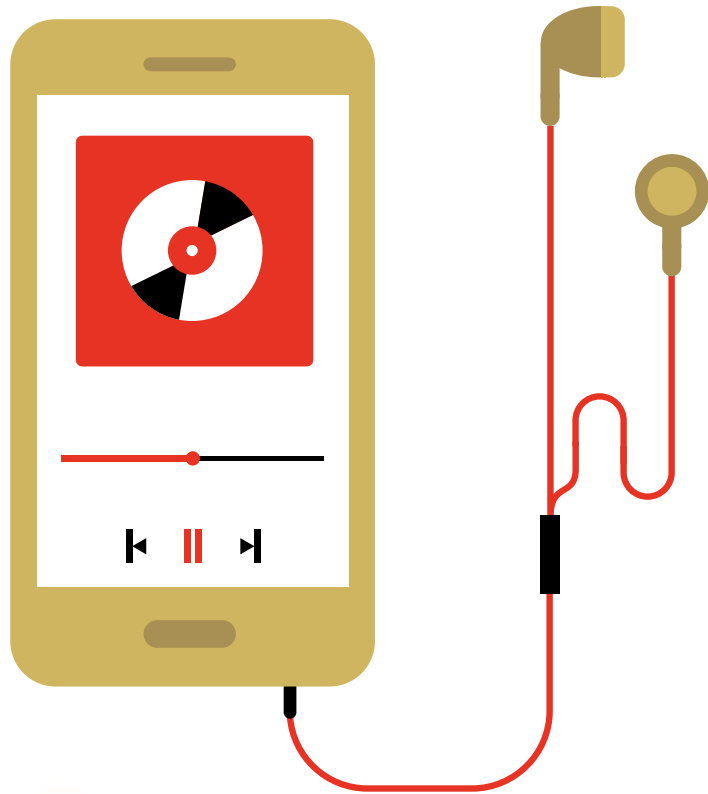




Achtung, Aufnahme!

So gelingen Podcast-Produktion und -Vermarktung

Ein Whitepaper der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation

Inhalt

- 3 Die richtige Vorbereitung inklusive Checkliste zum Abhaken**
- 4 So klappt die Produktion: Technik, Raum und Sprecher**
- 5 Das große Finale: Schnitt, Mastering & Co. in der Postproduktion**
- 6 Vermarktung: So könnt ihr Hörer gewinnen**
- 7 Ausblick: Die Entwicklung von Podcasts; Impressum**

Tipp

Macht zu Beginn eine To-Buy- und To-do-Liste, um den Überblick zu behalten.

Auf die Podcasts, fertig, los!?

Immer mehr Menschen hören Podcasts. Fast jeder dritte Deutsche nutzt mittlerweile Audio-on-Demand-Angebote im Netz – am liebsten unterwegs. Dabei schenken die Hörer dem inhaltsgetriebenen Format nicht nur ihre ungeteilte Aufmerksamkeit, sondern bleiben treue Fans: Wer einmal hört, bleibt meist dabei.

Marken, die sich in diesem Umfeld erfolgreich positionieren, werden bekannter, verbessern ihren Ruf und binden ihre Kunden langfristig. All diese Gründe sprechen dafür, einen eigenen Podcast zu produzieren. Was ihr dabei beachten solltet, haben wir in diesem Whitepaper für euch zusammengefasst.



Vorbereitung ist der halbe Podcast

Das Ziel niemals aus den Augen verlieren – das ist das Credo der Kommunikation und gilt auch für Podcasts. Macht euch zuerst klar, ob ein Podcast euch helfen kann, die Unternehmens- und Kommunikationsziele zu erreichen. Besteht die ausgewählte Zielgruppe aus podcast-affinen Menschen? Sehr gut! Auch das ist essenziell für den Erfolg eures Podcasts.

Nachdem das Ziel sowie die Zielgruppe feststehen, müsst ihr das Thema eures Podcasts festlegen. Daraus ergibt sich auch das konkrete Format. In dieser Phase lohnt sich die Wettbewerbsanalyse: Formate, die es schon tausendmal gibt, wird niemand hören. Die Inhalte könnt ihr von zuvor festgelegten Formaten und Themen ableiten. Ziel, Zielgruppe, Thema, Format, Inhalt – so läuft die Ideale Podcast-Konzeption ab. Im nächsten Schritt müsst ihr euch über Name, Branding, Logo und weitere sogenannte Assets klar werden, die der Podcast braucht. Dazu gehören Hosting, Website, Mailadresse, redaktionelle Begleitung und Bewerbung. Auf das alles gehen wir auf Seite 9 und 10 nochmal ein.

Checkliste

Konzept:

- ☐ Zielsetzung, -gruppe(n) und Leitidee
- ☐ Themen, Format und Skript der Folge(n)
- ☐ Zeitliche Planung für Produktion und Veröffentlichung

Branding:

- ☐ Der Podcast hat einen Namen und ein Logo
- ☐ Es gibt ein Intro und ein Outro
- ☐ Der Podcast hat eine „Stimme“ bzw. einen (wiederkehrenden) Sprecher

Technik:

- ☐ Aufnahmegerät, Mikrofon(e), SD Karte, Poppschutz, Kopfhörer
- ☐ Passender Raum für die Aufnahme; ggf. mit Schall-Absorbern arbeiten

Achtung, Aufnahme!

Für den Sprecher gibt es kein Patentrezept. Ihr könnt mit einem Kollegen, aber auch mit Profis arbeiten. Ob eine Stimme gefällt oder nicht, ist subjektiv. Achtet aber auf das Feedback eurer Hörer. Vermehren sich negative Kommentare zu einer Stimme, solltet ihr reagieren und einen neuen Sprecher wählen.

Je nach Aufnahmeort müssen die Mikrofone angepasst werden. Unterwegs eignet sich ein transportables Aufnahmegerät, während Headsets in Dialogsituationen für einen gleichbleibenden Ton sorgen. Fixierte Richtmikrofone ermöglichen eine hohe Tonqualität und sind einfach zu bedienen. Je nach Mikro solltet ihr einen Abstand zwischen 10 cm und 30 cm einhalten. Ideal ist eine

Mikro-Position in Augenhöhe, in der ihr das Mikro auf den Mund richtet. Einfacher Praxistest: In Blickrichtung nach vorne pusten. Hört ihr auf der Aufnahme starke Rausch-/Windgeräusche solltet ihr die Position anpassen.

Hochwertige Aufnahmegeräte gibt es mittlerweile schon recht günstig. Vor allem bei mehreren Sprechern in einer Runde ist das jedem Smartphone vorzuziehen. So stellt ihr eine gute Tonqualität sicher – ein Zeichen für einen hochwertigen Podcast.



ACHTUNG

In der Nachbearbeitung ist zwar viel möglich, allerdings solltet ihr von Beginn an darauf achten, dass es keine Störgeräusche gibt. Sucht euch einen Aufnahmeort, an dem keine zusätzlichen Personen zu hören sind, keine öffentlichen Verkehrsmittel vorbeifahren oder sonstige Geräusche auftauchen.

Technik



Pro-Tipp: Transportable Schall-Absorber hinter dem Sprecher aufstellen, um Hall zu vermeiden.

Raum



Räume mit glatten Wänden wegen zu viel Hall vermeiden. Ein Test: Vor dem Mikro in die Hände klatschen. Je mehr Echo, desto ungeeigneter ist der Raum.

Sprecher



Möglichst natürlich sprechen; nur ablesen, wenn es Teil des Konzepts ist. Haltet Position und Richtung des Kopfes gleich. Gibt es keinen Poppschutz, spricht leicht am Mikrofon vorbei.

Die Magie der Postproduktion

Aufnahme und fertig? Auch bei ungeschnitten anmutenden Podcast ist viel Zeit in die Postproduktion geflossen. Denn damit könnt ihr nicht nur Versprecher, laute Atmung und Co. eliminieren, sondern die Qualität des Podcasts auf ein neues Level bringen. Je nach Software besteht die Möglichkeit, Störgeräusche im Hintergrund nachträglich zu reduzieren. Hier ist allerdings einiges an Erfahrung notwendig. Auch unterschiedliche Lautstärken der Sprecher solltet ihr mit der Nachbearbeitung angleichen.

Wichtig beim Schnitt: Lasst es möglichst natürlich klingen und vermeidet harte Schritte im gesprochenen Wort. Verwendet ihr Musik oder Sounds, achtet darauf, dass die Stimmen der Menschen im Podcast immer noch klar und deutlich zu hören sind.

Das zuvor aufgenommene Intro und Outro könnt ihr dann im finalen Schritt vor bzw. hinter eure Aufnahme schneiden. Je nach Format und Länge des Podcasts kann die Postproduktion von zwei bis drei Stunden bis zu mehreren Tagen dauern. Wenn es um mehr als den reinen Schnittpunkt geht, schaltet frühzeitig einen Cutter ein, der euch bei der Postproduktion unter die Arme greift.

Tipp

Gute Audioschnitte machen Aussagen kompakter. Das kann dauern – plant genug Zeit ein.

Interview

Wie vermeide ich Übersteuerung während der Aufnahme?

Der Ausschlag der Anzeige sollte zwischen -6 DB und -10 DB liegen. So habt ihr in der Nachbearbeitung noch Luft nach oben. Kontrolliert den Pegel während der Aufnahme regelmäßig, sodass er gleichbleibt.

Welche Schnittsoftware kannst du Neulingen empfehlen?

Die beste kostenfreie Lösung ist Cakewalk. Sie hat bessere Features als viele kostenpflichtige Lösungen. Einspurige Bearbeitungsprogramme wie Audacity sind unpraktisch, weil ihr nur einen Sprecher am Stück bearbeiten könnt.

Wo erhalte ich rechtssicher Musik für meinen Podcast?

Bei Audiojungle, Shutterstock oder iStock gibt es kostengünstige Musik. Wichtig ist, dass ihr die Nutzungsrechte genau lest. Je nach Reichweite, Ländern, Kanälen und Abrufzahlen sind eventuell erweiterte Lizenzen nötig.

Markus Girrulat, Creative Director





TOOLBOX: PODCAST ASSETS

- **Der Name:** Um gefunden und gehört zu werden, braucht euer Podcast einen eingängigen Titel, der etwas über das Thema aussagt und nicht bereits von einem anderen Anbieter besetzt ist. Wichtig: Wenn jemand nach einem Podcast sucht, ist in vielen Fällen nur der Name, nicht aber die Beschreibung des Podcasts entscheidend.
- **Der Sound:** Der Podcast sollte jede Folge mit der Nennung eurer Brand starten, die immer gleich bleibt. So schafft ihr Wiedererkennungswert. Hier lohnt sich ein Investment in eine professionelle (Sprecher-)Agentur!
- **Die Plattformen:** Wo wollt ihr gefunden werden? Integriert euren Podcast auf den gängigsten Plattformen: Apple Podcasts, Spotify, Deezer, Stitcher usw.
- **Die Website:** Durch einen eigenen Online-Auftritt gebt ihr eurem Podcast mehr Raum, könnt Shownotes und Transkripte sowie weitere redaktionelle Elemente anbieten.
- **Die Mailadresse:** Ja, auch ein Podcast kann Interaktionen hervorrufen. Richtet eine Mailadresse ein, die Hörer für Fragen und Anregungen nutzen können.

Wie komme ich an meine Hörer?

- ✓ Kreiert eine SEO-optimierte Landingpage für euren Podcast, um optimal gefunden zu werden. Dort könnt ihr außerdem ein Transkript der Folgen anbieten, wodurch ihr Inhalt auch für Suchmaschinen relevant wird.
- ✓ Kündigt die regelmäßige Erscheinung eures Podcast in allen bestehenden Kommunikationsmaßnahmen an, wie z.B. auf der Website, im Newsletter, im Magazin.
- ✓ Nutzt verschiedene Social Media-Kanäle je nach Zielgruppe, um einzelne Themen eures Podcasts konstant sichtbar zu machen.
- ✓ Ohne Budget geht (fast) nichts: Social Ads, Video Werbung oder Google Ads können euch durch detailliertes Targeting neue Hörer liefern.

Podcasts: Jetzt und in Zukunft

Geht der Podcast-Boom bald vorbei? Prognosen sagen nein. Mit den Podcast-Ergebnissen von Google, der Positionierung von Spotify als prominentem Podcast-Anbieter sowie immer mehr YouTubern, die auch ins Podcast-Business einsteigen, sieht die Zukunft für Podcasts rosig aus. Die Fülle an Inhalten bedeutet aber auch, dass die Konkurrenz um die Hörer zunimmt. Das verlangt nach innovativen Ansätzen, authentischen Themen und zielgruppengerechten Formaten. Habt daher auch immer ein Auge auf den Wettbewerb.

Außerdem nimmt der Trend von Suche durch Sprache und Sprachassistenten immer weiter zu. Das heißt auch: Sprache als Medium rückt weiter in den Fokus. Wenn Audio als Format prominent im Alltag der Nutzer Einzug hält, steigt auch die Wahrscheinlichkeit, dass mehr Menschen Podcasts hören.

Dennoch haben Podcasts anders als Soziale Netzwerke, (noch) nicht in jeder Zielgruppe Einzug gehalten. Podcast Hörer haben tendenziell eine hohe Bildung, sind technikaffin und verdienen gut. Für wen diese Zielgruppe interessant ist, kann vom Podcast-Boom auch weiterhin profitieren.

Tipp

Den K12-eigenen Podcast zum Thema Social Media Marketing findet ihr unter **somex.k-zwoelf.com**

Impressum

Verantwortlich in jeder Beziehung ist:

Jörg Hoewner, K12 Agentur für Kommunikation und Innovation GmbH

K12 Agentur für Kommunikation und Innovation GmbH

Geschäftsführer: Jörg Hoewner, Michael Jansen, Christian Kakas, Britta Neisen

Schirmerstraße 76

40211 Düsseldorf

www.k-zwoelf.com

kontakt@k-zwoelf.com

Tel. 0211 5988 1634

Fax. 0211 5988 1699

Idee & Konzept:

Saskia Kaufhold

Redaktion:

Hanna Marie Frank, Saskia Kaufhold

Lektorat:

Verena Waldbröl

Kreation:

Saskia Willenbrock