

PRÄSENZ



Schulung
**GRUPPENPODCAST
ERSTELLEN**

von Niklas Mitterle



SELBSTHILFE

RHEINLAND-PFALZ



Gemeinschaftsförderung
Selbsthilfe Rheinland-Pfalz

INITIATIVE

MEDIENKOMPETENZ ERHÖHEN

IN DER SELBSTHILFE

RHEINLAND-PFALZ

WER BIN ICH? WAS MACHE ICH?

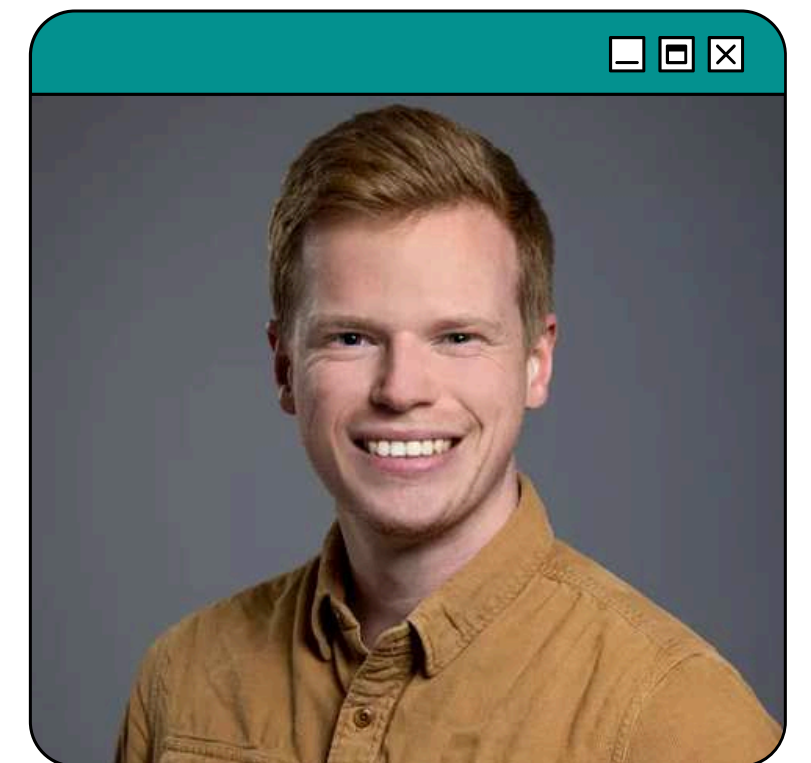
Name: Jan Niklas Mitterle

Jobtitel: Medienpädagoge

Aufgabengebiet: Die Selbsthilfe in Rheinland-Pfalz

Aufgaben:

- Ansprechpartner für Medienkompetenz-Fragen
- Regelmäßige Medienkompetenz-Schulungsangebote für die Selbsthilfe
- Sichtbarkeit der Selbsthilfe erhöhen





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**.



SCHWIMMEN LERNEN IM DIGITALEN OZEAN



Entdecker:in

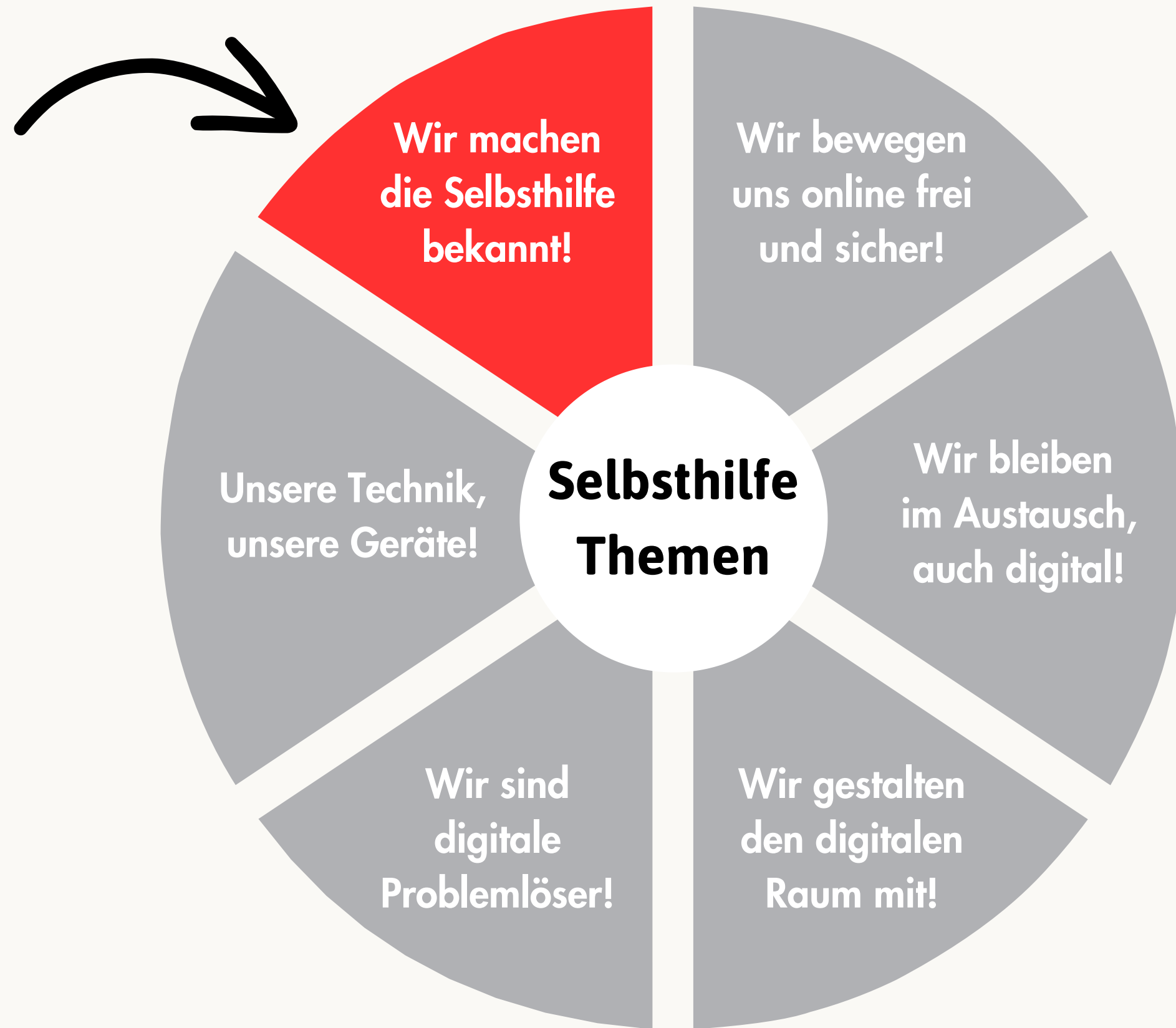
Versteher:in

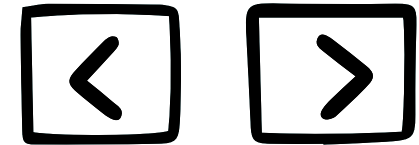
Helfer:in

Mitgestalter:in



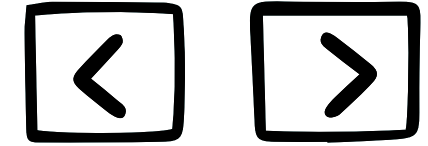






1. Was ist eigentlich ein Podcast?
2. Vor unserer ersten Aufnahme
3. Unsere erste Aufnahme
4. Unsere Ziele, unsere Themen
5. Unseren Podcast veröffentlichen
6. Uns weiterentwickeln
7. Weiterführende Ressourcen

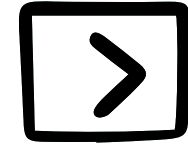
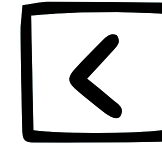
● ZIELE



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.

● ABLAUF



17:00-17:10 Uhr: Begrüßung und Vorstellung der Initiative

17:10-17:30 Uhr: Einstieg und Vorstellungsrunde

17:30-17:45 Uhr: Was ist eigentlich ein Podcast?

17:45-18:00 Uhr: Vor unserer ersten Aufnahme

18:00-18:10 Uhr: Kleine Pause

18:10-19:00 Uhr: Unsere erste Aufnahme

19:00-19:10 Uhr: Kleine Pause

19:10-19:30 Uhr: Unsere erste Aufnahme

19:30-19:50 Uhr: Unsere Ziele, unsere Themen

19:50-20:00 Uhr: Veröffentlichung unseres Podcasts

WELCHEN KRIMI-PODCAST GIBT ES WIRKLICH?



“Mord und Morgenkaffee”

“Tod ernst, aber lustig”

“Mord, Motive und Mätzchen”

“Fälle mit Biss”

“Mord auf Ex”

“Der Schatten der Wahrheit”

“Mordgeflüster”

WELCHEN KRIMI-PODCAST GIBT ES WIRKLICH?



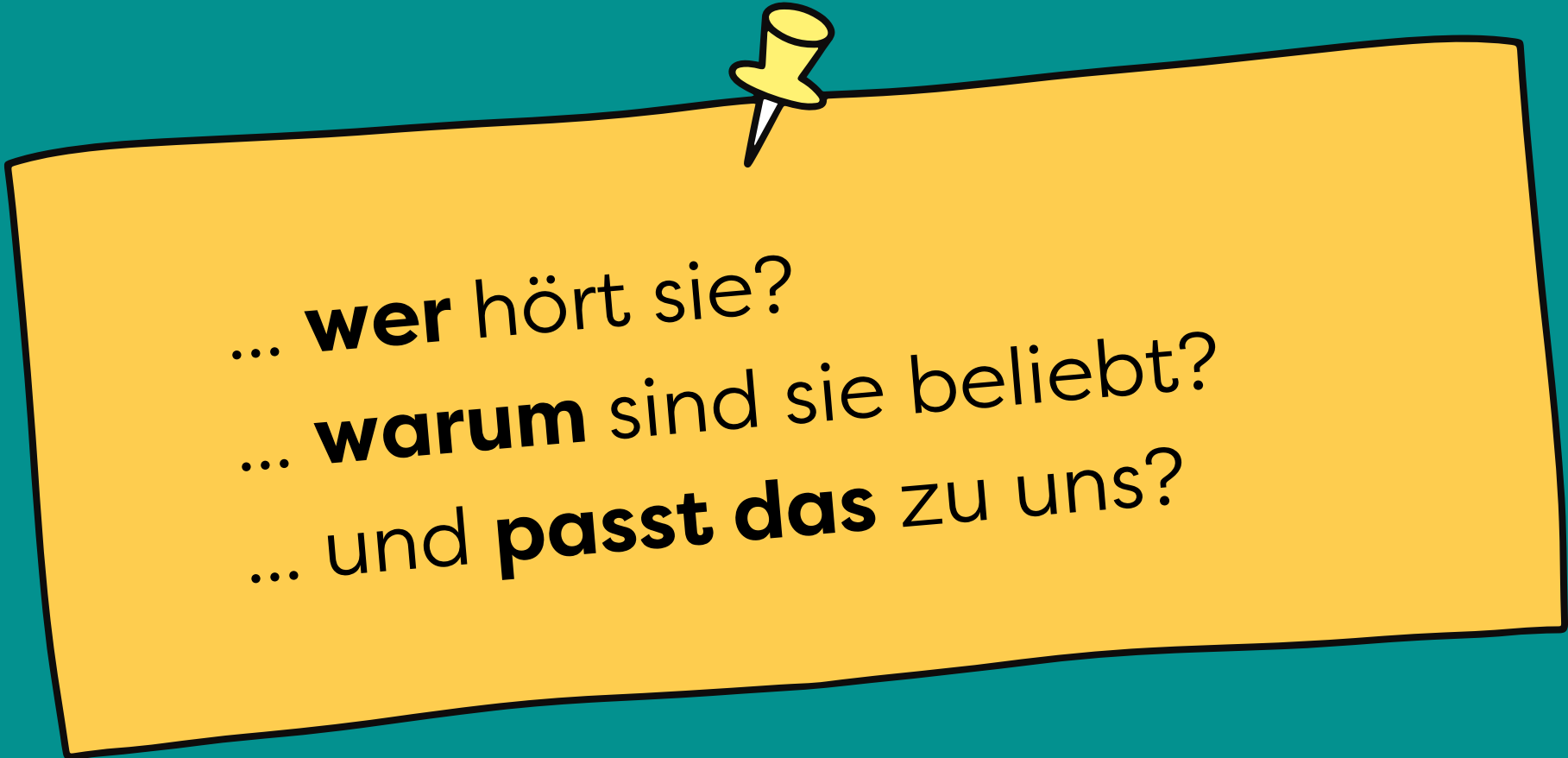
Podcast

MORD AUF EX

Leonie Bartsch & Linn Schütze



WAS IST EIGENTLICH EIN PODCAST?



... **wer** hört sie?
... **warum** sind sie beliebt?
... und **passt das** zu uns?

“SOWAS WIE RADIO IM INTERNET”

Die Webseite 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 Podcaster:innen entscheiden selbst, worüber sie sprechen wollen
- Prinzipiell kann jede:r einen Podcast aufnehmen und veröffentlichen
- Podcasts sind zeitlich nicht limitiert
- Podcaster:innen können die Themen frei wählen

POD



Playable On Demand

auf Wunsch abspielbar

CAST



Broadcast

Übertragung

super als
Einstieg



**AUDIO
PODCAST**

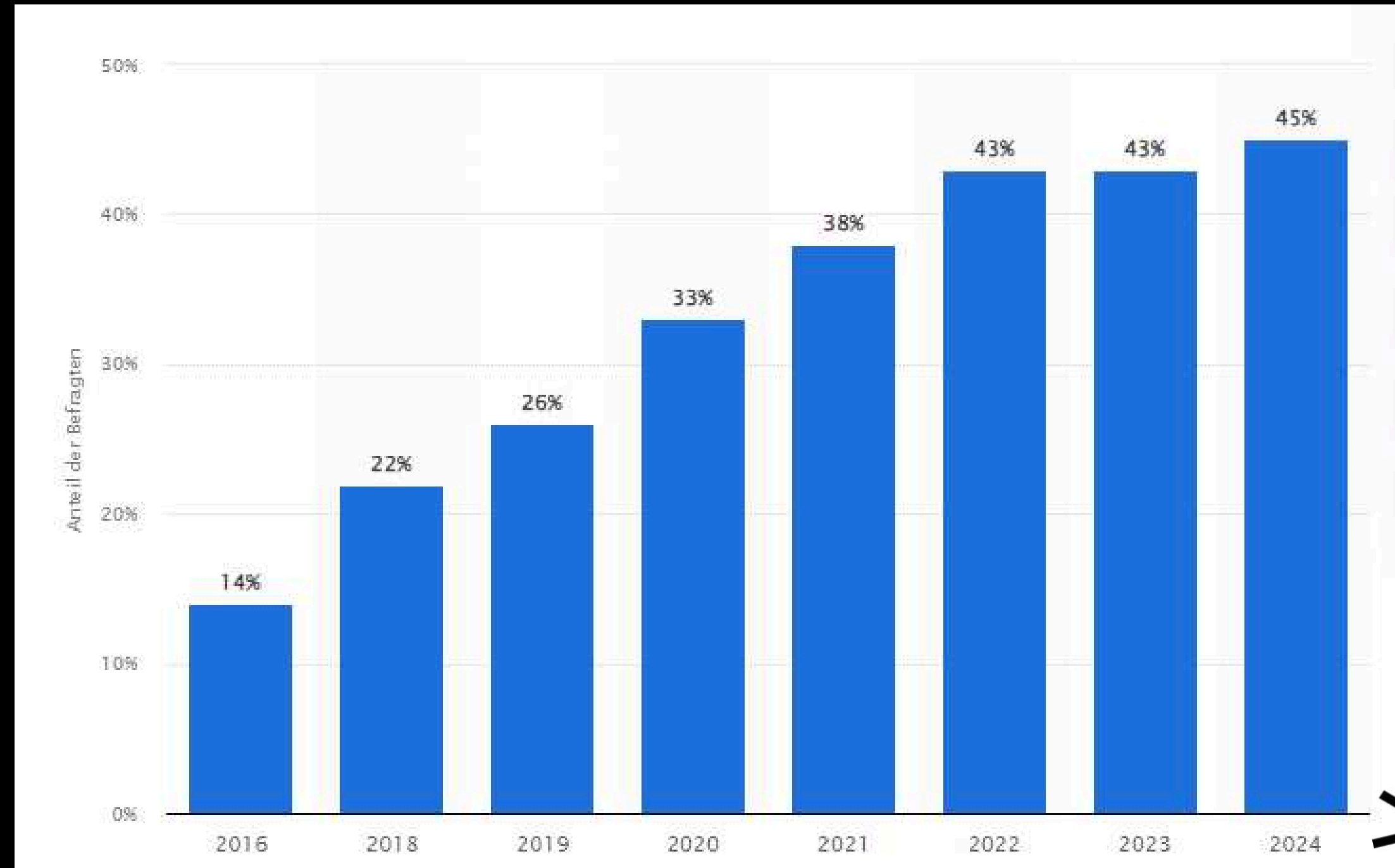


**VIDEO
PODCAST**

schwieriger zu
produzieren



STEIGENDE HÖRERZAHLEN IN DEUTSCHLAND



WARUM SIND PODCASTS SO BELIEBT?

1. Sie sind **authentischer** und nahbarer als Radiosendungen.
 - Podcasts sind wie ein **Gespräch unter Freunden**, dem man zuhört
 - Viele Podcaster:innen 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-Hörer:innen 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.

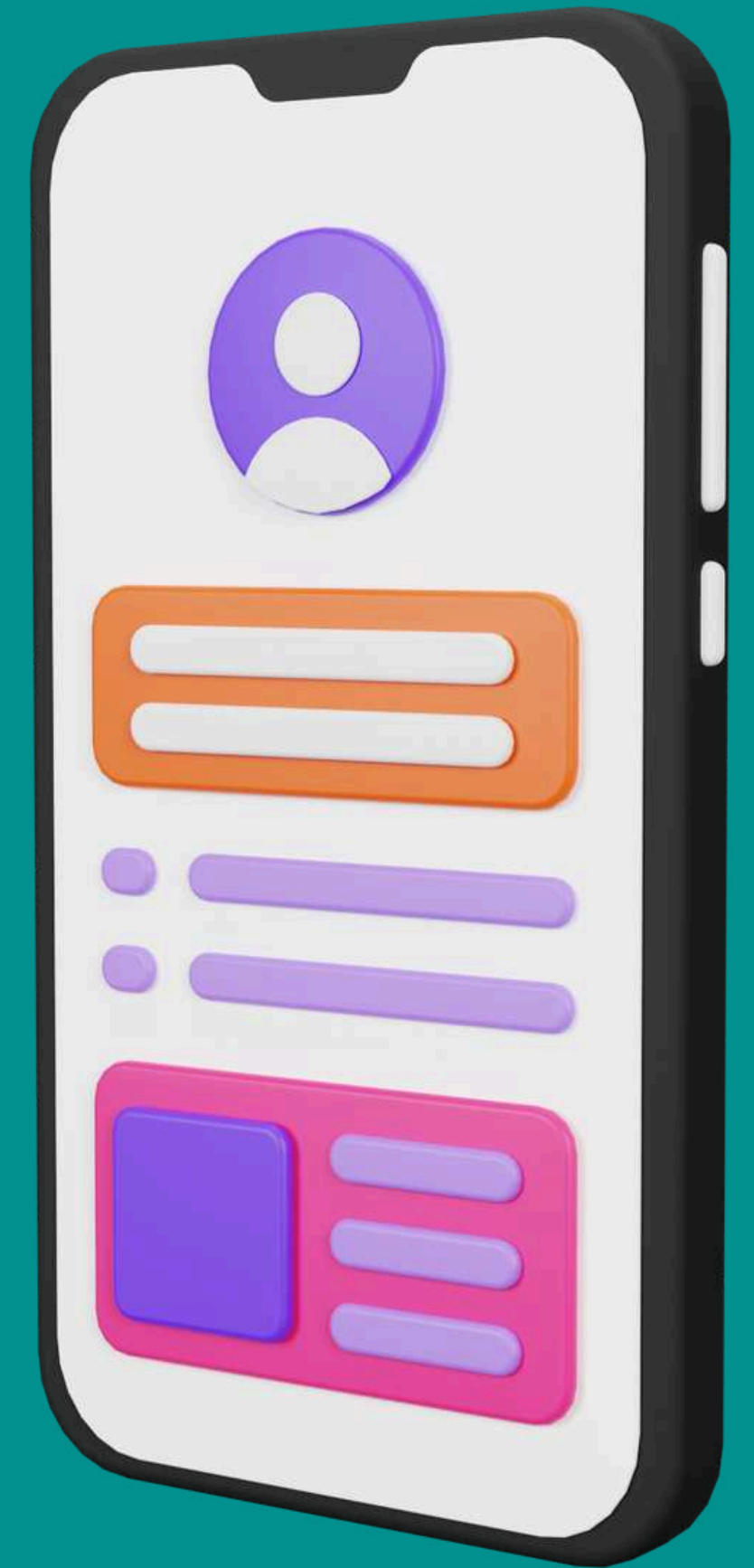


TREND ZU MOBIL

Laut einer Studie in Deutschland steigt die Zahl der **mobilen** Internetnutzer:innen stetig an. **2023** belief sich die Zahl auf **85%** der Internetnutzer:innen.

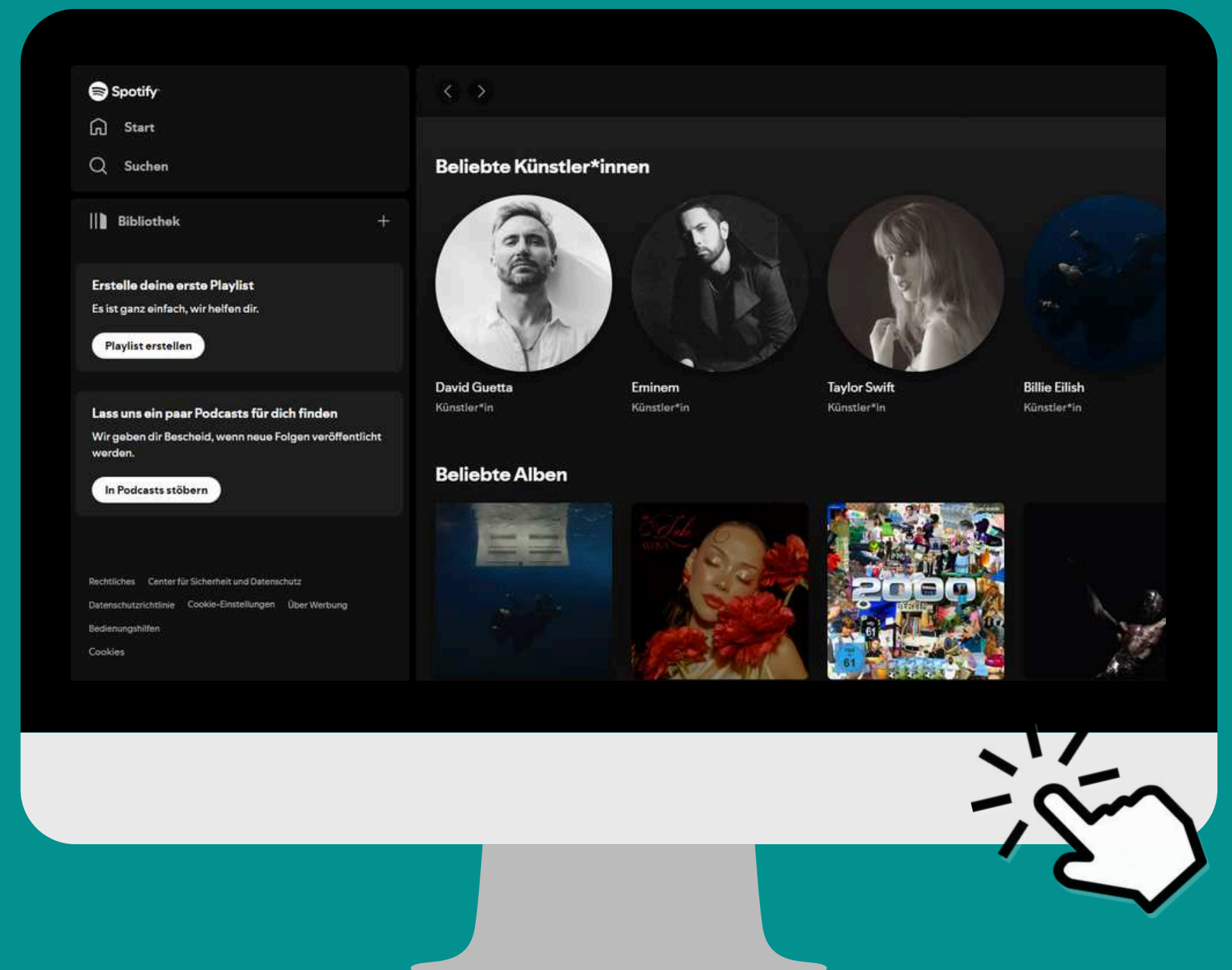
Laut einer weiteren Studie nutzten die meisten Internetnutzer:innen hierfür das **Smartphone**.

2020 gaben 57% der Podcasthörer:innen in Deutschland an, beim Podcasthören gewöhnlich unterwegs zu sein.



SPOTIFY

Die beliebteste Plattform, über die Hörer:innen auf Podcasts zugreifen, ist mit 53% **Spotify**.

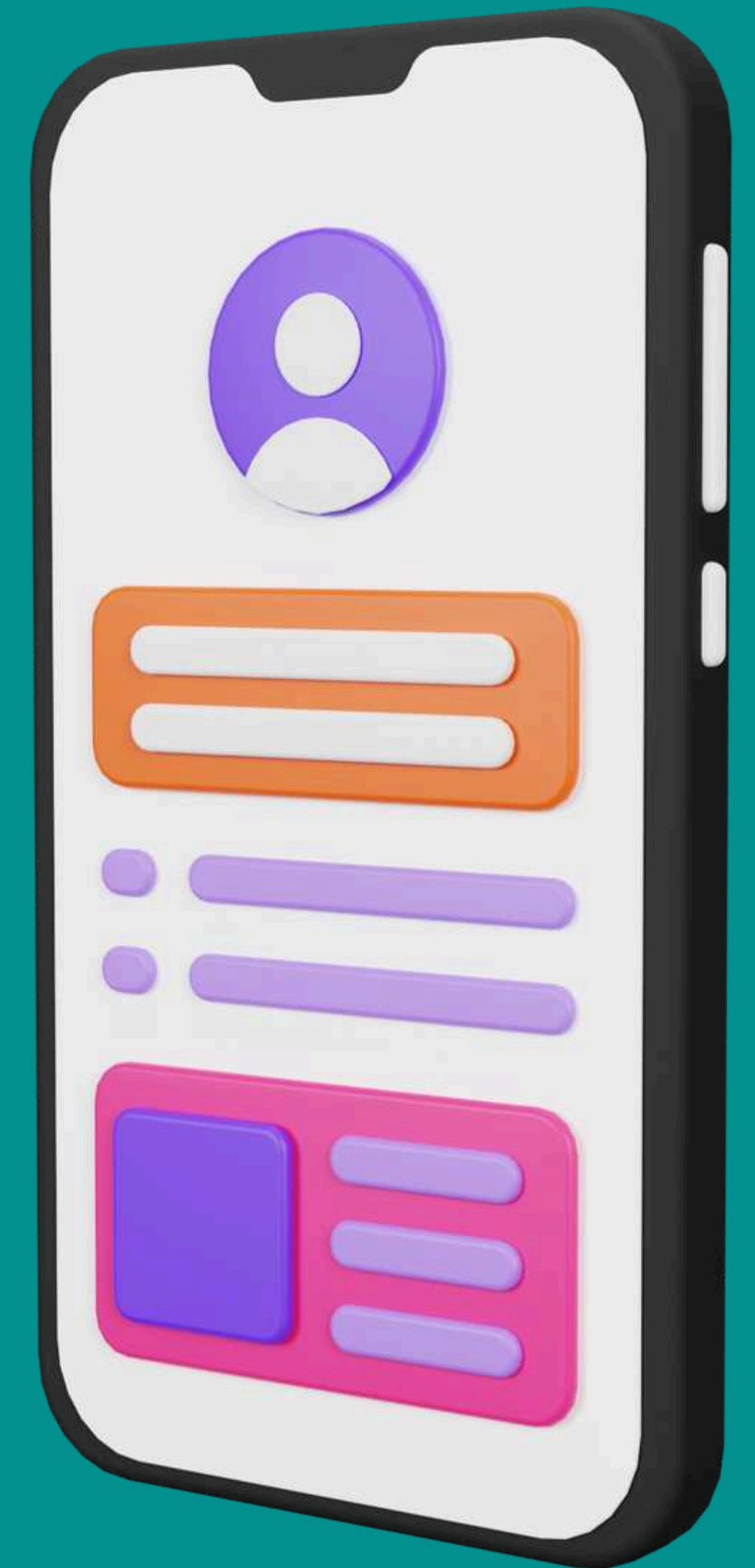


WARUM IST DAS FÜR PODCASTS RELEVANT?

Podcasts profitieren als **Unterhaltungsmedium** sehr stark davon, wie gut sie für die mobile Nutzung geeignet sind.

Gerade wenn man unterwegs ist ...

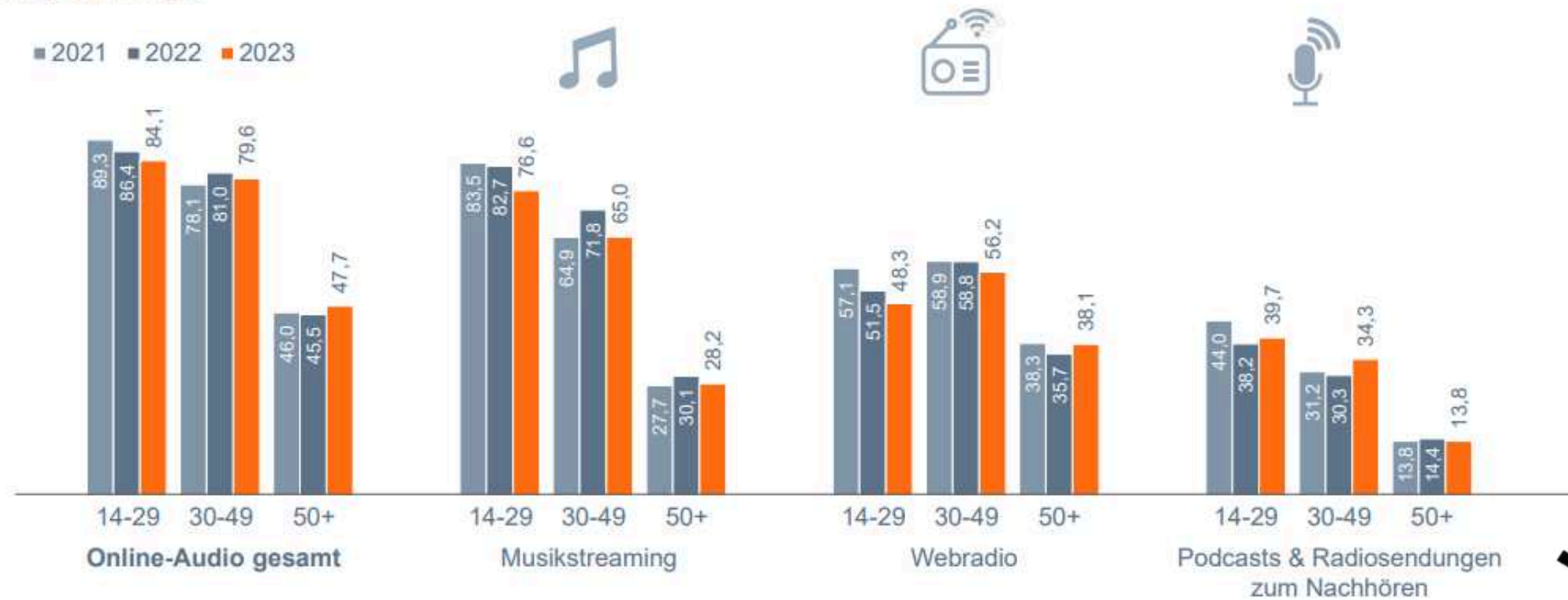
- ... verbrauchen sie **weniger mobiles Datenvolumen** als Videos oder Filme.
- ... kann ich sie auch mit **gesperrtem Bildschirm** anhören und gleichzeitig **Akku sparen**.



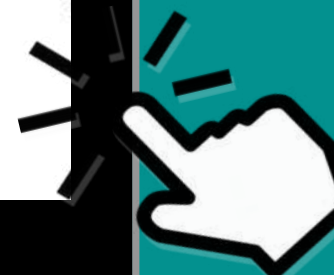
PODCASTS BEGEISTERN UND VERBINDEN 2023 ÜBER ALTERSGRUPPEN HINWEG

Mehr Webradio-Nutzung bei 50+ treibt die regelmäßige Online-Audio-Nutzung der Gruppe nach oben. Podcasts legen vor allem in der mittleren Altersgruppe zu.

Nutzung Online-Audio-Angebote: Mindestens einmal pro Monat nach Alter
Angaben in Prozent



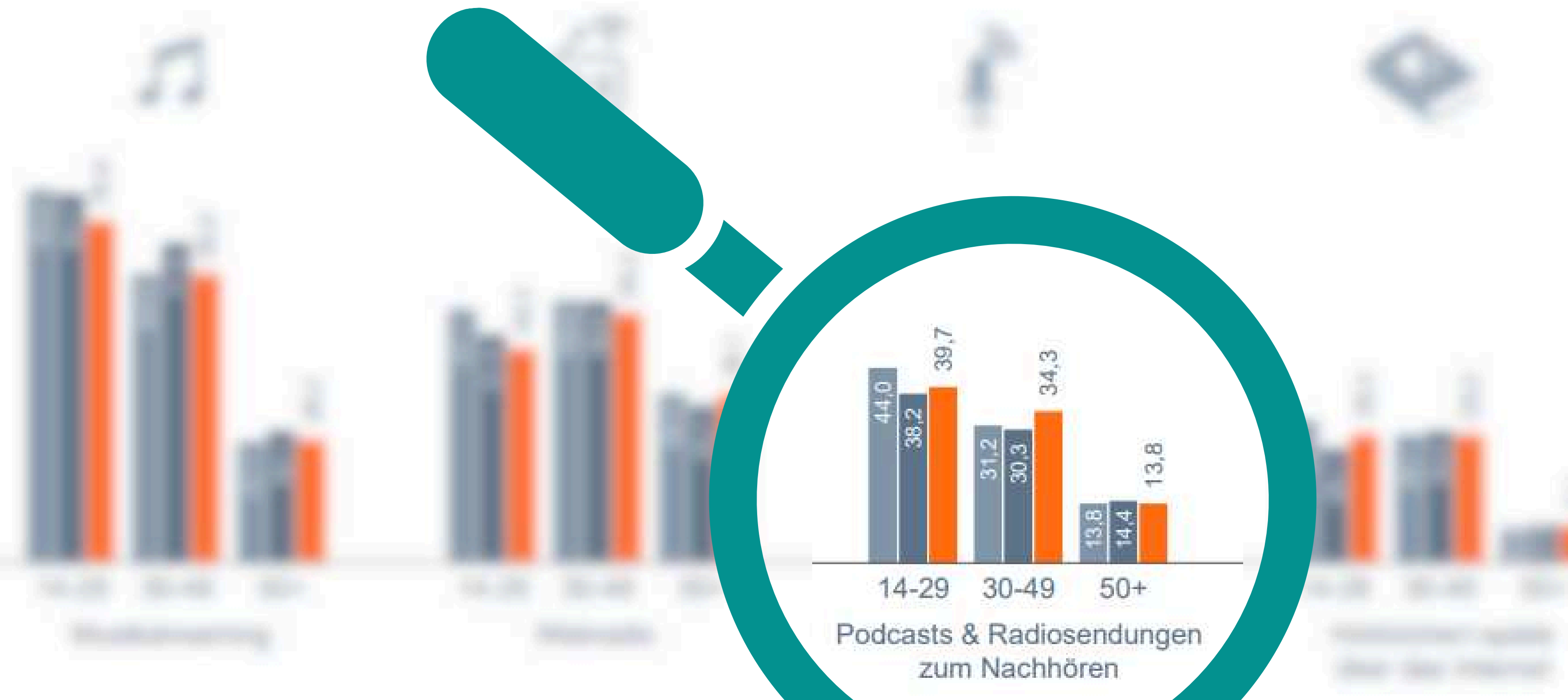
Frage 11: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Radio- oder Audio-Angebote über das Internet?
Angaben in Prozent; Basis 2023: 70,601 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=8.093)



Podcasts werden vor allem in der Business Administration zuhause

Quelle: Statista, basierend auf Daten von Statista

Die Grafik zeigt die Nutzung von Podcasts und Radiosendungen in verschiedenen Altersgruppen.



DIE BELIEBTESTEN PODCASTS DEUTSCHLANDS

Aber wie **hört** sich denn ein erfolgreicher Podcast eigentlich **an**?

Hören wir mal in die drei beliebtesten Podcasts laut den deutschen Spotify Charts vom 22. August 2024 rein!



WELCHE WIRKUNG HABEN DIE PODCASTS AUF SIE?

1. Während dem Hören:

- Wie **verhalten** sich die Sprecher:innen?
 - professionell oder ungezwungen?
- Wie ist die **Stimmung**?
 - Ernst oder locker?
 - Geplant oder spontan?

2. Nach dem Hören:

- Was, glauben Sie, macht gerade diese Podcasts so **beliebt**?

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 Podcasts zu haben.

2023 gehörten laut einer Studie **Nachrichten, Gesundheit und Medizin** zu den beliebtesten Podcast-Themen.

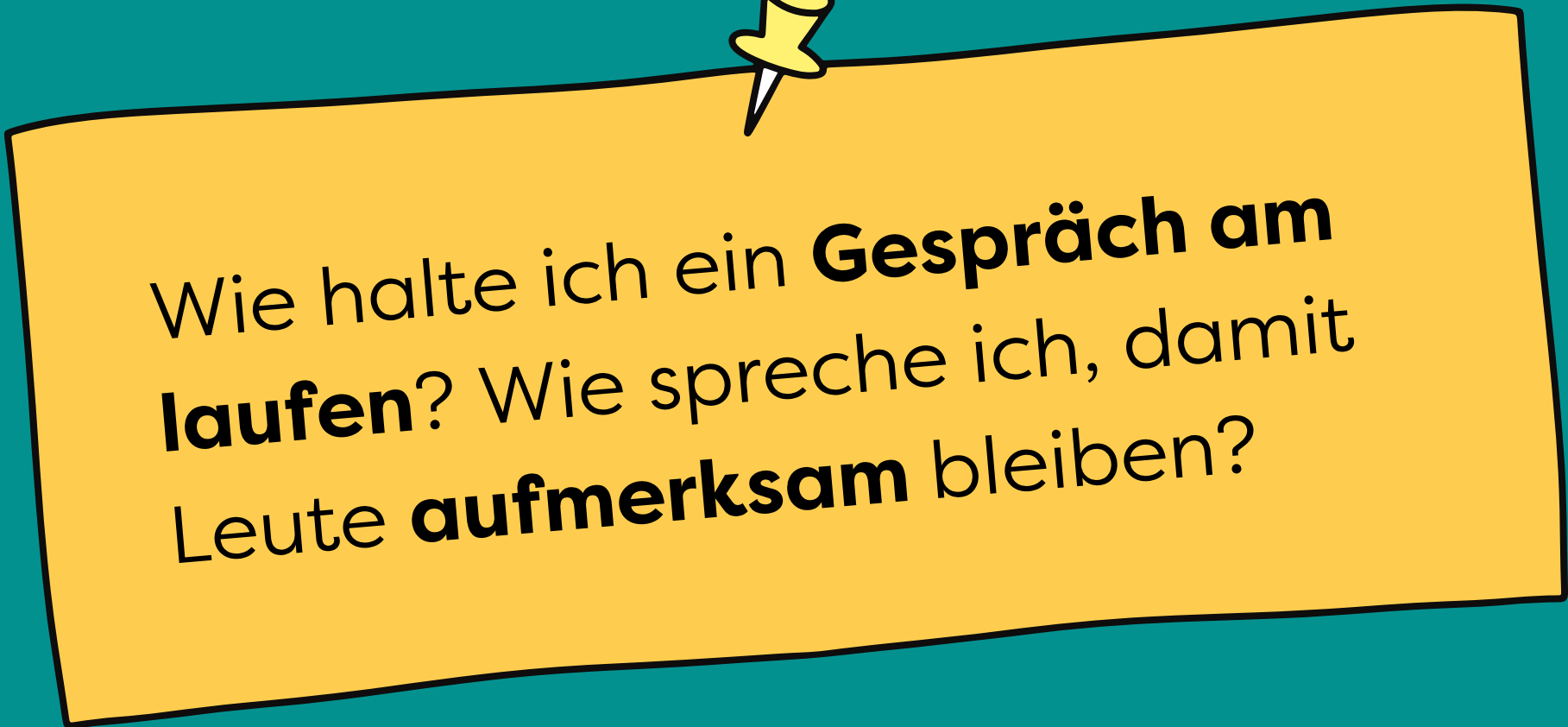
Sie können also über Ihre Themen sprechen **und** mit guter Wahrscheinlichkeit interessierte Menschen erreichen!

EINE TOLLE CHANCE FÜR SELBSTHILFEGRUPPEN

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

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

VOR UNSERER ERSTEN AUFNAHME



Wie halte ich ein **Gespräch am laufen**? Wie spreche ich, damit Leute **aufmerksam** bleiben?

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.

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 DARAUSS 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.



**WAS HILFT IHNEN, IN STRESSIGEN SITUATIONEN
RUHE ZU GEWINNEN?**

EIN PRAXIS-TIPP GEGEN NERVOSITÄT

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

Für alle außer geborenen Unterhalter:innen kann es helfen, erstmal im Aufnahmerraum 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.



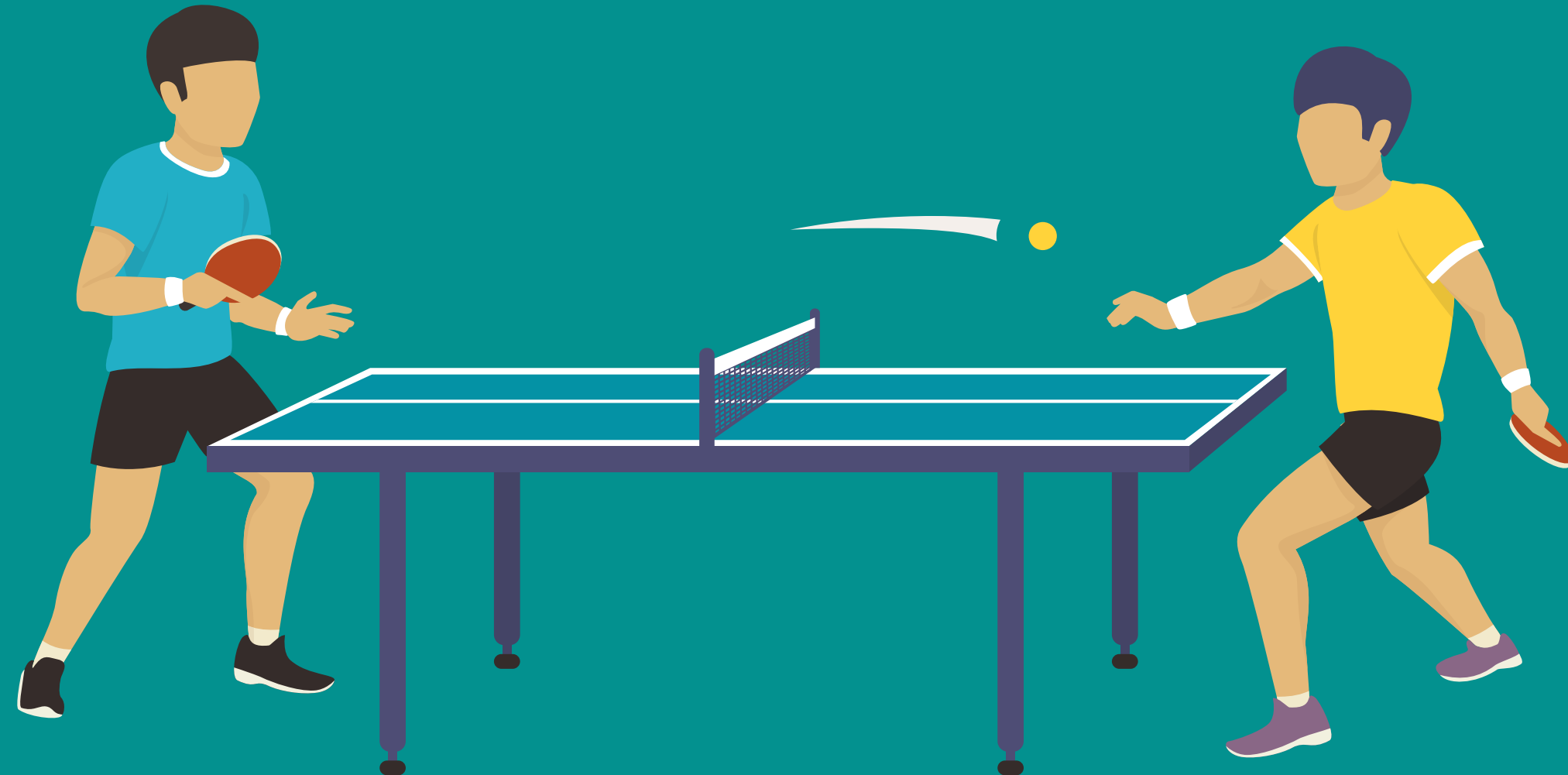
UNS ALS GRUPPE UNTERSTÜTZEN

... 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-Podcaster:innen, so können diese Ihnen direkt helfen und reagieren.

PODCASTEN IST WIE PING PONG ...



**... ES FUNKTIONIERT NUR, WENN AUCH JEMAND
DEN BALL WIEDER ZURÜCKSPIELT!**



**WIE SPRECHEN MENSCHEN, DENEN SIE
AUFMERKSAM ZUHÖREN?**

**WIE SPRECHEN MENSCHEN, BEI DENEN SIE
SCHNELL DIE AUFMERKSAMKEIT VERLIEREN?**

EIN BEISPIELSATZ

“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.”

... Nun schließen Sie einfach mal Ihre Augen.

SO WIRKT UNSERE STIMME

“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.”

- **Version 1:** Monoton, ohne Betonung, leise und nuschelnd.
- **Version 2:** schnell, übereilt, schrill, verschluckte Wörter.
- **Version 3:** Klar, Gesprächsgeschwindigkeit, mit Freude und gewählte Betonungen.

Und, welche Version gefiel Ihnen am besten?

GEWÄHLTE BETONUNGEN ALS ORIENTIERUNG

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.”

MAN HÖRT 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 Versprechern 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 ...

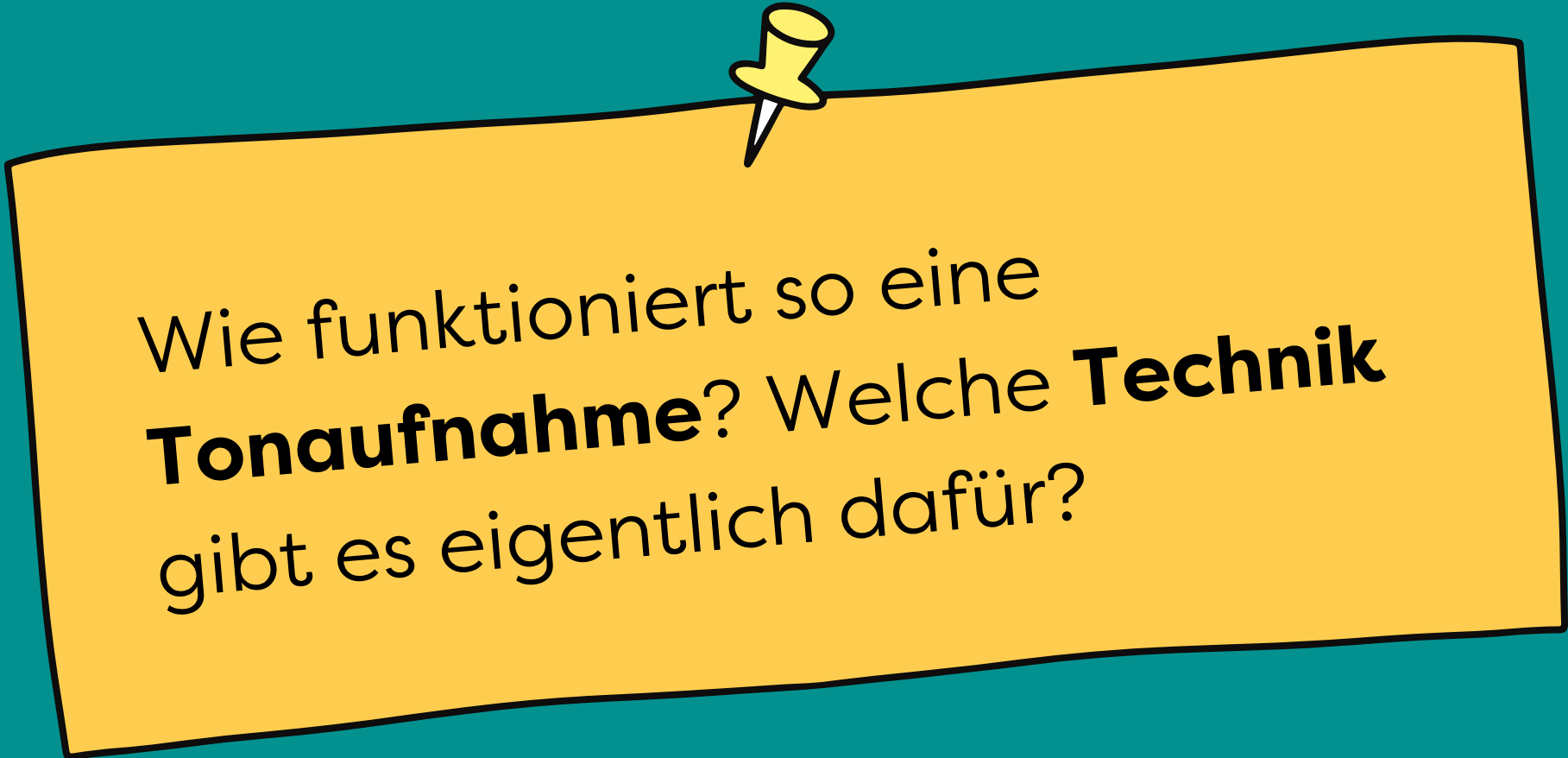


... IHR PUBLIKUM KANN SIE NICHT SEHEN!

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



Wie funktioniert so eine
Tonaufnahme? Welche **Technik**
gibt es eigentlich dafür?

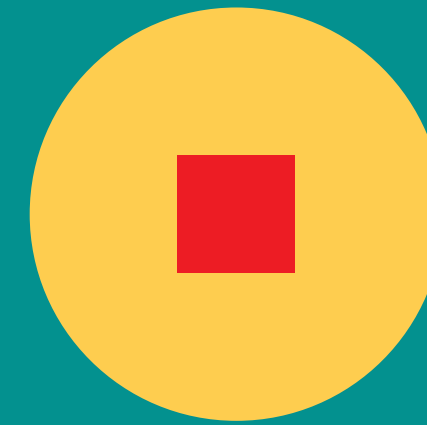
WIEDERKEHRENDE SYMBOLE



Aufnahme
starten



Aufnahme
pausieren



Aufnahme beenden
oder abbrechen

STATIONEN

An jeder Station liegen ...

- ... Hilfestellungen
- ... Gesprächsanreize
- ... Ein Plakat "Darauf bei der Aufnahme achten"

Experimentieren Sie und probieren
Sie sich aus!

- Notieren Sie, was Ihnen auffällt, auf dem Plakat.

Wir wechseln die Stationen **alle 30 Minuten**.



AUFNAHMEN AUF IHREN ENDGERÄTEN

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

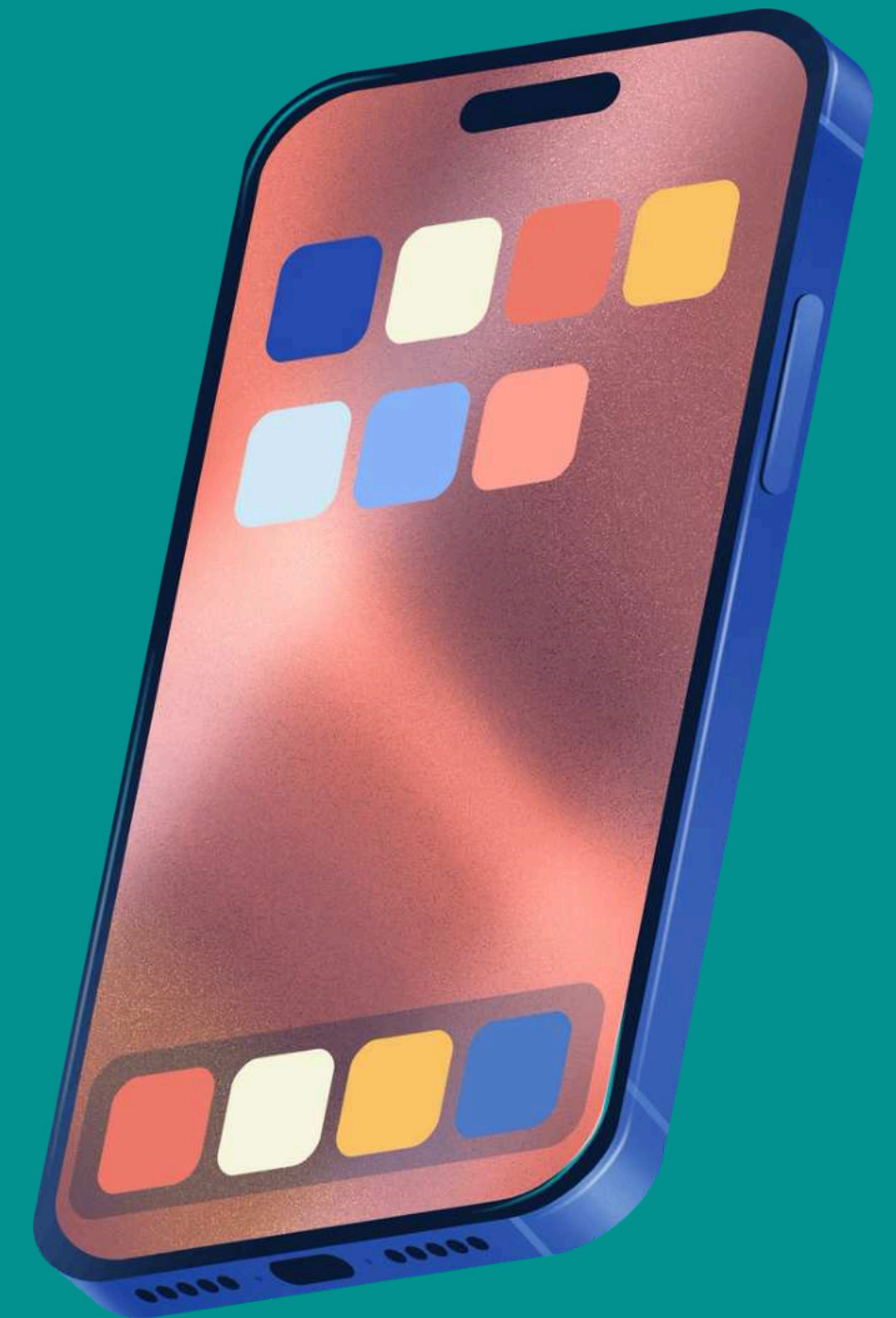
- Ihr Smartphone
- Ihr Tablet
- Ihren Laptop



AUFNAHME AM SMARTPHONE

Suchen Sie in Ihren **Apps** einmal nach:

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



AUFNAHME AM LAPTOP

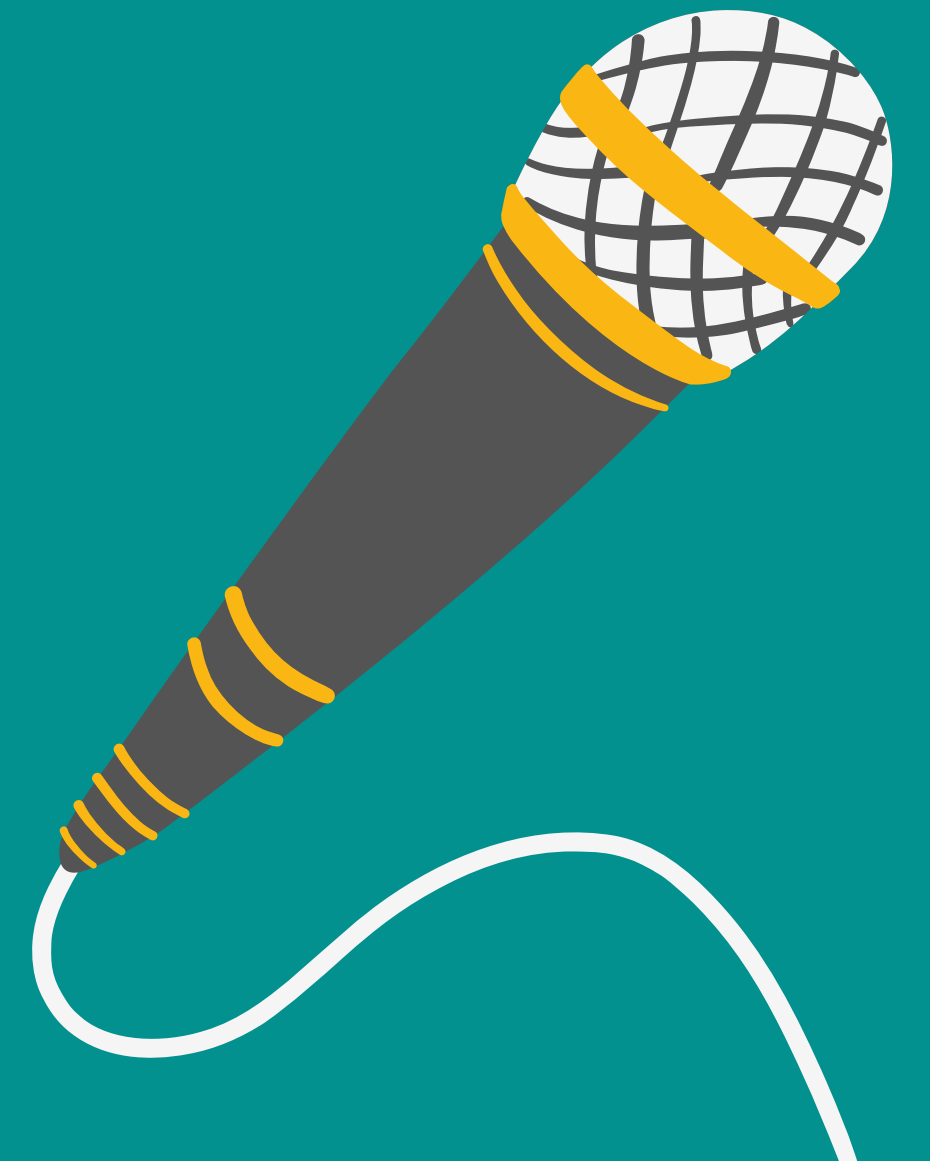
Suchen Sie in der Suchleiste einmal nach dem **Programm**:

- Sprachrekorder
- Sprachmemos



AUFNAHME MIT DEM MIKROFON

Schließen Sie einmal das USB-Mikrofon an den Laptop an und versuchen Sie, das **Aufnahmegerät auf das Mikrofon zu ändern.**



MEINE TOP-3 ERKENNTNISSE

Zum Abschluss gehen wir einmal jedes Plakat jeder Station ab.

Notieren Sie Ihre Top-3 Erkenntnisse, die Sie mit nach Hause nehmen wollen.

- Was hat für Sie **am meisten Einfluss darauf gehabt**, ob sich eine Aufnahme **gut angehört** hat?

UNSERE ZIELE, UNSERE THEMEN



Für wen und warum wollen wir das eigentlich machen? **Worüber** sollen wir überhaupt **sprechen**?

UNSER PODCAST-STECKRBIEF

Der Steckbrief soll Ihnen helfen, Ihre Ideen und Gedanken zu Ihrem Gruppenpodcast zu **strukturieren**.

Im weiteren Verlauf des Workshops können Sie hier 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, ...

- 1... wie Ihr Podcast heißen könnte. **Name**
- 2... was Sie mit Ihrem Podcast erreichen wollen. **Ziel**
- 3... wen Sie erreichen wollen. **Zielgruppe**
- 4... worüber Sie sprechen möchten. **Themen**



UNSERE ZIELE

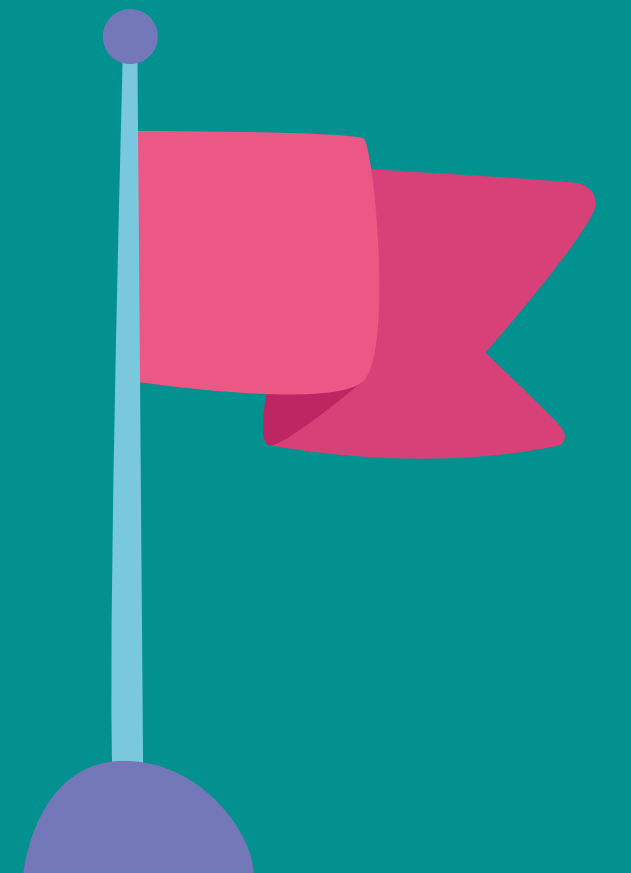
A person is seen climbing a rocky cliff face at sunset. The sky is a mix of orange and blue, and the person's silhouette is dark against the bright background. The overall scene is one of challenge and achievement.

**WAS MOTIVIERT SIE DAZU, EINEN
GRUPPENPODCAST ZU ERSTELLEN?**

VON DER MOTIVATION ZU SMARTEN ZIELEN

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

- S steht für specific (= spezifisch)
- M steht für measurable (= messbar)
- A steht für achievable (= erreichbar)
- R steht für reasonable (= angemessen)
- T steht für time-bound (= terminiert)



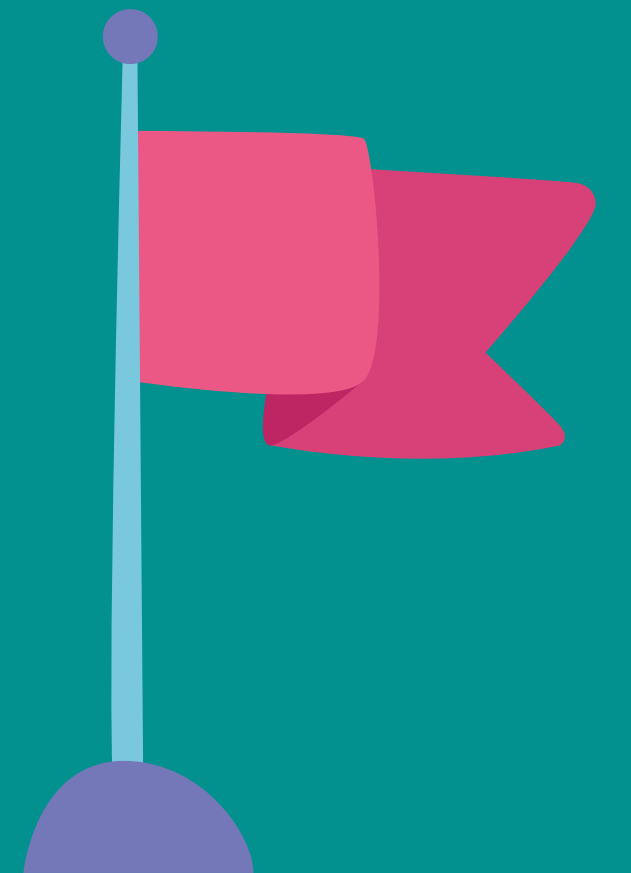
SPEZIFISCH

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.

✗ “Wir möchten unser Thema bekannter machen.”



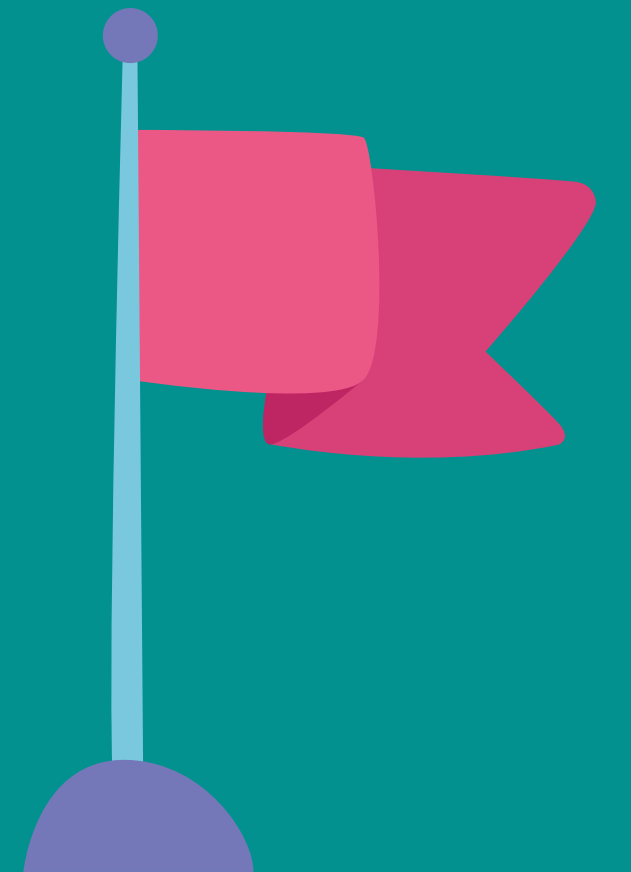
MESSBAR

Versuchen Sie, Ihre Ziele in erreichbaren Zahlen auszudrücken.

Wie viele Hörer:innen 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.

✘ “Wir möchten viele Hörer:innen erreichen.”



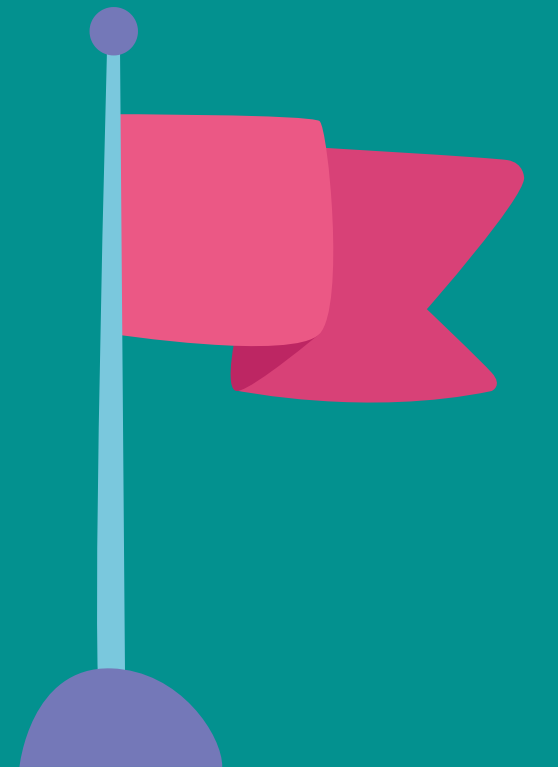
ERREICHBAR & ANGEMESSEN

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.

✗ “Wir möchten nächste Woche der meistgehörte Podcast sein.”



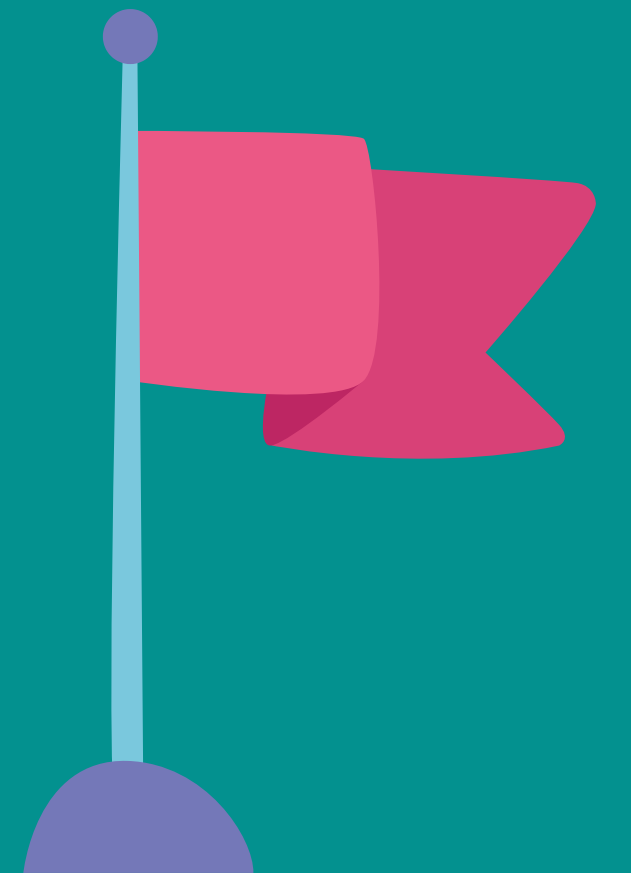
TERMINIERT

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.

✘ “Wir möchten so schnell wie möglich viele erreichen.”



RAUM ZUM EXPERIMENTIEREN

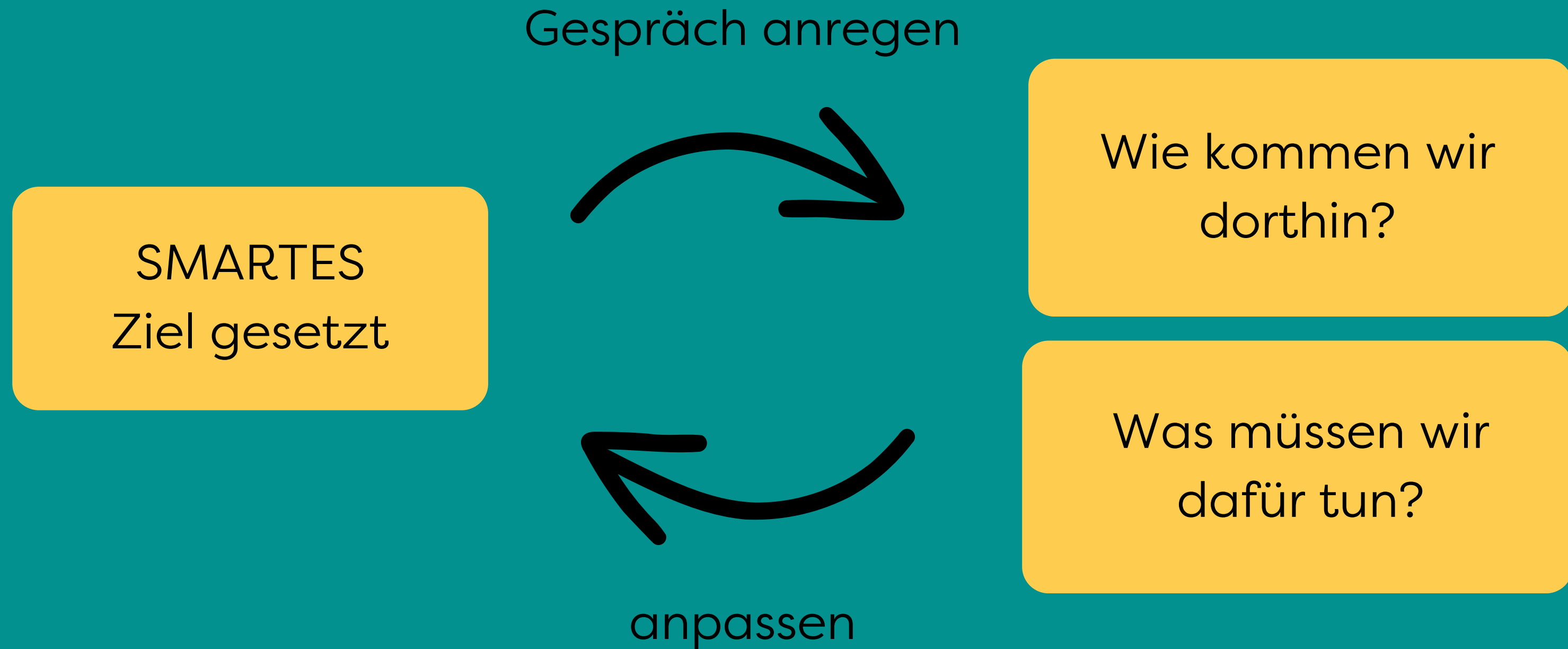
SMARTe Ziele sind eine **Hilfestellung**, kein bindender Vertrag, dem Sie sich unterwerfen müssen!

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



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 Hörer:innen = 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.



**SIE SIND EXPERTEN FÜR DAS THEMA, DAS IHRE
SELBSTHILFEGRUPPE BEWEGT!**

EINZIGARTIGKEIT

Als Experten für Ihr Thema verfügen Sie über viel **einzigartiges** Wissen, viele einzigartige Erfahrungen und Geschichten.

All das kann für Hörer:innen sehr **interessant und relevant sein!**

Ohne Anmeldung können Sie bei 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 Hörer:innen **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!**”

A woman with long brown hair, wearing a red blazer over a white top, is holding a red flag. The background is a solid yellow color. The text is overlaid on a green rounded rectangle in the center of the image.

**ERKENNEN SIE IHRE GRUPPE IN EINER DIESER
AUSSAGEN WIEDER UND KÖNNEN SIE
VERVOLLSTÄNDIGEN?**

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?

- Er soll **wiedererkennbar und einzigartig** sein, damit man ihn immer finden kann.
- Er soll **eingängig und möglichst kurz** sein, damit man ihn sich merken kann.
- Er soll **Interesse und Aufmerksamkeit** bei eurer Zielgruppe wecken, damit man ihn sich anhören möchte.
- Er soll **erklären**, was man als Interessierte:r thematisch **erwarten** kann.
- Er soll euer **Selbstverständnis** als Gruppe widerspiegeln, also zeigen, wie ihr seid.

WIE IST SO EIN NAME AUFGEBAUT?

“Haupttitel, der Interesse weckt” – “Untertitel, der genauer erläutert, worum es geht”

BEISPIEL “WAS BISHER GESCHAH”



Haupttitel: Was bisher geschah

Anspielung auf die Vergangenheit und auf Rückblenden bei Fernsehserien

Untertitel: 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**

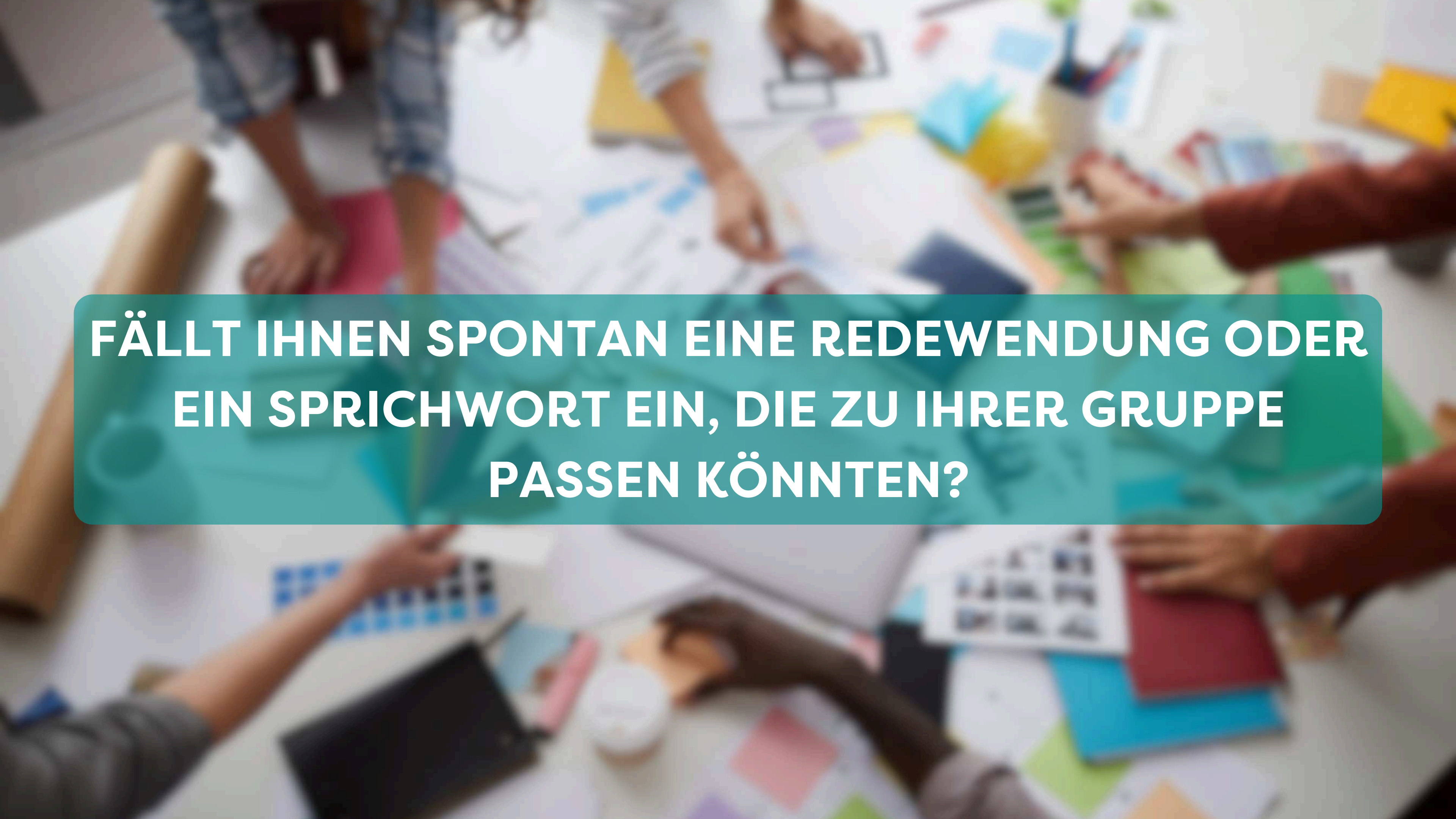
WELCHE THEMEN KÖNNTEN PODCASTS MIT DIESEN NAMEN HABEN?

“Sport ist Mord”

“Aller Anfang ist schwer”

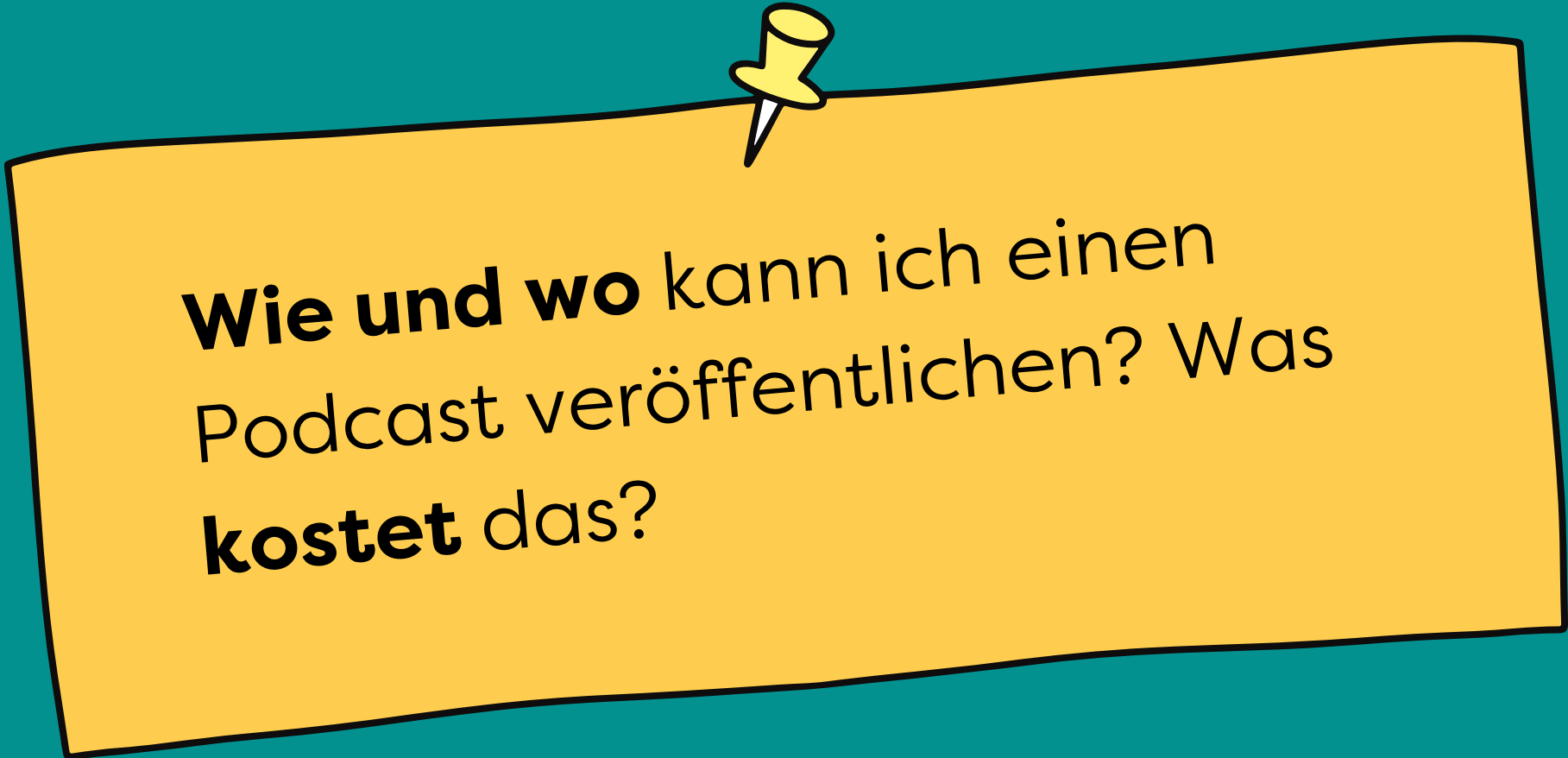
“Kleider machen Leute”

“Was der Bauer nicht kennt”



**FÄLLT IHNEN SPONTAN EINE REDEWENDUNG ODER
EIN SPRICHWORT EIN, DIE ZU IHRER GRUPPE
PASSEN KÖNNTEN?**

UNSEREN PODCAST VERÖFFENTLICHEN



Wie und wo kann ich einen Podcast veröffentlichen? Was **kostet** das?

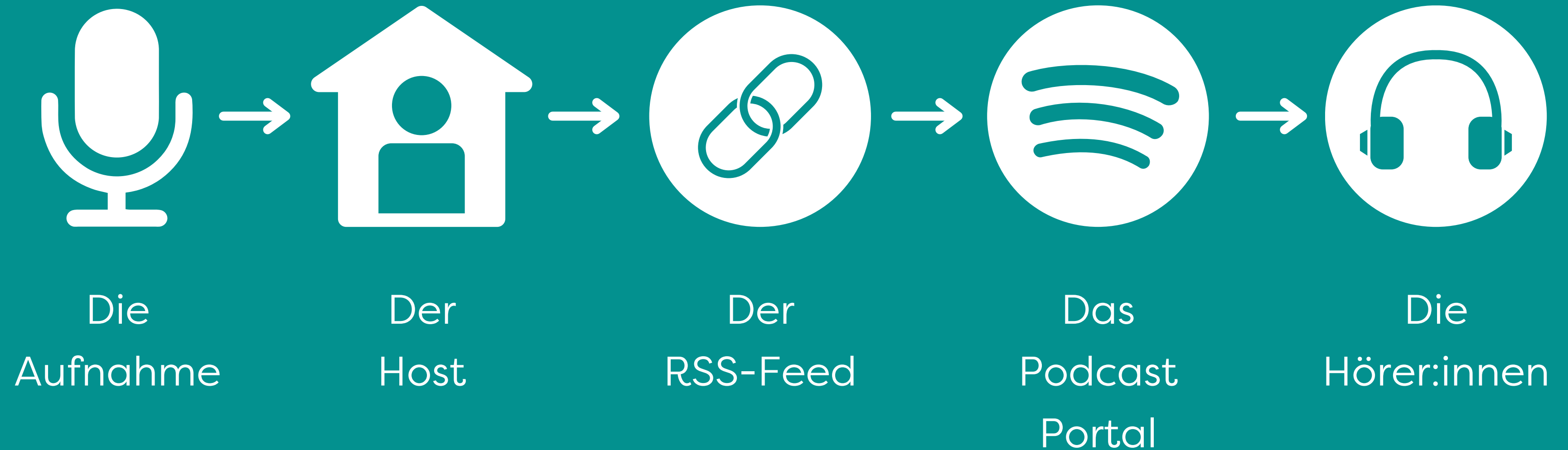
WIE KOMMT DER PODCAST ZU DEN HÖRER:INNEN?

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 Podcaster:innen direkt.

SO KOMMT DER PODCAST ZU DEN HÖRER:INNEN



SCHRITT-FÜR-SCHRITT: DIE AUFNAHME



Die
Aufnahme



Als Podcaster:innen 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



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**



... mehr dazu später!

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.

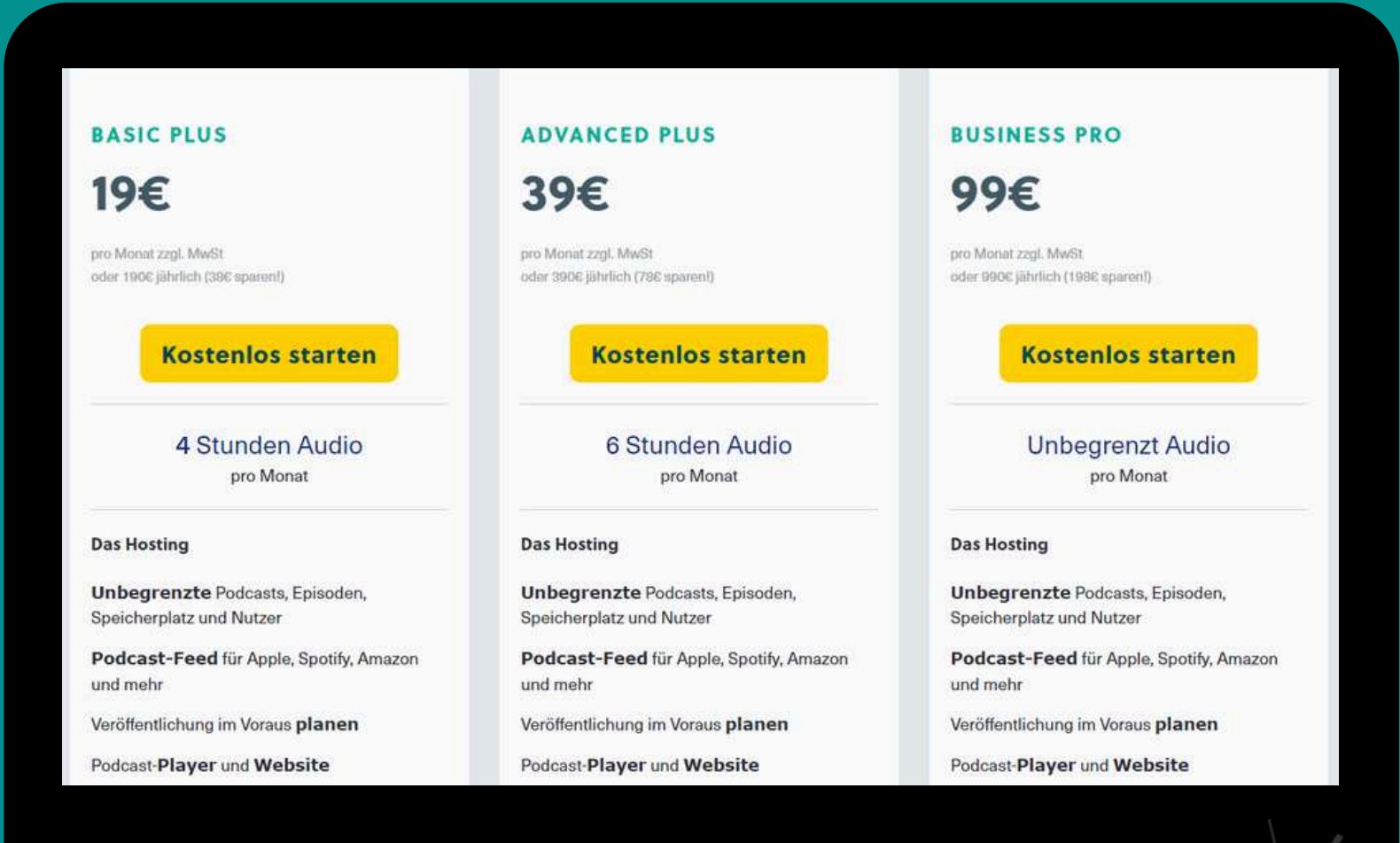
WELCHEN HOST SOLLTE ICH WÄHLEN?

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:

- Nutzer- und Einsteigerfreundlich
- Speicherung der Daten in der EU
- Datensparsam
- Reichen euch monatlich 4 Stunden Audio, kostet Podigee 19€ pro Monat
- Kompatibel mit Spotify



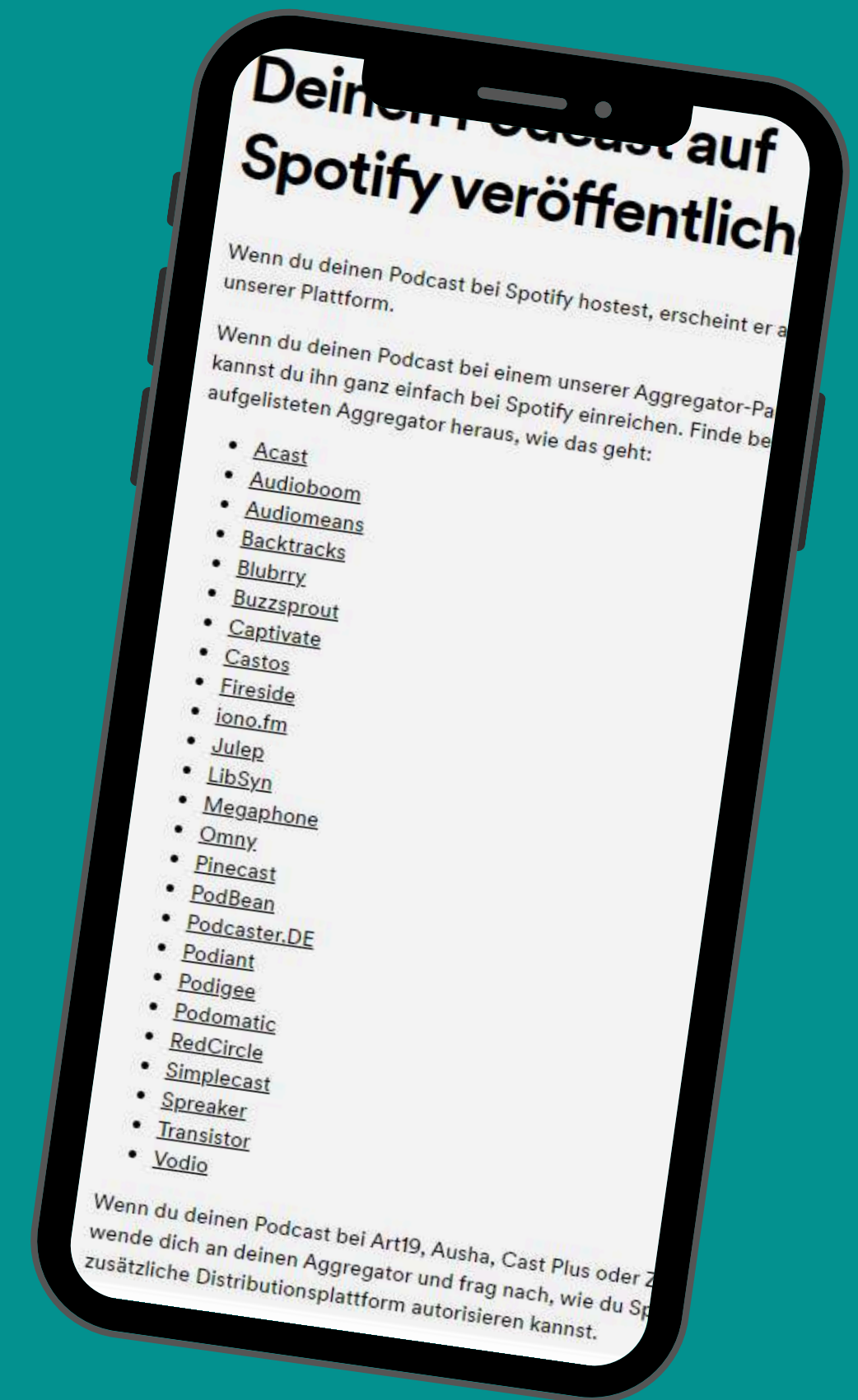
Plan	Preis	Audio pro Monat	Hostings	Podcast-Feed	Veröffentlichung	Player und Website
BASIC PLUS	19€ <small>pro Monat zzgl. MwSt oder 190€ jährlich (38€ sparen!)</small>	4 Stunden Audio pro Monat	Unbegrenzte Podcasts, Episoden, Speicherplatz und Nutzer	für Apple, Spotify, Amazon und mehr	im Voraus planen	Podcast- Player und Website
ADVANCED PLUS	39€ <small>pro Monat zzgl. MwSt oder 390€ jährlich (78€ sparen!)</small>	6 Stunden Audio pro Monat	Unbegrenzte Podcasts, Episoden, Speicherplatz und Nutzer	für Apple, Spotify, Amazon und mehr	im Voraus planen	Podcast- Player und Website
BUSINESS PRO	99€ <small>pro Monat zzgl. MwSt oder 990€ jährlich (198€ sparen!)</small>	Unbegrenzt Audio pro Monat	Unbegrenzte Podcasts, Episoden, Speicherplatz und Nutzer	für Apple, Spotify, Amazon und mehr	im Voraus planen	Podcast- Player und Website



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 Hörer:innen 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://www.meinpodcast.de) oder [Acast](https://www.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
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 Pod**catcher**

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



Das
Podcast
Portal



Über ein Podcast-Portal wie Spotify können **Hörer:innen** 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 HÖRER:INNEN

Je nach Portal müssen sich Ihre Hörer:innen 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 HÖRER:INNEN

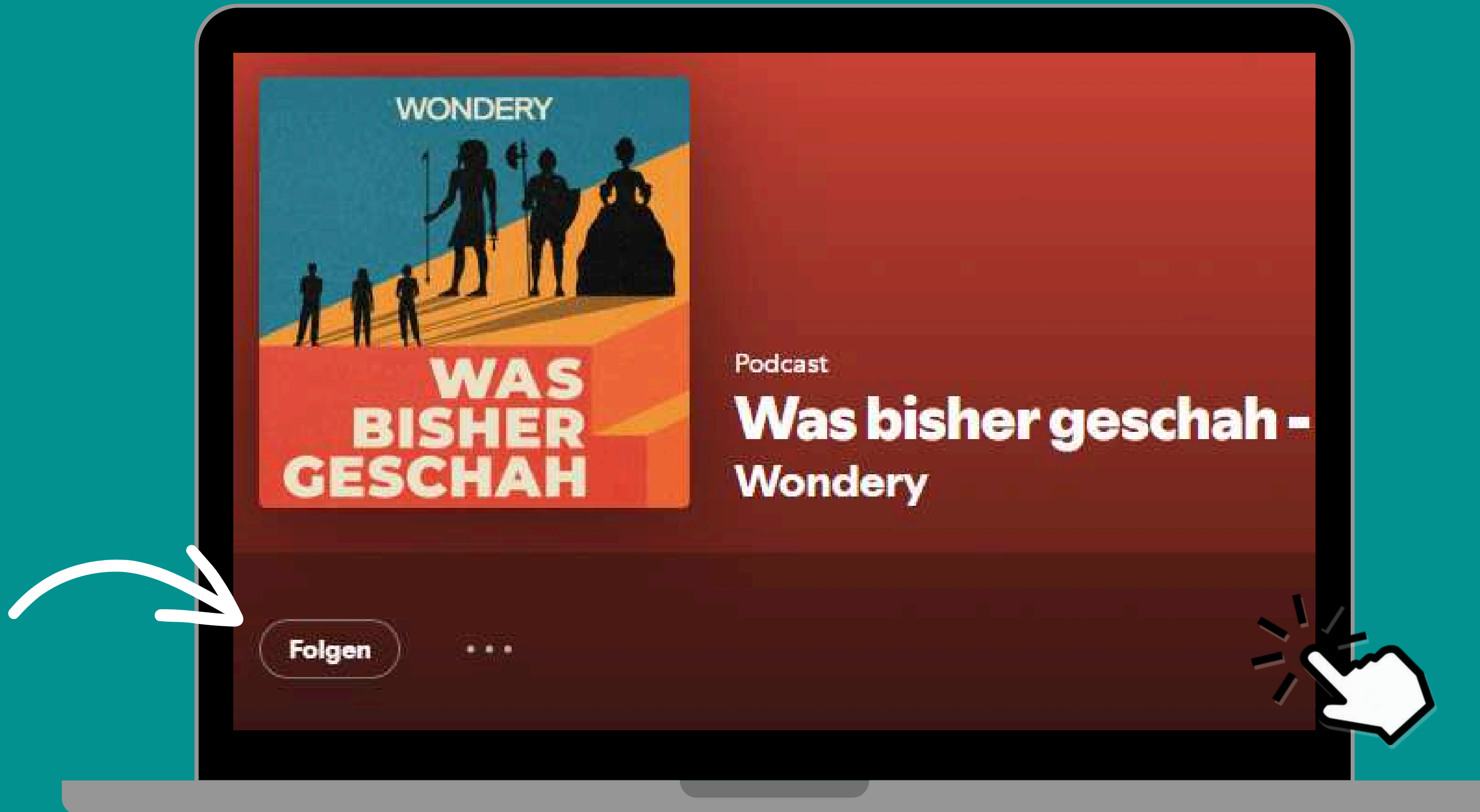


Die
Hörer:innen

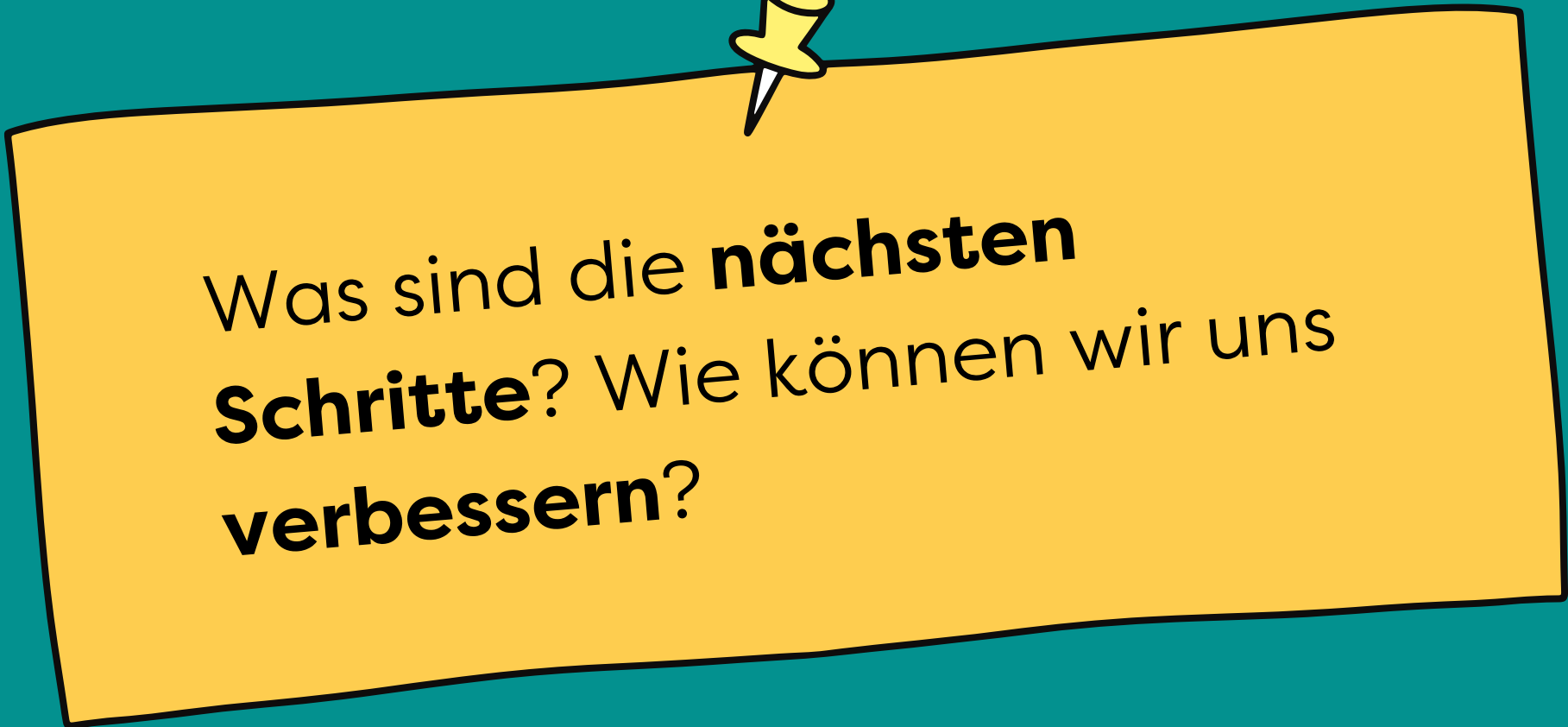


Jetzt können Ihre Hörer:innen
Ihren Podcast auf den
veröffentlichten Plattformen
finden, abonnieren und **anhören!**

EINEN PODCAST AUF SPOTIFY ABONNIEREN



UNS WEITERENTWICKELN



Was sind die **nächsten Schritte**? Wie können wir uns verbessern?

PROFESSIONALISIERUNG



... sobald Sie Ihren Podcast
regelmäßig und verlässlich
veröffentlichen möchten.

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
 - Begrüßung Themenübersicht Übergänge 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.



GESPRÄCHSLEITFÄDEN

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 Zuhörer:innen 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.

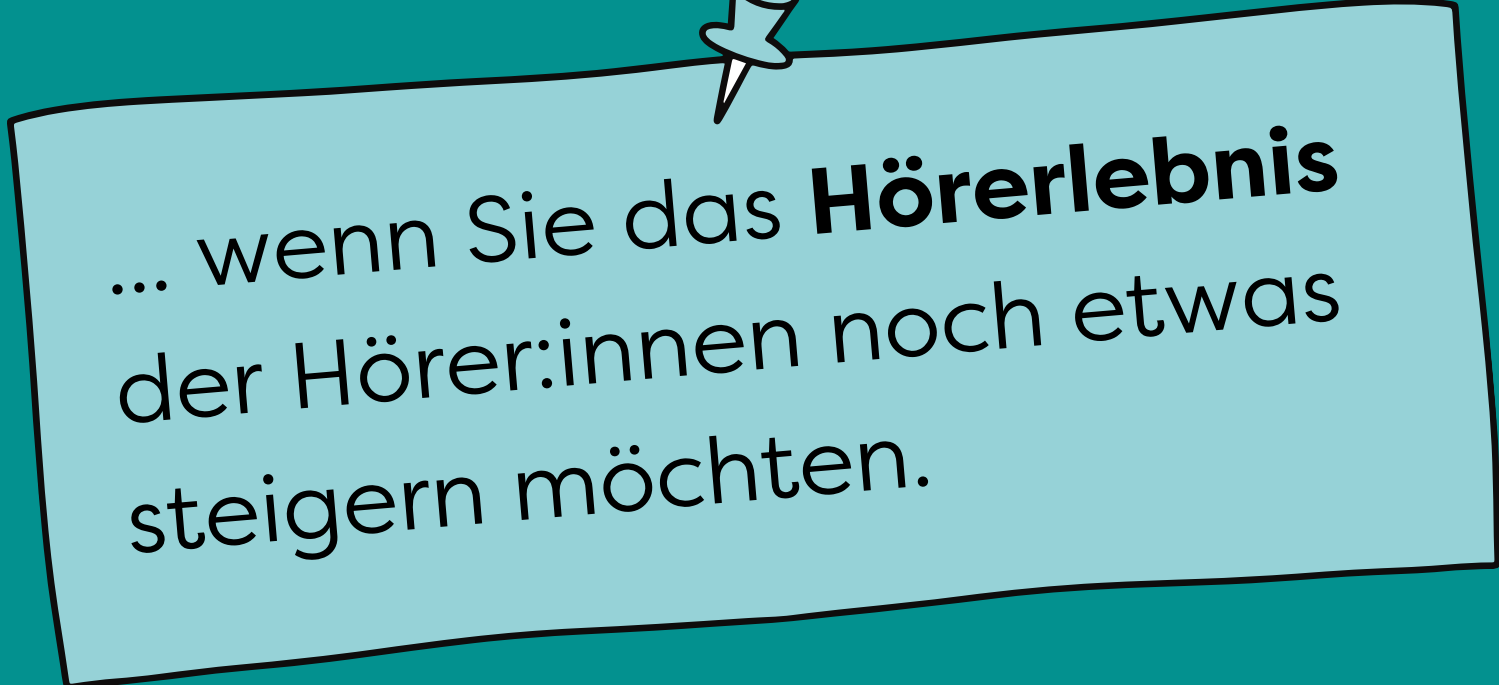
Haben Sie Mut und versuchen Sie, so wenige Sätze wie möglich vorzuschreiben. Denn ...

- ... 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



... wenn Sie das **Hörerlebnis**
der Hörer:innen noch etwas
steigern möchten.

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.



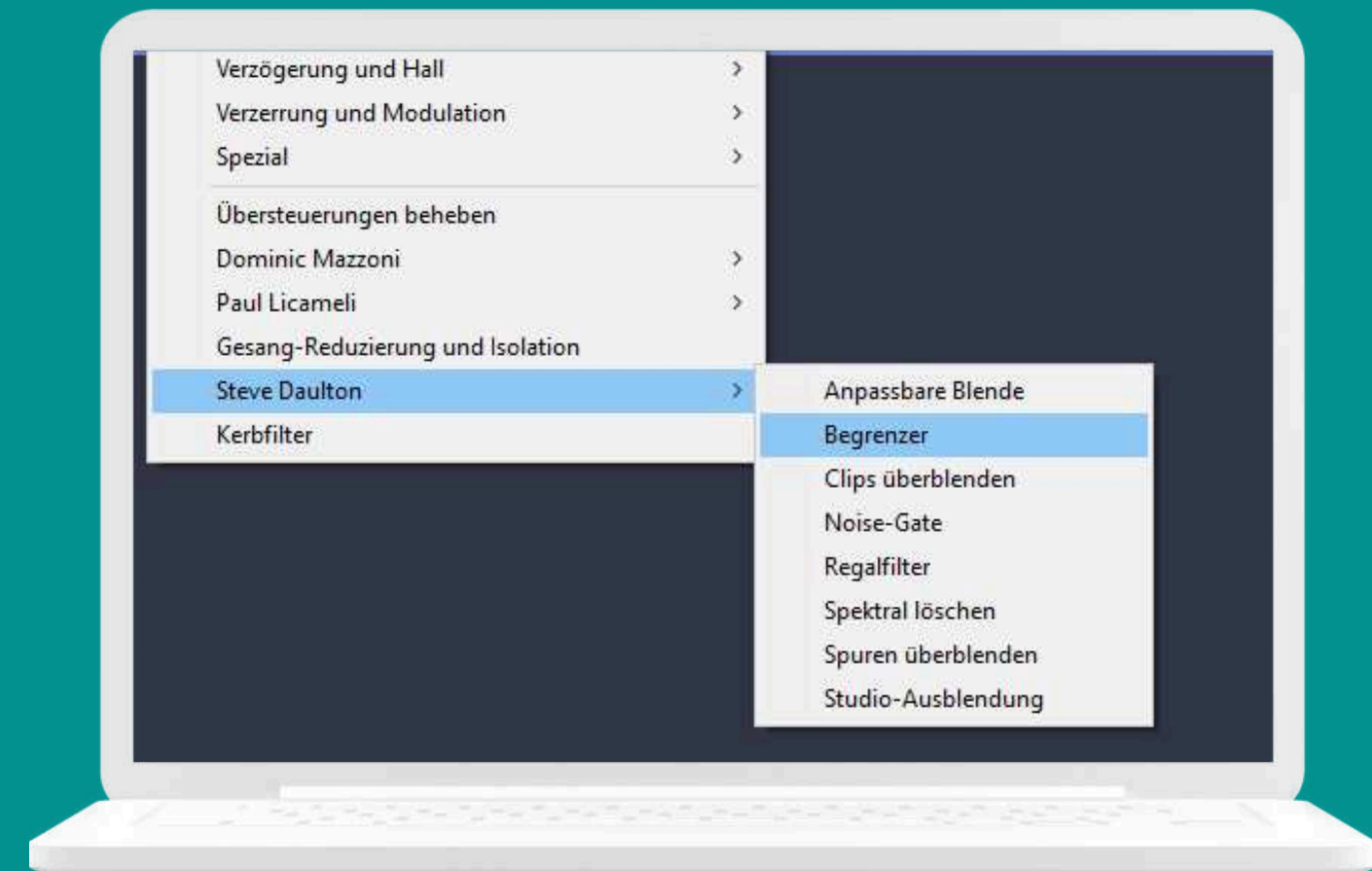
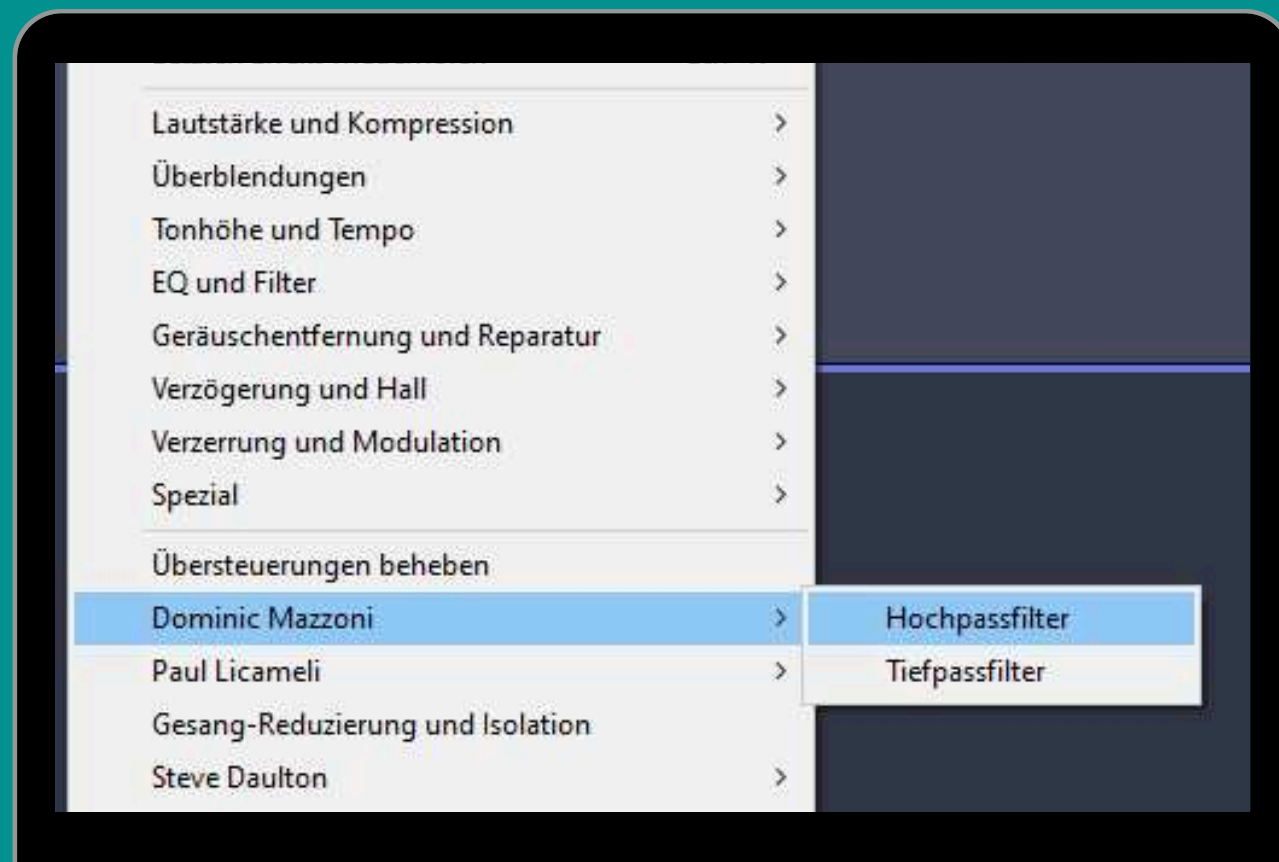
EFFEKTE IN AUDACITY

In meiner Version finden Sie beispielsweise den **Hochpassfilter** unter:

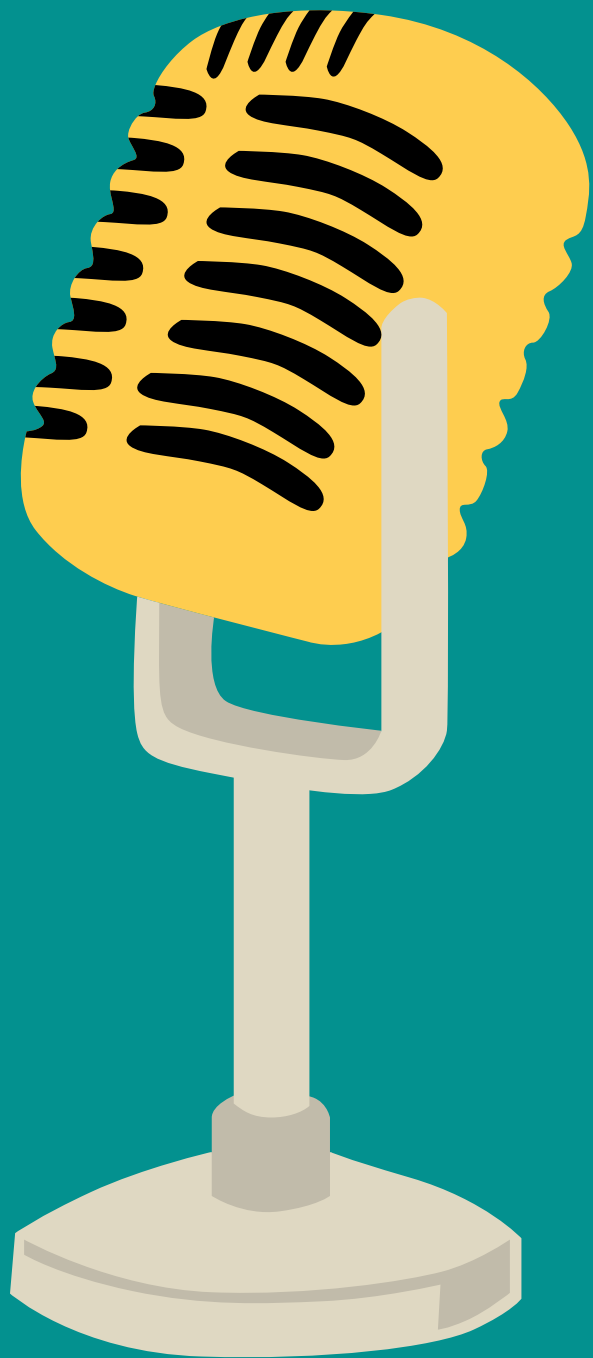
- Effekte - Dominic Mazzoni

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?

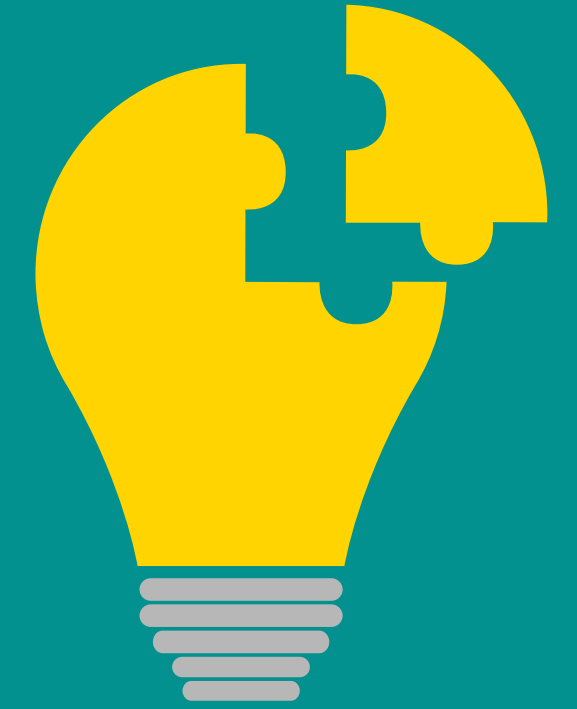
Der Markt und die Auswahl sind groß. Genauso unterscheidet sich der **technische Aufwand** für die Einrichtung verschiedener Mikrofon-Arten.

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

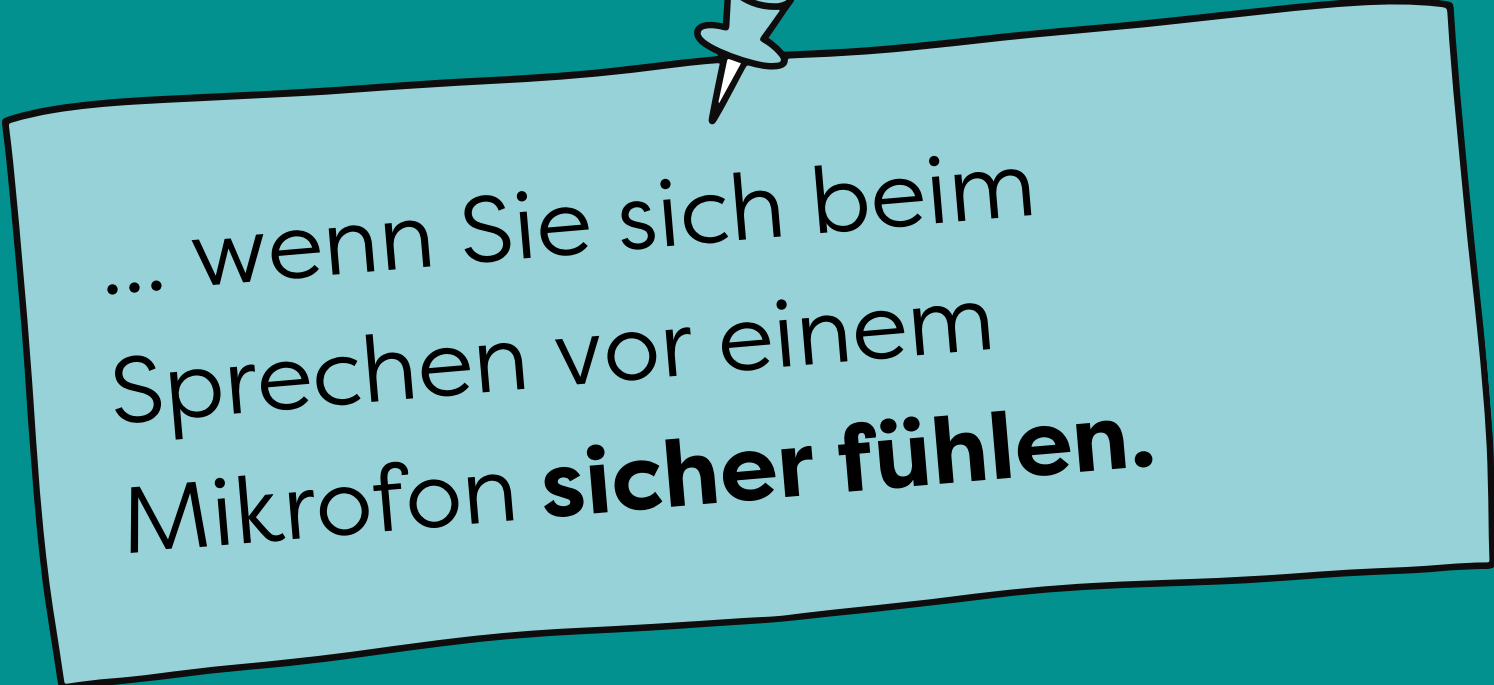
Eine vergleichsweise einfache Lösung für die Aufnahme mit mehreren Mikrofonen ist eine Videokonferenz.

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



... wenn Sie sich beim
Sprechen vor einem
Mikrofon **sicher fühlen.**

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?

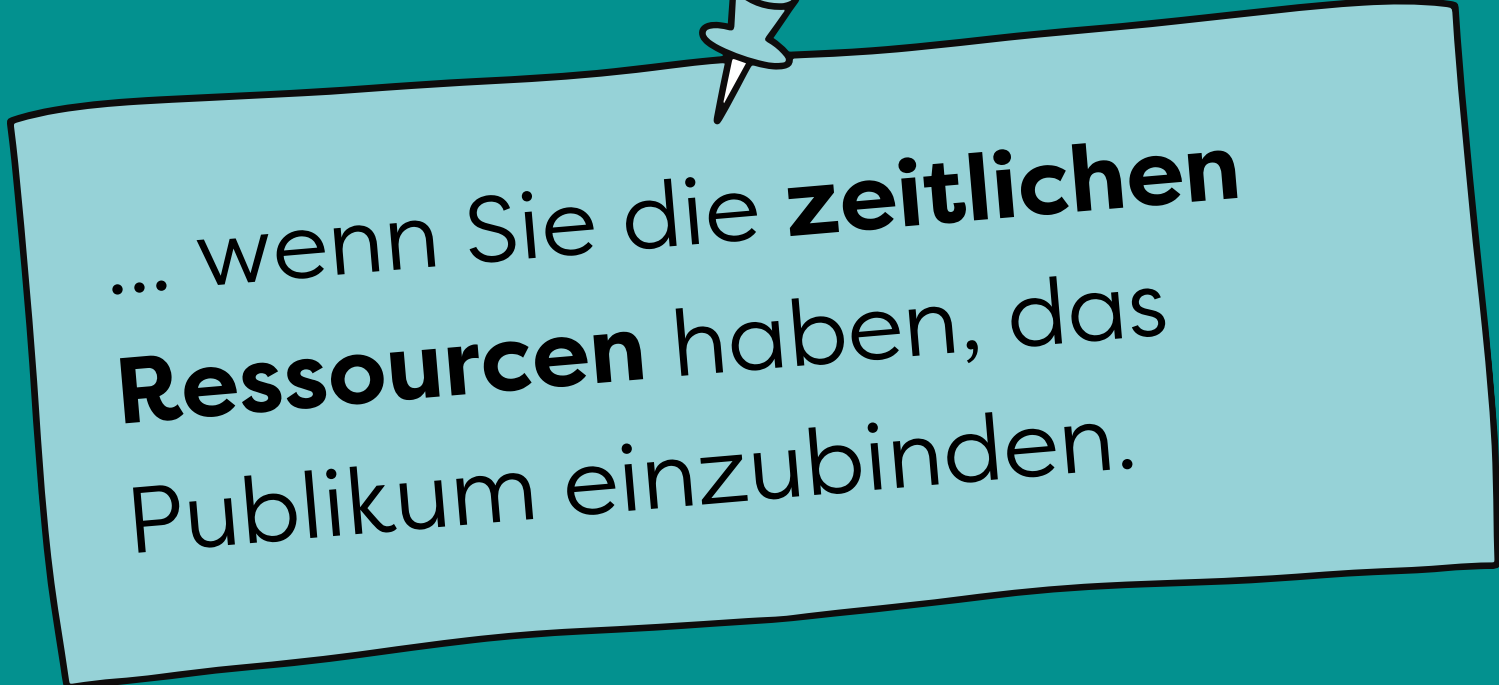
Das bedeutet aber **nicht**, dass sie zwangsläufig Witze in Ihren Podcast integrieren müssen!

Humor ist nur eine Methode, Ihren Podcast unterhaltsamer zu machen.

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

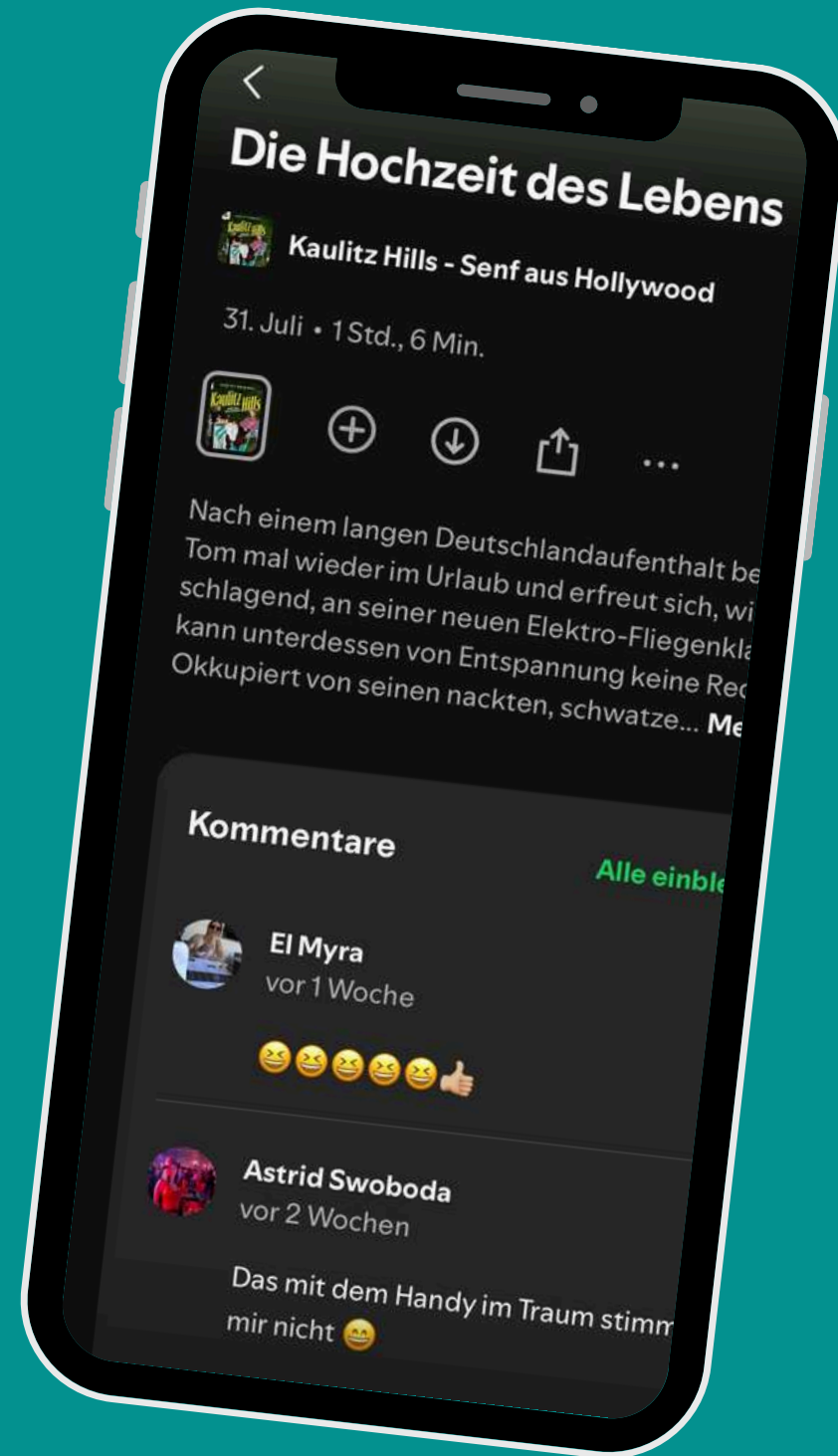
- Anekdoten aus Ihrem Leben
- Einblicke in Ihren Alltag, den Menschen normalerweise nicht sehen
- lockere, spontane Dialoge zwischen Ihnen

INTERAKTION MIT ZUSCHAUER:INNEN



... wenn Sie die **zeitlichen Ressourcen** haben, das Publikum einzubinden.

SPOTIFY KOMMENTARE



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

Über diese können Ihre Zuhörer:innen 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**:

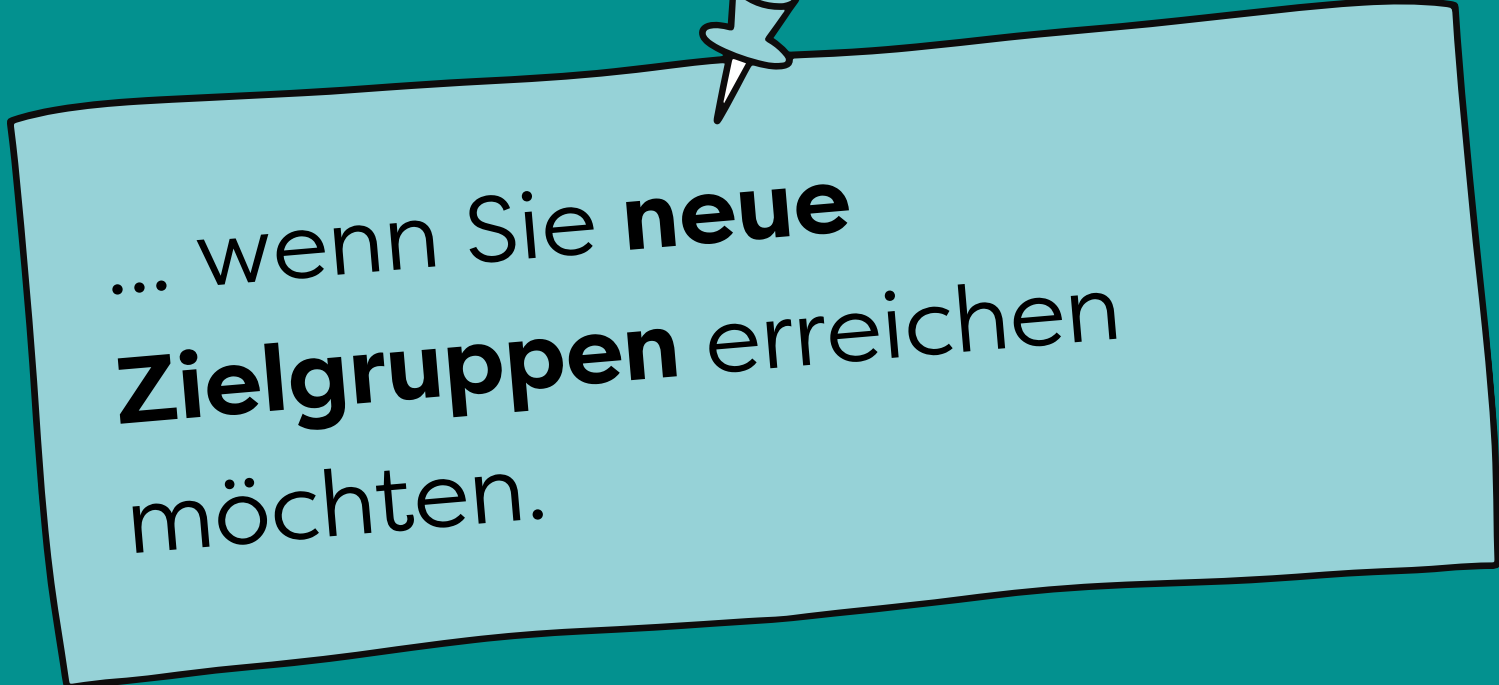
- Zuhörer:innen fühlen sich als Teil des Podcasts **wahrgenommen** und **eingebunden**
- Sie bilden durch das Einbinden des Publikums eine **Gemeinschaft**

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



... wenn Sie **neue Zielgruppen** erreichen möchten.

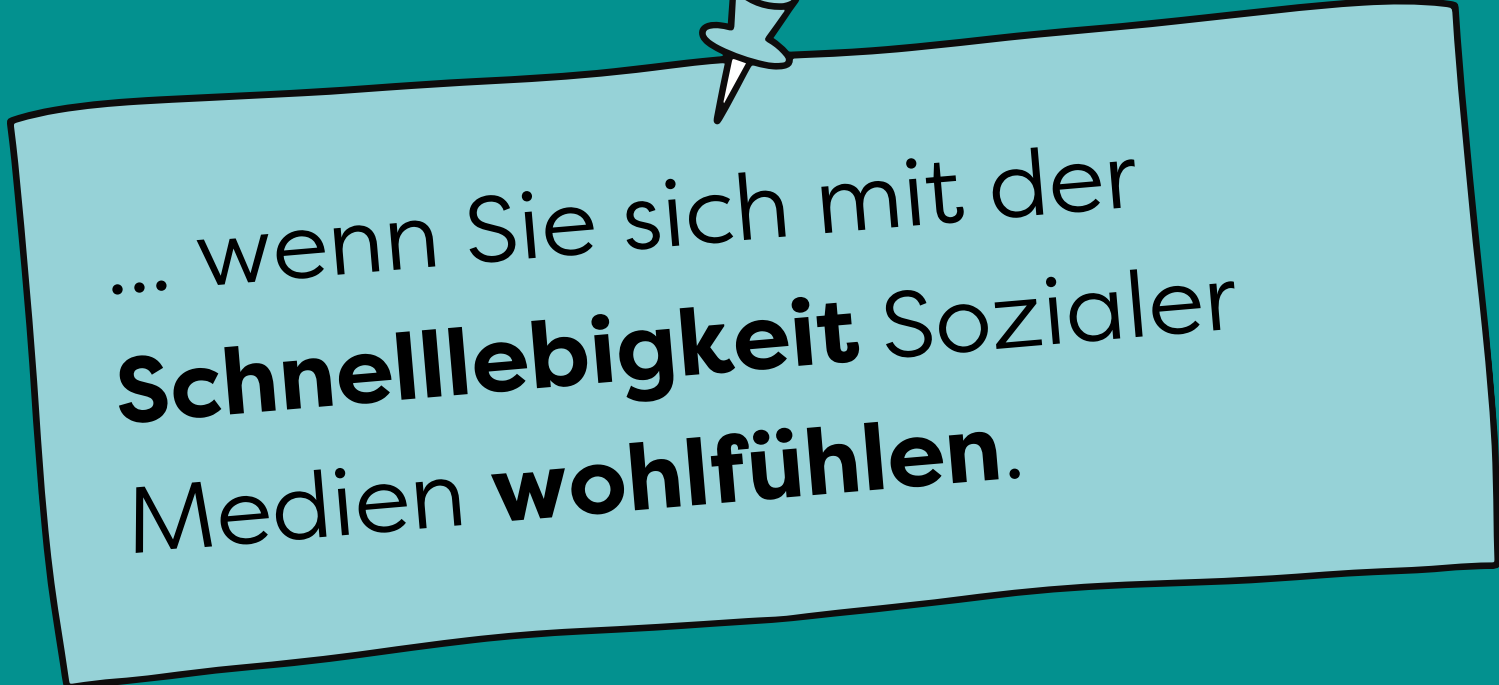
KOLLABORATIONEN

Je nach Gast können sich Ihrem Podcast neue Chancen eröffnen:



- Beim Einladen von **Expert:innen** wie Ärzt:innen oder Wissenschaftler:innen können Sie den **informativen Mehrwert** Ihres Podcasts für Selbsthilfeaktive und Interessierte **festigen**
- Beim Einladen **bekannter Gesichter** oder anderer Podcaster:innen erreichen Sie neue **Bekanntheit beim Publikum des Gastes**
 - Ihr Gast profitiert ebenso von Ihrer Reichweite

ÜBER SOZIALE MEDIEN BEKANNTER WERDEN!



... wenn Sie sich mit der
Schnellebigkeit Sozialer
Medien **wohlfühlen**.

SOCIAL MEDIA

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.



WIE SICHER FÜHLEN SIE SICH NACH DEM WORKSHOP, EINEN PODCAST FÜR IHRE GRUPPE ERSTELLEN?



VON 1

BIS 10

“Pod... was bitte?”

“Das mache ich im Schlaf!”

VIELEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME!

Haben Sie noch offene Fragen?



IHR FEEDBACK ZUR SCHULUNG ZÄHLT!

Den Rückmeldebogen finden Sie online unter:

kurzlinks.de/ws-feedback.

Alternativ können Sie den den QR-Code mit Ihrer Smartphone-Kamera scannen.



ZUR DIGITALEN PINNWAND

Medienkompetenz-Workshops | Selbsthilfe Rheinland-Pfalz
Auf dieser digitalen Pinnwand finden Sie alle Inhalte, Fragen und Antworten zu den Medienkompetenz-Workshops der Selbsthilfe Rheinland-Pfalz in der Initiative Medienkompetenz erhöhen.

Neuigkeiten

Medienkompetenz Workshops Februar bis April 2024 – Jetzt anmelden!

Die Initiative „Medienkompetenz erhöhen“ hat das Ziel, den Selbsthilfe-Engagierten und -Interessierten in Rheinland-Pfalz regelmäßige Medienkompetenzschulungen zu ermöglichen.

Im Februar starten unsere ersten Workshops digital und bei Ihnen in der Nähe.

Unser Workshopkalender für Februar bis April hält eine Grundlagenschulung zum Thema „Online-Treffen veranstalten“ und eine Grundlagenschulung zum Thema „Seriose Inhalte im Netz erkennen“ für Sie bereit.

Unter den folgenden Links können Sie sich bereits jetzt über Eveeno anmelden.

Im Beratungsgebiet der KISS Mainz:
<https://eveeno.com/online-treffen-kissmainz>

Rückmeldungen

Ihre Rückmeldung zählt!

Unter <https://forms.office.com/e/vYmkJqjyjd> können Sie unseren Rückmeldebogen zu unseren Medienkompetenz-Workshops ausfüllen.

Durch Ihre Rückmeldung zu unseren Schulungen helfen Sie uns dabei, unser Angebot stetig zu verbessern und an Ihre Bedarfe anzupassen. Ihre Selbsthilfe Rheinland-Pfalz

IHR FEEDBACK ZUR SCHULUNG ZÄHLT!

Den Rückmeldebogen finden Sie online unter: <https://forms.office.com/e/vYmkJqjyjd>

Alternativ können Sie den QR-Code mit Ihrer Smartphone-Kamera scannen.

Online-Treffen veranstalten

Glossar Online-Treffen

Gerade in der Welt von Datenschutz, Persönlichkeitsschutz und Sicherheit ist das digitale Vokabular oft schwierig zu verstehen.

Dennoch werden Sie vielen Begriffen immer wieder begegnen. Dieses Glossar versucht, die wichtigsten Begriffe, die Ihnen im Rahmen von Videokonferenzen begegnen, zu vereinfachen und zu erklären.

BEGRIFF	ERLÄUTERUNG
Browser	Der Browser ist die Anwendung, über die sie auf Ihrem Computer oder Smartphone ins Internet gehen können. Verbreitete Beispiele sind Google Chrome, Safari, Internet Explorer, Microsoft Edge oder Mozilla Firefox.

PDF • 3 MB
Glossar Online-Treffen.pdf

Seriöse Inhalte im Netz erkennen

Der Newstest

Mit dem Newstest der Medienanstalt Berlin-Brandenburg kann man niedrigschwellig die eigenen Fähigkeiten im Umgang mit Nachrichten im Internet testen.

Mach den digitalen Nachrichtentest!
<https://der-newstest.de/>

Wie gut bist du im Umgang mit Nachrichten im Internet?

Fragen-und-Antworten

Sie können diese Kachel verwenden, um uns noch offene Fragen zum Schulungsthema mitzuteilen.

Unsere Videokonferenz

WEITERFÜHRENDE RESSOURCEN

GLOSSAR

BEGRIFF	ERLÄUTERUNG
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 .

BEGRIFF	ERLÄUTERUNG
Metadaten	<p>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.</p>
Podcatcher	<p>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.</p>
RSS-Feed	<p>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.</p>
Spotify	<p>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.</p>

BEGRIFF	ERLÄUTERUNG
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

- [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](#)