



Deutsche
Journalisten
Akademie

C01

Konzeptionelle Entwicklung von Podcasts

Françoise Hauser

Impressum

Deutsche Journalisten-Akademie

Karmeliterweg 84
13465 Berlin

kontakt@djamail.de

www.deutschejournalistenakademie.de

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1 Der Podcast – Was ist das eigentlich?	8
2 Warum podcasten?	10
3 Wer hört eigentlich Podcasts? Zielgruppen-Analyse und -Orientierung	12
3.1 Statistiken – und warum sie so wichtig sind	12
3.2 Wie viele Podcasts gibt es?	12
3.3 Die deutsche Podcast-Landschaft	13
3.4 Was ist meine Zielgruppe?	17
4 Das übergeordnete Thema finden	19
5 Alles eine Frage der Form	22
5.1 Podcast-Formate	22
5.2 Länge, Frequenz und andere Versprechen	23
6 Die wichtigsten Podcast-Elemente	25
6.1 Das Intro	25
6.2 Die Musikauswahl	25
6.3 Das Outro	26
6.4 Weitere Strukturierungselemente	26

6.5	Das Beste zuletzt: Name und Beschreibung	26
6.6	Das Logo	27
7	Die Sache mit der Musik und andere Rechtsfragen	30
7.1	Wem gehört der Podcast?	30
7.2	Brauche ich ein Impressum?	30
7.3	Die Sache mit den Daten	31
7.4	Welche Musik darf ich verwenden?	31
7.5	Ansprechpartner GEMA	32
7.6	Was sind CC-Lizenzen?	32
8	Geld verdienen mit Podcasts	34
9	Wann ist ein Podcast erfolgreich?	36
10	Warum scheitern Podcasts? Das sind die gängigsten Fehler	38

Konzeptionelle Entwicklung von Podcasts

Allgemeine Lernziele

Wenn Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, können Sie

- das Thema Ihres Podcasts festlegen,
- die Vor- und Nachteile der verschiedenen Podcast-Formate erkennen und das richtige für Sie aussuchen,
- die Podcast-Zielgruppe festlegen,
- neben der Audioaufnahme auch die anderen permanenten Elemente eines Podcasts erstellen,
- die gängigsten Fehler bei der Konzeption umgehen,
- einschätzen, ob und wann Ihr Podcast erfolgreich ist und woran man dies misst, und
- die verschiedenen Methoden und Schwierigkeiten der Monetarisierung beurteilen.

Einleitung

Aus dem Alltag vieler Menschen sind sie längst nicht mehr wegzudenken: Podcasts sind mittlerweile eine anerkannte Informations- und Unterhaltungsquelle – so wie Radio, TV und Presse. Anders als diese tradierten Medien sind Podcasts jedoch überraschend einfach zu erstellen und zu verbreiten! Die technische Ausstattung ist überschaubar, dazu kommt eine Schnitt-Software und dank einer großen Anzahl von Hosting-Plattformen sind Podcasts schnell ins Netz gestellt und damit abrufbar. Unerlässlich ist allerdings eine gute Themen-Idee, die natürlich auch noch professionell aufgearbeitet werden sollte. Und genau darum geht es in diesem Studienbrief: die Konzeption von Pod-

casts. Wo fange ich an, wenn ich einen Podcast erschaffen will? Worauf sollte ich dabei achten und welche Gestaltungsvarianten gibt es dabei?

Wie wichtig die Konzeption als erster Schritt ist, zeigt eine schlichte Zahl: Rund ein Viertel aller Podcasts bleibt bei einer Folge. Die Gründe dafür sind vielfältig, oft steht jedoch ein mangelhaftes Konzept dahinter. Einige der grundlegenden Entscheidungen – von der Frequenz bis zur thematischen Ausrichtung – lassen sich nach dem Start nur noch schlecht ändern, ohne die Hörer zu verprellen. Logisch, dass dieser Bereich daher besondere Aufmerksamkeit erfordert.