiben. Denn:

- dadurch üben Sie das **freie und spontane Gespräch** vor einem Mikrofon.
- dadurch wirken Sie **authentischer** und Ihre Gespräche echter.
- dadurch lernen Sie, auch auf **unvorhergesehene Situationen** zu reagieren, ohne die Aufnahme zu unterbrechen.

- dadurch entstehen oft **neue, spannende Gespräche.**

Bleiben Sie trotz aller Planung spontan und flexibel! Podcasts leben von authentischen Gesprächen!

Tonqualität verbessern

Audacity

Als **kostenfreies** Audioaufnahme- und Bearbeitungsprogramm können Sie Ihren Podcast in [▶Audacity](#) am Computer oder Laptop nachbearbeiten.

Hier können Sie beispielsweise **Rauschen vermindern, Lautstärken anpassen** oder auch die Klarheit Ihrer **Stimme verbessern**.

Anleitungen

► [Hier bei Ronald Kah](#) oder ► [hier bei Delamar](#) gibt es tolle

Anleitungen zur Verbesserung der Stimme in Audacity.

Manchmal muss man hier etwas aufpassen, da sich je nach

Programmversion von Audacity der Ort, wo Sie Effekte finden, unterscheiden kann.

Effekte in Audacity

In meiner Version finden Sie beispielsweise den **Hochpassfilter** unter: Effekte, Dominic Mazzoni.

Den **Begrenzer** oder Limiter sowie das **Noise-Gate** finden Sie unter: Effekte, Steve Daulton.

Ein neues Mikrofon

Sie wissen, dass Sie Ihren Podcast **regelmäßig** veröffentlichen wollen und daran **Spaß** haben?

Dann kann ein neues Mikrofon die **Audioqualität** Ihrer Aufnahme nochmal verbessern. Schließlich besteht ein Podcast vor allem aus Einem: Ihren **Stimmen!**

Aber welches Mikrofon?

Der Markt und die Auswahl sind groß. Genauso unterscheidet sich der **technische Aufwand** für die Einrichtung verschiedener Mikrofon-Arten.

USB-Mikrofone sind hier empfehlenswert, denn Sie sind einfach einzurichten, einfach in der Handhabung und liefern trotzdem gute Ergebnisse. Sie können diese einfach **in Ihren PC oder Laptop einstecken**.

Podigee hat [▶hier eine gute Zusammenstellung](#) mit USB-Mikrofon Empfehlungen.

Zusatztipps für Mikrofone

In der Praxis werden Sie wahrscheinlich **keinen professionell isolierten Raum mit perfektem Klang** und keinen Aufbau mit mehreren PCs und Mikrofonen haben.

Achten Sie bei Beschreibungen und Testberichten daher darauf, dass das Mikrofon

- guten Klang bietet bei **mehreren Personen**, die darum sitzen.
- **Hintergrundgeräusche** abseits der Stimme schon selbst gut herausfiltert.

- auch bei **Raumhall** oder hohen Decken noch einen guten Klang liefert.

Mit mehreren Mikrofonen aufnehmen?

Mit mehreren Mikrofonen über einen PC aufzunehmen, benötigt eine andere Mikrofon-Technik und zusätzliche Geräte. **Mit USB-Mikrofonen geht das leider nicht.**

Mit mehreren PCs aufzunehmen, an dem **jeweils ein eigenes USB-Mikrofon** angeschlossen ist, funktioniert natürlich.

Aber, hier müsstet ihr dann nachträglich alle Aufnahmen zusammenfügen und sicherstellen, dass **Ihre Stimme nur auf dem eigenen Mikrofon** zu hören ist.

Videokonferenz als mögliche Lösung

Eine vergleichsweise einfache Lösung für die Aufnahme mit mehreren Mikrofonen ist eine Videokonferenz.

Viele Anbieter wie [▶Zoom](#) ermöglichen die **Aufzeichnung der Videokonferenz**.

Ein weiterer **Vorteil** kann sein, dass Sie Ihren Podcast auch aufnehmen können, wenn die Teilnehmenden es nicht schaffen, in Präsenz zusammenzukommen.

Infotainment

Was ist das?

Der Begriff **Infotainment** setzt sich aus den englischen Begriffen **information** und **entertainment** zusammen. Es beschreibt also ein **Mix aus Information und Unterhaltung.**

Warum?

Wir haben vorhin gezeigt, dass auch Info-Podcast über Gesundheitsthemen erfolgreich sein können.

Das bedeutet aber nicht, dass der **Unterhaltungswert** keinen Einfluss auf den Erfolg Ihres Podcasts hat.

Man könnte bei Info-Podcasts sagen, Menschen kommen wegen Informationen und **bleiben wegen der Unterhaltung**.

- manchmal kommen sie sogar nur wegen der Unterhaltung!

Wie?

Das bedeutet aber **nicht**, dass sie zwangsläufig Witze in Ihren Podcast integrieren müssen! Humor ist nur eine Methode, Ihren Podcast unterhaltsamer zu machen.

Sie können **Fakten und Informationen** auch **auflockern** durch:

- Anekdoten aus Ihrem Leben
- Einblicke in Ihren Alltag, den Menschen normalerweise nicht sehen
- lockere, spontane Dialoge zwischen Ihnen

Interaktion mit Zuschauerinnen und Zuschauern

Spotify Kommentare

Spotify hat Mitte 2024 eine **Kommentarfunktion** für Podcasts eingeführt.

Über diese können Ihre Zuhörerinnen und Zuhörern direkt mit Ihnen zu jeder Episode **interagieren**. Sie können diese aber auch **deaktivieren**.

Eine Podcast-Gemeinschaft

Die Interaktion mit Ihrem Publikum kann Ihren Podcast in vielerlei Hinsicht sehr **bereichern**:

- Zuhörerinnen und Zuhörern fühlen sich als Teil des Podcasts **wahrgenommen und eingebunden**
- Sie bilden durch das Einbinden des Publikums eine **Gemeinschaft**

Inhaltsvorschläge

Auch für Ihre **Inhalte** kann das Publikum eine entscheidende Rolle einnehmen:

- Auf die Meinungen des Publikums reagieren
- Um Themenvorschläge bitten
- Fragen aus den Kommentaren beantworten

Gäste einladen

Kollaborationen

Je nach Gast können sich Ihrem Podcast neue Chancen eröffnen:

- Beim Einladen von **Expertinnen und Experten** wie Ärztinnen und Ärzte oder Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler können Sie den **informativen Mehrwert** Ihres Podcasts für **Selbsthilfeaktive und Interessierte festigen**
- Beim Einladen **bekannter Gesichter** oder anderer Podcasterinnen und Podcaster erreichen Sie neue **Bekanntheit beim Publikum des Gastes**

- Ihr Gast profitiert ebenso von Ihrer Reichweite

Über Soziale Medien bekannter werden

Gerade **kurze Ausschnitte** von Video-Podcasts sind in Sozialen Medien wie **Instagram** sehr beliebt.

Durch die Schnelligkeit des Mediums ist es hier ratsam, Ausschnitte von **10-20 Sekunden** Länge zu veröffentlichen.

Diese sollten spannende oder lustige Einblicke geben, die den Menschen **Lust auf mehr** machen.

Glossar

Audacity

Audacity ist eines der verbreitetsten, kostenfreien Computerprogramme für Audio-Aufnahmen und Audio-Nachbearbeitung. Es bietet Ihnen alle Werkzeuge für einen professionell klingenden Podcast.

Aggregator

Spotify nennt Podcast-Hosts, über die Sie auf Spotify veröffentlichen können, Aggregatoren. Daher bedeuten die

Begriffe Host und Aggregator hier dasselbe. Beide Begriffe beschreiben Anbieter, die Ihnen die technischen Voraussetzungen bereitstellen, um Ihren Podcast bei den großen Podcast-Plattformen zu veröffentlichen.

Host

Beim Podcasten läuft die Veröffentlichung etwas anders, als man es vielleicht von Videos auf YouTube gewohnt ist. Statt Ihren Podcast direkt auf der Podcast-Plattform hochzuladen, laden Sie diesen bei einem Host hoch. Dieser bieten Ihnen normalerweise gegen eine monatliche Gebühr den Speicherplatz und den RSS-

Feed für Ihren Podcast. Der RSS-Feed erlaubt es, dass Sie zentral von Ihrem Host aus, Ihren Podcast auf vielen Plattformen veröffentlichen können, statt dies für jede Plattform einzeln zu erledigen. So nimmt Ihnen ein Host viel technische Arbeit ab.

MP3-Format

MP3 ist eines der verbreitetsten Dateiformate für Audio-Dateien wie Musik. Im Vergleich zum Dateiformat WAVE, sind MP3-Dateien kleiner und verbrauchen weniger Speicher. Dafür haben Ihre Aufnahmen aber auch eine geringere Qualität.

Metadaten

Die Metadaten Ihres Podcasts sind nichts anderes, als die beschreibenden Informationen, die Sie über Ihren Host pflegen und an die verschiedenen Plattformen mitübermitteln. Informationen wie Titel und Beschreibungstext sind dabei offensichtlich erkennbar. Es gibt aber auch Informationen wie Schlagwörter, die nicht direkt auf den Plattformen sichtbar sind, diesen aber helfen, Ihren Podcast einem Thema zuzuordnen und korrekt zu kategorisieren.

Podcatcher

Podcast-Plattformen wie Spotify werden teils als Podcatcher bezeichnet, weil sie den RSS-Feed Ihres Podcasts sozusagen auffangen. Es beschreibt also das Prinzip, dass der RSS-Feed auf Ihren Podcast verweist und Plattformen durch diesen Verweis Ihren Podcast finden und veröffentlichen.

RSS-Feed

Am einfachsten lässt sich das RSS-Feed als Verweis oder Referenz verstehen. Statt Ihren Podcast auf jeder Plattform einzeln hochzuladen, teilen Sie dieser schlicht den Verweis auf Ihren

Podcast bei Ihrem Host mit. So wird jede neue Folge Ihres Podcasts über den RSS-Feed auch automatisch bei den Plattformen hochgeladen.

Spotify

Spotify ist die weltweit größte Plattform für Musik und Podcasts. Viele, die ihren Podcast bekannt machen wollen, möchten daher natürlich auch auf Spotify gefunden werden. Möchten Sie auf Spotify veröffentlichen, ist es wichtig, einen mit Spotify kompatiblen Host oder Aggregator auszuwählen.

WAVE-Format

WAVE oder .wav ist ein beliebtes Dateiformat für Podcast-Aufnahmen. Im Vergleich zu MP3 sind WAVE-Dateien zwar größer, können dafür aber eine bessere Audioqualität speichern."

Linksammlung

- ▶ [Mediengewichtsstudie der Medienanstalten aus 2023](#)
- ▶ [Stimme verbessern mit Audacity von Delamar](#)
- ▶ [5 Tipps zur Verbesserung der Stimme in Audacity von Ronald Kah](#)
- ▶ [Podcast erstellen in 10 Schritten von Podigee](#)
- ▶ [Statistiken zum Thema Podcasts von Statista](#)
- ▶ [Studie Online-Audio-Monitor 2023](#)
- ▶ [Was ist ein Podcast? Von podcast.de](#)