

Journalistische Praxis

Philipp Eins

Podcasts im Journalismus

Eine Einführung für die Praxis



Springer VS

Journalistische Praxis

Reihe herausgegeben von

Gabriele Hooffacker, Leipzig, Deutschland

Gründungsherausgeber

Walther von La Roche, München, Deutschland

Der Name ist Programm: Die Reihe Journalistische Praxis bietet ausschließlich praxisorientierte Lehrbücher für Berufe rund um Journalismus und Medien. Praktiker aus Redaktionen und aus der Journalistenausbildung zeigen, wie's geht, geben Tipps und Ratschläge. Alle Bände sind Leitfäden für die Praxis – keine Bücher über ein Medium, sondern für die Arbeit in und mit einem Medium. Walther von La Roche begründete die Reihe 1975 mit der „Einführung in den praktischen Journalismus“ (heute: „La Roches Einführung in den praktischen Journalismus“). Seit 2013 erscheinen die Bücher bei SpringerVS.

Die gelben Bücher mit ihren Webauftritten geben allen, die journalistisch tätig sind oder sein wollen, ein realistisches Bild von den Anforderungen redaktionellen Arbeitens und zeigen, wie man sie bewältigt. Lehrbücher wie „Recherchieren“, „Informantenschutz“, „Frei sprechen“ oder „Interviews führen“ konzentrieren sich auf Tätigkeiten, die in mehreren journalistischen Berufsfeldern gefordert sind. Andere Bände führen in das professionelle Arbeiten bei einem Medium ein (die Klassiker zu Radio-, Fernseh- oder Online-Journalismus). Es gibt Bücher zu journalistischen Techniken („VR-Journalismus“, „Mobiler Journalismus“ oder „Social Media für Journalisten“), und zu Berufsfeldern wie Pressearbeit und Corporate Media („Pressearbeit praktisch“) oder redaktionellem Arbeiten für Unternehmen oder Institutionen („Gebrauchstexte schreiben“).

Jeden Band zeichnet ein gründliches Lektorat und sorgfältige Überprüfung der Inhalte, Themen und Ratschläge aus. Sie werden regelmäßig überarbeitet und aktualisiert, oft in weiten Teilen neu geschrieben, um der rasanten Entwicklung in Journalismus und Medien Rechnung zu tragen. Viele Bände liegen inzwischen in der dritten, vierten, achten oder noch höheren Auflagen vor wie La Roches „Einführung“ selbst. Allen Bänden gemeinsam ist der gelbe Einband. Deshalb ist die Reihe unter Lehrenden, Studierenden und angehenden Journalistinnen und Journalisten auch als „Gelbe Reihe“ bekannt.

Philipp Eins

Podcasts im Journalismus

Eine Einführung für die Praxis

Unter Mitarbeit von Franziska Walser

 Springer VS

Philipp Eins
Berlin, Deutschland

ISSN 2524-3128

ISSN 2524-3136 (electronic)

Journalistische Praxis

ISBN 978-3-658-34268-5

ISBN 978-3-658-34269-2 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-34269-2>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Lektorat/Planung: Barbara Emig-Roller

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung. Warum Podcasting?	1
1.1	Podcasts gehen in die Tiefe	2
1.2	Podcasts begleiten uns durch den Tag	3
1.3	Podcasts erzeugen Intimität	4
2	Grundlagen	7
2.1	Was ist ein Podcast? Eine Annäherung	7
2.2	Kurze Mediengeschichte des Podcastings	9
2.3	Der Weg zum Massenmedium	12
2.4	Was Radio und Podcasts unterscheidet	14
2.5	Podcasting und Brechts Radiotheorie. Wie jeder zum Sender werden kann	19
2.6	Der Podcast als journalistisches Medium	20
3	Podcast-Formate	27
3.1	Mehr als labern: das Talkformat	28
3.2	News, Talk und Unterhaltung: der Magazin-Podcast	33
3.3	Ausgefeilte Dramaturgie: der Storytelling-Podcast	35
3.4	Fiktion Podcasts und andere Formate	41
3.5	User-Interaktion	42
3.6	Aufbau von Podcastformaten	43
4	Konzeption von Podcasts	59
4.1	Alleinstellungsmerkmal, Zielgruppen und Umsetzung	59
4.2	Personas zur Zielgruppenbestimmung	63

4.3	Prominenz von Moderatoren einsetzen	65
4.4	Pitch, Playbook und Contentplan	66
5	Storytelling im Podcast	75
5.1	Auf der Suche nach einem Helden	76
5.2	Ohne Handlung keine Story	78
5.3	Jede Story braucht einen Ort	81
5.4	Vom Thema zur Geschichte – wie wir Storys finden	82
5.5	Gut erzählt – Beispiele für Storytelling im Podcast	84
5.6	Auditives Erzählen – Einsatz von Geräuschen und Musik	89
6	Strategien und Erlösmodelle	99
6.1	Podcasting für freie Medienschaffende	99
6.2	Erlösmodelle für unabhängige Produktionen	101
6.3	Podcasting in Verlagen	104
6.4	Erlösmodelle für Verlagspodcasts	106
6.5	Podcasting im Rundfunk	108
6.6	Plattformstrategien von ARD und Deutschlandradio	111
7	Technische Ausrüstung für die Audioaufnahme	117
7.1	Studio, Konferenzraum oder auf der Straße – Aufnahmeorte für Podcasts	117
7.2	Aufnahmegeräte und mobile Recorder	120
7.3	Podcastmikrofone	122
7.4	Pro Audio Zubehör	124
7.5	Remote Recording und Tape-Sync	125
8	Moderieren und Sprechen vor dem Mikrofon	131
8.1	Die richtige Vorbereitung	131
8.2	Schreiben fürs Hören	133
8.3	Skript und Leitfaden	135
8.4	Während des Interviews	137
9	Postproduktion und Audioschnitt	143
9.1	Die Software Audacity und Hindenburg	143
9.2	Aufnahmen kürzen – Arbeiten mit einer Spur	146
9.3	Multitrack Editing – Schneiden mit mehreren Spuren	148
9.4	Die Masteringtools Auphonic und iZotope RX	150
9.5	Export Ihrer Produktion als MP3	151
9.6	All-in-One Podcast Tools	152

10	Podcasting und Medienrecht	157
10.1	Pflichtangaben für Podcast und Website	157
10.2	Musik im Podcast – Gema-Lizenzen und Alternativen	160
10.3	Persönlichkeitsrechte und Zitatrecht	162
10.4	Podcasting und Werbung	163
11	Verbreitung und Marketing	169
11.1	Podcast-Hosting mit Wordpress und Plug-ins	171
11.2	Hostingservice mit Podigee und Co.	173
11.3	Kleintexte, Shownotes und Kapitelmarken	175
11.4	Wie man den Erfolg eines Podcasts misst	178
11.5	Community Building und Marketing	180
12	Tipps aus der Praxis: Dos and Don'ts	189
12.1	Vor der Aufnahme	189
12.2	Während der Aufnahme	190
12.3	Nach der Aufnahme	190
12.4	Bei der Veröffentlichung	191
	Literatur	193

Über den Autor

Philipp Eins arbeitet seit 15 Jahren als Journalist und Trainer in Berlin. Mit dem Label EINS.STUDIO entwickelt er Podcasts und digitale Formate, in Workshops gibt er seine Erfahrungen an Medienschaffende und Kommunikationsfachkräfte weiter. Davor hat Philipp Eins mehrere Jahre in den Redaktionen von Deutschlandfunk Kultur und Tagesspiegel gearbeitet. An der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin war er Lehrbeauftragter für Wirtschaftskommunikation. Er ist Absolvent der Reportageschule Reutlingen und des Masterstudiums Online Radio an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.



Einleitung. Warum Podcasting?

1

Der ehemalige Bundeskanzler Gerhard Schröder sagte einst salopp, er brauche zum Regieren nur „Bild, BamS und Glotze“. Das war Ende der 90er, im letzten Jahrhundert also. Und genauso altbacken klingt der kantige Spruch inzwischen auch. Die Digitalisierung hat Medien und Politik verändert. Ohne Kampagne auf Facebook kein Wahlkampf, ohne Bildstrecke auf Instagram keine Lokalreportage.

Nun hat ein weiteres Medium die Smartphones erobert und versetzt Redaktionen in Aufruhr: Podcasts, also Audioshows fürs Internet. Sie setzen in den USA schon seit ein paar Jahren das klassische Radio gehörig unter Druck. Einige meinen sogar, sie könnten schon bald die Rundfunkapparate vom Küchentisch ins Museum verbannen.

Shows wie das Magazin „This American Life“ erreichen jede Woche zwei Millionen Nutzer übers Radio – und weitere 2,8 Millionen laden sich den Podcast herunter, Tendenz steigend. Manager und Finanzanalysten vertrauen längst auf etablierte Podcasts wie „Planet Money“ oder „Marketplace“, die feste Größen im Wirtschaftsjournalismus geworden sind. Nachrichtenformate wie „The Daily“ von der New York Times sind trotz hohem Produktionsaufwand profitabel und spülen Geld in die leeren Kassen der Verlage. Mehr als 500.000 Podcasts in mehr als 100 Sprachen listet Apple in seinem Katalog, wie das US-Medienmagazin Variety berichtete.

Auch Deutschland hat das Podcast-Fieber erfasst. Verlage und Rundfunksender, Streamingdienste und freie Produzenten drängen mit ihren Inhalten auf Audioplattformen und Streamingdienste. Im „Verbrechen“-Podcast der Zeit erzählt Gerichtsreporterin Sabine Rückert von ihren spektakulären Fällen. In Nachrichtenformaten wie „Der Tag“ geben Korrespondenten des Deutschlandfunks in lockerem Plauderton Einblicke ins Innenleben der Politik. Auch „Spiegel“ und „Süddeutsche“ haben