

Lia Fischer, Cornelia Vonhof

How to podcast ...

Ein Leitfaden für Bibliotheken

Brauchen Bibliotheken neben Instagram, Facebook und Co. weitere digitale Formate? Und sind Podcasts ein möglicher Weg? Diese Fragen muss jede Bibliothek für sich selbst beantworten. Der folgende Artikel soll einen kurzen Einblick ins Thema Podcasting geben und Bibliotheken, die sich in diesem Feld ausprobieren wollen, eine Hilfestellung bieten.

Podcasts erfreuen sich in den vergangenen Jahren einer steigenden Beliebtheit und haben sich in der Medienlandschaft etabliert. Deshalb wurde im Rahmen einer Bachelorarbeit – an der HdM Stuttgart¹ – untersucht, ob dieser Podcast-Trend bereits Einzug in die Bibliothekswelt gehalten hat. Hierfür wurden Bibliotheks-Podcasts recherchiert, analysiert, mithilfe von Experteninterviews vertiefende Einblicke gewonnen und der Leitfaden »How to podcast« entwickelt.

Unter »Podcast« versteht man eine Serie von Audiobeiträgen, die über das Internet zugänglich gemacht und abonniert werden können. Der Begriff Podcast ist ein »Kofferwort«, das unterschiedliche Erklärungen hat. »Pod« kann als Abkürzung für »play on demand« oder als Verweis auf den Apple iPod als Abspielgerät stehen. »cast« kommt vom englischen Begriff Broadcast (Rundfunksendung)². Sie werden hauptsächlich von jungen Erwachsenen gehört³, dienen der Unterhaltung, aber auch als Weiterbildungsoption und Informationsquelle. Die Formate, die auf dem Markt zu finden sind, sind vielfältig. Von Hörspielformaten über Interviews zu skriptlosen Gesprächen ist alles möglich. Unterschiedliche Podcast-Formate sind auch im Bibliotheksumfeld zu finden. Einige sprechen Medienempfehlungen aus, andere Podcaster/-innen unterhalten sich über den Alltag in der Bibliothek, interviewen Mitarbeiter/-innen oder Autorinnen und Autoren und halten Lesungen ab.

Podcasts bieten Vorteile, die Bibliotheken zu ihren Gunsten nutzen können. Eine Auseinandersetzung mit diesem Medienformat ist deshalb durchaus sinnvoll. Podcasts sind ein perfektes »Nischen-Medium«, um über die Inhalte spezifische Zielgruppen direkt anzusprechen.

Durch die Nutzung über das Internet und hauptsächlich über das Smartphone können sie zeit- und ortsunabhängig konsumiert werden. Sie kommen so einer zunehmend mobilen

Klientel entgegen. Weil die Umsetzung eines eigenen Podcast kostengünstig ist, eignen sie sich für das oftmals knappe Budget von Bibliotheken. Außerdem bieten sie die Möglichkeit, sich als Bibliothek authentisch und innovativ darzustellen und direkt mit der Zielgruppe zu kommunizieren.

Makellose Soundqualität

Um mit einem Podcast erfolgreich zu sein, ist es vor allem wichtig, für die eigene Institution zu definieren, was man als »Erfolg« ansieht. Daneben sind einige objektive Faktoren zu berücksichtigen, die über den Erfolg eines Podcast entscheiden. Hierzu gehören beispielsweise eine makellose Soundqualität, die Verfügbarkeit auf den meist genutzten Plattformen wie Spotify, Apple Podcasts und Google Podcasts, ein regelmäßiger Veröffentlichungsrhythmus, ein Logo und ein einheitlicher Folgenaufbau mit einem Jingle zu Beginn und Ende.

Aus den Erkenntnissen der Bachelorarbeit entstand der folgende Leitfaden, der Bibliotheken einen kompakten Überblick und einfachen Einstieg in die Welt des Podcastings geben soll.

1. Erste Recherchen, Idee ansprechen und Team zusammenstellen

Verschaffen Sie sich durch eine erste Recherche einen Überblick und überlegen Sie sich, was Sie mit einem Podcast erreichen wollen. Wieso könnte er für Ihre Bibliothek sinnvoll sein? Stellen Sie Ihre Idee im Team vor und prüfen Sie, ob von Seiten der Bibliothek (Bibliothekseitung) Interesse besteht, einen Podcast zu produzieren? Wenn ja, wer hat Lust, sich diesem dauerhaften Projekt zu widmen? (zwei bis drei Personen sind im Normalfall ausreichend).

2. Klären, ob Budget zur Verfügung steht

Zwar sind die Kosten für die Produktion eines Podcast nicht hoch, aber ganz ohne Budget – zum Beispiel für die Beschaffung von Technik – geht es nicht. Hinzu kommen Personalressourcen in Form von Arbeitszeit und eventuell erforderlichen

Qualifizierungsmaßnahmen. Steht in der eigenen Bibliothek kein (ausreichendes) Budget zur Verfügung können Sie sich alternativ nach Fördermitteln umschauen, die unter anderem von Stiftungen, Fachstellen oder durch Projekte bereitgestellt werden. In der weiteren Planung sind dann die Förderbedingungen zu berücksichtigen.⁴

3. Inhaltliches Konzept erstellen

Das inhaltliche Konzept ist der erfolgsentscheidende Faktor. Ein schriftlich formuliertes Konzept, das die folgenden Punkte aufgreift, ist hilfreich als Startpunkt und kann nach jeder Folge kritisch hinterfragt und weiterentwickelt werden.

Inhalt: Was soll der Podcast behandeln?

Mögliche Inhalte: Medienempfehlungen, Vermarktung von bibliothekseigenen Angeboten, Veranstaltungen, Bibliotheksalntag, Themen außerhalb der Bibliothek ...

Zielsetzung: Was soll mit dem Podcast erreicht werden? Wollen Sie eine bestimmte Anzahl an Hörer/-innen generieren, den Bekanntheitsgrad der Bibliothek steigern oder haben Sie gänzlich andere Ziele?

Zielgruppe definieren: Wen wollen Sie mit dem Podcast ansprechen? (Erwachsene, Kinder, Nutzer/-innen, (Medien-)Pädagoginnen und Pädagogen, Externe...)

Veröffentlichungsrhythmus: Denken Sie daran, dass der Podcast parallel zum Tagesgeschäft entstehen muss. Für den Beginn eignet sich zum Beispiel ein monatlicher Veröffentlichungsrhythmus. Später können Sie die Frequenz gegebenenfalls erhöhen.

Tipp: Lassen Sie sich von anderen (Bibliotheks-)Podcasts inspirieren. Was finden Sie gut? Was nicht? Fragen Sie auch außerhalb des Podcast-Teams (beispielsweise die zukünftige Zielgruppe), was interessant sein könnte. Sammeln Sie alle Ideen!

4. Aufnahmeort festlegen

Sieht das Konzept es vor, immer an einem festen Ort aufzuzeichnen oder möchten Sie in dieser Hinsicht flexibel sein? An

1 Der vorliegende Beitrag basiert auf der Bachelorarbeit von Lia Fischer »Podcasts von Öffentlichen Bibliotheken: Die Podcast-Landschaft in deutschen Bibliotheken«. Stuttgart, Hochschule der Medien, Bachelorarbeit 2021. Abgerufen am 05.11.2021, von: <https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/index/index/searchtype/all/docId/6686/start/0/rows/10>

2 Markgraf, P. D. D. (o. J.-a). Definition: Podcast. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. Abgerufen am 12. April 2021, von <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/podcast-53629>

3 Podcasts-Nutzung in Deutschland 2020. (o. J.). Statista. Abgerufen am 7. April 2021, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876487/umfrage/nutzung-von-podcasts-in-deutschland/>

4 Eine Förderung durch eine städtische Stiftung erhielt beispielsweise die Stadtbibliothek Heilbronn; die Podcast-Initiation der Stadtbüchereien Düsseldorf erfolgte durch das Projekt: Digitale Inhalte für die hybride Bibliothek und neue Formen der Vermittlung

5 Audacity ist eine Open Source Software, mit der sich Audioaufnahmen bearbeiten lassen: <https://www.audacity.de/>



Eine Sammlung an Bibliotheks-Podcasts finden Sie in der BuB-App.

einem fixen Ort haben Sie immer dieselben Aufnahmebedingungen und müssen nicht immer wieder aufwendige Soundchecks machen. Bei unterschiedlichen Aufnahmeorten müssen Sie sich jedes Mal neu auf Ihr Umfeld einstellen und auf eventuelle Störgeräusche reagieren.

5. Geeignete Technik auswählen

Hierfür sollte der Aufnahmeort berücksichtigt werden. Muss das Aufnahmegerät auch für Außenaufnahmen geeignet sein? Muss man damit mobil sein können oder kann man lediglich Headsets an einen PC anschließen? Denken Sie daran: Der Sound ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren beim Podcasting. Sparen Sie deshalb nicht an den Aufnahmegeräten.

6. Hosting-Plattformen vergleichen und auswählen

Hosting-Plattformen sind dafür da, den Podcast schnell bei den gängigen Podcast-Anbietern (Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts...) zu verbreiten. Gibt es hinsichtlich der Bezahlung der Nutzungsgebühren Einschränkungen von Seiten der Stadt, die Ihre Auswahl beeinflussen (zum Beispiel Bezahlung nur auf Rechnung)?

Bekannt Plattformen: Podcaster, Podigee, Anchor

7. Logo und Jingle

Ein Wiedererkennungswert ist ein absolutes »must-have«. Akustisch: Innerhalb der Podcast-Folgen kann ein Jingle als Intro und Outro verwendet werden. Hierfür gibt es inzwischen diverse Plattformen, die kostenfreie und kostenpflichtige Angebote haben. Oder kennen Sie jemanden, der Ihnen den Jingle komponieren kann? Sie können auch einen Aufruf in der Bibliothek starten und gegebenenfalls Nutzer/-innen einbeziehen.

Optisch dient ein Logo der Wiedererkennung auf den Plattformen, auf denen Ihr Podcast präsentiert wird. Achten Sie darauf, dass es quadratisch und die Dateigröße nicht zu umfangreich ist. Hier geben die Hosting-Plattformen oft Vorgaben zu Dateiformat, Kantenlänge und so weiter, die Sie beachten müssen. Auch hier können Sie weitere kompetente Personen für diese einmalige Aufgabe miteinbeziehen.

8. Kostenplan vorlegen und gegebenenfalls Förderung anfragen

Wenn alle Kostenfaktoren identifiziert wurden, sammeln Sie diese und unterteilen Sie sie in einmalige und laufende Kosten. Einmalige Kosten sind üblicherweise: technische Ausstattung (Mikrofon, Aufnahmegerät, Headsets, und Ähnliches) sowie gegebenenfalls Logo und Jingle. Die laufenden Kosten bestehen vor allem aus den Gebühren für die Hosting-Plattform.

Tipp: Machen Sie eine Hochrechnung für ein ganzes Jahr. So können Sie besser abschätzen, ob die Summe im Budget der Bibliothek verfügbar gemacht werden kann oder über welche Summe Sie eine Förderung akquirieren und beantragen müssen.

9. Redaktionsplan erstellen

Erstellen Sie einen Plan, der Details für jede Folge beinhaltet. Hierbei sind Sie frei, wie weit Sie im Voraus planen möchten. Mindestens ein halbes Jahr ist empfehlenswert. Legen Sie Aufnahmezeitpunkt und Veröffentlichungsdatum fest. Haben Sie bereits festgelegte Themen oder Interviewpartner/-innen für die jeweiligen Folgen, die Sie im Plan eintragen können? Denken Sie bei der Zeitplanung auch daran, dass Sie Interviews und Gespräche vor der Veröffentlichung gegebenenfalls freigeben lassen müssen.

10. Aufnahme und Produktion

Machen Sie sich mit den Aufnahmegeräten oder dem Aufnahmeprogramm vertraut. Machen Sie vor der eigentlichen Aufnahme einen Soundcheck, um die Funktionen zu prüfen. Sind auf den Probeaufnahmen störende Geräusche zu hören? Müssen die Gesprächsteilnehmer näher ans Mikrofon oder weiter weg? Achten Sie auch darauf, bei der Moderation normal zu sprechen und sich nicht zu verstellen.

11. Nachbearbeitung

Für den Schnitt der Audio-Aufnahme bietet sich Audacity⁵ als Open-Source-Lösung an. Fügen Sie das Intro und Outro ein und entfernen Sie grobe Versprecher oder störende Geräusche. Lassen Sie nach der Fertigstellung andere Teammitglieder »Korrektur hören« und nehmen Sie gegebenenfalls noch einmal Anpassungen vor, bevor Sie die Folge veröffentlichen. Exportieren Sie mithilfe von Audacity die Aufnahme als Mp3-Datei für den Upload.

Tipp: Seien Sie nicht zu detailversessen und vermeiden Sie es, sich in Kleinigkeiten zu verlieren. Das zieht die Nachbearbeitung unnötig in die Länge.

12. Upload

Der Upload über die Hosting-Plattform ist meist nur ein geringer Aufwand und sehr einfach. Nachdem Sie die Mp3-Datei der Folge hochgeladen haben, können Sie eine Überschrift und einen kurzen Beschreibungstext formulieren. Zudem kann das Logo hinterlegt werden, das dann ebenfalls auf allen Plattformen zu sehen sein wird. Prüfen Sie im Nachgang, ob der Podcast auch wirklich veröffentlicht wurde.

Tipp: Bei manchen Anbietern können Sie Folgen planen und veröffentlichen. Das bedeutet Sie können die Episoden schon deutlich im Voraus fertigstellen und bei Ihrem Host anlegen. Daraufhin können Sie das Datum und die genaue Uhrzeit festlegen, zu der die Folge automatisch veröffentlicht wird.

13. Marketing

Wenn die Folge veröffentlicht wurde, ist es wichtig, die verschiedenen Kommunikationskanäle der Bibliothek zu nutzen, um sie publik zu machen. Der Podcast im Gesamten kann gut durch Printwerbung (Flyer, Plakate...) beworben werden. Auf die einzelnen Folgen kann auf den Social-Media-Kanälen hingewiesen werden. Verwenden Sie für diese Posts ebenfalls das Logo, um den Wiedererkennungswert zu nutzen oder ein passendes Bild zum behandelten Thema. Die Social-Media-Kanäle



Lia Fischer ist Absolventin der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement. Nach ihrer Ausbildung in der Stadtbücherei Tübingen legte sie im Studium die Schwerpunkte auf das Öffentliche Bibliothekswesen, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Die semesterübergreifende Fokussierung auf Podcasting spiegelt sich auch im Thema ihrer Bachelorarbeit wider. – Kontakt: lia-fischer@web.de

Cornelia Vonhof (Foto: Hochschule der Medien) ist Professorin für Public Management und Leiterin des Kontaktstudiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement an der Hochschule der Medien Stuttgart. Ihr Arbeitsschwerpunkt liegt auf Managementinstrumenten in Bibliotheken und Informationsseinrichtungen. – Kontakt: vonhof@hdm-stuttgart.de



eignen sich auch gut, um zur Interaktion oder zum Feedback geben aufzufordern. Interaktion kann zum Beispiel durch Fragen nach den Meinungen der Hörer/-innen angeregt werden. Oder Sie fordern dazu auf, Fotos, passend zu ihrer Folge mit einem bestimmten Hashtag, zu posten. Zusätzlich sollte der Podcast auf der institutionseigenen Website gut zu finden sein, da diese meist die erste Anlaufstelle für Bibliotheksinteressierte ist.

14. Feedback und Statistik

Rufen Sie in Ihren Folgen dazu auf, Feedback zu geben und teilen Sie auch die Wege mit, über die das Feedback geschickt werden soll (spezielle Mail-Adresse, Kontaktformular, Social Media...). Vor allem über digitale Kanäle können Sie einfach in Kontakt mit der Hörerschaft treten. Achten Sie auch darauf, in den Beschreibungstexten der Folgen und in den Posts immer dazu zu ermuntern.

Holen Sie sich Feedback aber auch von Kolleginnen und Kollegen und Bekannten ein, um Ihre Arbeit kritisch zu hinterfragen und Verbesserungen vornehmen zu können. Versuchen Sie das Feedback so gut es geht umzusetzen.

Für eine objektive und quantitative Bewertung können Sie über die Hosting-Plattform Ihre Hörerstatistik abrufen.

Wer jetzt Lust bekommen hat, Podcasting in die eigene Bibliothek zu holen, kann auf den gängigen Audio-Streaming-Plattformen in bereits veröffentlichte Arbeiten reinhören und sich inspirieren lassen.