

Inhalt

Einleitung	11
<hr/>	
Kapitel 1 Einführung	15
1.1 Was ist ein Podcast?	15
1.2 Wie kann man Podcasts hören?	16
1.2.1 Podcastverzeichnisse	17
1.2.2 Podcatcher	18
1.2.3 Podcast-Apps	23
1.3 Was gibt es zu hören?	25
1.3.1 Jeder kann zum Sender werden	29
1.4 Warum ist ein Podcast ein großartiges Marketingsinstrument?	30
1.4.1 Sieben Argumente für Podcasts als Marketinginstrument	30
1.5 Wie Podcasts außerdem genutzt werden können	32
1.6 Jetzt sind Sie an der Reihe	32
<hr/>	
Kapitel 2 Das Podcastkonzept	35
2.1 Was macht einen Podcast hörenswert?	35
2.1.1 Authentizität, Passion und Profession	35
2.2 Das Podcastziel	36
2.2.1 Kunden binden oder Kunden gewinnen	36
2.2.2 Formulieren Sie ein smartes Ziel!	37
2.3 Die Zielgruppe	39
2.3.1 Das Persona-Modell	40
2.4 Der Inhalt	41
2.4.1 Zwei Fliegen mit einer Klappe	42
2.5 Länge und Frequenz	43
2.6 Struktur und Form	44
2.6.1 Klare Struktur	44
2.6.2 Darstellungsformen	45
2.7 Das Kind braucht einen Namen	46

Kapitel 7 Podcastpromotion

7.1	Podcastverzeichnisse	141
7.1.1	Feed in die Podcastverzeichnisse eintragen	142
7.2	Podcastcover	147
7.2.1	Podcastcover erstellen	148
7.3	Kooperationen	150
7.3.1	Wie kann eine solche Kooperation aussehen?	150
7.3.2	Kooperationspartner finden	151
7.3.3	Kooperationen und Vernetzung mit anderen Podcastern	151
7.4	»Fremdgehen« auf anderen Plattformen	152
7.4.1	radio.de	152
7.4.2	Spotify	153
7.4.3	SoundCloud für die Zweitverwertung	154
7.4.4	YouTube – Audio goes Video	154
7.5	Social-Media-Kanäle	157
7.6	Videos mit Standbild – Audiogramme	158
7.6.1	Audiogramm erstellen	158
7.7	Mit Hörern und Hörerinnen vernetzen	160
7.7.1	Kommentare, Foren und Gruppen	160
7.7.2	Hörertreffen – virtuell oder real	160
7.8	Flyer, Karten und Pressemitteilungen	161
7.9	SEO – Google ist taub und blind!	162
7.9.1	Transkripte	162
7.10	Gäste einladen	163
7.11	Grimme Online Award und andere Auszeichnungen	164
7.12	Drei Fragen an	166
7.13	Jetzt sind Sie an der Reihe	168

Kapitel 8 Effizient Podcasten

8.1	Zeitmanagement	171
8.1.1	Motivation durch Zielvorstellung	171
8.1.2	Redaktionsplan und Vorlagen	173
8.1.3	Online-Tools für die Planung	174
8.2	Schneller ans Ziel mit Auphonic	177
8.2.1	Die »Production« mit Auphonic	177

8.3	Externe Dienstleister	182
8.3.1	Im Studio aufnehmen	183
8.4	Drei Fragen an	183
8.5	Jetzt sind Sie an der Reihe	185
Kapitel 9	Extras	<hr/> 187
9.1	Kapitelmarken	187
9.2	Episodenbilder	192
9.3	Monetarisierung	194
9.3.1	Werbung	194
9.3.2	Sponsoring	195
9.3.3	Affiliates	196
9.3.4	Amazon	196
9.3.5	Google AdSense	196
9.3.6	PayPal	197
9.3.7	Flattr	197
9.3.8	LaterPay	197
9.3.9	Mitgliedschaftsprogramme (Patreon und Steady)	197
9.4	Mehrfachverwertung oder Recycling	198
9.5	Drei Fragen an	199
9.6	Jetzt sind Sie an der Reihe	200
Kapitel 10	Es bleibt spannend	<hr/> 201
10.1	Zahlen, Daten, Fakten	202
10.1.1	ARD/ZDF-Onlinestudie	202
10.1.2	ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S)	203
10.2	Drei Fragen an	205
10.3	Jetzt sind Sie an der Reihe	209
Kapitel 11	Audacity®	<hr/> 211
11.1	Erste Schritte	211
11.1.1	Schnellstart	211
11.1.2	Aufnahme bearbeiten	215
11.1.3	Musik einfügen	222
11.1.4	Einstellungssache	226

11.2	Behalten Sie den Überblick	229
11.2.1	Textspuren für Notizen und um den Inhalt »sichtbar« zu machen	229
11.2.2	Textmarker und Textspuren verschieben und positionieren	229
11.2.3	Stereospur in Monospuren aufteilen	230
11.2.4	Spuren synchron halten	231
11.3	Drei Fragen an	232
11.4	Jetzt sind Sie an der Reihe	233
Anhang		235
A.1	Unterstützende Angebote	235
A.2	Literaturliste	235
Stichwortverzeichnis		237