

Daniel Schmöltzer

Podcast 3.0

Deine Stimme – Deine Story – Deine Brand

PODCAST 3.0

Daniel Schmölzter

BA
THE BOOK AGENCY

Umschlagsgestaltung: The Book Agency OG
Rechte Foto Cover: CM Visuals GmbH
Book Designer: Ivan Topic und The Book Agency OG
Book Editor: Jasmina Cawkunovic und The Book Agency OG
Book Artist: Carolyn Magerle

Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung von The Book Agency reproduziert werden oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Autor:innen und The Book Agency haben dieses Werk mit höchster Sorgfalt erstellt. Dennoch ist eine Haftung des Verlags oder der Autor:innen ausgeschlossen. Die im Buch wiedergegebenen Aussagen spiegeln die Meinung der Autor:innen wider und müssen nicht zwingend mit den Ansichten des Verlags übereinstimmen.

The Book Agency und seine Autor:innen sind für Reaktionen, Hinweise oder Meinungen dankbar. Bitte wenden Sie sich diesbezüglich an:
mybook@thebookagency.at

Wir achten auf unsere Umgebung und unsere Natur. Nachhaltigkeit ist für uns Selbstverständlich. Darum achten wir als The Book Agency bei der Produktion auf Herstellungsverfahren, Produktionsformen, Gleichberechtigung, Arbeitsbedingungen und orientieren uns an den Bedürfnissen von Gesellschaft und Umwelt.

ISBN: 978-3-99152-387-1 (Softcover)
ISBN: 978-3-99152-402-1 (E-Book)

© The Book Agency OG 2023
Adresse: Wiedner Gürtel 12/2, 1040 Wien
Mail: mybook@thebookagency.at
Telefon: +43 650 / 970 22 20
Website: www.thebookagency.at

Layout, Satz und Herstellung: The Book Agency OG, Wien
Hergestellt in Österreich
In Kooperation mit der Buchschmiede, Wien – www.buchschmiede.at

Für all jene, die an mich geglaubt und
mich auf meinem Weg unterstützt haben.

Daniel Schmöltzer

Inhaltsverzeichnis

1. Die Stimme in deinem Kopf	9
2. Visuell vs. auditiv	17
3. Solltest du einen Podcast starten?	25
4. Mach dich einzigartig	33
5. Die Geschichte hinter der Geschichte	41
6. Kreiere deinen Stimmcharakter	49
7. Was braucht eine gute Story?	57
8. Das richtige Equipment	65
9. Software macht Hardware erst wirksam	73
10. Dein Podcast, deine Brand	81
Danksagung	87

|| 1. ||

Die Stimme in deinem Kopf



Jingle startet.

Servus und willkommen zu Podcast 3.0. Was dieses Buch einzigartig machen soll, ist, dass ich dich, wie in einem Podcast, begleiten möchte. Jedes Kapitel ist eine neue Episode, nur ohne Intro und Outro. Bist du schon überfordert mit den einzelnen Begriffen? Keine Sorge, ich werde noch auf alles eingehen – und dich darauf vorbereiten, deinen eigenen erfolgreichen Podcast zu starten.

Natürlich bin ich nicht allwissend, und die Welt der Medien und Technologie ändert und verbessert sich ständig. Deshalb bin ich in den meisten Bereichen sehr allgemein unterwegs, weil ich dir Tools zur Verfügung stellen möchte, die du immer verwenden kannst und sollst. Um mein eigenes »Unwissen« zu kompensieren, habe ich auf mein Netzwerk zurückgegriffen und die Geschichten ehemaliger Interviewgäste inkludiert sowie Expert:innen befragt, um mein und dein Wissen zu erweitern.

Ich selbst habe mit 20 meinen Podcast gestartet und seitdem jeden Sonntag eine Folge veröffentlicht. Nach nur wenigen Folgen ist mir aufgefallen, dass mir der Podcast eine neue Welt und, damit verbunden, neue Möglichkeiten eröffnet. Der Großteil meiner Podcast-Episoden besteht aus Interviews. Ich habe damals, noch ohne großes Netzwerk in Reichweite, begonnen, Menschen anzuschreiben und sie für ein Interview anzufragen. Das Geilste an der Sache: Die meisten haben zugesagt.

Mein Netzwerk hat sich seither enorm erweitert. Gleichzeitig habe ich erkannt, dass sehr viele Menschen in meiner Umgebung Interesse daran hatten, auch einen Podcast zu starten, jedoch nicht wussten, wie. Ich hätte mich selbst damals nicht als Experte in diesem Bereich

bezeichnet, doch mein Wissen war, rückblickend betrachtet, größer als das der meisten anderen. Es würden noch zahlreiche Erkenntnisse, Ideen und auch Abenteuer folgen, bis es schließlich zur Gründung meiner eigenen Podcast-Agentur, The Voice Agency GmbH, kam.

Als du die obigen Zeilen gelesen hast, hast du vermutlich, wie die meisten anderen Leser:innen, eine Stimme in deinem Kopf gehört. Wenn du meinen Podcast kennst oder mich schon persönlich getroffen hast, war es vielleicht meine Stimme. Vielleicht war es aber auch eine Stimme, die du mit mir identifizierst, oder einfach deine eigene. Welche Stimme auch immer du gehört hast, sie war in deinem Kopf und hat dich bis zu diesem Punkt begleitet. Genau das macht auch den Zauber eines Podcasts aus.

»Jeder Satz, jede Geschichte und jede Anekdote hat die Fähigkeit, Bilder in unseren Köpfen entstehen zu lassen.«

Nun stell dir vor, du hättest die Möglichkeit, kostenlos einen Einblick in die Gedanken und Überlegungen einzelner Personen zu bekommen. Podcasts gewähren dir genau das. Aber damit nicht genug: Dein Podcast zwingt dich außerdem förmlich dazu, deine eigenen Gedanken in klare Worte zu fassen. Jedes dieser Worte bewirkt ein Umdenken in deinem Kopf, und nach und nach wirst du beginnen, deine Taten nach deinen Worten zu orientieren. Mit jeder Episode, die du rausbringst, steigen also

auch deine eigenen Kenntnisse, dein Selbstvertrauen, deine Fähigkeiten und die Bekanntheit deiner Stimme.

So geht es in meinem eigenen Podcast zwar meist um die persönlichen Geschichten meiner Interview-Gäste, sie dienen mir allerdings auch selbst als Boost für mein Leben. Allein schon meine bisherigen Gäste gaben mir die Möglichkeit, mich in allen Bereichen meines Lebens zu entwickeln. Unternehmer:innen, Moderator:innen, Musiker:innen – sie alle haben ihre Geschichten mit mir geteilt und mich damit inspiriert.

Übrigens, selbst wenn sich dein Podcast einem ganz bestimmten Themenbereich widmet, wirst du jenen Entwicklungsprozess bei dir selbst spüren. Ob True Crime oder Comedy, ganz egal, wo du deine Flügel ausspannen willst: Dein Themenfokus entspricht deinen persönlichen Interessen und dadurch kann er dich und deine Persönlichkeit ganz besonders gut zur Geltung bringen.

Bei alledem musst du aber auch bedenken, dass dein Podcast Zeit braucht, um sich zu entwickeln. Die Stimmen, die du in deinem Kopf hörst, von einzelnen Schauspieler:innen, Influencer:innen etc., haben sich mit der Zeit in deinem Kopf eingestellt. Wenn du wie ich zu den Menschen gehörst, die Filme lieber in der Originalversion schauen als in der Übersetzung, wirst du wissen, wie schwierig es ist, sich an die Stimme des:der Synchronsprecher:in zu gewöhnen.

Wir Menschen neigen dazu, Vertrauen zu Stimmen aufzubauen. Was auch evolutionsbedingt klar ist. Bereits im Mutterleib hören wir alle möglichen Geräusche: Wir hören Musik, wir hören, wie Menschen sprechen, wir hören Lachen und wir hören Stille. In den ersten Mona-

ten nach der Geburt sehen die neuen Erdbewohner:innen noch kaum etwas, doch sie hören die Stimmen der Menschen in ihrer Umgebung. Anhand dieser lernen sie, sich zu orientieren, und bauen, inmitten verschiedenster Eindrücke, allmählich Vertrauen auf. Genau darum geht es in erfolgreichen Podcasts: Es geht darum, langsam und stetig Vertrauen zum Publikum aufzubauen, und nicht darum, schon von Beginn an die Spitze zu erreichen.

»Vertrauen zu deinen Hörer:innen entsteht nicht durch dein Wissen zum Thema Vertrauen, sondern dadurch, dass du beginnst, ihnen etwas zu bieten.«

Was macht die Geschichte der »Harry Potter«-Romane so besonders? Wie schafft es J. K. Rowling, so viele neue Autor:innen mit ihrer Geschichte zu inspirieren? Indem sie Vertrauen aufgebaut hat. Sie hat unzählige Verlage angeschrieben, einer davon sagte zu. Sie hat in einem kleinen Café gearbeitet, weil sie zuhause kein Internet hatte. Sie ist ein Mensch wie du und ich und kein außerirdisches Wesen. Und genau so ist auch Harry Potter ein Junge, mit dem sich gerade Pubertierende identifizieren können.

Du kennst vielleicht den englischen Spruch »Birds of a feather flock together«. Er bedeutet so viel wie: Menschen, die sich ähneln – egal, ob Aussehen, Charakter, Persönlichkeit oder Interessen – neigen dazu, gerne zusammen zu sein. Du wirst dir auch kaum einen Podcast anhören, der nicht deinen Interessen entspricht. Selbst wenn du

einen Podcast beginnst, weil er dich interessiert, kann es sein, dass du ihn bereits nach wenigen Minuten abbrichst und nicht weiterhörst, weil der Host dir nicht zusagt.

Ich habe einen Freund, der ein riesiger Fan von Tim Ferris ist. Als ich ihn fragte, warum, antwortete er: »Weil er mir ähnlich sieht und ähnliche Interessen hat.« Sind solche Aussagen rational zu erklären? Nein. Doch du weißt genauso wie ich, dass es in gewissen Bereichen nicht um rationale Beweggründe geht, sondern um emotionale.

Wenn du mir bis hierher gefolgt bist, dann hast du vermutlich wirklich Interesse daran, einen Podcast zu starten. Du hast mit Sicherheit auch eine (mehr oder weniger) konkrete Motivation, das zu tun. Für die meisten ist es die Stärkung ihrer Unternehmens- oder Personen-Brand. Und ich kann dir sagen: Podcasts sind ein ideales Tool dafür.

Wenn du in die Welt der Podcasts eintauchst, wirst du bald von allen möglichen Seiten Empfehlungen bekommen. Aber bei über 70.000 deutschsprachigen und mehr als 3,6 Millionen englischsprachigen Podcasts¹ kann es schnell passieren, dass du dich überfordert fühlst und dich sogar fragst, ob es Sinn ergibt, selbst auch noch einen Podcast zu starten. Ich kann dir allerdings aus Erfahrung sagen: Es gibt noch viel zu wenige Podcasts und die meisten von denen, die es schon gibt, sind nicht besonders gut.

Was damals bei mir als Projekt gestartet hat, umfasst heute mehr als 200 Episoden. Ich durfte neben Einzelunternehmer:innen auch viele andere große Persönlich-

¹ https://spotify_presse.prowly.com/180280-10-jahre-spotify-deutschland-zahlen-top-listen-und-meilensteine

keiten interviewen. Jedes dieser Interviews hat meinen Horizont erweitert. Hat mich weiter aus meiner Komfortzone gebracht. Hat mich mutiger gemacht. Hat mich gepusht und mich darauf gebracht, mein eigenes Unternehmen zu starten.

Dieses Buch soll dir dabei helfen, den entscheidenden Schritt vom ersten Gedanken zur ersten Episode zu meistern und dich vom Rest der Podcastschaffenden, von deiner Konkurrenz, abzuheben. Mit The Voice Agency GmbH gehen wir sogar einen Schritt weiter und unterstützen Unternehmen und Coaches dabei, ihre Brand aufzubauen, indem wir den gesamten Prozess begleiten sowie unsere Expertise und unser Equipment zur Verfügung stellen.

The Voice Agency GmbH zählt zu den besten Podcast-Agenturen in Österreich. Aus einer One-Man-Show wurde ein kleines Unternehmen, in dem, zum heutigen Stand, sechs Mitarbeiter:innen tätig sind. Ich konnte nicht nur meinen eigenen Traum erfüllen, sondern auch andere dabei unterstützen, ihre Fähigkeiten zur Geltung zu bringen und ihrer Stimme Gehör zu verschaffen.

Welche Stimme also möchtest du in den Köpfen der Menschen erzeugen? Was möchtest du den Menschen erzählen? Was ist dein Grund, dieses Buch zu lesen, und was möchtest du am Ende daraus mitnehmen?

Hermann Hesse sagte einst: »Jedem Anfang wohnt ein Zauber inne.« Wenn das stimmt, dann stehst du gerade vor deinem eigenen Kunststück. Du darfst entscheiden, wohin dich die Show führen und wie sie ausgehen soll. Es ist dein Anfang, dein Kunstwerk, deine Stimme, welche die Macht hat, andere in ihren Bann zu ziehen. Nutze sie.

|| 2. ||

Visuell vs. auditiv



»Video Killed The Radio Star« von The Buggles ist ein Song, der im September 1979 veröffentlicht wurde. Doch bis zum heutigen Tag hat sich die Vermutung, dass Fernsehen die Menschen dazu bewegen wird, keine auditiven Inhalte mehr zu konsumieren, nicht bewahrheitet. Die Diskussion, ob Audio oder Video besser ist, ist meiner Meinung nach überbewertet. Es geht weder um das eine noch das andere. Bestenfalls werden, im Speziellen im Marketing, beide Kanäle beliefert.

Social Media bedient derzeit – Podcasts schließe ich mal aus – hauptsächlich den visuellen Bereich. Jugendliche wie auch Erwachsene scrollen auf ihren Bildschirmen und sehen sich ein Bild nach dem anderen an. Videos sind extrem geschnitten und bearbeitet, um die Zuseher:innen länger zu fesseln. Und doch: YouTube als Videoplattform ist vollkommen überladen und die Suche nach guten Videos kostet Zeit und Nerven. Es ist also kaum verwunderlich, dass du, wie so viele andere Menschen, beginnst, dir Gedanken darüber zu machen.

Auch wenn die Meinung, dass visuelle Medien sinnvoller zu bespielen sind als auditive, immer noch vorherrschend ist und sie in manchen Fällen bestimmt zutrifft, meidet meine Generation, wie ich es mitbekommen habe, zunehmend die sozialen Medien. Gleichzeitig sucht sie nach neuen Medien und einer Ablenkung vom Alltag.

Da Social Media hauptsächlich den visuellen Kanal bedient, braucht es auch mehr Aufmerksamkeit und Zeit. Radiosendungen und Podcasts brauchen wiederum kaum Zeit und können nebenbei konsumiert werden. Egal, ob du dein Auto in die Werkstatt bringst oder zum Supermarkt gehst, in fast allen Bereichen wirst du von

Musik, Nachrichten oder Werbung begleitet. Du kannst vermutlich sogar Werbungen mitsprechen, nur weil du sie schon so oft nebenbei gehört hast. Die Aussage, dass visuelle Formate wichtiger sind als auditive, ist heute also genauso falsch, wie sie es damals war.

Denk einen Augenblick darüber nach. Bestimmt kennst du Amazons Alexa. Oder hast du vielleicht schon einmal die Aussagen »Hey, Siri« oder »OK, Google« gehört? Ja? Dann willkommen in der smarten Welt. Egal, ob Amazon, Apple oder Google, sie alle haben bereits vor Jahren erkannt, dass die Zukunft auditiv ist.

Sprachbefehle ersparen uns Zeit und den Blick auf unser Smartphone. Wenn du es nicht glaubst, möchte ich dir eine weitere Frage stellen: Hast du schon einmal eine Sprachnachricht erhalten oder verschickt? Mittlerweile kannst du Sprachnachrichten über Sprachbefehle versenden und abhören, ohne auch nur einen einzigen Blick auf dein Smartphone zu werfen.

Fakt ist: In einer smarten Welt geht es nicht nur um Gadgets wie Staubsaugroboter (wobei auch diese mittlerweile über Sprachbefehle gesteuert werden können). Es geht vor allem darum, unser Leben zu vereinfachen, es zu digitalisieren und so angenehm wie möglich zu gestalten. Ich möchte hier bewusst nicht auf Vor- und Nachteile, sondern nur auf die derzeitigen Vorteile einer smarten Welt eingehen.

Amazons Alexa ist ein klassisches Beispiel für eine solche Vereinfachung des Alltagslebens. »Alexa, spiel die aktuelle Folge des ›Gains for your Brain‹-Podcasts.« Alexa wiederholt deine Angabe und startet deinen gewünschten Podcast. Wenn du mehrere Echo-Dots besitzt