

IMR96: Daniel Flege

IMR096: (Spezial) How to Jurapodcast | von Studium bis Großkanzlei

Episode 96 | Gäste: Daniel Flege | Arbeitgeber: letscast.fm | Veröffentlicht: 2.8.2021

[00:11] Marc Ohrendorf:

Herzlich willkommen zu einer neuen Episode von Irgendwas mit Recht. Heute einer Spezialepisode. Heute dreht es sich weniger um eure juristische Karriere, als um das, was wir hier jetzt seit drei, dreieinhalb Jahren in Zusammenarbeit neuerdings mit LTO und LTO Karriere machen, nämlich einen Jura-Podcast produzieren. Und es gab mal vor, wann war das, einem guten Jahr, ich meine in Folge 46, wir verlinken das auch nochmal, mal gemeinsam mit Tim Pridloff ein kleines Spezial, was eigentlich ein Podcast genau ist und was einen Podcast ausmacht. Und da würde ich heute ganz gerne mal dran anknüpfen und ich spreche mit Daniel Flege. Hallo Daniel.

[00:52] Daniel Flege:

Hallo Marc, ich grüße dich. Schön, dass ich da sein darf.

[00:54] Marc Ohrendorf:

Schön, dass du der Einladung gefolgt bist. Vielen Dank. Du bist kein Jurist, aber du kennst dich bestens mit Podcasts aus. Warum das denn eigentlich? Oder was sozusagen lässt mich das jetzt sagen? Stell dich doch mal kurz vor.

[01:07] Daniel Flege:

Ja, das kann ich gerne machen. Erstmal muss ich sagen, dass du mit Tim Pridloff den Gottvater des deutschen Podcastes hier hattest, ist natürlich dann schon eine große Stange, die es für mich gilt zu überspringen. Ich bin, wie du schon gesagt hast, der Daniel, bin jetzt 35 Jahre alt, wohne in Köln und bin tätig für den Podcast-Hosting-Service Let'sCast.fm. Also bei uns kann man seinen eigenen Podcast an den Start bringen. Wir sind für das Hosting zuständig, erstellen quasi den RSS-Feed. Was das genau ist, vielleicht gehen wir da gleich nochmal drauf ein, den man dann auf den verschiedenen Podcast-Portalen einreichen kann, damit dann der eigene Podcast und die eigene Stimme auf Spotify, Apple Podcasts und Co. landet.

[01:52] Marc Ohrendorf:

Ja, fangen wir vielleicht vorne an. Also diejenigen, die jetzt hier zuhören, die wissen sozusagen, ich höre einen Podcast, aber manche haben sich vielleicht noch gar nicht so genau darüber Gedanken gemacht, was ein Podcast eigentlich ist. Am Ende des Tages ist es irgendwie eine Datei, ja, okay, aber es ist ja auch ein kleines bisschen mehr als das reine MP3-File. Was ist denn aus deiner Sicht ein Podcast?

[02:14] Daniel Flege:

Ja, ich beschreibe das immer so schön als eine Mischung aus Radio und Netflix on Demand. Also Netflix im Audioformat sozusagen. Früher hatte man ja die klassischen Radioformate, sagen wir mal Shows oder Dokumentationen, die sich über ein bestimmtes Thema unterhalten haben. Manchmal auch ein paar Talkshows dabei, dann zwischendurch von Musik unterbrochen. Aber die vielen Sachen, die du im Radio hattest oder die vielen Formate, die ließen dann ja irgendwann auch an den Leuten vorbei, weil nicht mehr so viel Radio gehört wurde. Und Podcast ist quasi das Abrufformat dazu. Also jeder Podcast ist quasi eine in sich geschlossene Sendung. Die meisten beschäftigen sich mit einem bestimmten Thema, andere haben auch verschiedene Themen. Und man kann sich eben diese einzelnen Folgen dann wie bei Netflix oder Amazon Prime oder den anderen Streaming-Diensten in einer speziellen Podcast-App aussuchen, anklicken und dann quasi direkt reinhören.

[03:12] Marc Ohrendorf:

Und das kann ja vor allem auch automatisch funktionieren. Also ich war irgendwie das erste Mal mit Podcasts in Berührung gekommen, ich weiß es nicht mehr, wahrscheinlich so 2006, 2007, als ich ein iPod hatte und man das Problem hatte, dass die Geräte natürlich alle noch nicht internetfähig waren. Ein iPhone war vielleicht gerade draußen, weiß ich nicht mehr so genau, ich hatte auf jeden Fall noch keins. Und dann hatte man das Problem, dass man unterwegs auch gerne was hören möchte und nicht nur an seinem Rechner zu Hause. Und so konnte man dann auf dem Rechner sich entsprechend mehr oder weniger automatisch, weil man Podcasts eben abonnieren kann, vom Grundaufbau her, konnte man sich diese Files runterladen und hatte die dann auch unterwegs dabei. Das wandelt sich jetzt natürlich zunehmend, weil wir ohnehin viel mehr streamen und es nicht mehr so darauf ankommt, dass man mal im Wi-Fi ist, um was abfragen zu können.

[03:59] Daniel Flege:

Genau, das ist richtig. Also es geschieht jetzt wesentlich mehr, wie du schon sagst, im Streaming-Bereich, obwohl Streamen bei Podcasts nochmal was anderes ist als bei Videoformaten. Aber da kann ich später nochmal so ein bisschen was zu erklären. Es geht dann eher so in die technische Richtung. Aber es ist natürlich durch zahlreiche Podcast-Apps und auch durch dieses offene Podcast-Format, dass du halt ein RSS-Feed für einen Podcast in zahlreichen Apps und auf zahlreichen Geräten nutzen kannst, halt kinderleicht mittlerweile einen Podcast zu abonnieren, sich den anzuhören. Teilweise brauchst du jetzt wie bei uns zum Beispiel einfach nur noch ein URL anklicken und kannst dir das auch in jedem mobilen Browser angucken, ohne überhaupt eine App aufzumachen. Und dadurch, dass Podcasts immer beliebter werden, gibt es Unternehmen wie Spotify, die das Ganze für sich entdecken und natürlich auch versuchen, das ins eigene Ökosystem zu integrieren, um das noch mehr Leuten zugänglich zu machen wie früher.

[04:49] Marc Ohrendorf:

Gehen wir da vielleicht mal ein kleines bisschen drauf ein. Also Spotify hat vor zwei Jahren, glaube ich, ist es mittlerweile knapp her, ein riesengroßes und mittlerweile auch schon mehrere Outlets gekauft, die Podcasts produzieren und unter anderem, damit fing es eigentlich bei Spotify an, hat Spotify Anchor gekauft. Das war und ist eine Plattform, wo man relativ einfach Podcasts erst mal erstellen kann und die dann auch recht schnell veröffentlicht werden. Jetzt hättet ihr ja auch sagen können, es gibt ja Anchor, da braucht es kein zusätzliches Produkt. Aber was waren sozusagen die Nachteile, die ihr bei Anchor identifiziert habt und warum habt ihr dann Let's Cast entwickelt? Mhm.

[05:31] Daniel Flege:

Der Nachteil bei Anker ist, dass noch ein bisschen unklar ist, wie Anker sich hinterher irgendwann mal finanzieren möchte. Also aktuell ist es halt ein kostenfreies Angebot. Wir wissen aber, im Internet ist nix umsonst. Irgendwie zahlt man immer und sei es dann hinterher auch mit den Daten. Anker hat so ein bisschen für sich die Werbeindustrie ausgemacht, möchte sich da irgendwann mit Werbung finanzieren. Du hast ja gesagt, dadurch, dass es zu Spotify gehört, ist momentan Spotify der große Geldgeber bei Anker. Die müssen sich also auch keine Sorgen machen, dass das Geld ausgeht. Aber es ist halt noch so ein bisschen in der Schwebe, wie das Unternehmen irgendwann mal rentabel sein möchte. Das ist natürlich so ein Punkt, warum ich auch vor Let's Cast halt damals gesagt habe, also ja, mit Anker ist gut und schön. Also ich fand die App damals auch recht intuitiv, aber ich habe dann doch hinterher meinen Podcast dann bei einem, bei dem deutschen Hoster hosten wollen, weil mir das Ganze halt so ein bisschen unklar war, wie das, in welche Richtung das halt bei Anchor gehen soll. Und wir haben halt mit Let's Cast auch festgestellt, dass viele das auch teilen. Also gerade in Deutschland ist ja so das Thema Datenschutz ein recht großes. Das heißt, viele sagen auch, ich hätte gerne einen deutschen Anbieter, der die Daten auch innerhalb der EU angelegten Servern hostet. Und was wir noch identifiziert haben für uns ist eben, dass das Thema Support halt auch noch ein großes ist. Natürlich kann man halt mit einer kostenfreien App relativ schnell einsteigen, aber dadurch, dass Anker dann halt auch eine Fülle an Kundinnen und Kunden hat, ist es halt nicht wie bei uns, dass man innerhalb von einer Stunde oder zwei eine Antwort auf eine Frage kriegt, sondern da wartet man halt auch schon mal ein paar Tage. Das heißt, viele Neueinsteiger, die vielleicht mit Enka halt auch so ein bisschen Blut geleckt haben, was das Podcasting angeht, die merken dann aber doch, dass wenn man halt Nachfragen hat, schon vielleicht ein bisschen Geld in die Hand nehmen sollte. Und die kommen dann auch gerne zu uns und können dann halt mit uns gemeinsam den Podcast starten und wir greifen dann auch ein bisschen unter die Arme.

[07:30] Marc Ohrendorf:

Dann lass uns mal ein kleines bisschen noch über zwei, drei technische Aspekte sprechen, nämlich Kapitelmarken, Shownotes und ja, manche nennen es Downloadables, also irgendwie weiterführende Links, Hinweise, manche fassen das auch unter Shownotes drunter. Also erstmal sozusagen im weitesten Sinne ein Mehrwert, den ein Podcast darüber liefert, dass er noch Zusatzinformationen mitbringt, die nicht nur die Tonspur sind. Kannst du vielleicht mal Kapitelmarken und Shownotes so ein kleines bisschen denjenigen erklären, die jetzt vielleicht auch hier gerade neu dabei sind oder die dieses Feature auch hier bei irgendwas mit Recht noch gar nicht so unbedingt nutzen?

[08:06] Daniel Flege:

Ja, du hast es schon ganz gut geschrieben. Also die Shownotes sind der Part einer Podcast-Episode, die einen gewissen Mehrwert bieten soll. Es gibt zwar auch eine Folgenbeschreibung. Viele Podcasterinnen und Podcaster, die füllen auch nur diese Folgenbeschreibung aus. Ich sehe die eher, wenn man jetzt einen klassischen Blogartikel zum Beispiel nimmt, als den Teaser-Bereich, also zwei bis drei Sätze, die in die Folgenbeschreibung kommen, die so ein bisschen Lust auf die Folge machen und sagen, was da abgeht und wer dann hinterher weiterführende Infos zur Folge haben möchte, also sei es jetzt eine detailliertere Vorstellung des Gastes, der Themen im Podcast. Oder eben auch spezielle Links, die in der Folge besprochen werden. Der sollte eben dann hinterher in die Shownotes gucken können und das direkt da sehen. Ich nehme zum Beispiel mal einen Filmpodcast heran, wenn jetzt in diesem Filmpodcast ein bestimmter Film besprochen werden sollte. Oder es gibt ja auch Podcasts, die besprechen dann alle Neuheiten bei Streamingdiensten und gehen dann drei, vier Serien durch. Dann fände ich es persönlich schön, wenn ich hinterher in die Shownotes gucken kann und habe dann direkt Links zu Amazon zum Beispiel, wo ich mir den Film bestellen kann. Oder Links zu den verschiedenen Serien auf den unterschiedlichen Streaming-Diensten, damit ich mir das angucken kann und nicht nochmal das Smartphone in die Hand nehmen muss, um zu schauen, finde ich den jetzt bei Streaming-Dienst A oder Streaming-Dienst B. Und solche Sachen sollten eben in die Shownotes rein. Nein, genauso wie dann eben auch ein bisschen Eigenwerbung natürlich, also der Link zur eigenen Webseite, der Link zu den Social-Media-Kanälen, zum Gast vielleicht, wenn jemand zum Interview da ist, damit die Leute, wenn die den Gast sympathisch finden, auch ein bisschen mehr über den erfahren können, auch direkt wissen, wo sie ihn finden. So was gehört für mich halt in die Shownotes rein.

[09:45] Marc Ohrendorf:

Das ist im Übrigen ja auch etwas, wo dann der Podcast mit anderen Medien ganz gut sich verbinden kann. Also das machen wir hier natürlich auch. Also es gibt irgendwie Links zu dem Gast natürlich, ein bisschen was zu unseren Social-Media-Profilen in den Shownotes, aber es gibt zum Beispiel auch vertiefende Hinweise zu juristischen Datenbanken, zu bestimmten Urteilen, die vielleicht besprochen wurden, Lernhinweise und soweit. Das haben wir jetzt hier noch nie gemacht, dass man parallel dann irgendwie ein Urteil bespricht, dass man sozusagen liest und darüber spricht, aber es ist doch häufig so, meiner Erfahrung nach, dass Shownotes gewissermaßen ein paar Brücken bauen können und auch die Zugänglichkeit erhöhen, weil dann ist ja beispielsweise auch so eine Folge nachher mal auf irgendeiner Webseite und da hilft es dann auch, wenn man auch teilweise anhand der Shownotes sehen kann, ah okay, guck mal, das hier spielte wohl irgendwo da eine Rolle innerhalb des Gesprächs. Und Kapitelmarken sind im Unterschied was?

[10:37] Daniel Flege:

Ja, man kann sie als Sprungmarken bezeichnen, die dich innerhalb der Episode im Podcast Player deiner Wahl dahin führen, wo bestimmte Themen ihren Platz haben. Also wenn du eine Podcast Episode hast, wo verschiedene Themen besprochen werden, gerade im juristischen Kreis, wenn ihr da verschiedene Fälle besprechen würdet oder verschiedene Paragraphen. Ich als Nicht-Jurist werfe jetzt hier irgendwelche Begriffe in den Raum, die hoffentlich irgendwie passen. Dann kannst du halt sagen, ich lege Kapitelmarken fest beim Hoster meines Vertrauens. Die werden dann sozusagen im Feed auch abgelegt, dass Podcast-Player die auslesen können, die Kapitelmarken unterstützen. Und dann kann jemand sagen, ich möchte gezielt zur Stelle XY springen. Ein sehr, sehr gutes Beispiel, wo das wirklich auch höherer und höherer freundlich ist, ist der Rasenfunk. Das ist ein Fußball-Podcast. Die besprechen jeden Montag den abgelaufenen Bundesligaspieltag und das Ding geht tatsächlich auch drei bis vier Stunden lang. Und wenn ich jetzt als FC-Fan sagen will, ich will mir anhören, wie der Max wieder den FC auseinander nimmt und die Niederlage analysiert vom letzten Wochenende, dann kann ich halt direkt im Player sagen, ich möchte mir direkt den Take zum FC-Spiel anhören und möchte nicht noch die vier Spiele, die vorher besprochen werden, hören. Das hole ich dann vielleicht irgendwann nach, sondern ich will direkt zu den Parts der Episode springen, die mich interessieren.

[11:57] Marc Ohrendorf:

Ich persönlich finde ja, deswegen lohnt es sich auch so sehr, mit einem eigenständigen Podcast-Player, mit einer eigenständigen Podcast-App Podcasts zu hören und das nicht jetzt auf den gängigen Plattformen unbedingt direkt zu machen und vielleicht auch jetzt nicht direkt im Webbrower, weil man dann wieder ganz andere technische Probleme bekommt. Kannst du mal so einen Überblick geben, was so Zusatzfunktionen sind von Podcast-Apps und wie sich dann sozusagen auch in diesem Gesamtkontext, für jemanden, der da technisch nicht so drin ist, die Podcast-App verhält zu beispielsweise einer Hosting-Plattform?

[12:31] Daniel Flege:

Ich fange mal mit der Hosting-Plattform an. Wir nehmen die MP3-Datei und die Informationen, die bei uns zur Episode und zum Podcast hinterlegt werden und packen die in diesen sogenannten RSS-Feed. Das ist im Endeffekt nur Text, wo alle Informationen zum Podcast abgelegt sind, also wo die MP3-Datei zu finden ist, welche Kapitelmarken es gibt, die Folgenbeschreibung, die Shownotes, das ist alles drin. Und dieser Feed kann eben von jeder Person ausgelesen werden. Der ist eben komplett frei verfügbar. Das ist halt das Schöne am Podcasting. Und Podcast-Apps und Plattformen gehen eben hin, lesen diesen Feed aus und nehmen sich gezielt die Informationen raus, die sie brauchen und darstellen wollen und nutzen diese dann für verschiedene Funktionen. Und was Podcast-Apps dann machen können, ist zum Beispiel eben diese Kapitelmarken auszulesen und sie dann in der UI darzustellen. Was abseits dieser Feed-Informationen noch das Schöne an richtigen Podcast-Apps ist, wie ich es immer so nenne. Meine Lieblings-Apps ist da zum Beispiel Overcast, die ich persönlich auch nutze. Das sind zum Beispiel auch Sachen wie Pausen rauskürzen, variable Wiedergabegeschwindigkeiten. Also es gibt halt Folgen, da hat man vielleicht zwei Leute, die einen Podcast machen. Der eine redet unglaublich schnell, der andere redet unglaublich langsam. Und es ist halt schwierig dann zu sagen, ja, ich höre mir das jetzt in 1,5-facher Geschwindigkeit an, weil dann verstehe ich den einen nicht, aber der andere ist vollkommen in Ordnung. Und in Overcast gibt es zum Beispiel die Funktion, dass die Wiedergabegeschwindigkeit dann angepasst wird. Dass du dann ungefähr dir das ein bisschen schneller anhören kannst, aber dass die einzelnen Sprecher dann auch gleich eine gleiche Geschwindigkeit haben. Manche haben noch einen Audio-Boost mit dabei, dass du zum Beispiel eine Audio-Verbesserung automatisch drüberlaufen lassen kannst. dass die Lautstärke angepasst wird bei Podcasterinnen und Podcastern, die vielleicht wenig Audio-Nachbearbeitung gemacht haben, wo dann der Podcast vielleicht zu leise wäre. Das sind noch Zusatzinformationen. Und es gibt jetzt aktuell auch noch ein Projekt, was noch weitere Tags für RSS-Feeds ins Leben rufen möchte. Da ist zum Beispiel auch ein Funding-Tag dabei, wo du als Podcasterin und Podcaster Links hinterlegen kannst, wo man dich unterstützen kann. Und da gibt es auch schon einige Podcast-Apps, die das einbauen. Und du kannst dann aus der App, wenn dir ein Podcast gefällt, heraus sagen, ich klicke jetzt auf den Donate-Button und überweise was per Bitcoin, per PayPal. Das ist auch möglich.

[15:00] Marc Ohrendorf:

Ich habe gerade mal geschaut hier parallel, während du gesprochen hast. Ich habe auch eine Podcast-App, die dieses Feature des Skip Silence hat, also leise Stellen überspringen. Ich nutze da Pocket Casts und ich habe 111 Tage Podcasts in meinem Leben gehört, also 24-7 und 15 Tage Stille übersprungen. Also das macht so 10-12 Prozent, macht das ungefähr aus. Ich bin ganz froh, dass ich die 15 Tage Stille mir nicht anhören musste. Ist ja nicht am Stück. Okay, also dann haben wir das so ein bisschen eingeordnet, wie das technisch funktioniert. Und jetzt vielleicht mal so dahingehend, jetzt sage ich weiß was. 2020 sind zwar unendlich viele Podcasts entstanden, im juristischen Bereich auch, aber es braucht noch einen mehr. Jetzt muss ich mir vielleicht als allererstes mal Gedanken dazu machen, welches Format ich da umsetzen möchte. Ich persönlich finde ja, dass man schon einen Podcast auch originär produzieren sollte. Also dass beispielsweise das Medium Podcast ein ganz eigenständiges Medium ist und ein Podcast nicht unbedingt ein in Anführungszeichen Abfallprodukt eines anderen Veranstaltungstyps sein sollte. Also Stichwort eine aufgezeichnete Vorlesung, wo ich die Videospur wegnehme oder vielleicht auch die Videospur mit ausliefer und dann ist es halt ein Vodcast, ist nicht unbedingt dasselbe wie eine Produktion, die darauf ausgelegt ist, dann nachher auch in so einer Podcast-App mit Kapitelmarken, mit Shownotes und so weiter konsumiert zu werden. Aber mal so ein bisschen allgemeiner, welche Typen von Podcasts würdest du denn unterteilen, was das Inhaltliche angeht? Welche Formate gibt es denn so typischerweise?

[16:40] Daniel Flege:

Mhm. Wenn wir mal auf der banalsten Ebene nächstes Mal anfangen wollen, gibt es den sogenannten Laber-Podcast. Also es sind wirklich Podcasts, wo sich zwei Personen oder mehrere zusammensetzen und einfach ohne roten Faden, ohne thematisch sich da jetzt irgendwas einzuzäumen, aus ihrem Leben erzählen oder sich zu einem bestimmten Thema unterhalten. Das ist wohl, sagen wir mal, die ja auch am wenigsten vorbereitungsbedürftigste Form des Podcasts. Dann gibt es reine Interview-Podcasts, die sich wirklich jedes Mal einen Gast einladen, über bestimmte Themen sprechen, bestimmte Dinge vorstellen. Ich würde es dann sogar Solo-Podcasts nennen. Die gibt es auch. Das sollte dann aber auch themenspezifisch sein. Also ein Solo-Laber-Podcast, der ist mir jetzt zum Glück noch nicht so oft untergekommen, aber wahrscheinlich sind die auch nicht so erfolgreich, dass man darüber stolpert. Sondern die Solo-Podcasts beschäftigen sich dann auch eher mit einem bestimmten Thema, sind auch eher so ein Zwischending zu diesen narrativen Podcasts, die ich jetzt noch als nächstes erwähnen würde. Also die Solo-Podcasts sind meistens schon recht strukturiert. Viele lesen das dann auch ab oder tragen es zumindest halb frei vor. Und dann gibt es eben diese narrativen Podcasts, die auch darauf ausgelegt sind, so ein bisschen dieses alte Radio-Flair zu vermitteln, einen dokumentarischen Charakter haben. Und kann man schon auch unterscheiden, also narrativ kann man auch diese Dramaturgie-Podcasts zusammenfassen, die es auch gibt, die dann tatsächlich auch schon eher in die Hörbuchform gehen, also dass man es teilweise auch nicht mehr von einem klassischen Hörbuch unterscheiden kann, die dann wirklich den Fokus auf das Erzählerische setzen.

[18:20] Marc Ohrendorf:

Und das unterscheidet sich dann ja auch dahingehend, wie mit Soundeffekten beispielsweise gearbeitet wird. Also hier gibt es eigentlich keine Soundeffekte, hier gibt es ein kleines 10-sekündiges Intro und ansonsten hört ihr zwei Menschen zu. Aber es gibt natürlich auch Podcasts, die sind sehr aufwendig produziert, die haben ein Musikbett. Manchmal glaubt man, das Musikbett ist da, weil ansonsten die Audioqualität nicht so gut ist, aber das ist ein anderes Thema. Also die nutzen dann auch wirklich ein Musikbett, um Dinge zu unterstreichen, um ein Hörerlebnis zu schaffen, was über so ein reines Gespräch hinausgeht. Und da mischt sich dann, glaube ich, würde ich mich dir anschließen, auch so ein klassisches Radioformat mit diesem relativ neuen, damals neuen, als der Podcast aufkam, Wo man gesagt hat, so jetzt ist jeder ein Sender, jetzt kann jeder einfach mal reinsprechen und mit Glück hört es sich dann irgendwann auch jemand an. Es hat mir jemand gesagt, es ist das erste Podcast, wenn man zehn Folgen hat. Ich sehe das genauso. Würdest du das unterschreiben?

[19:19] Daniel Flege:

Ja, so habe ich es tatsächlich noch gar nicht gesehen. Ich habe immer gesagt, es ist erst ein Podcast, wenn es mindestens eine Stunde lang ist. Das war eher immer so mein Ansatz, witzigerweise. Ja, auch gut. Der hat eigentlich auch schon einen richtigen Podcast am Start und der hat sich auch schon in gewisser Art und Weise dazu verpflichtet. Aber zehn ist natürlich auch eine gute Zahl, je nachdem, wie häufig da der Rhythmus der Veröffentlichung ist, um dann zu sagen, ab da ist es ein Podcast, ab da geht es dann richtig los. Das kann man natürlich auch so sagen. so ein bisschen als Grenze festsetzen, ja.

[20:00] Marc Ohrendorf:

Ja, und ich glaube, wichtig ist, kann man ja vielleicht doch so ein kleines bisschen mal so ein Behind-the-Scenes-Look geben, wichtig ist auch, dass man bei dem Format, für das man sich entscheidet, dann auch so halbwegs bleibt. Natürlich muss man in den ersten Folgen öfters mal was umstellen, man muss sich vielleicht auch ein kleines bisschen selbst finden, aber meine Erfahrung ist jedenfalls bei dem einen oder anderen Podcast, den wir auch schon mal produziert und nicht veröffentlicht haben, übrigens, das gibt es auch, dass man tatsächlich, ja, sich überlegen muss, wenn ich jetzt ein Interview mache, dann darf ich vielleicht nicht zu viel vorher skripten. Dann darf ich mir nicht zu viele Antworten vorher überlegen, weil dann wird es halt kein Interview-Podcast mehr. Dann ist es nachher was anderes. Und das Umgekehrte gibt es natürlich auch. Wenn ich ein bestimmtes Narrativ erzählen will, muss ich vielleicht ein bisschen ausführlichere Vorbereitungen machen, wenn es auch auf bestimmte Formulierungen ankommt und so weiter. Ich hatte es eben schon mal angedeutet. Das wissen die Zuhörenden hier auch. Ich bin so ein kleines bisschen audiophil und ich finde es immer ganz wunderbar, wenn es in meinen Ohren möglichst trocken klingt. Das ist natürlich nicht unter allen Umständen immer herstellbar. Gerade im Moment ist das schwierig mit Corona, wo man den Podcast auch nicht in einer kontrollierten Umgebung zusammen in einem Raum aufnehmen kann. Aber dennoch mal so ein kleines bisschen zur Frage, was sind eigentlich die Vorteile von gutem Sound? Also ich sage, ich finde es angenehm und ich sage auch, es macht weniger Stress. Also umgekehrt, nicht so guter Sound macht mir persönlich ein kleines bisschen Stress. Ich schalte auch schneller ab, wieder bei einem Podcast. Wie siehst du das?

[21:32] Daniel Flege:

Mir geht es genauso. Also ich stelle zwar am Ende des Tages den Content tatsächlich vorne an, da muss der Content aber wirklich richtig, richtig gut sein, damit ich einen schlechten Sound auch verzeihe. Also ich habe mich vor ein paar Wochen durch eine Podcast-Folge mit einem meiner Entwickler-Unternehmensvorbilder gequält. Der saß zu dem Zeitpunkt in Dänemark und hatte tatsächlich irgendwie nur sein Laptop-Mikro. Und das war schon sehr, sehr grenzwertig. Also ich habe ihn teilweise auch nicht verstanden, was er gesagt hat, aber die Ideen, die dahinter stecken, die Informationen, die raus kamen, die waren halt für mich am Ende des Tages wichtiger, als dann zu sagen, ach komm, das kann ich mir nicht anhören, das schalte ich ab. Aber da muss die Messlatte halt wirklich schon sehr, sehr hoch sein und es muss eine Person sein, die mich wirklich interessiert, damit ich mich dadurch quäle. Von daher bin ich da ganz bei dir. Audio-Qualität ist für mich da mit dem Content zusammen auch das A und O bei einem Podcast. Du hast es schon angesprochen, das ist einmal diese Wärme, die einen gerne zuhören lässt, zusätzlich fühlt man sich natürlich dann involvierter. Wenn ich jemanden mit einer guten Audioqualität habe, dann habe ich das Gefühl, der sitzt mir im Ohr oder steht neben mir. Ich kann mich mit ihm unterhalten. Ich habe nicht diesen Bruch, dass ich merke, ich höre gerade jemandem bei einem Podcast zu, sondern in dem Moment bin ich sehr nah bei ihm oder bei ihr. Was natürlich auch eine gewisse Nähe und Involviertheit nochmal herstellt. Und zusätzlich ist es tatsächlich bei sehr audiophilen Menschen eben auch eine Sache, dass es tatsächlich auch Schmerzen verursacht, wenn es halt eine schlechte Audioqualität ist. Wenn man Knacken im Ohr hat, wenn Fiepen dazukommt, da sind halt auch Dinge, die führen im Ohr und im Kopf dann halt tatsächlich zu Schmerzreizen und da möchte man sich das auch nicht freiwillig antun. Da kann dann der Inhalt noch so gut sein hinterher.

[23:22] Marc Ohrendorf:

Was kann man denn machen, wenn ich jetzt Einsteigerin bin und sage so, jetzt geht's los. Was brauche ich denn so an Grundausstattung und worauf kann ich achten? Mal so vielleicht zwei, drei Tipps. Mhm.

[23:35] Daniel Flege:

Also der größte Tipp ist tatsächlich, egal welches Mikro man hat, geht nah ans Mikro ran und versucht tatsächlich wirklich ins Mikro hineinzusprechen. Schaltet euch am besten Kopfhörer mit dazu. Also die meisten Mikros haben auch noch einen Kopfhörereingang, dass man sich einen sogenannten Monitor dazu schalten kann, um zu hören, wie man klingt. Ansonsten kann man auch einfach den Monitor, beziehungsweise den Kopfhörer in Laptop oder Rechner stecken und sich dann einfach mal anhören, ab welcher Nähe zum Mikro höre ich mich gut an oder nicht. Man darf natürlich auch nicht zu nah dran sein. Manche Mikros sind auch dafür ausgelegt, dass man es fast im Mund hat. Das ist natürlich auch was anderes. Aber es gibt halt sehr, sehr viele Podcasts, die mit einem unglaublichen Halt zu kämpfen haben, was daran liegt, dass eben die Podcasterinnen und Podcaster ein paar Meter vom Mikro weg sitzen. Und dafür sind die meisten Mikrofone halt leider nicht ausgelegt, beziehungsweise das führt natürlich auch dazu, dass man dann jedes Umgebungsgeräusch, jedes Klappern in der Küche mit aufnimmt, jedes Flugzeug, was vorbeifliegt, da kann ich hier in der Einflugschneise ein Lied von singen. Deswegen ist der Tipp Nummer 1 für mich halt so nah wie möglich ans Mikro ran, damit es auch noch gut klingt. Und ansonsten gibt es halt tatsächlich natürlich ein paar gute Einsteigermikros, die man auch schon recht günstig bekommt. Günstig heißt natürlich, wenn es gut sein soll, trotzdem so Zwischen 60, 70 bis 100, 120 Euro. Aber man kann tatsächlich am Anfang natürlich auch mit... Ja, wirklich. Ich habe hier ein Lavalier-Mikrofon, das kostet 10 Euro. Auch damit kann man aufnehmen, wenn man gewisse Grundvoraussetzungen erfüllt. Anderer wäre jetzt zum Beispiel dann am besten in einem Raum, der nicht zu viel Hall erzeugt, also wo vielleicht ein Teppich liegt, der ein bisschen kleiner ist. Manche haben es sogar am Anfang so gemacht, dass sie sich halb in den Schrank gesetzt haben, damit man dann auch möglichst, oder unter die Decke, das habe ich auch schon gehört, damit man möglichst wenig Heil produziert. Wenn man halt diese drei Sachen mitnimmt, also ein halbwegs gutes Mikro, möglichst nah ans Mikro dran und einen Raum mit möglichst wenig Heil, dann hat man eigentlich schon eine sehr gute Ausgangsposition, um gute Qualität zu erzeugen.

[25:42] Marc Ohrendorf:

Gibt es da irgendwie so ein, zwei spezielle Hardware-Tipps, die du geben kannst? Vielleicht packen wir die dann auch noch in die Shownotes. Du hast jetzt gerade ein Headset auf, das ist noch so ein gesondertes Thema, das hat den Vorteil für vor allem auch Einsteiger, dass man das Mikro immer im selben Abstand zum Mund hat, zu Pi mal Daumen.

[25:59] Daniel Flege:

Genau, richtig.

[26:01] Marc Ohrendorf:

Wir zeichnen ansonsten auch viel mit Headsets vor Ort auf. Also vielleicht kannst du nachher mir noch ein, zwei sozusagen konkrete Modelle nennen und dann verlinken wir die natürlich auch gerne noch in den Shownotes.

[26:12] Daniel Flege:

Das kann ich gerne machen. Ein paar kann ich sogar jetzt schon raushauen, wenn du möchtest.

[26:17] Marc Ohrendorf:

Ja, gerne, klar.

[26:18] Daniel Flege:

Also ich bin ein großer Fan des Rode Procasters, heißt das. Das ist ein Mikrofon, für das man allerdings auch ein Audio-Interface benötigt. Also es hat einen XLR-Anschluss. Das kommt dann in ein Audio-Interface, was dann halt natürlich den Vorteil hat, dass man mit den meisten Audio-Interfaces, wenn es so Kombi-Geräte sind, auch direkt aufnehmen kann. Man müsste das also nicht auch nur extra irgendwo in den Rechner stecken. Dafür nutze ich hier das Zoom H6. Und das Headset, was ich aufhabe, ist ein Superlux HMC660. Das Ding kostet tatsächlich nur, ich glaube mittlerweile ist es ein bisschen teurer, 49 Euro. Hat auch einen XLR-Anschluss, kann man auch in ein Audio-Interface stecken. Und das ist halt gerade für den Anfang, wenn man jetzt zum Beispiel auch zu zweit aufnehmen will, eine super Sache. Man zahlt halt wirklich nur 80 Euro für zwei Headsets und kauft sich dann eben ein entsprechendes Audio-Interface dazu und ist dann schon super ausgestattet.

[27:12] Marc Ohrendorf:

Da gibt es übrigens im Sendegate, was wir auch nochmal hier verlinken, reihenweise, seitenweise Analysen auch zu dem gerade von dir angesprochenen Headset. Das ist so ein bisschen der Preis-Leistungs-Sieger unter den Headsets mittlerweile. Mittlerweile. Gehen wir mal ein kleines bisschen darauf ein, was man im Bereich des Schnitz alles noch machen oder auch nicht machen sollte, wenn man einen Podcast aufgenommen hat. Also vielleicht sei vorweg gesagt, 90 Prozent der Audioqualität entscheiden sich mit der Aufnahme. Aber man kann nicht magisch durch irgendwelche Filter oder irgendwelche Plugins in einer entsprechenden Software wirklich schlechten Ton retten. Das geht schlicht nicht. Das geht nur bis zu einem bestimmten Maße, wo man so ein kleines bisschen was tun kann. Insofern achtet eher darauf. Aber dennoch gibt es ja manche Sachen im Schnitt, da kann man noch was tun. Was würdest du da empfehlen, sozusagen beim Stichwort jetzt Schönheitsschnitte in Anführungszeichen, dass man inhaltliche Schnitte macht zu Stellen, die einem vielleicht nicht so gut gefallen oder wo man sich verhaspelt hat und so weiter, ist ja relativ klar.

[28:20] Daniel Flege:

Genau. Für einen natürlichen Hörfluss würde ich immer empfehlen, nicht alle M's und Ö's herauszuschneiden. Es gibt viele Denkpausen, die kann man sehr gut cutten. Die sieht man auch immer sehr gut in der Timeline dann. Dann hast du eine kleine Pause in dieser Waveform und dann kommt noch ein kleiner Ausschlag. Das ist dann das Ö oder das Ö und dann geht's weiter. Das würde ich auf jeden Fall raussschneiden. Das ist gerade, wenn es am Anfang öfters passiert, was bei neuen Podcasterinnen und Podcastern vorkommt, was auch vollkommen normal ist, eine gute Sache. Gleichzeitig trainiert es einen selber darauf, das weniger zu tun und sensibilisiert noch einmal dafür. Weil wenn ich das 25 Mal in einer Folge machen muss, dann weiß ich es das nächste Mal besser. Wenn es aber tatsächlich im Satz vorkommt, dann würde ich halt schauen, kann ich den Satz oder eine Wiederholung in einem Satz so rauskürzen, dass es sich natürlich anhört, dann mache ich das. Dann mache ich mir gerne auch den Mehraufwand dafür. Wenn es sich ansonsten zu zerstückelt oder zu sprunghaft anhört, dann lasse ich das, weil das hört die Hörerin oder der Hörer. Also ich finde, in vielen Podcasts hörst du wirklich raus, dass da so eine 30-Sekunden-Passage eigentlich 50 Sekunden lang war und dass da 20 Sekunden wirklich mit Denkpausen und Verhaspelern rausgekürzt worden sind. Und das hört sich ziemlich unnatürlich an, weswegen ich dann auch beim Hören eher aus dem Thema rauskomme. Ich beschäftige mich natürlich jetzt auch beruflich damit, vielleicht ist es bei anderen Leuten auch nicht so extrem, aber ich finde, das hört man dann schon ein bisschen raus. Und was ich ansonsten noch bei Interviews immer gerne mitgebe ist, schaut, dass ihr eure Interviewpartner immer möglichst gut aussehen lasst. Aussehen in dem Fall wäre hören. Das heißt, wenn ihr euch beim Interview irgendwie überschneidet, wenn der eine dem anderen reinredet, teilweise kann man das dann trotzdem, wenn man mehrspurig aufnimmt, noch gut raussschneiden, beziehungsweise man kann einen Cut machen und kann die andere Spur dann ein bisschen versetzen, dass man dann tatsächlich beide hören kann und dass beides auch noch Sinn ergibt. Das würde ich einmal machen. Und das dann auch ein bisschen straffen, wenn ihr eine Frage stellt und der Interviewpartner hat vielleicht noch fünf Sekunden überlegt, dass man das dann einfach kürzt oder das erste Äh davor vielleicht auch nochmal wegschneidet, dass es sich halt wirklich aus einem Guss anhört und quasi ihr stellt die Frage, danach kommt direkt die Antwort. Das ist eigentlich, finde ich, persönlich einmal für den Interviewpartner auch immer eine sehr gute Sache, weil ihr ihm dann auch zugestehen könnt, Denkpausen zu machen, beziehungsweise auch mal länger nachzudenken. Und für die Zuhörerinnen und den Zuhörer ist es eben sehr schön, wenn man dann so ein kleines Wechselspiel hat. Also man hat dann gewissen Flow in der Folge und fühlt sich dann auch nicht rausgerissen, wenn dann zu große Pausen dazwischen sind.

[31:15] Marc Ohrendorf:

Und welche Software kannst du empfehlen zur Post-Production?

[31:19] Daniel Flege:

Da kommt es ganz auf den Anspruch und das eigene technische Wissen an. Also es gibt für Mac-Nutzerinnen und Nutzer gibt es zum Beispiel GarageBand oder GarageBand. Da kann sich jeder aussuchen, wie er es aussprechen möchte. Das ist schon eine kostenfreie Variante, die man nutzen kann. Es gibt auf Windows Audacity, was halt viele empfehlen, was ich eher so ein bisschen kritisch sehe. Auch wenn wir auch immer gerne sagen, wenn man damit erstmal einsteigen möchte, dann kann man das machen. Der Nachteil bei Audacity ist zum Beispiel, man hat halt destruktiven Schnitt. Das heißt, wenn ich Dinge raussschneide, dann kann ich die nicht wieder so einfach zurückholen aus einer Audiodatei. Klar, in der Originalaudiodatei ist noch alles wie vorher, aber in dem Projekt, wo ich arbeite, wenn ich da was zerschnibbel, dann ist das auch erstmal weg. Während man bei anderen Programmen dann eben sagen kann, naja, wenn ich den Teil rausgeschnitten habe, dann ziehe ich mir die Spur davor einfach wieder länger und da ist das Stück Audio wieder da. Man kann zum Beispiel auch, wenn man sich schon mit Videoschnittprogrammen auskennt, auch einfach ein Videoschnittprogramm nutzen. Die meisten Programme bieten dann auch einfach die Option an, nur das Audio zu exportieren. Das ist auf jeden Fall auch eine Möglichkeit. Da gibt es zum Beispiel DaVinci Resolve, was sowohl für Mac als auch für Windows funktioniert und auch kostenfrei ist. Und die Königsdisziplin des Podcastschnitts ist dann einmal Ultraschall, das ist ein Plugin für die Software Reaper. Ultraschall ist kostenfrei, Reaper kostet glaube ich 69 Dollar zu um den Dreh. Und dann gibt es noch Hindenburg Journalists, das ist eine Schnittsoftware, die primär für Radiodokus entwickelt worden ist, die aber natürlich so auch für Podcasting funktioniert. Die haben zum Beispiel noch die Option, es gibt so ein kleines Clipboard, da kann man sich einzelne Clips rausziehen und sozusagen in der Bibliothek ablegen und kann sich die immer wieder in die jeweilige Folge reinziehen. Das ist auf jeden Fall auch eine sehr schöne Option, um dann hinterher ein Audio-File so ein bisschen zu zerstückeln und sich dann hinterher die Antworten eines Gastes dann so zu legen, wie man sie hinterher haben möchte. Stimmt.

[33:27] Marc Ohrendorf:

Und auf iOS jedenfalls, ich weiß nicht, ob es das auch auf Android gibt, gibt es jetzt seit ein, zwei Jahren Faride. Genau. Die sind zumindest irgendwie ganz sexy dahingehend, dass man in einem anderen Modus seinen Podcast schneiden kann, nämlich so ein bisschen mit Pencil auf dem iPad oder mit den Fingern. Das ist vielleicht für den einen oder anderen auch eine ganz interessante Alternative. Einen Punkt, den du eben gesagt hast, würde ich nochmal gerne ganz kurz betonen und zwar dieses Selberschneiden des Podcasts, vor allem am Anfang. Also Also das ist schon sehr, sehr viel wert. Ich kenne ein, zwei Podcast-Projekte, wo man das von Anfang an getrennt hat. Da hat man gesagt, der eine, der vielleicht auch beruflich sehr stark eingespannt ist, gerade auch so unter den Juristen, der nimmt da nur schnell auf und dann sind andere Menschen dafür verantwortlich, den Schnitt und die Post-Production, Delivery und Marketing und so weiter zu machen. Ich würde empfehlen, vielleicht eine, zwei, drei Folgen mal selber zu schneiden, denn man kriegt auch schon durch diese ganzen technischen Aspekte echt ein Gefühl dafür, wie sich auch die Technik sozusagen auf den Inhalt auswirken kann, was du eben auch schon mal angesprochen hast. Also man lässt das ein oder andere Irm vielleicht eher mal weg, man brüllt nicht ins Mikro, weil man weiß, dann ist es irgendwie geklippt und dann ist die Aufnahme nicht mehr so schön. Also das noch so als Tipp am Rande. Braucht man eigentlich, springen wir nochmal einmal kurz nach vorne, unbedingt einen Redaktionsplan für seinen Podcast? Was würdest du sagen?

[34:53] Daniel Flege:

Ich persönlich sage ja, wenn man einen gewissen Anspruch an den Podcast hat. Wenn man natürlich jetzt sagt, ich nehme mit Freunden Laber-Podcasts auf, dann kann man natürlich auch sagen, wir sagen am Tag vorher, worüber wir quatschen, kein Problem. Aber für mich ist ein Redaktionsplan aus zweierlei Sicht sehr, sehr wertvoll. Einmal, weil es ein Platz ist, wo man Ideen ablegen kann und wo man nicht nach zwei Monaten da hängt und sagt, ich hatte doch vor zwei Monaten diese coole Idee für eine Podcast-Folge und jetzt ist sie irgendwie weg, sondern man hat einen festen Ort, wo man alles unterbringt. Und es gibt einem auch die Möglichkeit, sich halt nochmal an das Thema Podcasting und an den eigenen Podcast so ein bisschen zu binden und zu committen. Wenn ich einen Redaktionsplan habe und da sind jetzt zum Beispiel in einem Kanban-Board alle Kärtchen drin mit den jeweiligen Folgen und mit dem jeweiligen Release-Datum, Dann habe ich da einen festen Ablaufplan für meinen Podcast und auch für mich und habe für mich festgelegt, okay, zu dem und dem Datum kommt der Podcast raus. Das heißt, bis dahin kümmere ich mich darum, dass das Konzept für die Folge steht, dass ich Leute eingeladen habe, die vielleicht in den Podcast sollen, dass ich bis dahin alles geschnitten habe und dass das online ist. Und das haben wir jetzt gerade zum Beispiel beim Podcast von meiner Frau, die hat jetzt laut Redaktionsplan, den ich auf die Beine gestellt habe, morgen den Release der neuen Folge und sie hat dann heute auch gesagt, wenn du da heute Abend irgendwie noch kleine Korrekturen machen musst, mach dir nicht den Aufwand, dann bringen wir den irgendwie Freitag oder Samstag raus und ich saß da, nein, Redaktionsplan sagt jeden Donnerstag und also ist die Folge morgen draußen. Und das ist also noch so ein kleines Stück, um dann auch nicht in diesen Trott zu kommen, mache ich morgen eine Folge, mache ich übermorgen eine Folge, sondern man hat sein festes Thema, den festen Zeitraum und dann kann man sich auch gut danach richten.

[36:43] Marc Ohrendorf:

Ja, und die Hörerinnen dann ja eben auch. Das ist ja auch das Schöne, wenn man weiß, okay, es erscheint jedenfalls halbwegs regelmäßig. Dann habe ich auch schon die Erfahrung gemacht, dass man relativ schnell Zuschriften bekommt, wenn man eine Podcast-Folge ausbleibt. Am Montagmorgen geht es hier bei uns. Insofern, ja, dient es der ganzen Strukturierung. Das führt so ein bisschen zum abschließenden Thema, wo ich gerne nochmal mit dir drauf eingehen würde, nämlich das Thema Podcast-Marketing. Es gibt ja jetzt auch so einen kleinen Goldrush im Bereich Podcasting. Viele glauben, dass man jetzt über Nacht mit Podcasts zum Millionär wird, weil es da eben sehr erfolgreiche Produkte gibt. Aber dennoch ist es doch ganz spannend, was sich da so entwickelt bei dem Thema Auffindbarkeit dieser Inhalte. Denn erst mal ist es ja schwierig, bei Google nach Sätzen in Audio zu suchen. Es sei denn, dass es transkribiert, wo wir schon bei einem Thema wären, was aber noch so ein bisschen in den Kinderschuhen steckt, jedenfalls wenn man es automatisch machen lassen möchte, sodass man sozusagen seine MP3-Datei irgendwo hochlädt und dann ein Transkript von allem Gesagten bekommt. kommt. Das ist im Übrigen auch umstritten, weil manche sagen, nee, ich will ja gerade kein Transkript, ich will ja gerade Audio hören, das sind eben zwei verschiedene Medien, auf der anderen Seite würde ich dann wieder entgegnen, naja, aber es erhöht die Auffindbarkeit des Zuhörenden und wenn du es am Ende dann hörst, weil du im Transkript was dazu gefunden hast, was dich irgendwie angesprochen hat, ist ja auch wieder gut. Aber welche sonstigen Möglichkeiten gibt es denn, einen Podcast zu bewerben und vielleicht auch, Ja, gegenüber der Konkurrenz rauszustechen.

[38:17] Daniel Flege:

Den ersten Punkt, den ich da immer nenne, ist das eigene Netzwerk. Das heißt, ich bin auch immer ein Fan davon, so viele eigene Kanäle und so viele eigene Möglichkeiten zu nutzen, wie es geht oder wie man hat, weil ich das schon im Bereich der Webseiten oder der Service-Dienste damals schon immer sehr kritisch fand, dass sich alles um Google dreht und dass man überall Google gerecht wird, damit man möglichst über Google gefunden wird. Das heißt, schaut euch, dass ihr da unabhängig bleibt und dass ihr so viele eigene Kanäle nutzen könnt, wie es geht. Natürlich, Social-Media-Kanäle gehören ja auch wieder irgendwelchen Plattformen, aber das ist schon mal ein Netzwerk, was ihr habt, das ihr bespielen könnt. Und gleichzeitig finde ich es persönlich auch mal wichtig, eine eigene Community aufzubauen, denn wenn ihr mit den Leuten, die den Podcast hören, in Kontakt seid und wenn ihr euch mit denen austauscht, dann bekommt ihr nicht nur wertvolles Feedback für den Podcast, sondern es wird auch überhörend sagen, weitergetragen, Mensch, das ist ein cooler Podcast, das sind coole Leute, die den Podcast machen, hör gerne mal rein. Also da geht auch viel über Hörensagen, dass die Leute über einen reden und man so seine Reichweite vergrößern kann.

[39:30] Marc Ohrendorf:

Hörensagen ist in dem Zusammenhang ja ein ganz witziges Wort. Man hört es und dann sagt man es weiter. Tatsächlich, das passt perfekt für Podcasts.

[39:37] Daniel Flege:

Genau, im wahrsten Sinne des Wortes dann. Dann hat man natürlich noch die Option, über die Plattform selber zu gehen, wo allerdings viele natürlich so ein bisschen blauäugig rangehen und denken, Wenn ich meinen Podcast auf Spotify veröffentliche, dann wird Spotify schon dafür sorgen, dass ich da sichtbar bin. Ist aber nicht der Fall, weil Spotify belohnt natürlich die Leute oder spült die Leute nach vorne, die schon eine große Hörerschaft haben, weil es bei denen natürlich darum geht, wir empfehlen das, was die Leute gut finden. Das heißt, wenn man bei Spotify gesehen werden möchte, dann sollte man auf jeden Fall schauen, dass man so ein bisschen seine Hausaufgaben gemacht hat, was jetzt unter anderem die Suchfunktionen bei den Plattformen angeht. Das heißt, habe ich die wichtigen Keywords, die meinen Podcast auszeichnen? Im Podcasttitel ist meine Podcastbeschreibung ausgefüllt? Sind da Suchterme drin, die Leute eingeben könnten, um auf meinen Podcast zu stoßen? Dann würde ich natürlich auch mal schauen, nicht nur in dem Netzwerk zu gucken, was ich schon habe, sondern das auch so ein bisschen auszubauen. Schaut auch ruhig, dass ihr mit anderen Podcasterinnen und Podcastern Kontakt aufnehmt. Also seid dann nicht nur in der eigenen Blase oder denkt, das ist Konkurrenz, die werden schon nicht mit mir reden, sondern da ist es auf jeden Fall auch sehr, sehr wertvoll, Kontakte zu knüpfen, sich vielleicht irgendwo ins Gespräch zu bringen, mal einzuladen als Expertin oder als Experte und sich dann auch selber nochmal Leute in den Podcast reinzuholen. Transkripte hast du ja schon angesprochen. Es gibt tatsächlich viele Leute, die auch sagen, ich lese mir das auch gerne durch oder ich suche dann hinterher nochmal in einem Transkript einen bestimmten Part aus der Folge, der mich interessiert hat. Das gibt es natürlich auch. Für die Suchmaschinen ist es natürlich wertvoll. Also gerade wenn jetzt noch keine Suche innerhalb der Podcast-Folgen im Audio möglich ist, nutzt Google das natürlich auch, um die jeweiligen Seiten dann zu platzieren. Das ist noch eine gute Möglichkeit. Ja, und das ist, sagen wir mal so, der Großteil, den man damit abdecken kann, um seinen Podcast bekannter zu machen.

[41:40] Marc Ohrendorf:

Dann haben wir doch eine, wie ich finde, ganz runde Übersicht dazu gegeben, was man tun kann, wenn man seinen eigenen Podcast und vielleicht auch seinen eigenen Jura-Podcast starten möchte. Ich sage nochmal, wie gesagt, ist hier nicht gesponsert oder so, aber ich finde es wirklich ganz toll, was ihr macht, sondern nochmal eindrücklich, Let's Cast, auch hiermit empfohlen. Ich finde es tatsächlich, ich habe mir das auch mal ein bisschen näher angeguckt, was ihr da so macht, viel, viel besser als vieles andere, vor allem auch viel besser als das der großen Anbieter. Und danke dir ganz herzlich, dass du hier heute Rede und Antwort gestanden hast.

[42:11] Daniel Flege:

Ciao. Ja, vielen Dank für das Lob und danke, dass ich da sein durfte. Tschüss.

Zum Arbeitgeberprofil von letscast.fm



Generiert von IMR Podcast • 1.1.2026