

Für Jule und Henry

Hinweis zur gendergerechten Sprache.

Die Welt ist voller wunderbarer Menschen – die einen sind Frauen, die anderen Männer. Während sich wiederum andere keiner dieser beiden Kategorien zugehörig fühlen. Wieder andere sind auf der Suche nach ihrem Geschlecht oder wollen bzw. können sich nicht verorten. Wir alle sind kohlenstoffbasierte Lebewesen mit einem Herz, einer Seele, einem Gehirn und einem Körper. Und wir alle sind gleich viel wert.

Mir ist es wichtig, niemanden auszuschließen. Um dieser Haltung Ausdruck zu verleihen, habe ich mich um eine gendergerechte Sprache bemüht. In diesem Buch verwende ich daher das »*« bei Personenbezeichnungen. Mir ist bewusst, dass dieses Sternchen nicht der Weisheit letzter Schluss ist, aber es ist dennoch ein Zeichen, das ich als Signal meines festen Willens verstanden wissen will, dass es mir um jeden Erdling geht, welche*r sich vom Thema Podcasting begeistern lässt.

Bei englischen Begriffen gibt es keine Geschlechtszuweisung. »Podcaster«, »Host« oder »YouTuber« sind per se genderneutrale Bezeichnungen und benötigen daher keine weitere Kennzeichnung.

ALLE REDEN VON PODCASTS – DU ABER MACHST EINEN (ODER ZWEI ...)

Jede hört Podcasts, jeder redet darüber. Im Freundeskreis werden Empfehlungen ausgetauscht und bei Partys gibt man mit der Entdeckung des neuen Insidertipps an: »Musst du unbedingt Reinhören. Kennst noch keine*r. Ist aber echt geil. Das ist so'n Vogel, der redet über ...« Auch die traditionellen Medien haben entdeckt, dass sich am Rande ihres Sichtfelds eine ganz neue und überaus lebendige Audiowelt entwickelt hat und rasant wächst. Allein die Begriffssuche auf *SPIEGEL ONLINE* wirft im September 2020 2.450 Treffer für »Podcast« aus. Wollen wir Google auch fragen? Hat es einen Mehrwert, die Zahl 826.000.000 niederzuschreiben?

Buzzword: Podcast! Kaum ein Begriff ist derzeit so allgegenwärtig wie dieses Kunstwort. Es setzt sich aus zwei Teilen zusammen: dem digitalen Abspielgerät »(i)Pod« und der Bezeichnung für die Verbreitung von Inhalten, also dem »(Broad)cast«. Es beschreibt serielle und meist abonnierbare Audio- oder Videoinhalte,¹ die über das Internet bezogen werden. Produzent*innen dieser Inhalte können ebenso Privatpersonen sein wie Medienhäuser und andere kommerzielle Anbieter. Soweit der langweilige Teil des Definitionsversuchs dessen, was durch das Kofferwort »Podcast« beschrieben wird. Viel spannender ist jedoch die Frage nach dem, was ein Podcast wirklich ist.

1 In diesem Buch konzentrieren wir uns im Schwerpunkt auf Audio-Podcasts.

Er ist ein Alltagsbegleiter, der in unseren Smartphones wohnt und uns neue Ideen, Unterhaltung, Informationen, Spaß, Orientierung, Inspiration, Zerstreuung und vieles mehr bietet. Die Stimmen der Podcaster werden schnell von Fremden zu Freund*innen, denen wir gerne erlauben, uns ins Ohr zu flüstern. Die Teilnehmer*innen meiner Podcast-Schulungen berichten mir regelmäßig von den Momenten, in denen sie ihren Lieblingspodcasts lauschen. Die Liste ist lang, aber typische Antworten sind: »beim Joggen«, »bei der Hausarbeit«, »beim Autofahren«, »beim Spaziergehen« – auch »im Bett zum Einschlafen« wird oft genannt. Als Podcaster ist man in deutlich privaten Situationen zu Gast und Podcaster dürfen den Hörer*innen ganz nah sein, wenn alle anderen auf Abstand bleiben soll.

Frage ich meine Seminarteilnehmer*innen nach den Titeln und Themen ihrer Lieblingspodcasts, werden neben den üblichen Verdächtigen wie *Fest und Flauschig*, *Lage der Nation* oder dem Corona-Podcast von Prof. Drost oft Inhalte genannt, von denen ich oder die anderen Teilnehmer*innen zuvor noch nie gehört hatten. Das Angebot scheint unendlich, die Nischen unzählbar und die Interessen bunter als jede Blumenwiese zu sein. Aus diesem Grund gibt es immer Neues zu entdecken. Üblicherweise stelle ich die Frage nach den Lieblingsinhalten zu Beginn eines Workshops, denn sie ist für alle leicht zu beantworten, ein guter Opener, denn so ist das Eis schnell gebrochen und die Arbeit in der Gruppe kann beginnen. Ich wiederhole die Frage gerne in Pausen und im Nachgespräch unter vier Augen oder in kleinen Runden. Es sind diese geschützten Situationen, in denen die besonderen Podcast-Empfehlungen gegeben werden. Ohne viele Zuhörer*innen verraten die Teilnehmer*innen mir oft, welche Podcasts sie besonders emotional berühren. Hier erfahre ich von Audioangeboten, die überaus privat sind. Da gibt es den einen, der verschmitzt lächelnd zugibt, schlüpfrige Podcasts zu hören, und andere, die mit belegter Stimme von Podcasts zu Themen wie Depression, Schlafstörungen oder Trauerbewältigung berichten. Es sind

diese Erzählungen, die zeigen, wie nah Podcaster ihren Hörer*innen kommen und wie privat das Podcast-Erlebnis sein kann. Sicher hilft dabei der Schutz des Kopfhörers, denn niemand bekommt mit, welchem sensiblen Thema gerade gelauscht wird. Auch der Effekt der Gewöhnung an die Stimme im Ohr trägt viel dazu bei, sich emotional dem öffnen zu können, was in einem Podcast besprochen wird. Erst sind die Podcaster Fremde, dann Freund*innen, dann Vertraute. Und das ist der Moment, in dem die Magie passiert – beziehungsweise passieren kann. Podcasts öffnen erst einmal die Ohren, dann die Herzen und manchmal sogar die Seele.



PODCASTEN LOHNT SICH!

Politiker*innen podcasten, Schauspieler*innen auch. Influencer*innen sowieso. Verlage produzieren am laufenden Band, Agenturen entwickeln Konzepte und Radiosender freuen sich über neue Verbreitungswege für ihren Content. Vereine, Verbände und Unternehmen melden sich zu Wort und verbreiten ihre Botschaften. Die eigentlichen Held*innen der Podcastwelt sind aber ganz andere: Es sind die Hobbyist*innen, die Aktivist*innen, die Nerds und Paradiesvögel, die die Podcast-Szene so bunt, lehrreich, unterhaltsam und aufregend machen. Dieses Buch ist eine Liebeserklärung an die schrägen Vögel, leidenschaftlichen Fachidiot*innen, fleißigen Tüftler*innen, Themenwälzer*innen und Entertainer*innen. Es zieht den Hut vor all denen, die etwas zu sagen haben und sich Gehör verschaffen – one ear at a time!

Es sind – wie zur Zeit der YouTube-Revolution – die unabhängigen Produzent*innen, die den »Großen« zeigen, wie es geht. Der Pioniersinn und die Kreativität der »Indies« hat neue Regeln definiert und die Vorlagen geliefert, an denen sich die klassischen Medienmacher*innen orientieren müssen, wollen sie in der Podcast-Welt erfolgreich sein.

Tontechniker*innen und Radiomacher*innen reiben sich verwundert die Augen und schütteln ihre Köpfe: »Was machen diese Podcaster denn da? So geht das doch nicht! So macht man das nicht!« Während die Profis noch die Nase rümpfen, zeigen die Indies schon, dass sie es sind, die sagen »was geht und wie man es macht.« Getreu Chase Jarvis' Mantra, dem CEO von Creative Live, liegt der Erfolg

nicht im »Besser«, sondern im »Anders«.¹ Der Wettlauf um das beste (technische) Fachwissen und das tiefe Verständnis aller Regeln führt nicht zum Beschreiten neuer Wege. Und genau darum geht es den meisten Podcastern.

YouTuber sind keine Fernsehleute und Podcaster sind keine Radiomoderator*innen. Althergebrachte Regeln und Blaupausen sind vielen Content-Entwickler*innen entweder unbekannt oder egal. Die Welt des *User-Generated Content* ist wild und unkonventionell, manchmal schräg, oft unbeholfen, hin und wieder sogar unerträglich – aber nie geschmacksneutral oder gar langweilig. Das haben auch Vertreter*innen der Traditionsmedien erkannt und drängen mit Macht (und viel Geld) in die Streams und Playlists von Plattformen wie Spotify, Apple Podcasts, Google Podcast, Stitcher und Co. Selbst Institutionen wie *DIE ZEIT*, *DER SPIEGEL*, *NATIONAL PUBLIC RADIO* oder die ehemalige First Lady der USA Michelle Obama produzieren Podcasts nach den Spielregeln der Indies. Die Profis folgen dem Beispiel der Amateur*innen! Innovative Formate und eine gewisse Do-it-yourself-Attitüde führen auch bei den »Großen« zum Erfolg. Mit den Worten Commander Spocks: »Faszinierend!«

Podcaster ist kein Ausbildungsberuf. Der Schlüssel zum Erfolg liegt im eigenen Antrieb, der Lust aufs Machen und der Furchtlosigkeit gegenüber neuen Wegen. Dennoch gibt es viel zu lernen, auszuprobieren und viele Erfahrungen zu teilen. Meine Podcast-Seminare beginnen seit Jahren mit derselben Folie. Auf ihr steht in großen Buchstaben: »Wenn du etwas zu sagen hast, ... podcaste!«

Wenn du eine Leidenschaft hast und sie mit anderen teilen willst, dann ist dieses Buch für dich. Es soll helfen, ermutigen, Tipps geben und dich ein Stück auf deinem neuen Weg als Podcaster begleiten. Es geht hierin ein bisschen um Technik, weil sie sich schlicht nicht vermeiden lässt. Aber eigentlich steht die Idee – *deine* Idee – im Mittelpunkt. Und wie sie den Weg in die Ohren deines Publikums, also deiner Community findet. Technik kann man kaufen, aber Ideen

muss man liebevoll ausbrüten, hegen und pflegen, füttern und großziehen. Also, worüber würdest du lieber reden: über Mikrofontypen und Sampleraten oder über Konzepte, Kreativität und Erfolg? – Eben! Ich auch!

In diesem Buch öffne ich meine Podcast-Werkstatt. Ich teile meine Erfahrungen von ungefähr 200 Folgen am Mikrofon, vielen Stunden als Leiter von Podcast-Seminaren und als Produzent für andere Podcaster. Für dieses Buch habe ich eine Reihe erfolgreicher Podcaster und Netzexpert*innen interviewt, die so großzügig waren, ihr Wissen und ihre Erfahrungen zu teilen. Sie melden sich im Laufe des Buches immer wieder zu Wort. Wenn du den ein oder anderen klugen Kopf genauer kennenlernen möchtest, scanne einfach an den entsprechenden Stellen im Buch den QR-Code mit deinem Smartphone. Dadurch landest du auf meiner Homepage, auf der ich eine Reihe von Praxisgesprächen hinterlegt habe. Die Aufnahmen sind jeweils 20 bis 30 Minuten lang und beschäftigen sich mit den unterschiedlichsten Aspekten des Podcastings. Die Podcast-Kolleg*innen teilen im Gespräch mit mir Tipps, Tricks und Erfahrungen. Verstehe die Praxisgespräche als Vertiefung und Ergänzung dessen, was du hier im Buch findest. Die Aufnahmen wurden bewusst mit verschiedenen technischen Set-ups durchgeführt, um dir zu zeigen, wie unterschiedlich Podcasts klingen können und um dir einen größeren Einblick in die Welt der Podcaster zu ermöglichen.

»Podcasts ergeben dann Sinn, wenn man sich auf sein Publikum einlässt. Ein Podcast ist ein Gesprächsangebot und keine Rundfunksendung. Die Leute sollen mitdenken, mitreden, mitfühlen ... dabei sein.«

Kai Flockenhaus Coach, Sozialarbeiter und
Podcasthost von *Ich und mein Crohn*

»Podcasts sind extrem gut geeignet, um Kompetenz zu zeigen und Vertrauen zu schaffen. Sie sind daher für ein effektives Content-Marketing besonders gut geeignet.«

Leif Neugebohrn, Strategieberater und Podcasthost
von ueberzeugungsarbeit.de

Wir gehen in diesem Buch gemeinsam den gesamten Weg von der ersten Idee bis zum fertigen Podcast. Von Seite zu Seite steigen wir immer tiefer in die Themen rund um Technik, Ideenfindung, Konzeption und Marketing ein. Kapitel für Kapitel machen wir uns zusammen auf die Suche nach deinem Podcast-Erfolg. Wie dieser aussieht, liegt dabei ganz bei dir. Suchst du deinen Platz in einer kleinen, eingeschworenen Community oder willst du in möglichst vielen Kopfhörern ankommen? Hast du vor, mit deinem Podcast Geld zu verdienen oder brauchst du eine Visitenkarte im Netz, die dich als Expert*in bekannt macht? Treibt dich vielleicht etwas ganz anderes an? Lass uns loslegen und dich vom Pod-Fan zum Pod-Profi machen!

WENN ICH MICH VORSTELLEN DÜRFTE



Bereits auf den vorherigen Seiten dieses Buches begegnete dir ein »Ich«. Dieses Personalpronomen (erste Person, Singular) bezeichnet in diesem Fall Dennis Eighteen. Also: mich! Es ist an der Zeit, mich höflich vorzustellen. Und bevor du fragst: Ja, Dennis Eighteen ist mein tatsächlicher Name. Der Vorname ist dem Konsens meiner Eltern geschuldet, die 1975 dachten, einen »ganz außergewöhnlichen« Namen für ihren Sprössling ausgesucht zu haben. Das war leider eine Fehlannahme. Während meine Mutter auf der Entbindungsstation lag, wurde sechs weiteren Babys dieser Name gegeben und in meiner Schulklasse gab es gleich drei von dieser Sorte. Dies führte dazu, dass sich meine Klassenlehrerin Frau Schopf damit behalf,

mich mit meinem Nachnamen anzusprechen – der in der Tat außergewöhnlich ist. Mein Vater brachte ihn aus England mit, als er sich als junger Mann für ein Leben in der Freien und Hansestadt Hamburg entschied. Eine offizielle Erklärung für die Herkunft des Namens hatte er nicht im Gepäck – nur eine Piratengeschichte, deren Wahrheitsgehalt sich nicht überprüfen lässt. Irgendetwas mit britischen Strafgefangenen, die in Australien ohne Nachnamen angekommen seien und schlicht durchnummeriert würden. Später machten sich diese Outlaws mit numerischen Nachnamen auf den Weg zurück ins Herz des Königreichs, zeugten Nachkommen und siedelten sich unter anderem in der hübschen Kleinstadt Horsham an. Ob es sich bei dieser Geschichte um Seemannsgarn oder um einen Tatsachenbericht handelt, wird wohl für immer im Dunkeln bleiben müssen. Wenn ich es mir recht überlege, könnte man eine spannende Podcast-Folge daraus machen.

Der Verlag wünschte sich den Titel *Podcast-Führerschein* für dieses Buch. Ergo steht mir der distinguierte Titel des Podcast-Fahrlehrers zu. Klingt gut! Und »gut zu klingen« ist das Ziel eines jeden hochwertigen Podcasts. Im Hauptberuf bin ich Prokurist bei der Kommunikationsagentur ASK.Berlin. Nebenberuflich arbeite ich als Nerd, Ausprobierer und Überzeugungstäter – und seit 2014 als Podcaster. Außerdem steht auf meiner viel zu langen (imaginären) Visitenkarte: Toy-camera-Fotograf, Zinster, Autor, YouTuber a. D. und Seminarleiter.

Vieles von dem, was ich mache, dreht sich um die Thematik des bereits erwähnten User-Generated Content. Mich begeistern Leute, die einfach loslegen und sich nicht um Normen oder Spielregeln scheeren. Ich lasse mich gerne von kreativer Energie und Mut verzaubern. Außerdem bin ich der festen Überzeugung, dass jeder Mensch kreativ ist. In jeder Person steckt dieser Funke, der Augen mit neuen Ideen zum Leuchten bringt. Viele wissen nicht um ihre kreativen Fähigkeiten oder verneinen sie geradz. Das ist schade! Aber dagegen lässt sich etwas tun. In diesem Sinne schreibe ich nun dieses Buch, das laut

in die Welt rufen soll: »Trau dich! Denk dir etwas aus. Probiere Neues. Und schaffe etwas, das andere bewegt!« Und das geht eben wunderbar mit Podcasts.

Ich liebe Podcasts. Kaum tippe ich diese Wörter, höre ich die Stimme des ehemaligen Bundespräsidenten Gustav Heinemann in meinem Podcast-verliebten Ohr. Er bittet mich darum, diese Aussage zu relativieren. Ok, Gustav, wenn es denn sein muss. Lass es mich in deinem Sinne so formulieren: »Ich liebe meine Frau. Fertig.« Aber Podcasts finde ich richtig gut! Ich höre sie, ich produziere sie, ich rede drüber und das nun auch noch schriftlich.

Die ersten Zeilen dieses Buches entstanden im ICE zwischen Berlin und Bonn – zwischen Metropole und Provinz. Gute fünf Stunden Bahngeratter, Kindergeschnatter sowie Handy- und Tastaturgeklapper. Um diese Geräuschkulisse auszuschalten, ging der Griff mal wieder zum Kopfhörer. Wie so viele im Wagen 31 des ICE 556 verkroch auch ich mich in meine eigenen Gedanken. Die Tür zum Kopf – pardon, Türen(!) zum Kopf – sind die Ohren. In meinen Gehörgang dringen Naturgeräusche: ein merkwürdiger Podcast, der nichts liefert außer Vogelgezwitscher, das Rauschen des Windes und das Plätschern eines Gebirgsbachs. Manchmal auch Meeresrauschen oder tropischen Regen. Auf dieses Klangbett gebettet, drifteten die Erinnerungen in die Zeit, als ich meinen ersten »Podcast« aufnahm.

Es war das Jahr 1996. Meine Technik? Ein Kassettenrecorder mit eingebautem Mikrofon. Zum Abspielen hatte ich einen Walkman. Mein Content? Die Inhalte meiner Abiturprüfungen. Abschnitt für Abschnitt hangelte ich mich durch die Vorbereitungsunterlagen und las die wichtigsten Inhalte auf Band. Auf dem Weg zur Schule lauschte ich den Episoden und trichterte mir auf diesem Weg den Stoff, den der Lehrplan vorsah, ins Gehirn. Mein »Pod« war ein tragbarer Kassettenspieler von AIWA; der »Cast« blieb auf die Reichweite meiner Ohren beschränkt. Marketing-Gurus wie Seth Godin würden wahrscheinlich von einer MVA sprechen, einer Minimal Viable Audience, also

der kleinstmöglichen sinnvollen Zielgruppe. Mein Publikum bestand aus mir selbst. Mein erster »Podcast« war rein analog und blieb der Öffentlichkeit verborgen. Dennoch war er überaus erfolgreich, denn ich entdeckte das Hören als effektiven Lernkanal. Das Büffeln fiel mir mit dem Walkman-Trick viel leichter und ich überwand die Hürden einer milden (aber durchaus frustrierenden) Form der Leseschwäche. Das Abitur wurde mit 1,7 abgeschlossen. Auf Neudeutsch würde man dies wohl »Proof of Concept« nennen. Oder in meinen Worten: hat geklappt! Neben dem Abiturerfolg führte dieses Experiment zu einer weiteren Erkenntnis: Das selbstgemachte Hörerlebnis zeigte mir, dass der Audiokanal für mich nicht nur als Hörer eine Freude ist, sondern auch als Sprecher. Mir machte das Lernen und die Produktion des Audiocontents großen Spaß. Ich war angefüttert. Ich wollte mehr davon!

Interessanterweise verschoben sich weitere Podcast-Produktionen um gut achtzehn Jahre nach hinten. Erst 2014 begann ich aufs Neue – nun aber ordentlich. Wöchentlicher Content, mehrere Podcasts, Community-Aufbau, passende Social-Media-Kanäle, Heimstudio ... und ab 2018 machte ich mein Hobby teilweise zum Beruf.

Die Kommunikationsagentur, in der ich im Sommer 2018 den Dienst antrat, hatte im Keller ein schickes kleines Kino. Schallabsorber an den Wänden, plüschige Kinositze, schalldichte Tür ... alles, was man für nette Kinoabende im Kreise der Agenturkolleg*innen braucht. Es gab nur ein Problem: Niemand nutzte dieses Lichtspielhaus im Untergeschoss. Als erfahrener Hobby-Podcaster stellte ich mir die Frage, warum man nicht ein Podcast-Studio daraus machen könnte. Gesagt, getan. Ein paar Mikrofone und Kabel später stand es da, das neue Studio, und war – wie wir fanden – natürlich das schönste Podcast-Studio der Hauptstadt. ASK.Berlin stieg somit offiziell ins Podcast-Geschäft ein. Konzepte wurden entwickelt, Folgen produziert, Tonspuren gemischt und Vermarktungsmodelle entwickelt.

Während ich damit begann, mich beruflich mit Podcasts zu beschäftigen, trieb ich meine eigenen Projekte mit frischer Energie und

viel Liebe voran. Neben dem »Mutterschiff«, dem *Dennis Eighteen Podcast für Kommunikation, Kreativität und Haltung* entstanden verschiedene Nebenprojekte. Die kleinen »Beiboote« entwickelten sich schnell zu eigenständigen, hochseetauglichen Schwimmschiffen.

Mein Herzensprojekt *Traumbilder – Der Entspannungs-Podcast* verbindet meine Leidenschaft für die Fotografie mit dem Bedürfnis nach Entspannung. Die Idee: Ich lese meine Fotos vor und dabei entspannen sich die Hörer*innen. Klingt einfach gut, aber gleichzeitig ziemlich merkwürdig. Also genau das Richtige für einen Podcast! Die Audiostücke fallen sicher in die Kategorie der geleiteten Meditationen, aber sie passen in keine konventionelle Schublade – dennoch oder deswegen haben sie ihr Publikum gefunden. Bereits über 120.000-mal klickten ruhesuchende Podcast-Fans auf meine Folgen bis dato. Begleitet von sanfter Musik beschreibe ich, was ich auf ausgewählten Fotos sehe und erlaube meinen Gedanken dabei, frei zu driften und eigene Wege zu finden. Die assoziativ verbalisierten Denkwege führen unter Einbeziehung von Elementen des autogenen Trainings und der progressiven Muskelrelaxation beim Publikum zu Ruhe und Entspannung. Noch ein wenig Atemtechnik obendrauf und fertig ist das kostenlose Wellnessprogramm für Körper, Geist, Seele und Ohren.

Mein Hauptpodcast trägt meinen Namen. Er hat sich über die Jahre verändert, so wie ich es auch getan habe: Er ist mit mir gewachsen, ist in Sackgassen gelaufen, ist umgedreht und hat sich neue Wege gesucht. Er begann mit dem Thema Fotografie und entwickelte sich kontinuierlich weiter zu einem Audioangebot, das den Dreiklang aus Kommunikation, Kreativität und Haltung abbildet. Ich folgte bei der Themenfindung meinen eigenen Interessen und hoffte auf ein Publikum, das diese teilt. Ich interviewte Gäste, die ich selbst spannend fand und ging davon aus, dass es anderen sicher genauso gehen würde. Und ich sprach über Inhalte, die mich persönlich bewegten. Dieser Podcast ist alles andere als zielgruppenspezifisch oder strategisch produziert. Er entstand aus einer Laune heraus und ich ließ ihn

einfach laufen und wartete ab, ob es noch jemand »da draußen« gab, der meiner Stimme lauschen wollen würde. In diesem Buch gebe ich viele Tipps, wie man einen Podcast plant und umsetzt, bei meinem eigenen Hauptpodcast habe ich jedoch all diese Hinweise oft ignoriert. Auch das kann ein Tipp sein: Brich alle Regeln, wenn du es willst – es ist schließlich dein Podcast! An dieser Stelle erlaube ich mir mit großer Freude, Bon Jovi zu zitieren: »The rules we've made are meant for breaking«². Das passiert mir nicht oft, aber wenn es dann passt, sei es mir erlaubt.

Meine Gäste sind sehr unterschiedlich. Am Mikrofon gegenüber von mir saßen über die Jahre Comedians wie Till Reiners und Nina LaGrande, die Musiker Markus Siebert und Pivo Deinert, der Socialperneur Jörg Richert, die Künstlerin Judith Döker, die Autor*innen Tamina-Florentine Zuch und Christian Cohrs ebenso wie der Businesscoach Marcus Disselkamp und US-Wahlkampfperte Julius van de Laar, um nur ein paar zu nennen. Sie alle verbindet, dass sie mich wirklich interessieren, dass sie mich neugierig machen. Ich lade meine Gäste nie zu Interviews ein – ich bitte vielmehr zum Gespräch. Ich will unterbrochen werden, will gemeinsam albern sein und Themen wälzen. Manchmal klappt es besser, manchmal schlechter. Wenn es richtig gut läuft, vergessen mein Gast und ich die Zeit sowie die Tatsache, dass es Zuhörer*innen gibt, wir also so gesehen nicht »allein« sind. Da wird auch schon mal gemeinsam gesungen und Gitarre gespielt. Erlaubt ist, was die Gesprächspartner*innen untereinander und das Publikum verbindet.

»Bei Dennis zu Gast zu sein, fühlt sich an wie ein Gespräch unter Freunden. Das liegt an seiner herzlichen, entspannten Art und der ehrlichen Neugier, die er seinen Gästen entgegenbringt.«

Judith Döker,³ Fotografin, Filmemacherin,
Autorin und Schauspielerin

»Mit seinem Charme, seiner Neugier und seinem Einfühlungsvermögen integriert Dennis jeden seiner Podcast-Interviewpartner. Man hat einfach Lust – ganz ungezwungen – mit ihm zu reden, zu diskutieren und sich dabei für die Podcast-Zuhörer zu öffnen.«

Dr. Marcus Disselkamp,⁴ Businesscoach,
Autor und Podcaster

WEITERE PODCASTS AUS MEINER WELT

Tägliche Tipps für Kreative

Ein Auftraggeber bat mich, ein Seminar zu konzipieren, in dem es um die Podcast-Produktion mit dem Smartphone gehen sollte. Der Wunsch war naheliegend. Seit Jahren unterrichte ich Gruppen in der Kunst, mit dem Handy professionelle Fotos und Videos zu erstellen. Da war das Audiothema der logische nächste Schritt.

Um mich auf den Workshop vorzubereiten, stürzte ich mich 34-mal täglich in die Aufnahme einer Podcast-Folge. Ich wollte nicht nur sehen, wie die Produktion mit dem Smartphone technisch funktionierte, sondern außerdem die Logik des Daily Podcasts testen. Wie würde es sein, täglich ein Thema zu finden, es vorzubereiten und die Aufnahme sowohl verlässlich als auch pünktlich in den Kasten zu bekommen? Die Wahrheit: Es war stressig. Aber auch irgendwie aufregend. Der TTFK-Podcast war anders als meine anderen Projekte. Die Folgen waren kurz und knackig. Maximal fünf Minuten zu einem Thema und scharf auf die Bedürfnisse einer definierten Zielgruppe ausgelegt. Meine Rolle als Podcaster veränderte sich vom Geschichtenerzähler und Interviewer zum Dienstleister.

Die niedrigste aller technischen Hürden: die ausschließliche Arbeit mit dem Smartphone sorgte dafür, dass es mir gelang, zwei Staffeln

durchzuhalten. Dann kam der Alltag und das Projekt schief ein. Auch das gehört dazu. Dem Hauptziel, mich gewissenhaft auf das Smartphone-Podcast-Seminar vorzubereiten, hat der tägliche Griff zum Handy große Dienste erwiesen. Die Teilnehmenden gingen mit zwei zentralen Erkenntnissen aus dem Kurs. Erstens: Ein gutes Konzept ist immer wichtiger als die perfekte Technik. Und zweitens: Unsere Telefone sind immer dabei, sind einfach zu bedienen und liefern eine richtig gute Qualität. Nichts steht nun dem Machen im Weg. Kein Budget, keine Zugänge zu Studios oder viel technisches Know-how. Übersetzt heißt das: Es gibt keine Ausreden mehr! Leg einfach los!

#thefutureisunwrittenow

Neben meinen Kommunikations-, Tipps- und Entspannungspodcasts war eigentlich kein Raum für ein weiteres ernsthaftes Pod-Projekt. Aber wenn eine Powerfrau wie Deborah Ruggieri fragt, ob man mit ihr die Zukunft neu schreiben wolle, sagt man nicht Nein. #thefutureisunwrittenow ist ein äußerst politischer Podcast, der seine Energie aus dem Weltverbesserungsdrang seiner Gäste (und der Hosts) zieht: Minimalismus, Feminismus, Bildung und Digitalisierung sind nur einige der Themen, die die Aktivist*innen ins Studio brachten.

Die Produktion dieses Podcasts geschieht im professionellen Umfeld des ASK.Pod Studios in Berlin-Schöneberg. Die Gäste bekommen einen leckeren Agenturkaffee, bestaunen die Architektur der ehemaligen Druckerei unweit vom Drehort der ZDF-Serie *Praxis Bülowbogen*. Die Kinositze im Studio, das gedämpfte Licht, die schicken Mikrofone ... all das macht einen tollen Eindruck und lädt zum Arbeiten ein. Der Sound ist so, wie er sein soll: sauber, fett und flauschig. Was aber wirklich den Weg durch die Ohren ins Bewusstsein der Hörer*innen findet, ist die Meinungsstärke und das Engagement der Weltverbesser*innen, die Deborah vor die Mikrofone lockt. Als Co-Host nehme ich mir den Luxus heraus, meine inhaltliche Vorbereitung

auf wenige Punkte zu reduzieren. Ich will, bevor die Aufnahme­metaste gedrückt wird, nicht viel über die Gäste wissen – Name, Oberthema und zwei, drei Lebensstationen: Das reicht. Der Rest ist reine Neugier. Zuhören, doofe Fragen stellen und engagiert diskutieren. So macht es Spaß, die Quelle des Feuers unserer Gäste zu entdecken. Welcher Radiosender würde mir diese Herangehensweise gestatten? Aber ich muss ja niemanden fragen – außer Deborah. Aber sie scheint Spaß an meiner Art der politischen Schatzsuche zu haben. Sie wiederum ist detailverliebt und gewissenhaft in ihrer Vorbereitung. Auch sie begibt sich auf die politische Entdeckungsreise. Während mir ein Kompass reicht, besteht sie auf einer präzisen Landkarte. Zusammen kommen wir immer ans Ziel. Als Podcast-Duo entlocken wir unseren Gästen gemeinsam, wie sie die Zukunft schreiben wollen – und wie wir dabei mithelfen können.

»Eine Reise in das ›Anders-Machen‹ starten – eine Reise angeregt durch die inspirierende Kraft von Menschen, die sich nicht mit dem Status quo abfinden möchten – eine Reise, die bewegt und bewegen darf. Das alles ist der Podcast #thefutureisunwrittenow. Es gibt so viele Dinge auf der Welt, die anders laufen dürfen – doch das Beklagen über den Zustand der Welt lässt sich vergeblich suchen. Im Gegenteil, es geht darum, Menschen einen Raum zu geben, die tagtäglich etwas ändern und besser machen möchten. Dabei ist die Mischung und das Format hochspannend – der Dialog, das einfache Gespräch, ohne Chichi – keine Agenda, nur das Framing, in dem wir uns bewegen. Dafür hat der Podcast umso mehr Kraft, weil es um das Zuhören, Hinhören und Machen geht! Dafür ist das Format eines Podcasts ideal – in keinem anderen Medium gibt es dafür so ungeschminkt Raum und Zeit!«

Deborah Ruggieri,⁵ Coach, Künstlerin und Podcaster



TEIL 1: KONZEPT

In diesem Kapitel gibt es einige Mini-Workshops und Übungen, die dir helfen sollen, dein individuelles Konzept zu entwickeln. Ich würde mir wünschen, dass du dich auf die Arbeitsschritte einlässt. Du wirst sehen, sie führen dich Stück für Stück zum Ziel: den Moment, an dem du erstmals auf den »Veröffentlichen«-Button klickst und der Welt deinen Podcast vorstellst.



WELCHE ZIELE HABEN PODCASTS?

»Jeder Jeck ist anders«, sagt man im Rheinland – und was für Karnevalist*innen gilt, stimmt auch für Podcasts: Jeder Podcast ist individuell. Es gibt Genres und Produktionsweisen, die sich vergleichen lassen und es können unterschiedliche Podcast-Familien beschrieben werden. Aber jede Liste ist unvollständig und wird es bleiben. Es gibt unendlich viele Audioangebote in den Podcatcher-Apps wie Spotify, iTunes, Google Podcast, Deezer, Stitcher usw. zu entdecken. Außerdem sitzt bestimmt gerade in diesem Augenblick jemand vor seinem Smartphone und beginnt mit der Aufnahme des nächsten revolutionär anderen Podcasts.

Mit dieser Information vorweg lassen sich vier große Hauptkategorien identifizieren und anhand ihrer Zielsetzung definieren: Die einen wollen informieren, die anderen wollen überzeugen, unterhalten oder inspirieren. Zwischen diesen vier Polen lassen sich die meisten Podcasts einsortieren. Natürlich gehört kein Podcast zu 100 Prozent in eine der Kategorien, vielmehr sind es die unterschiedlichen Schnittmengen, die die Podcasts definieren.