

Inhaltliche und technische Konzeption sowie Produktion eines Audio-Podcasts



Bachelorthesis

Bachelor of Science

Oliver Völling



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Studiengang Medientechnik

Erstprüfer: Prof. Wolfgang Willaschek

Zweitprüferin: Dipl. -Ing. Christina Becker

Hamburg, 21. 05. 2019

Vorwort

»Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.« (Radiozentrale)

Diese Bachelorarbeit verbindet medientechnische Praxis, inhaltliche Erzählung und Medienproduktion. Alle Bereiche waren Teil des Studiums, bei dem ich mich auf Dramaturgie und produktionsnahe Abläufe spezialisierte.

Digitale Medien haben neue Formate wie den Podcast hervorgebracht, die über das Internet eine globale Hörerschaft erreichen und unabhängig eines stationären Senders empfangen werden können. Vorliegende Arbeit verfolgt den Weg vom Radio bis zum aktuellen Wissensstand des Audio-Podcast. Der theoretische Kontext der Arbeit bildet die Grundlage zur Produktion einer eigenen Geschichte. Diese Geschichte ist im Bereich des fiktiven Podcast angesiedelt. Sie handelt von einem Alien, der das Universum bereist, um fremde Spezies aufzusuchen und deren Lebensform zu ergründen. Dabei wird eine aufmerksamkeitsstarke Mechanik gesetzt: In alltägliche kleine Geschichten verpackt, trifft die Botschaft via Podcast in unterhaltsamer und leicht provokanter Weise den Nerv der Hörer. Der Bezug zu aktuellen Themen wie dem Klimawandel und sich ändernde Strukturen in unserer Gesellschaft ist dabei nicht zu übersehen.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Wolfgang Willaschek, der mich während meines Studiums förderte wie forderte und als Hauptgutachter diese Arbeit am Department für Medientechnik an der HAW Hamburg annahm. Mein ebenso großer Dank gilt Frau Dipl. - Ing. Christina Becker, die sich als Zweitkorrektorin der Arbeit widmet. Weiterhin danke ich meiner Mutter Lisa Völling für die stetige Unterstützung. Außerdem bedanke ich mich bei Xhoana Hasa für die Hilfe bei der Umsetzung des Podcasts und beim AV-Labor der HAW Hamburg für den Verleih der Technik.

Ganz im Sinne des für das Radio nun erweiterten Mottos: Mit Radio und Podcast erreichen Sie immer die Richtigen,

Hamburg, den 20. Mai 2019

Oliver Völling

Zusammenfassung

Die vorliegende Arbeit bietet primär einen Leitfaden zur Konzeptionierung und Produktion eines Audio-Podcasts mittels eines selbsterdachten Beispiels. Dabei werden sowohl technische, strukturelle, als auch inhaltliche Methoden vorgestellt, die zur Konzeptionierung eines Podcasts geeignet sind. Dazu erläutert diese Arbeit die Ursprünge des Mediums Podcast und die Medien, die dem Podcast nahestehen. Der Begriff Podcast wird mit eigenen Worten definiert. Umfragen zum Thema bezüglich Hörerschaft, Beliebtheit von Genres und Nutzerverhalten werden analysiert.

Zusätzlich wird ein technisches Setup vorgestellt, mit dem eine professionelle Aufnahme gelingt und der Podcast sauber nachbearbeitet werden kann. Es werden auch die Möglichkeiten der Veröffentlichung aufgezeigt.

Diese Arbeit bildet eine Vorgehensweise, an der man sich bei der Gestaltung eines Podcasts orientieren kann. Dabei wird der Vorgang möglichst simpel gehalten und bedient sich konkreter Auswahlelemente, die in der Literatur zu finden sind.

Zuletzt dient die Arbeit auch zur Inspiration für die Gestaltung von Podcasts, die mit kreativen und künstlerischen Mitteln eine gesellschaftsrelevante Aussage zu treffen versucht. Die umgesetzte Idee ist in dieser Form nicht in der Podcast-Landschaft vertreten. Damit soll eine neue Möglichkeit gezeigt werden, wie das Medium Podcast eingesetzt werden kann.

Abstract

The present work primarily provides a guideline for the conceptual design and production of an audio podcast using a self-made example. In doing so, technical, structural as well as content-related methods are presented which are appropriate for the conceptual design of a podcast. In addition, this work explains the origins of the medium podcast and those media that are close to the podcast. The term Podcast is defined in its own words. Surveys on audience status, popularity of genres and user behavior are analyzed.

In addition, a technical setup is presented, with which a professional recording is possible, and the podcast can be reworked neatly. It also shows the possibilities of publication.

This thesis is a approach to design a podcast. The process is kept as simple as possible and dedicates itself to concrete selection elements that can be found in the literature.

Finally, the work also serves as an inspiration for designing podcasts that use creative and artistic means to make a socially relevant statement. The implemented idea is not represented in the podcast landscape in this form. This should be a new possibility to show how the medium podcast can be used.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Zusammenfassung	3
1. Einleitung.....	7
2. Theoretische Grundlagen der Narration auditiver Medien.....	9
2.1 Entwicklung auditiver Medien.....	9
2.1.1 Die Anfänge des Rundfunks als Grundbaustein auditiver Narration	9
2.1.2 Das Hörspiel als auditive Kunstform des Rundfunks.....	10
2.1.3 Das Hörbuch als Speichermedium	13
2.2 Was ist ein Podcast? – Abgrenzung von anderen auditiven Medien	14
2.2.1 Definition und Begriffserklärung.....	14
2.2.2 Begriffsherkunft und Anfänge des Podcast.....	17
2.2.3 Differenzierung.....	18
2.3 Kontext des Podcastings	20
2.3.1 Funktionsweise und Angebot von Podcasts	20
2.3.2 Anbieter und Nutzer von Podcasts	23
2.3.3 Inhalte und Umsetzung ausgewählter Podcasts	27
2.4 Positionierung zum Begriff Podcast	31
3. Technische Grundlagen zur Produktion eines Audio-Podcasts.....	32
3.1 Realisierung der technischen Aufnahme	32
3.1.1 Mikrofon und Raum	33
3.1.2 Aufnahme	35
3.2 Nachbearbeitung.....	37
3.2.1 Schnitt.....	38
3.2.2 Equalizer.....	39
3.2.3 Dynamik.....	40
3.2.4 Normalizing.....	41
3.2.5 Störgeräusche.....	42
3.3 Distribution von Podcasts	43
3.3.1 Codierung und Metadaten	43
3.3.2 Methoden der Veröffentlichung von Podcasts	44
4. Theoretische Grundlagen der inhaltlichen Konzeption eines Podcasts.....	46
4.1 Strukturelle Konzeptionierung eines Podcasts.....	46

4.1.1 Podcast-Formate	46
4.1.2 Episodenlänge und Veröffentlichungsfrequenz.....	48
4.1.3 Struktur, Ziel und Zielgruppe	49
4.1.4 Außendarstellung: Name und Coverbild	52
4.2 Inhaltliche Konzeptionierung eines Podcasts.....	54
4.2.1 Dramaturgie und Storytelling	55
4.2.2 Interviews und Gäste.....	58
4.2.3 Skript.....	61
4.2.4 Sounddesign.....	62
5. Inhaltliche und produktionselle Umsetzung eines Podcasts anhand eines Beispiels.....	66
5.1 Die Idee	66
5.2 Das strukturelle Konzept.....	67
5.2.1 Podcast-Format	67
5.2.2 Episodenlänge und Veröffentlichungsfrequenz.....	67
5.2.3 Aufbau, Ziel und Zielgruppe.....	68
5.2.4 Außendarstellung: Name und Coverbild	70
5.3 Das inhaltliche Konzept.....	72
5.3.1 Dramaturgie und Storytelling	72
5.3.2 Interview und Gäste	76
5.3.3 Skript.....	77
5.3.4 Sounddesign.....	77
5.4 Die Realisierung	79
6. Fazit.....	81
Abbildungsverzeichnis	84
Tabellenverzeichnis	85
Literaturverzeichnis.....	86
Bücher.....	86
Internetquellen	88
Statistiken	89
Elektronische Quellen	90
Anhang.....	91
Eigenständigkeitserklärung	132

1. Einleitung

Die Technologie des Podcast begann im Jahr 2004. Seitdem erlebt der Podcast eine rasante Entwicklung, wobei die Zahl der Podcast-Hörer in Deutschland kontinuierlich ansteigt. Waren es 2012 noch 2,1 Millionen Hörer, so sind 2014 bereits 3,9 Millionen Nutzer zu verzeichnen. Zwei Jahre später hat sich die Zahl der Hörer in Deutschland auf fast 7,5 Millionen verdoppelt (Goldmedia 2016) und innerhalb von vier Jahren zählte man sogar mehr als drei Mal so viele Hörer. Insgesamt benutzen 9% der Gesamtbevölkerung Deutschlands (Stand: 2016) dieses Medium. In den USA waren 2016 bereits 36% der Gesamtbevölkerung Podcast-Hörer. 2018 sind es schon 44% (Edison Research 2018). Dieser schnelle Anstieg erklärt die zunehmende Beliebtheit und damit den Erfolg des Podcastings. Das Angebot neuer Podcasts expandiert in einem fast schon unüberschaubaren Rahmen, zu dem es bislang keine aktuelle Erhebung zur Quantität des Podcast-Angebot gibt. Das liegt ebenfalls daran, dass täglich neue Podcasts veröffentlicht werden und auch das zukünftige Potential der Technologie weitere Entwicklungen bereithält.

In den USA vervierfachte sich der Anstieg von Werbeeinnahmen von 2015 bis 2017. Während 2015 68,6 Millionen US-Dollar durch Werbung erzielt wurden, waren es 2017 bereits 257,4 Millionen US-Dollar (IAB 2018). Die Bereitschaft für Podcasts zu zahlen stieg seit 2016 zusätzlich an. 48% der Befragten erklärten sich bereit für einen Podcast von 30 Minuten zu bezahlen. 10% der Befragten würden ein Abonnement abschließen, wohingegen 37% nur für einzelne Podcast-Episoden zahlen wollen (Statista 2017a). Diese Statistiken zeigen, dass am Medium Podcast auch ein hohes kommerzielles Interesse besteht.

Aber nicht nur die Werbeindustrie oder Podcast-Vertreiber sehen in dem revolutionären Medium einen gewinnbringenden Nutzen. Auch Unternehmen bedienen sich sogenannter ‚Corporate-Podcasts‘, um mit Stakeholdern, der Presse oder Kunden zu kommunizieren. Dabei dient der Podcast als Marketing-Instrument, um neue Kunden zu gewinnen. Die Produktion von Podcasts ist für Selbständige eine lohnende Strategie für die Akquisition von Kunden.

Die Anzahl der Radioteilnehmer stagniert in Deutschland, haben jedoch in den vergangenen Jahre minimal abgenommen. Hörten 2015 noch 36,56 Millionen Menschen in Deutschland täglich Radio, so waren es 2016 geringfügig weniger, nämlich 36,35 Millionen. Die Tendenz der Radioteilnehmer, die selten oder nie Radio hören, hat zwischen 2014 bis 2018 konstant zugenommen. 2014 nutzten bereits 9,83 Millionen Menschen

kein Radio mehr und 2018 schalteten 10,53 Millionen das Radio nicht mehr ein (IfD Al-lensbach 2018). Dadurch ergibt sich eine langsame, aber stetige Abnahme von Radiohö-rern.

Die genannten Statistiken zeigen, dass sich das Podcasting in der Medienlandschaft fest etabliert hat. Von 2004 bis 2010 zweifelte man am Erfolg des neuen Mediums, denn es wurde lediglich als Trend erachtet. Heute gilt es dagegen als integraler Bestandteil der Mediennutzung im Internet. Podcast-Produzenten haben die Möglichkeit kreative For-mate zu erstellen und umzusetzen, da das Medium jung und formbar ist.

Das Ziel dieser Bachelorthesis ist die technische Konzeption und Produktion eines eige-nen Podcast, der mit künstlerischen Stilmitteln zur Unterhaltung beitragen will. Dabei werden grundlegende Aspekte des Podcasting berücksichtigt, die in der Literatur disku-tiert werden. Der aktuelle Forschungsstand wird dabei ebenso erläutert wie die theoreti-schen und technischen Grundlagen des Podcastings analysiert und aufgezeigt werden. Die folgenden Ausführungen bieten einen Leitfaden zur Theorie der Podcast-Produktion und geben gleichzeitig ein praktisches Beispiel zur Umsetzung.

2. Theoretische Grundlagen der Narration auditiver Medien

Der Podcast steht im Kontext einer kontinuierlichen Entwicklung auditiver Medien. Beginnend mit dem Hörfunk wurde in Deutschland 1923 die erste öffentlich-rechtliche Radio-Sendung in private Haushalte übertragen. Der Podcast baut auf diesen Grundlagen des technischen und narrativen Fortschritts auf. Deswegen wird zuerst die Entwicklung des Rundfunks in Deutschland und auditiver Speichermedien beleuchtet. Anschließend werden diese Medien definiert und differenziert. Schließlich wird die Funktionsweise, die Verbreitung und die Inhalte des Mediums genauer analysiert.

2.1 Entwicklung auditiver Medien

Die nun folgende, historische Entwicklung auditiver Medien steht im Fokus von Hörfunk, Hörspiel und Hörbuch, da sie mit dem Podcast vergleichbar sind. Musik, das populärste auditive Medium, bleibt hier unberücksichtigt, da sie nicht primär zum Storytelling dient.

2.1.1 Die Anfänge des Rundfunks als Grundbaustein auditiver Narration

Um die Beliebtheit des Podcasts im 21. Jahrhundert nachvollziehen zu können, muss man die gesamte Entwicklung der auditiven Medien betrachten. Die Geschichte des Radios und des Hörfunks begann bereits über 100 Jahre vor der Entwicklung des Podcasts und war damit der Grundbaustein für alle nachfolgenden auditiven Medien. Da die Geschichte des Rundfunks sehr umfangreich ist und in Deutschland auf das frühe 20. Jahrhundert zurück geht, wird nur kurz auf dieses Medium eingegangen.

In Deutschland wurde der Rundfunk hauptsächlich für den 1. Weltkrieg ausgebaut. Die Funkstationen wurden in diesen Jahren versiebenfacht. Sie dienten hauptsächlich zur militärischen Kommunikation, dem Abfangen feindlicher Nachrichten und zu Propagandazwecken (vgl. Kälin 1991: S.10-12). Nach dem ersten Weltkrieg gab es für den Rundfunk keine Verwendung mehr. Erst 1922 begann man mit dem Ausbau des öffentlichen Rundfunks. Dabei standen rein wirtschaftliche Interessen im Vordergrund. Inhaltliche Zielsetzungen gab es hingegen keine. Der erste Rundfunksender „Berliner Radio-Stunde“ ging am 29.10.1923 auf Sendung (vgl. Kälin 1991: S.17, Krug 2006: S.17). In den folgenden Jahren wurde der Rundfunk hauptsächlich für Musik genutzt. Die Übertragung von Stimmen war technisch schwer zu realisieren, da das Abspielen von Tonbändern nicht ohne

weiteres möglich war. Dadurch konzentrierten sich mündliche Berichte hauptsächlich auf Livebeiträge, wie z.B. die Nachrichtenübertragung, aber auch das erste Gedicht wurde 1923 gesendet. Bei der Übertragung von narrativen Inhalten beschränkte man sich auf kurze literarische Werke (vgl. Kälin 1991: S.34).

In den Jahren bis 1930 setzten sich vermehrt literarische Inhalte im Programm des Rundfunks durch. Diese waren zunächst wenig erfolgreich. Einer zunehmenden redaktionellen Auseinandersetzung mit dem Rundfunk gelang es in den Jahren 1930 bis 1933 einem neuen Medium zur Popularität zu verhelfen: dem Hörspiel (vgl. Kälin 1991: S.43f). Bereits nach der Entwicklung des Rundfunks versuchten viele Künstler, eine eigenständige Kunstform für das Medium zu erschaffen. Erste Ansätze gab es bereits 1924 mit dem Stück ‚Zauberei auf dem Sender‘ von Hans Felsch (vgl. Krug 2008: S.18), welches ein Jahr nach dem Sendestart übertragen wurde. Die erste Hörspieldefinition wurde im selben Jahr von Hans Sieber von Heister geschrieben. Er bezeichnete es als „das arteigene Spiel des Rundfunks“ (Schwitzke 1963: S.46).

2.1.2 Das Hörspiel als auditive Kunstform des Rundfunks

„Die früheren Hörspiele konnten einzig in den Funkhäusern produziert werden.“ (Krug 2008: S.21) Die Aussage von Krug verdeutlicht, dass das Hörspiel für den Rundfunk entwickelt wurde. Man hatte damals nicht die technischen Mittel, um ein Hörspiel selbst produzieren oder veröffentlichen zu können. Daher wurden alle Hörspiele nur in den Funkhäusern produziert. Zu Beginn der 30er Jahre spezialisierten sich Autoren auf die Kunstform des Hörspiels und schrieben eigene Werke. Die Autoren waren bereits mit Theaterstücken und Romanen berühmt geworden. Zu den erfolgreichen Autoren der Hörspielstücke gehörte unter anderem Bertolt Brecht (Lindberghflug, 1929), Alfred Döblin (Die Geschichte des Franz Bieberkopf, 1930) (vgl. Kälin 1991: S.50f) und Günter Eich (Leben und Sterben des großen Sängers Enrico Caruso, 1931) (vgl. Krug 2008: S.30). Gemäß Schwitzke waren die Jahre von 1929 bis Ende der 60er die „Blütezeit“ (Schwitzke 1963: S.52) des deutschen Hörspiels. Sie erlangten internationalen Erfolg und sicherte dem Rundfunk mit dem Hörspiel eine eigenständige Kunstform. Den ersten Welterfolg feierte das Kriegshörspiel von Ernst Johannsen ‚Brigadevermittlung‘ 1931 (vgl. Krug 2008: S.31f). In den Jahren des Nationalsozialismus ab 1933 wurde das Hörspiel hauptsächlich zu Propagandazwecken eingesetzt. 1938 waren 99,5 Prozent aller Hörspiele, die produziert werden sollten, Auftragsarbeiten. Freie Autoren konnten ihre eigenen Werke nicht

einbringen und wurden meistens abgelehnt (vgl. Krug 2008: S.47). Dennoch waren Hörspiele beliebt und der Rundfunk sendete nach wie vor neue Hörspiele. Der Inhalt der Stücke hatte sich aber verändert und die Kunstform wurde als politisches Werkzeug missbraucht.

Nach dem zweiten Weltkrieg wurde das erste Hörspiel in Deutschland circa zwei Monate nach Kriegsende in Berlin gesendet. Auch hier änderten sich die Inhalte wieder eklatant. Statt Propaganda wurden Stücke der Aufklärung gespielt, um der Manipulation des nationalsozialistischen Regimes entgegenzuwirken (vgl. Krug 2008: S.51f). Als bedeutende Hörspiele der Nachkriegszeit gelten ‚Draußen vor der Türe‘ (Wolfgang Borchert, 1947) und ‚Träume‘ (Günter Eich, 1951). Das Hörspiel von Eich galt damals aufgrund seines brutalen Inhalts als skandalös. Es wurde in den 80er Jahren dennoch 18 Mal gesendet (vgl. Krug 2008: S.52-54). In den 50er und 60er Jahren nahm die Popularität des Hörspiel weiter zu. Die Hörerzahlen stiegen auf zwölf Millionen. Zahlreiche Autoren versuchten sich in dem neuen Medium, darunter Ingeborg Bachmann (Der gute Gott von Manhattan, 1958), Heinrich Böll (Doktor Murkes gesammeltes Schweigen, 1958), Friedrich Dürrenmatt, Max Fischer, Gottfried Benn und Günter Grass (Hochwasser, 1957) (vgl. Krug 2008: S.55-58). Die Themen der 1950er Jahre „waren die Sinnlosigkeit des Krieges, der innere Widerstand, der Schuld-Sühne-Komplex, das Verhältnis zu den Juden. Später wurde die Wohlstandsgesellschaft behandelt und – mit der Tendenz zum Allgemein-Menschlichen – die Zeitgeschichte von Hiroshima bis zum Computer.“ (Krug 2008: S.60) Das Genre des Kriminalhörspiels, des Kinderhörspiels und des Dialekthörspiels wurden neu eingeführt (vgl. Krug 2008: S.66-68). Die Blütezeit des Hörspiels endete in den 60er Jahren mit der Verbreitung der Fernsehgeräte in den Haushalten. Die abendlichen Zuhörer wandten sich zunehmend dem neuen Medium Fernseher zu (vgl. Krug 2008: S.76-78).

Der damit verbundene Medienumbruch zwang die Hörspiel-Produzenten zum Einfallsreichtum. In Saarbrücken wurde das Hörspiel mit der Technik der Stereophonie erweitert. Sie ermöglichte dem Zuhörer ein neues Hörerlebnis. (vgl. Krug 2008: S.82-86). Die Stereophonie bot den Hörspielschaffenden eine neue Möglichkeit der Dramaturgie. Das Klangerlebnis ähnelt einer akustischen Bühne, wodurch der Zuhörer mehr in das Geschehen involviert war als bei der Monophonie. Der Inhalt der Geschichte konnte auf einer zusätzlichen Ebene erzählt werden und bedurfte keinem Wort mehr.

In den 70er Jahren war das Hörspiel kein reines Übertragungsmedium mehr, sondern wurde auch auf Kassetten gespeichert und vertrieben. Allerdings waren die Inhalte hier hauptsächlich für Kinder vorgesehen (vgl. Rühr 2010: S.76; Krug 2008: S.114f). In den 90er Jahren setzte man Adaptionen von erfolgreichen Büchern um, wie z.B. Umberto Eco's ‚Der Name der Rose‘ oder John R. R. Tolkiens ‚Der Herr der Ringe‘ (vgl. Rühr 2008: S.115). Nun waren Hörspiele nicht mehr ausschließlich auf den Hörfunk begrenzt, sondern konnten auch auf Speichermedien angehört werden.

Mit der Verbreitung der Digitaltechnik veränderte sich das Medium Hörspiel inhaltlich wie technisch. Produzenten waren nicht mehr auf den Rundfunk angewiesen und konnten ihre Hörspiele auch auf CDs vertreiben. Inhaltlich rückte dank der Digitaltechnik in der Postproduktion und bei der Aufnahme die Musik immer mehr in den Vordergrund. Man konnte Musik nun leichter einspielen und an die Geschichte anpassen. Da Musik Bilder in der Vorstellung des Zuhörers erzeugt, veränderte sich die Dramaturgie des Hörspiels. Die Autoren mussten die neuen Möglichkeiten im Spannungsaufbau berücksichtigen, um Fördergelder zur Finanzierung zu erhalten, da mit dem digitalen Wandel auch die Anzahl an Hörspielkonzepten stieg (vgl. Rühr 2008: S.149-153). Weitere technische Entwicklungen fanden im 21. Jahrhunderts statt und revolutionieren das Medium Hörspiel bis heute. In diesen Jahren entstand der Podcast.

Neben dem Hörspiel gibt es eine weitere populäre auditive Erzählform im Hörfunk: Das Feature. Während das Hörspiel eine Kunstform ist und fiktive oder historische Geschichten erzählt, so berichtet das Feature über reale Geschichten. Es entstand ursprünglich aus der Hörfolge und entwickelte sich nach dem 2. Weltkrieg zu einem eignen Genre. Der Inhalt des Features wird dokumentarisch erzählt (vgl. Rühr 2010: S.72). Dabei wird oft ein spezifisches Thema behandelt. Stilelemente sind Interviews und O-Ton Berichte. Außerdem bestehen Features oft aus Episoden und haben daher mehr Zeit, um ihre Inhalte dokumentarisch zu erzählen.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Feature von dokumentarischen Inhalten geprägt wird und meist in Episoden aufgeteilt ist, während das Hörspiel fiktive Inhalte erzählt. Das Hörspiel erlebte eine Entwicklung von den 1920er Jahren bis in das 21. Jahrhundert und war zu Beginn ein reines Übertragungsmedium. Dies änderte sich in den 1970er Jahren mit Verbreitung der Kassetten und in den 90er Jahren mit der Verbreitung

der CD. Inhaltlich begann das Hörspiel als Kunstform des Hörfunks, welche später eine Genrevielfalt entwickelte, die auch literarische Vorlagen adaptierte.

2.1.3 Das Hörbuch als Speichermedium

Neben dem Hörspiel und Feature hat sich seit 1987 das Hörbuch neben weiteren auditiven Medien, die nicht unmittelbar mit dem Rundfunk verbunden sind, etabliert. Dabei wurden akustische Inhalte auf einem abspielbaren Medium gespeichert, die man Tondokumente nannte. 1877 wurden bereits die ersten Tondokumente aufgezeichnet, indem man die auditive Information auf Walzen und Schallplatten presste. Auf diesen Dokumenten befanden sich unter anderem Reden von berühmten Persönlichkeiten, alltägliche Situationen oder nachgestellte Szenen (vgl. Rühr 2010: S.69-71).

Auch damals grenzte sich das Tondokument von dem bereits existierenden Hörfunk ab. Der Zweck der Tondokumente war es, Ereignisse akustisch zu dokumentieren und zu archivieren (vgl. Rühr 2010: S.83). Sie dienten nicht zur Unterhaltung oder wurden aus einer künstlerischen Absicht heraus produziert. Das Tondokument gilt in der Literatur als Vorgänger des Hörbuchs. Der Begriff kann dabei missverstanden werden. „Das Hörbuch wird in formaler Hinsicht als Speichermedium gesehen. [...] Ästhetisch betrachtet ist das Hörbuch jedoch ein akustisches Medium und folgt anderen Interaktionsformen und damit Bedeutungszuweisen.“ (Rühr 2017: S.31) Rühr führt aus, dass das Hörbuch genau wie das Tondokument auch ein Speichermedium ist. Allerdings besitzt das Hörbuch auch einen ästhetischen Charakter. Es dient damit nicht mehr zur reinen Dokumentation.

Das Hörbuch stellt zum gedruckten Buch (Printmedien) eine breitere Kommunikationsvielfalt zur Verfügung, indem es eingesprochen, aufgenommen und auf einem Speichermedium wiedergegeben wird. Dabei interpretiert das Hörbuch durch die Sprachgestaltung des Vorlesers auch immer den Inhalt des adaptierten Werkes eines Autors. Zugleich muss ein Hörbuch nicht zwangsweise eine Adaption eines Schriftstückes sein, sondern kann auch speziell als Hörbuch konzeptioniert werden. Außerdem prägt der Regisseur durch seine Interpretation und Inszenierung den Inhalt eines Hörbuch (vgl. Rühr 2010: S.137).

Das Hörbuch ist also ein Speichermedium, das inhaltlich vorrangig Bücher adaptiert und interpretiert.

2.2 Was ist ein Podcast? – Abgrenzung von anderen auditiven Medien

Die Begrifflichkeit Podcast besitzt in der Fachliteratur keine klare Definition. So gilt es, die unterschiedlichen Begriffe Podcast und Podcasting, Hörbuch, Hörspiel, Feature und Hörfunk nachfolgend zu differenzieren.

2.2.1 Definition und Begriffserklärung

Die Definition des Podcast wird in der Literatur und im Internet rege diskutiert. Man findet zahlreiche unterschiedliche Definitionen. Auch Produzenten von Podcasts finden keine eindeutige Definition. Philipp Niemann unterscheidet hierbei auch ausdrücklich zwischen Podcast und Podcasting. „Während mit „Podcasting“ grundsätzlich ein gesamtes, im Folgenden genauer zu bestimmendes Phänomen gemeint ist, bezieht sich der Begriff „Podcast“ auf die Inhalte / Produkte, die Podcasting ausmachen.“ (Niemann 2007: S.14) Diese Unterscheidung soll hier kurz erläutert werden, denn in der Praxis sowie in der aktuellen Literatur werden die Bezeichnungen Podcast und Podcasting oft als Synonyme verwendet. Die Unterschiede beider Begrifflichkeiten erläutert die Definition von Huber, Matthes und Stenneken. Die beiden Begriffe werden folgendermaßen definiert:

„Unter Podcasting wird das Produzieren und Anbieten von Audio- oder Videodateien über das Internet verstanden. Eine Serie von regelmäßig angebotenen Audio- oder Videodateien, welche über einen RSS-Feed automatisch bezogen oder heruntergeladen werden können, wird als Podcast bezeichnet.“ (Huber Matthes Stenneken 2008: S.17)

Diese Definitionen bilden nicht die Grundlage dieser Arbeit, sind aber im Wesentlichen präzise und bilden ein Fundament zum Verständnis der Begrifflichkeiten. Podcasting ist also der übergeordnete Prozess zur Produktion des Mediums, während der Podcast das Ergebnis dieses Prozesses und das Medium an sich ist.

Niemann nennt 2007 bereits mehrere unterschiedliche Definitionen von Podcasting. In der Anfangsphase ab 2007 führten beispielsweise der „Duden“ oder das „New Oxford American Dictionary“, den Begriff Podcast auf, lieferten aber nur eine unpräzise Definition (vgl. Niemann 2007: S.14f). Das Hauptproblem der ersten Definitionen war, dass sie sich explizit auf digitale Audiodateien beschränkten.

Das Problem wird bereits in der Publikation von Annik Rubens 2006 deutlich. Sie bezeichnet einen Podcast als „eine kleine Sendung im Internet, die man beispielsweise auf einen iPod übertragen und unterwegs hören kann. [...] Denn was einen richtigen Podcast ausmacht, ist die Möglichkeit, ihn sehr einfach regelmäßig zu hören.“ (Rubens 2006: S.viii) Es werden aber auch Video-Podcasts produziert, wie z.B. ‚Die Kanzlerin direkt‘. Dieser Video-Podcast des Bundeskanzleramtes, der seit Juli 2006 wöchentlich auf der Seite des Bundeskanzleramtes veröffentlicht wird, kann als Video- oder Audiodatei oder als Textdokument (PDF) heruntergeladen werden (vgl. Bundeskanzlerin 2006). Daher sind Podcasts nicht ausschließlich Audiodateien. Rubens erwähnt in ihrer Definition einen essenziellen Bestandteil eines Podcasts: Die Regelmäßigkeit. Ein Podcast besteht aus einer Reihe einzelner Episoden, die regelmäßig veröffentlicht werden.

Auch Niemann resümiert, dass Podcasts eine Regelmäßigkeit besitzen und dazu noch mit einer besonderen Technologie ausgestattet sind. Er bezieht sich auf die Definition der freien Enzyklopädie Wikipedia von 2006 zum den Begriff Podcasting. Diese Definition deckt sowohl Video- als auch Audiodaten ab und inkludiert einen weiteren wesentlichen Bestandteil. Der Podcast kann abonniert werden und mit Hilfe der Technologie namens RSS¹ werden neue Episoden automatisch auf das Endgerät aus dem Internet heruntergeladen (vgl. Niemann 2007: S.17). Da der Eintrag zu Podcasting mittlerweile 13 Jahre alt ist und nicht mehr existiert, wird die aktuelle Definition des Begriffs Podcast zitiert:

„A podcast or generically netcast, is an episodic series of digital audio or video files which a user can download in order to listen to. It is often available for subscription, so that new episodes are automatically downloaded via web syndication² to the user's own local computer, mobile application, or portable media player.“ (Wikipedia 2019)

Anhand des Beispiels Wikipedia wird deutlich, dass eine Differenzierung von Podcast und Podcasting nicht nötig ist, da Wikipedia bei der Suche nach dem Wort Podcasting auf den Eintrag Podcast verweist und ihn als Unterkategorie ansieht. Dazu beschränkt die

¹ RSS stand früher für Rich Site Summary, mittlerweile für Really Simple Syndication und wurde für Web-Feeds entwickelt. Diese Technologie ermöglicht es Änderungen auf Webseiten automatisch zu erkennen und Benachrichtigen zu senden.

² Damit sind meistens RSS-Feeds gemeint.

Definition von Wikipedia 2019 die Benutzbarkeit nicht nur auf mobile Endgeräte, sondern dehnt sie auf alle Endgeräte aus, die digitale Audioinhalte abspielen können.

Von Dario Llinares, Neil Fox und Richard Berry wird die Definition über mehrere Artikel zu ergründen versucht. In der Einleitung bezeichnen die Autoren einen Podcast wie folgt:

„On the surface, podcasting is a delivery mechanism, a means of distributing MP3 audio files across the Internet.“ (LLinares Fox Berry 2018: S.5)

Bei dieser Definition liegt der Fokus auf dem Verteilungsmechanismus. Der Podcast ist also nur ein Mittel MP3-Dateien über das Internet zu verbreiten. Hier ist das ursprüngliche Problem, die Audioexklusivität, wieder enthalten, da die Definition sich explizit auf das Dateiformat MP3 festlegt. Damit würden unkomprimierte Audiodateien ebenso ausgeschlossen werden wie Videodateien. Der Ansatz des Mechanismus wird von anderen Autoren ebenfalls erwähnt und ausgeführt.

Brigitte Hagedorn, eine Podcast-Produzentin, definiert in ihrer Publikation den Podcast folgendermaßen:

„Ein *Podcast* ist eine *Audio/Video-Datei* plus *RSS-Feed*.“ (Hagedorn 2016: S.12)

Hier inkludiert sie ebenfalls Audio- und Videodateien, sowie einen RSS-Feed. Sie erläutert in ihrer Definition nicht auf welchen Endgeräten der Podcast zu hören ist. „Das heißt, ein Podcast ist eigentlich eine Technologie.“ (Hagedorn 2016: S.12) Damit befreit Hagedorn den Begriff Podcast von Audioexklusivität und Gerätgebundenheit und erweitert ihn zu einer Technologie. Ihre Definition bildet in dieser Bachelorarbeit die Grundlage zum Verständnis des Podcast. Jedoch zeigen alle genannten Definitionen die Meinungsverschiedenheiten auf. Selbst fachkundige Journalisten und Podcast-Produzenten sind sich nicht einig, wie der Begriff genau zu definieren ist. Dabei wissen in Deutschland laut einer Umfrage lediglich 15% aller Befragten nicht, was unter dem Begriff Podcast zu verstehen ist. 39% hingegen können das Medium Podcast richtig beschreiben, während die übrigen 46% von dem Begriff zwar gehört haben, jedoch keine genaue Vorstellung mit ihm verbinden (Statista 2017b). Die meisten Menschen in Deutschland wissen genau oder in etwa was ein Podcast ist, dennoch kann der Begriff bis heute nur wage eingegrenzt werden.

Es stellt sich zusätzlich die Frage, ob der Podcast überhaupt ein Medium ist. Diese Frage lässt sich ebenfalls nicht einfach beantworten. In der Literatur werden hier zwei unterschiedliche Medienbegriffe benannt. Die Medien erster und zweiter Ordnung bzw. der

technische Medienbegriff und der institutionelle Medienbegriff (vgl. Niemann 2007: S.53). Da das Medium als Technologie deklariert wurde, ist es folgerichtig es dem technischen Medienbegriff zuzuordnen. Der institutionelle Medienbegriff ist hingegen fragwürdig und wird weithin abgelehnt. Zur Begründung wird eine hier nicht zwangsläufig notwendige Institution, die das Medium vertritt, wie z. B. beim Radio der Rundfunk, angeführt (vgl. Niemann 2007: S.56–58). „Das allerdings ein Potential in Richtung zweite Medienebene besteht, ist nicht zu bestreiten.“ (Kühn 2010: S.84) So können wir den Podcast als Medium bezeichnen, wobei der institutionelle Medienbegriff nicht zutrifft. Damit bleibt der Podcast ein technisches Medium, da die Institutionalisierung schwer zu realisieren und womöglich nicht gewünscht ist.

Zusammenfassend wird in vorliegender Arbeit der Podcast als ein technisches Medium betrachtet, das einzelne Audio-/Videodateien mit RSS Feed über das Internet regelmäßig veröffentlicht und automatisiert und auf ein podcast-fähiges Endgerät herunterlädt bzw. streamt. Dabei ist anzumerken, dass Streaming³ in den Definitionen bislang nicht erwähnt wurde. Die meisten Plattformen, die Podcasts anbieten, können jedoch den Podcast streamen. Dazu ist der automatisierte Download nicht zwangsweise notwendig. Da sich diese Arbeit ausschließlich auf das Narrativ, die Konzeptionierung und die technische Realisierung eines Audio-Podcasts fokussiert, wird hier der Begriff Podcast als Synonym für den Audio-Podcast verwendet.

2.2.2 Begriffsherkunft und Anfänge des Podcast

Im Jahr 2000 initiierten der MTV-Moderator Adam Curry und der Programmierer Dave Winer die Idee des Podcast. Dafür programmierte Winer den für den Podcast essenziellen RSS-Feed, der künftig von weiteren Programmierern für unterschiedliche Betriebssysteme optimiert werden sollte (vgl. Niemann 2007: S.13). Die Idee hingegen kam von Curry, da dieser versuchte „das Fernsehen ins Internet [zu] bringen“ (Rubens 2006: S.viii). Die erste Überlegung beschäftigte sich mit der Möglichkeit Talkshows bzw. Videodaten zu automatisieren und auf ein Endgerät herunterzuladen. Es stellte sich schnell heraus, dass Videos ein zu großes Datenvolumen besitzen. Winer machte es schließlich mit der RSS-

³ Streaming bezeichnet das Abspielen einer Audio- oder Videodatei, die nur für die Abspieldauer temporär auf dem Endgerät gespeichert. Dazu benötigt das Endgerät dauerhaft eine Internetverbindung, da das Abspielen ansonsten nicht möglich ist.

Feed Technologie möglich Videodaten automatisiert herunterzuladen, während sich Curry auf die Produktion von Audioinhalten konzentrierte (vgl. Rubens 2006: S.ix). Er veröffentlichte 2004 seinen ersten Audio-Podcast mit dem Namen ‚Daily Source Code‘ (vgl. Niemann 2007: S.13). Die Voraussetzung für das automatisierte Downloaden war ein Abonnement für den Podcast. Im Gegensatz zu Zeitschriftenabonnements sind hier aber nicht Verträge gemeint, sondern bezeichnen nur die Automatisierung des Herunterladens (vgl. Kühn 2010: S.74).

In der Folge breitete sich das Medium rasant aus und gewann eine Diversität, die die unterschiedlichsten Branchen, Künstler, Privatpersonen und Unternehmen dazu inspirierte, sich an diesem Medium auszuprobieren.

Die Etymologie des Wortes Podcast ist nicht eindeutig geklärt. Die Bezeichnung Podcast wird in der Literatur dem BBC Journalisten Ben Hammersley zugeschrieben, der die Wörter iPod und Broadcast miteinander verband (vgl. Cochrane 2005: S.11). Da die Bezeichnung auf das von Apple entwickelte mobile und digitale Medienabspielgerät iPod zurück geht, wirbt der Podcast bis heute für die Marke Apple. Broadcast bedeutet Übertragung oder Sendung. Betrachtet man das Wort Podcast an sich, so ist es frei übersetzt eine Sendung für mobile tragbare Medienabspielgeräte. Annik Rubens erwähnt den Namen Dannie Gregoire als Initiator des Namens (vgl. Rubens 2006: S.ix). Allerdings erschien sein Artikel „How to handle getting past episodes?“ im September 2004 (vgl. Gregoire 2004), während Ben Hammersley’s Artikel „Audible revolution“ bereits im Februar 2004 im „Guardian“ erschien (vgl. Hammersley 2004). Daher kann man die Namensgebung eher Ben Hammersley zuschreiben, obwohl man nicht genau weiß, ob er einen bereits vorhandenen Begriff übernahm.

2.2.3 Differenzierung

Durch die vorher genannte Definition eines Podcasts und die Erläuterung des Hörfunks, Hörspiels, Features, Tondokument und Hörbuch ist eine Abgrenzung des Podcast zu anderen auditiven Medien möglich. Hier soll noch einmal betont werden, dass die Begriffe der genannten Medien nicht eindeutig zu definieren sind, wie in Kapitel 2.1 *Entwicklung auditiver Medien* erläutert wird. Pinto erklärt den Unterschied zwischen Hörspiel und Hörbuch wie folgt:

„Unter Hörbuch versteht man im eigentlichen Sinne das *Distributionsmedium*, das – hinsichtlich der darüber verbreiteten Inhalte und *Textgattungen* – vortrefflich auf Lesungen (von Romanen, Kurzprosa und Poesie) spezialisiert ist. Hörspiele und Features sind grundsätzlich *akustische Gattungen*, die dem *Broadcast-Medium Rundfunk* entsprungen sind, also keineswegs dem traditionellen Buch- oder sonstige Print-Verlagswesen.“ (Pinto 2017: S.89)

Pinto führt weiter aus, dass das Hörspiel oft als Untergattung des Hörbuchs angesehen wird, da beide Medien auch als digitale Distributionen auf CD oder über das Internet vertrieben werden (vgl. Pinto 2017: S.90f). Dies ist falsch. Beide Begriffe sind eine unterschiedliche Gattung, so wie sie Pinto erläutert.

Die Gemeinsamkeiten der genannten Medien sind auf den ersten Blick zu erkennen. Alle Medien sind ausschließlich akustisch wahrnehmbar. Die Medien bedienen sich zahlreicher ähnlicher Elemente, wie z.B. der Musik, eines Erzählers, eines Schauspielers und des Sounddesigns. Man kann die Medien dennoch voneinander abgrenzen und die Eigenheiten benennen.

Einen signifikanten Unterschied der genannten Medien im Vergleich zeigt vorliegende Arbeit markant auf: Der Podcast ist nicht durch seinen Inhalt definiert. Während das Feature und Tondokument sich auf dokumentarische Eigenschaften, das Hörspiel auf fiktive, dramatische und historische Geschichten und das Hörbuch auf Buchadaptionen spezialisieren, so kann der Podcast alle diese Charakteristika zum Inhalt haben. Der Podcast ist für alle Inhalte offen und wird nicht durch seine Definition inhaltlich eingegrenzt. Möglich ist dies, da der Podcast neben seiner Funktion als Medium auch eine Technologie ist. Feature und Hörspiel entstanden aus dem Hörfunk, während man Hörbücher und Tondokumente nur auf Speichermedien kaufen konnte.

Entscheidend ist hierbei das Internet. Was dem Hörspiel der Rundfunk war, ist dem Podcast das Internet als Mittel des Vertriebs. Das Hörspiel konnte anfänglich nur in den Funkanstalten produziert und gesendet werden, wohingegen der Podcast mittlerweile von jedem Interessenten, auch mit geringem technischen Verständnis, produziert werden kann. Durch die vergleichsweise einfache Veröffentlichung eines Podcasts kann jeder Inhalte zu diversen Themen produzieren. Dabei können Inhalte komplett frei erzählt werden. Sie müssen sich keiner vorgegebenen Dramaturgie, keiner Erzählstruktur oder

kommerziellen Interessen beugen. Das Medium Podcast kann alle auditiven Medien inhaltlich in einem neuen Medium vereinen.

Eine zusammenfassende Übersicht über die Differenzierung von Medium und Gattung bietet *Tabelle 1*. Anzumerken ist, dass seit einigen Jahren ebenfalls Hörbücher und Hörspiele über das Internet vertrieben werden und Webradios existieren. Die charakteristischen inhaltlichen Eigenschaften der Medien sind aber weiterhin beständig.

	<i>Medium</i>	<i>Gattung</i>
Hörspiel / Feature	Broadcast-Medium	Akustisch
Hörbuch	Speichermedium	Literarisch
Audio-Podcast	Technisches Medium	Divers ⁴

Tabelle 1: Gliederung der Begriffe Hörspiel / Feature, Hörbuch und Audio-Podcast nach Medium und Gattung

2.3 Kontext des Podcastings

Doch die Definition allein generiert kein einheitliches Bild, wie ein Podcast funktioniert, wie er umgesetzt werden kann oder welche Inhalte er vermittelt. Dies soll nachfolgend weiter präzisiert werden.

2.3.1 Funktionsweise und Angebot von Podcasts

Zur Funktionsweise und zum Angebot des Podcast führt Niemann neben der Voraussetzung einer breitbandigen Internetverbindung drei weitere wichtige Kriterien an:

- „(1) Dateien, die Inhalte der jeweiligen Podcast-Episode enthalten,
- (2) Software, die den automatisierten Bezug neuer Podcast-Episoden bzw. Synchronisation mit einem mobilen Abspielgerät ermöglichen, sowie
- (3) eine Technologie, die der Podcast-Bezugs-Software Informationen darüber bereitstellt, ob es eine neue Podcast-Episode gibt und von welchem Server im Internet diese heruntergeladen werden kann.“ (Niemann 2007: S.17f)

⁴ Der Audio-Podcast ist als Gattung nicht definiert. Seine Inhalte sind vielfältig und können akustisch wie literarisch sein.

Zunächst werden kurz die Dateien vorgestellt, wobei sich bezüglich der Audio-Podcasts die Auswahl auf digitale Audio-Dateien beschränkt. Man unterscheidet zunächst zwischen komprimierten und unkomprimierten Formaten. Das weitverbreitetste und damit beliebteste Format für Audio-Podcasts ist nach wie vor das komprimierte MP3-Format. Die Vorteile der MP3-Datei liegen bei einer extremen Komprimierung der Dateigröße bei akzeptabler Audioqualität. Neben dem MP3-Format kommt das AAC-Format zum Einsatz, das insbesondere von Applegeräten unterstützt wird und Metadaten beinhaltet (vgl. Niemann 2007: S.18). Eine dritte Möglichkeit bietet das WMA-Format, das wiederum von Windowsgeräten unterstützt wird (vgl. Hagedorn 2015: S.54).

Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Software, die das Podcast-Hören ermöglicht. Diese Softwares werden gemein hin als Podcatcher oder Podcast-Client bezeichnet (vgl. Rubens 2006: S.3). Sie sind als Apps für Android- oder iOS-Mobiltelefone in den jeweiligen Stores erhältlich und können für den Computer via Internet heruntergeladen werden. Da es eine unüberschaubare Auswahl an Podcatchern gibt, werden hier nur die Grundprinzipien dieser Softwares erläutert und die gängigsten vorgestellt. Die erste Software wurde von Adam Curry unter dem Namen iPodder selbst ins Leben berufen; sie existiert noch heute als Juice (vgl. Niemann 2007: S.18). Erwähnen muss man die Plattform iTunes, die maßgeblich am Erfolg des Podcast beteiligt war. Dies lag einerseits an der einfachen Bedienbarkeit des Programms, aber vor allem auch an dessen kostenlosen Verfügbarkeit. Ebenfalls wurden weitere Funktionen, wie z.B. die Suchfunktion, eingeführt. Sie ermöglichte es beliebige Podcasts entdecken zu können. Außerdem wurde das Abonnieren der Podcast mit einem Klick möglich gemacht (vgl. Rubens 2006: S.3–10). Diese Funktionen sind für

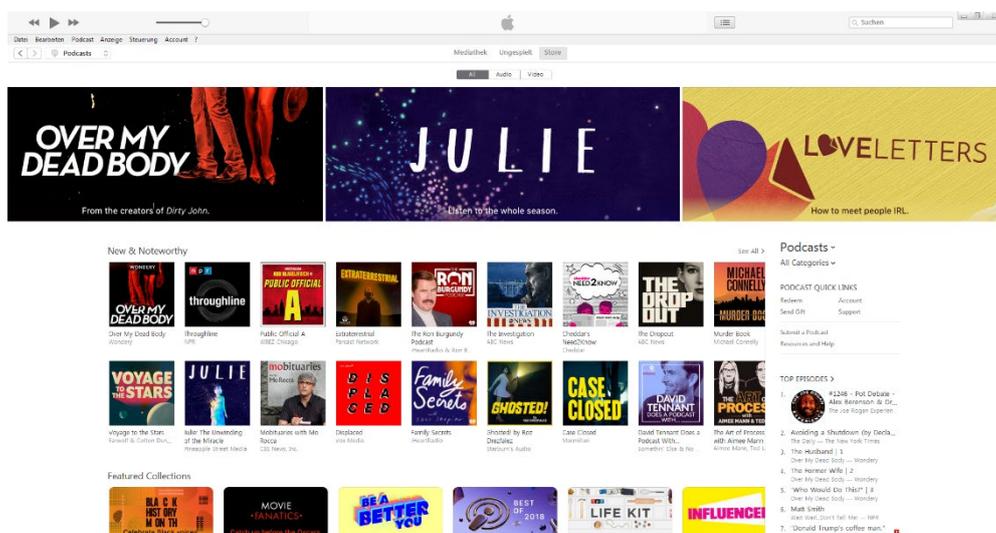


Abbildung 1: Apples iTunes Store mit Podcast-Angeboten

alle modernen Podcatcher selbstverständlich, wurden aber ursprünglich von Apple eingeführt. Heute sind Podcasts nach wie vor in Apples iTunes Store zu finden, vgl. *Abbildung 1*, wobei sich die Funktionen kontinuierlich weiterentwickeln.

Werden nun diese Podcatcher für das Hören von Podcasts primär benutzt? Betrachtet man die Umfrage der ARD-Werbung Sales & Services so konsumieren 45% der Hörer Podcasts über die Webseite des Podcast-Anbieters. 34% greifen auf Podcast-Apps ihres Mobiltelefons zurück. 25% bemühen Streamingdienste, 15% Musikplattformen und 8% Aggregatoren (ARD-Werbung Sales & Services 2017). Dabei sind alle Möglichkeiten, bis auf die Webseite des Podcast-Anbieters, Podcatcher. Das Ergebnis ist insofern bemerkenswert, weil das Abonnieren und automatisierte herunterladen auf der Webseite der jeweiligen Anbieter entfällt. Diese müssen manuell auf der jeweiligen Seite des Anbieters ihre Episoden herunterladen oder streamen. Auch Hagedorn bezeichnet diesen Weg des Konsumierens eines Podcasts als Nachteil (vgl. Hagedorn 2016: S.13).

Denn nach einer Umfrage von BLM, BVDW und VAUNET haben hingegen nur 32% der Befragten angegeben, den Podcast auf der Seite des Podcast-Anbieters zu hören. Hier ist auffällig, dass 47% der Befragten Podcasts auf Videoplattformen anhören (BLM; BVDW; VAUNET 2017). Dabei muss erwähnt werden, dass es sich hier nicht um klassische Video-Podcasts handelt, sondern um Audio-Podcasts, die von den Anbietern oder Dritten beispielsweise auf YouTube ohne Bildinhalte hochgeladen werden. Alle Episoden des Podcast ‚Sanft und Sorgfältig‘ finden sich auf YouTube wieder, sind aber nicht von den Produzenten selbst online gestellt worden (vgl. YouTube 2012). Grund dafür ist die hohe Reichweite von YouTube. Zusätzlich verwenden viele Benutzer YouTube als Musikplayer. An zweiter Stelle der genutzten Plattformen steht iTunes mit 40% und Musikstreaming-Dienste mit 39%. Podcatcher werden hier nur von 29% der Nutzer verwendet (BLM; BVDW; VAUNET 2017a).

Betrachtet man die Umfrage von Statista bezüglich der Frage „Woher beziehen Sie Podcasts?“, so geben auch hier 41% der Befragten an, sie direkt von der Webseite des Produzenten zu beziehen. Bei der Umfrage wurde also deutlich, dass die Nutzungsgewohnheiten altersabhängig sind: Personen unter 36 Jahren beziehen Podcasts vermehrt von Podcast-Apps, Spotify oder SoundCloud (Statista 2017c). Neuere Technologien wie z.B. *Spotify* und Podcast-Apps werden damit hauptsächlich von einer jüngeren Zielgruppe verwendet, die ältere Zielgruppe bevorzugt dagegen den Vertrieb über die Webseite.

Zuletzt sei noch auf den von Niemann dritten Punkt, den der Technologie (vgl. Niemann 2007: S.17f), eingegangen. Durch die Technologie erhalten die Podcatcher Informationen zur Veröffentlichung und zum Herunterladen neuer Podcast-Episoden. Sie wird als Syndication bezeichnet. Umgesetzt wurde die Technologie als sogenannte Really Simple Syndication oder kurz RSS. Seit der Weiterentwicklung im Jahre 2002 des schon seit Ende der 90er Jahre existierenden RSS-Feeds von Dave Winer, ist der RSS-Feed für Podcast geeignet. RSS basiert dabei auf der Extensible Markup Language (XML) und wird über das HTTP-Protokoll übermittelt (vgl. Niemann 2007: S.19f). Die grundlegende Funktion der RSS ist folgende: Der Betreiber einer Webseite, beispielsweise ein Podcast-Produzent, kann auf seiner Webseite RSS einbinden. In dem generierten RSS-Feed der Webseite werden nun alle Aktualisierungen der Inhalte auf der jeweiligen Webseite aufgelistet und automatisch synchronisiert. Sollte auf einer Webseite ein neuer Podcast hochgeladen werden, so wird dies im RSS-Feed vermerkt. Ein sogenannter RSS-Reader kann RSS-Feeds von Webseiten auslesen. Podcatcher sind beispielsweise RSS-Reader, die auf das Auslesen von Podcasts spezialisiert sind. Sobald also ein Podcast in dem Podcatcher abonniert wurde, schaut das Programm automatisiert regelmäßig in den abonnierten RSS-Feed nach Aktualisierungen und neuen Inhalten. Ist ein neuer Podcast erkannt worden, kann er den Podcast automatisch herunterladen. Möglich ist dies, da im RSS-Feed die URL des Downloadortes der Podcast-Datei hinterlegt ist (vgl. techfacts).

Angemerkt sei, dass nicht nur Podcasts mit RSS-Feeds aktualisiert werden können. Es gibt Nachrichtenwebseiten, Blogs oder Zeitungswbseiten, die RSS benutzen, wie z.B. die Tagesschau der ARD (vgl. tagesschau 2015). Ein Podcast-Produzent muss deswegen stets einen RSS-Feed mitgenerieren, wenn sein Podcast über das Internet verbreitet wird. Außerdem bedarf es einem Server, auf dem die Dateien gespeichert sind. Man kann dazu einen eigenen Webserver benutzen. Viele Podcast-Produzenten besitzen keine eigene Webseite, sondern lassen ihre Podcasts bei Podcatchern wie Spotify oder iTunes listen. Es gibt spezielle Hostingservices, die gegen eine Gebühr oder kostenlos das Hosting übernehmen (vgl. Hagedorn 2016: S.109). Ein Beispiel ist die Webseite podcaster.de, auf der man seinen Podcast ab einem Euro pro Monat hosten lassen kann (vgl. Podcaster).

2.3.2 Anbieter und Nutzer von Podcasts

Nachdem die Verbreitung und Nutzung der Podcasts erörtert wurde, stellt sich nun die Frage, welche Intention dem Medium Podcast zugrunde liegt und welche Zielgruppe auf

diese Technologie zugreift. Zum aktuellen Stand gibt es ein großes Spektrum an Podcast-Anbietern auf den Podcatchern, was den Erfolg des Mediums aufzeigt.

Niemann unterscheidet bei der Herstellung von Podcasts zwei Typen von Akteuren, die „den Podcast inhaltlich verantworten“ (Niemann 2007: S.23). Die Akteurstypen ‚Natürliche Person‘ und ‚Juristische Person‘.

Unter einer ‚Natürlichen Person‘ versteht er alle Podcast-Produzenten, die individuell und personengebunden Podcasts produzieren. ‚Natürliche Personen‘ können ‚Profis‘ sein, wenn sie mit den Podcasts einen kommerziellen Zweck verfolgen, während ‚Amateure‘ das Medium primär nicht aus finanziellen Gründen produzieren. Dabei nimmt er weitere Unterteilungen in Subkategorien nach den Kriterien ‚qualifiziert‘ und ‚nicht qualifiziert‘ vor (vgl. Niemann 2007: S.23f). Unter dem Begriff ‚qualifiziert‘ versteht Niemann eine ‚Natürliche Person‘, „wenn sie entweder eine wie auch immer geartete journalistische bzw. PR-Ausbildung absolviert hat (Studium, Volontariat, etc.) oder über erwähnenswerte Praxiserfahrung im Bereich Journalismus oder PR verfügt.“ (Niemann 2007: S.24)

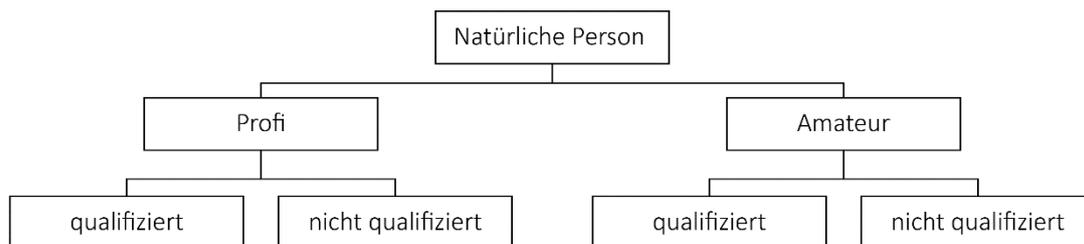


Abbildung 2: Subkategorien der Kategorie ‚Natürliche Person‘ der Podcast-Typologie nach Akteurstypen (Niemann 2007: S.24)

Bei dem Akteurstyp ‚Juristische Person‘ bezieht sich Niemann auf alle Podcast-Produzenten, die nicht als ‚Natürliche Personen‘ in Erscheinung treten, sondern als Einrichtungen, Unternehmen, Organisationen, Podcasts veröffentlichen. Diese untergliedert er wiederum in vier Unterkategorien: „Privatwirtschaftliche Unternehmen“, „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk“, „Kirchen“ und „Politische Institutionen“ (Niemann 2007: S.26).

Diese agieren als Hauptakteure bei der Produktion vieler Podcasts, veröffentlicht als ‚Juristische Personen‘. Selbstverständlich gibt es weit mehr Organisationen, die Podcasts produzieren. Hier wurden bereits exemplarisch Podcast-Produzenten ‚Juristischer Personen‘, wie die „Tagesschau“ (vgl. Tagesschau 2015) oder die Bundeskanzlerin (vgl. Bundeskanzlerin 2006) genannt. Dabei zählt die „Tagesschau“ zur Unterkategorie „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ und die Bundeskanzlerin zu „Politischen Institutionen“.

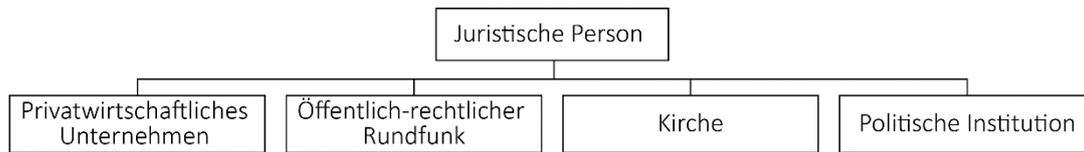


Abbildung 3: Subkategorien der Kategorie "Juristische Person" der Podcast-Typologie nach Akteurstypen (Niemann 2007: S.24)

Vorliegende Arbeit schließt sich der Typologie von Niemann an, da diese Gliederung schlüssig erscheint. Dennoch soll hier kritisch bemerkt werden, dass mittlerweile viele ‚Natürliche Personen‘ durch Spenden und Werbeeinnahmen teilweise erhebliche Einnahmen, und das z.T. als Nebenverdienst, mit Podcasting erzielen. Es sei darauf hingewiesen, dass die ursprüngliche Intention des Podcastings nicht primär der Gelderwerb war. Er hat sich erst im weiteren Verlauf der Nutzung abgezeichnet.

Nachdem die Anbieter einer Kategorisierung unterzogen wurden, muss auf den Zweck bzw. die Intention des Podcastings eingegangen werden: Warum produzieren natürliche oder juristische Personen Podcasts?

Ein zentraler Punkt wurde bereits bei der Kategorisierung genannt: Der Gelderwerb. So konnten Dawn Miceli und Drew Domkus mit ihrem Podcast ‚Dawn and Drew Show‘ bereits 2006 so viel Geld verdienen, dass Drew seinen Job als Webdesigner aufgab (vgl. Rubens 2006: S.27). Hagedorn führt dagegen acht Argumente an warum der Podcast ein sehr starkes Marketing-Instrument ist:

„Hören ist persönlicher als Lesen“, „Podcasts stärken die eigene Marke“, „Podcasts sind zielgerichtet“, „Podcasts sind unaufdringlich...“, „Podcasten bildet“, „Podcasts machen sichtbar“, „Podcasts sind nachhaltig“ und „Podcasts sind anders“ (Hagedorn 2016: S.23-25).

Mit diesen Argumenten verdeutlicht sie, warum Podcasting als Pull-Strategie für Unternehmen oder Selbstständige im Marketing eingesetzt werden kann. Des Weiteren führt Hagedorn auf, wie Podcasts auch zur Unternehmenskommunikation, zu Bildungszwecken wie auch als akustisches Mailing beitragen (vgl. Hagedorn 2016: S.25).

Huber, Matthes und Stenneken verfolgen eine ähnliche Intention und setzen Podcasts ebenfalls zur internen und externen Unternehmenskommunikation ein. Sie führen aus, dass Podcasts intern zu Fortbildungen oder Informationsverbreitung dienen. Extern kann der Podcast als weiterer Kommunikationskanal mit Kunden, Stakeholdern oder der Presse genutzt werden (vgl. Huber Matthes Stenneken 2008: S.22). Ein weiteres

Einsatzgebiet ist der Journalismus. Staschen rät mobilen Journalisten Podcasts über einen eigenen Blog oder auf Podcatchern Inhalte ihrer Arbeit anzubieten, um mehr Aufmerksamkeit von einer breiten Öffentlichkeit zu erlangen (vgl. Staschen 2017: S.100).

Ein zentraler Zweck des Podcastings ist die Unterhaltung und das Storytelling. Gibt es doch viele ‚Natürliche Personen‘, die als Hobby-Produzenten ihre Gedanken, Meinungen, Expertisen oder ihren Humor der Öffentlichkeit via Podcast mitteilen. Fordon plädiert ebenfalls für das Storytelling über den Podcast. Sie bezieht sich dabei auf die externe Unternehmenskommunikation, jedoch mit einem anderen Ansatz:

„Nutzen Sie auditives Storytelling, um Menschen zu einem aktiven Teil Ihrer Geschichte werden zu lassen. So können Sie beispielsweise eine Mitmach-Geschichte kreieren, die sich um Ihr Produkt dreht und zum Ziel haben soll, dieses zu verbessern.“ (Fordon 2018: S.63)

Dabei ist die interaktive Gestaltung beim Storytelling ein kreatives und beliebtes Stilmittel. Alle oben genannten Beispiele haben die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten für das Medium des Podcast veranschaulicht.

Die letzten Fragen dieses Abschnitts sind: Wer hört eigentlich Podcast? Wann werden Podcast gehört? Und zu welchen Themen werden Podcasts besonders gerne gehört?

Um diese Fragen genauer analysieren zu können, werden Umfragen betrachtet. Die erste Frage lässt sich nicht genauer beantworten: 31% der Hörer sind zwischen 14 und 29 Jahre alt, 40% zwischen 30 und 49 Jahre und 29% 50 Jahre und älter (Horizont 2017a). Diese Umfrage bezieht sich auf Deutschland. Zu den Geschlechtern wurde keine Auskunft gegeben. Interessant ist also, dass die Mehrheit der Podcast-Hörer erwachsen sind und sich im Arbeits- und Familienleben befinden.

Erklärbar ist dies eventuell mit der Beantwortung der Frage, wo und zur welcher Tageszeit am meisten Podcasts gehört werden. 66% der Befragten gab an, den Podcast zuhause zu hören. Ebenfalls werden Podcasts zu 37% im Zug/Fernverkehr, zu 29% im Auto und zu 26% im Bus/ÖPNV gehört. Damit sind nur die Beschäftigten bei der Hausarbeit mit 34% und beim Einschlafen mit 31% höher (BLM; BVDW; VAUNET 2017b). Interessant ist, dass sich unter der Woche 28% der Hörer Podcasts morgens anhören. Am meisten werden Podcasts sowohl unter der Woche mit 59% als auch am Wochenende mit 54% am Abend gehört. Dennoch liegt nahe, dass Podcasts gerne auf dem Weg zur Arbeit, Schule

oder der Universität gehört werden, da der Konsum von Podcasts am Wochenende morgens um 10% sinkt (Horizont 2017b). Dies wird von der bevorzugten Episodenlänge unterstützt. Hier liegt der beliebteste Wert bei 15 Minuten, wie 35% der Befragten aussagen. Fünf Minuten und 30 Minuten wurden jeweils mit 23% und 22% angegeben. Diese Werte entsprechen einem durchschnittlichem Arbeits- oder Schulweg.

Welche Themen sind laut Umfrage von BLM; BVDW; VAUNET dabei am relevantesten für die Hörer? Unterhaltung und Comedy sind mit 42% die beliebtesten Genres. Auf Platz zwei sind Hörbücher/Hörspiele zu nennen. Allerdings geht aus der Umfrage nicht eindeutig hervor, ob es sich um Hörspiel- und Hörbuch-Podcasts handelt oder doch um eigenständige Medien. Daher wird dieser Punkt hier nicht berücksichtigt. Ebenfalls mit 40% wurde Wissen/Wissenschaft angegeben, dicht gefolgt von den Themen Gesundheit, Gesellschaft/Kultur und Musik mit 39%. Die nächsten Themen sind Freizeit/Hobby/Games, Nachrichten und TV/Film, die allesamt noch im Bereich der 30% liegen. Bemerkenswert ist, dass Religion mit 10% am wenigsten zu interessieren scheint (BLM; BVDW; VAUNET 2017c).

So erhält man in etwa folgendes Bild zu den Podcast-Hörern: Sie sind laut Umfrage zwischen 30 und 49 Jahre alt und hören einen Unterhaltungs-Podcast mit 15 Minuten Länge, wobei sie sich meist abends zuhause aufhalten.

2.3.3 Inhalte und Umsetzung ausgewählter Podcasts

Zum Kontext der Produktion und den grundsätzlichen Funktionen, den Gewohnheiten der Hörerschaft, und damit dem Zweck von Podcasts, widmen sich die folgenden Ausführungen dem Inhalt und der Umsetzung ausgewählter Podcasts. In Kapitel 2.3.2 *Anbieter und Nutzer von Podcasts* wurden die beliebtesten Inhalte aufgelistet.

Dazu zählen die Nachrichten-Podcasts. 2010 spezifizierte Kühn 23 Podcasts als Nachrichten-Podcasts in Deutschland. Hierbei ist zu beachten, dass keine natürliche Personen Nachrichten-Podcasts betreiben. Die meisten Anbieter dieser Nachrichten-Podcasts sind öffentlich-rechtliche Podcast-Versionen von Radiosendungen, wie der NDR, Deutschlandradio oder Deutschlandfunk (vgl. Kühn 2010: S.90). Nachrichten-Podcasts bieten auch Zeitungen und Zeitschriften an, wie z.B. Zeit Online oder Spiegel Online. Dennoch gibt es viele Politik-Podcasts die wiederum sowohl von juristischen als auch natürlichen Personen betrieben werden. Hier sei der Podcast ‚Jung & Naiv‘ von Tilo Jung zu nennen, dessen

Inhaltlich konzentriert sich auf deutsche Politik. Dabei führt der freie Journalist Interviews mit hochrangigen Beschäftigten des Bundestags, lockert seine Inhalte mit Musik auf und kommentiert das politische Geschehen (vgl. Jung 2019).

Unter den Wissens-Podcasts gibt es ebenfalls eine breite Auswahl. Als Beispiel sei hier der Podcast ‚Hoaxilla – Der skeptische Podcast aus Hamburg‘ von Alex und Alexa genannt. Sie setzen sich inhaltlich mit Verschwörungstheorien, Parapsychologie, Kryptozoologie und mystisch-historischen Persönlichkeiten auseinander. Die beiden Hosts recherchieren für jede Episode einen neuen Mythos. Sie betrachten die Theorien immer von zwei unterschiedlichen Standpunkten. Dabei versuchen sie die Argumente zu widerlegen, die Befürworter von Verschwörungstheorien anbringen. Alexa ist Ethnologin, Alex Diplom-Psychologe. Der Verfasser möchte bei diesen Podcasts genauer auf die Struktur und Umsetzung eingehen, da der Podcast einem immer wiederkehrenden Aufbau folgt. So besitzt der Podcast ein musikalisches Intro, gefolgt von einer kurzen Begrüßung. Anschließend wird die Rubrik ‚Story der Woche‘ vorgestellt. In dieser wird eine unglaubwürdige Geschichte vorgelesen, die entweder wirklich so geschehen ist oder frei erfunden wurde. Danach wird die Rubrik ‚Thema der Woche‘ besprochen. Beispielsweise gibt es eine Einführung in die Parapsychologie, wobei verschiedene Thesen zum Thema diskutiert werden. Für eine weitere Rubrik ‚Hoaxilla Interview‘ laden die Hosts einen Interviewpartner zu bestimmten Inhalten ein. Diese Rubrik folgt dem klassischen Interview, in dem sich aber auch ein Gespräch über das vorgestellte Thema ergeben kann. Am Ende wird - wie bereits erwähnt - die ‚Story der Woche‘ aufgegriffen und aufgelöst, bevor die Hosts sich verabschieden und die Episode mit einem musikalischen Outro endet (vgl. Hoaxilla 2014).

Ein Podcast aus dem Bereich Gesellschaft/Sport ist der an jedem Wochentag erscheinende Podcast des Sportmagazins „Kicker“. Dieser ca. fünf minütige Podcast ist wie eine klassische Radioproduktion angelegt. Ein Moderator führt durch die Sendung und berichtet über die anstehenden Fußballereignisse des jeweiligen Tages und kommentiert die Resultate des vorherigen Tages. Hier werden auch kurze Berichte anderer Redakteure oder Interviews mit Trainern oder Spielern eingebunden (vgl. Kicker 2019).

Einen interessanten Ansatz verfolgt das Unternehmen „Rocket Beans TV“. Der Websender veröffentlicht 17 verschiedene Formate, die zunächst als Video produziert und auf dem Sender auch als Podcast gesendet werden. Inhaltlich unterscheiden sich diese Podcasts sehr. Sie sind hauptsächlich zur Unterhaltung gedacht. Eine Ausnahme ist der Podcast

‚Wasozial‘ in Zusammenarbeit mit der ‚Deutschen Fernsehlotterie‘, denn er hat auch einen sozialen Auftrag. Die meisten Podcasts greifen Themen wie Games, Filme und Serien, Literatur und Fußball auf. Allerdings gibt es auch eine Call-In Sendung als Podcast. Die Themenvielfalt ist daher sehr groß und der Aufbau nicht strukturiert. Meistens werden in den Podcasts Gespräche geführt. Die Hosts wechseln auch hier unter den Formaten. Daher werden diese Podcasts von einem großen Ensemble gehostet (vgl. Rocket Beans TV 2019). Diese Podcast-Formate zeigen, dass Audio-Podcasts im Nachhinein funktionieren, obwohl sie ursprünglich als Video erstveröffentlicht wurden, wenn der Inhalt der Sendung hauptsächlich akustisch ist.

Zuletzt muss ein Podcast genannt werden, der in der Literatur als Meilenstein der noch jungen Podcast-Geschichte gilt. Der Name des Podcasts lautet ‚Serial‘ und ist ein Ableger des Podcasts ‚This American Life‘. ‚Serial‘ erschien 2014 und „ist zu einem internationalen Referenzpunkt geworden“ (Preger 2019: S.4). „If podcasting arose in 2004, it can be said to have become „mainstream“ in 2014.“ (Hancock McMurtry 2018: S.81) Warum hat ‚Serial‘ die Podcast-Welt so sehr verändert? In dem Podcast berichtet der Host Sarah Koenig über einen Mord an einer Teenagerin namens Hae Min Lee 1999 in Baltimore. Sie will überprüfen, ob der dafür lebenslang verurteilte Ex-Freund wirklich der Mörder ist oder nicht. Dabei ist der Podcast in zwölf Episoden unterteilt und erzählt nicht nur die investigative Reise des Hosts, sondern bringt auch eine emotionale Komponente ins Spiel. Koenig verdeutlicht in vielen Sprachdokumenten, Interviews, sogar mit dem Verurteilten Adnan Seyed und durch weitere Erzählungen, wie der Mord passiert sein könnte und welche Zeugenaussagen und Fakten dafür oder dagegensprechen, dass Seyed der Mörder ist. Koenig begibt sich an die relevanten Orte des Mordtages. Sie interviewt zahlreiche ehemalige Schulkollegen, Anwälte, Polizisten und sogar Geschworene. Seyed plädiert bis heute auf seine Unschuld. (vgl. Serialpodcast 2014). Der Podcast erhielt den Peabody Award und erzielte über 40 Millionen Downloads in den ersten beiden Monaten (vgl. Hancock McMurtry 2018: S.82).

‚Serial‘ inspirierte auch in Deutschland viele Redaktionen. So entstanden nach ‚Serial‘ eine Reihe von Podcasts, die ähnliche dramaturgische Aspekte aufgriffen und hauptsächlich von Radiosendern produziert wurden. Der Inhalt dieser Podcasts drehte sich oft um ein Verbrechen (vgl. Preger 2019: S.6f). Die Zeit vor ‚Serial‘ wird pre-Serial bezeichnet, wohingegen die Zeit danach post-Serial genannt wird (vgl. Hancock McMurtry 2018: S.82).

„Serial“ arbeitete somit ein Charakteristikum heraus, das sich viele post-Serial Podcasts zu eigen machten.

„Serial established a narrative style which was informed by, and exploratory of, podcast media identity, and its properties of mobility, fragmentation, and integrated multiplatforming. That Serial perhaps emerges as the most notable podcast to date may be [...] to do with [...] it was among the first podcasts to recognise and harness the distinctive narrative potentials of its own media form: to show us the new ways which podcasting enables us to tell and hear stories.“ (Hancock McMurry 2019: S.83)

„Serial“ schöpfte das Medium vollständig aus, um gezielte Inhalte zu vermitteln. Dazu wurden viele Schriftstücke und Fotos auf der Webseite von „Serial“ veröffentlicht, um den Zuhörern einen tieferen Einblick in die Charaktere, die Orte und Handlungen zu gewähren. Aber auch innerhalb der Podcasts-Episoden ist die Geschichte gut recherchiert, erzählt und nachbearbeitet. Aussagekräftige Ausschnitte werden aus den Interviews herausgegriffen, die zum Storytelling im Kontext der Episode beitragen. Koenig erläutert ihre Vorgehensweise in jeder Podcast-Folge. Trotz der sehr komplexen Geschichte können ihr die Zuhörer problemlos folgen. Diese neue Art des Storytelling trug entscheidend zum Erfolg des Podcast bei und setzte gleichzeitig den Impuls zur Verbreitung der post-Serial Podcasts.

Diese Beispiele illustrieren exemplarisch Inhalt und Umsetzung des Mediums Podcast. Hagedorn beschreibt die Podcast-Landschaft sehr bezeichnend:

„Da gibt es viele Interview- und Gesprächs-Podcasts, Berichte und Vorträge. Aber auch Features, gebaute Beiträge, O-Ton-Collagen und alle möglichen Zwischenformen. [...] Die Forderung von Bertolt Brecht aus den 30-er Jahren ist mit der Podcast-Technologie Realität geworden: Jeder kann zum Sender werden! Jedes noch so kleine Nischenthema wird seine Hörerinnen und Hörer finden und Wissen wird auf einem für jeden zugänglichen kostenlosen Weg verfügbar gemacht.“ (Hagedorn 2016: S.23)

Die Podcast-Formate werden in Kapitel 4.1.1 *Podcast-Formate* erläutert und differenziert.

2.4 Positionierung zum Begriff Podcast

Dieses Kapitel beschäftigte sich eingehend mit der Frage, was man unter einem Podcast versteht, was ein Podcast ist. Die auditive Kunstform des Hörspiels und des Features wurden durch den Rundfunk initiiert. Ohne das Radio wären sowohl das Hörbuch als Speichermedium wie auch heute der Podcast, so beispielsweise ‚Serial‘, nicht möglich gewesen. Vom aufwendig produzierten Hörfunk, produziert und gesendet in den Rundfunkhäusern bis hin zum Podcast, verbreitet über das Internet, steht der Podcast allen potenziellen Nutzern zur Verfügung und ist zum aktuellen Stand mit seinem Potential noch lange nicht am Ende. Seit 2004 werden Podcasts produziert und veröffentlicht. Die Technologie entwickelt sich seither stetig weiter. Gerade auf Smartphones gibt es ein reichliches Angebot an Podcatchern, die das Hören von Podcasts vereinfachen. Neben dem automatisierten Download, ist mittlerweile auch das Streaming von Podcasts möglich. Es gibt Podcasts als Marketinginstrument, zur Unternehmenskommunikation oder zur Unterhaltung. Natürliche und juristische Personen produzieren und veröffentlichen Podcasts.

In vorliegender Arbeit steht das Storytelling im Mittelpunkt des Interesses, da im praktischen Teil ein Podcast konzeptioniert und umgesetzt wird, der eine fiktive Geschichte zum Inhalt hat. Dabei spielen die post-Serial Podcasts eine entscheidende Rolle, da die für das Storytelling wichtigen Elemente wie die Dramaturgie und die Technik dieser Podcasts als Grundlage zur Produktion eines eigenen Podcast dienen.

3. Technische Grundlagen zur Produktion eines Audio-Podcasts

Es folgen die technischen Grundlagen, die folgende Fragen umfassen: Wie kann man einen Podcast produzieren? Welche technische Ausrüstung ist dafür notwendig und was muss man dabei beachten? Wie sieht die Nachbearbeitung eines Podcast aus? Im Allgemeinen kann die Produktion eines Podcasts sehr simpel sein. Natürlich sollen hier die medientechnischen Voraussetzungen für eine professionelle Arbeitsumgebung zur Produktion eines Podcast aufgezeigt werden. So schaffen die professionelle Tontechnik zur Aufnahme eines Podcast wie ein handwerklich einwandfreies Mastering und eine professionelle Distribution über das Internet eine gute Ausgangsbasis.

3.1 Realisierung der technischen Aufnahme

Neben den technischen Geräten ist besonders die Räumlichkeit, in welcher der Podcast aufgenommen wird, ein Qualitätsfaktor. Das technische Setup eines Podcast kann ziemlich simpel sein, wobei der Inhalt der Produktion den Aufbau für die Aufnahme vorgibt. Soll nur eine Stimme im Podcast zu hören sein, liegt ein einfaches Szenario für die Aufnahme vor. In diesem Setup werden n Schallquellen betrachtet, die für den Podcast zeitgleich im selben Raum aufgenommen werden. Dabei ist n eine natürliche Zahl \mathbb{N} . Dieses Setup ist nur dann möglich, wenn alle Gesprächsteilnehmer sich am selben Ort zur Aufnahme befinden. Eine Gesprächsaufnahme über das Internet oder Telefon, die dabei aufgezeichnet werden, wird hier nicht in Betracht bezogen.

Für die Produktion eines Podcasts fiel in vorliegender Arbeit die Entscheidung auf dieses Setup, weswegen die technische Umsetzung dieses Aufbaus erläutert wird (vgl. *Abbildung 4*). Er besteht im ersten Schritt aus dem Mikrofon, das die Sprache aufnimmt. Im zweiten Schritt aus einem Audio-Interface, das das analoge Signal digitalisiert und im letzten Schritt aus einer Digital Audio Workstation, welches das digitale Signal mixen und speichern kann.

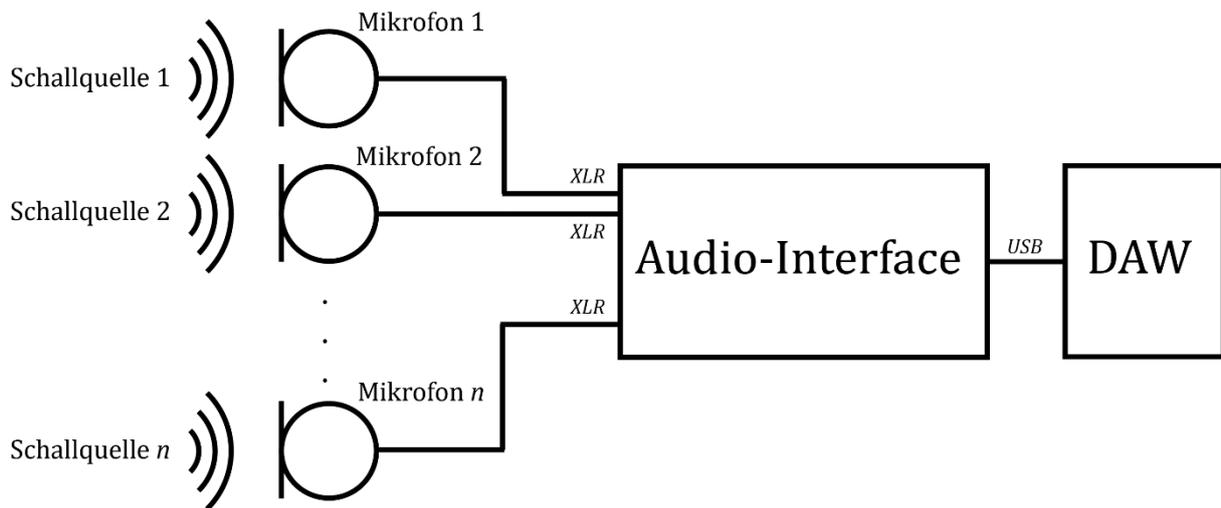


Abbildung 4: Technischer Aufbau der Aufnahme als Blockschaltbild

3.1.1 Mikrofon und Raum

Um verschiedene Schallquellen aufzunehmen, braucht man Schallwandler, die den akustischen Schall in elektrische Spannung umwandeln, um das Sprachsignal speichern zu können. Dazu gibt es unterschiedliche Wandler-Typen, die unterschiedliche mechanische Größen über eine Membran wandeln. Bei Elongationswandlern ist es die Membranauslenkung, die eine Spannung umsetzt (oder umgekehrt); bei den Schnellewandlern wird die Membrangeschwindigkeit in eine Spannung umgewandelt (oder umgekehrt) (vgl. Görne 2015: S.254). Zur Wandlung von Schall in Spannung, werden Mikrofone eingesetzt. Diese Mikrofone können wiederum in mehrere Typen aufgeteilt werden. Davon sind nur zwei Mikrofontypen für den Podcasts relevant.

Das Kondensatormikrofon basiert auf dem Elongationswandler und zeichnet sich durch einen sehr linearen Frequenzgang, einer hohen Empfindlichkeit und einem guten Impulsverhalten aus. Sie müssen jedoch aufgrund ihrer Bauweise mit 48V Phantomspeisung gespeist werden (vgl. Raffaseder 2010: S.155f). Der Frequenzgang eines solchen Mikrofones verhält sich wie ein Tiefpass zweiter Ordnung wobei die Grenzfrequenz um 20 kHz gewählt wird, um die linearen Eigenschaften des Mikrofones im hörbaren Bereich zu nutzen (vgl. Görne 2015: S.265). Dies bedeutet, dass das Kondensatormikrofon also alle Frequenzen im hörbaren Bereich von 20 Hz bis 20 kHz ohne Dämpfung aufnehmen kann.

Der zweite Mikrofontyp ist das dynamische Mikrofon, das auf dem Schnellewandler basiert. Die Vorteile eines dynamischen Mikrofons sind die Robustheit und die Verzerrungsfreiheit bei sehr hohen Schalldrücken. Als Nachteil wären die nicht linearen

Frequenzgänge und das Impulsverhalten zu nennen, das gegenüber dem Kondensatormikrofon träger ist. Aus diesen Gründen ist das dynamische Mikrofon hauptsächlich bei Live-Produktionen im Einsatz und es werden dynamische Mikrofone für unterschiedliche Zwecke entwickelt, wie beispielsweise für die Sprache oder für Instrumente (vgl. Raffaseder 2010: S.156).

Da im Studiobereich hauptsächlich Kondensatormikrofone benutzt werden, ist dies auch die bevorzugte Wahl des Mikrofons zur Produktion eines Podcasts. Hiermit lassen sich die Inhalte möglichst sauber aufnehmen und sind somit auch in der Postproduktion einfacher nachzubearbeiten. Dazu muss man auf weitere Kriterien bei der Wahl des Mikrofons achten: Bei den Elongationswandlern, im Besonderen bei den elektrostatischen Wandlern bzw. Kondensatormikrofonen, gibt es Kleinmembran-Mikrofone und Großmembran-Mikrofone. Erstere nehmen den Inhalt sehr natürlich und unverfälscht auf, während zweitere dem Inhalt mehr Volumen und einen eigenen Charakter geben (vgl. Vassilian 2019: S.67). Großmembran-Mikrofone werden deswegen von Podcast-Produzenten, die die Stimme etwas hervorheben wollen, bevorzugt. Allerdings sind diese Mikrofone empfindlicher und nehmen mehr Störgeräusche mit auf. Möchte man dem Sprachinhalt einen natürlichen Klang geben oder in der Nachbearbeitung selbst entscheiden, wie die Stimme hervorgehoben werden soll, so sind Kleinmembran-Mikrofone zu bevorzugen.

Eine weitere Eigenschaft von Mikrofonen sind die Richtcharakteristiken. Diese bestimmen aus welcher Richtung der Schall besser oder schlechter aufgenommen wird. Die Kugelcharakteristik eines Mikrofons nimmt den Schall aus allen Richtungen gleichermaßen auf. (vgl. Raffaseder 2010: S.159). Man hört also die gesamte Umgebung der Aufnahme, was für Podcast-Produzenten nur dann geeignet ist, wenn man den Hörer wissen lassen möchte, in welcher Umgebung man sich befindet. Die achtförmige Richtcharakteristik nimmt wiederum Schall auf, der direkt von vorne oder von hinten auf das Mikrofon auftrifft (vgl. Raffaseder 2010: S.158). Diese Charakteristik ist für Podcast-Produzenten interessant, die zu zweit podcasten oder ein Interview führen und nur ein Mikrofon benutzen möchten. In diesem Fall sitzen sich die beiden Gesprächspartner gegenüber. Das Richtrohrmikrofon nimmt nur den Schall auf, der von vorne auf das Mikrofon trifft (vgl. Raffaseder 2010: S.160). Dies hat den Vorteil, dass seitliche Geräusche ausgeblendet werden. Sie werden bevorzugt bei der Produktion von Filmen verwendet. Für Podcast-

Produzenten sind diese Mikrofone nur dann geeignet, wenn man sich nicht bewegt und frontal in das Mikrofon hineinspricht. Wesentlich sinnvoller für Podcast-Produzenten sind nierenförmige Richtcharakteristiken, die ebenfalls hauptsächlich den Schall von vorne aufnehmen und den Schall von der Seite oder hinten stark dämpfen. Diese Form wird durch Überlagerung der Kugel und Acht Richtcharakteristik erreicht (vgl. Görne 2015: S. 272). Diese ist für diejenigen Podcast-Produzenten geeignet, die pro Schallquelle ein Mikrofon benötigen und den Raum möglichst akustisch im Hintergrund halten wollen. Eine Stereoaufnahme ist bei einer einfachen Sprachaufnahme nicht notwendig. Möchte man mehrere Schallquellen aufnehmen und auf der Stereobasis verteilen, so ist es am sinnvollsten alle Schallquellen Mono aufzunehmen und in der Nachbearbeitung eine Stereomischung anzufertigen.

Weitere wichtige Faktoren sind der Aufnahmeraum und die Mikrofonierung. Der Raum sollte möglichst schallisoliert sein, damit keine Störgeräusche zu hören sind. Der Raum sollte auch keinen Hall erzeugen. Am besten eignet sich ein professionelles Tonstudio, damit der Raum nicht auf der Aufnahme zu hören ist (vgl. Vassilian 2019: S.83). Bei der Aufnahme kann man den Raumeindruck durch die Mikrofonierung beeinflussen. So unterstützt ein großer Abstand zum Mikrofon die Hörbarkeit des Raumes. Dies kann natürlich wirken, ist in der Regel aber nicht gewollt und lenkt vom eigentlichen Inhalt ab. Ist die Schallquelle dagegen nah am Mikrofon, so ist der Raum weniger hörbar und die Aufnahme des Inhaltes trocken (vgl. Raffaseder 2010: S.168). Außerdem verändert auch der Nahbesprechungseffekt den Klang der Aufnahme. Bei Druckgradienten-Mikrofonen und bei Mikrofonen mit acht- oder nierenförmiger Charakteristik tritt dieser Effekt auf. Dabei werden tiefe Töne bei einem Abstand zwischen Mikrofon und Schallquelle, der kleiner als ein Meter ist, angehoben (vgl. Raffaseder 2010: S.169).

Die ideale Situation für eine saubere Aufnahme ist ein schallisolierter Raum, in dem jeder Sprecher seinen Inhalt in ein eigenes Großmembran-Kondensatormikrofon mit Nierencharakteristik spricht.

3.1.2 Aufnahme

Um das elektrische Signal speichern und damit aufnehmen zu können, ist ein weiterer Schritt notwendig. Bei diesem Setup wird die Sprache mit einer Digital Audio Workstation aufgenommen. Die Signale werden auf einer Festplatte in einem Computer gespeichert.

Die Standardschnittstelle in Studioumgebungen mit professionellen Mikrofonen ist der XLR-Anschluss. Dieser gibt ein analoges Audiosignal aus. Damit das Signal in einer Digital Audio Workstation aufgezeichnet werden kann, wird ein Gerät benötigt, welches das analoge Mikrofonsignal digitalisiert (vgl. Vassilian 2019: S.68). Bei diesem Setup ist es ein Audio-Interface. Das Audio-Interface lässt sich per XLR-Schnittstelle mit dem Mikrofon verbinden und besitzt eine USB-Schnittstelle, um das konvertierte Signal an den Computer zu übertragen. Dabei haben Audio-Interfaces oft die Möglichkeit ein Kondensatormikrofon mit Phantomspeisung zu versorgen und besitzen einen Gain, um das Signal vorzuverstärken (vgl. Roland 2009). Des Weiteren bieten Audio-Interfaces Anschlüsse für mehrere Mikrofone und mehrere Schallquellen können über ein Audio-Interface an den Computer übertragen werden.

Der letzte Schritt für eine saubere Aufnahme ist die Aufzeichnung. Das Signal oder die Signale liegen nun digital am Computer vor und werden per USB übertragen. Hier gibt es mehrere geeignete Softwares, um den Ton aufnehmen zu können. Für eine professionelle Aufnahme benötigt man eine Digital Audio Workstation (DAW). Diese verfügen über einen großen Funktionsumfang zur Bearbeitung von Ton und werden in der professionellen Tontechnik verwendet. Hagedorn, Rubens und Vassilian führen dabei die beliebte Freeware-Software Audacity an (vgl. Rubens 2006: S.4; Hagedorn 2016: S.56; Vassilian 2019: S.113f). Deren Vorteile sind die Einsteigerfreundlichkeit, die Kompatibilität mit unterschiedlichen Betriebssystemen und der Bedarf an geringen Rechnerressourcen (vgl. Hagedorn 2016: S.56). Eine Alternative für Podcast-Produzenten ist die DAW Hindenburg Journalist. Sie wurde speziell für Journalisten und Podcast-Produzenten entwickelt und stellt verschiedene automatisierte Funktionen bereit, die die Bearbeitung der Inhalte erleichtert. Vorteilhaft ist diese Software für gebaute Inhalte aus unterschiedlichen Tondateien, da sie auch Telefongespräche über Skype aufnehmen kann. Die Software kostet Geld (vgl. Vassilian 2019: S.123-125), eignet sich aber für professionelle Podcast-Produktionen. Pro Tools, Audition, Nuendo oder Cubase sind als professionelle DAWs für die Aufnahme ebenfalls geeignet. Sie bieten für die Podcast-Produktion oft zu viele Funktionen, weil sie hauptsächlich für Musikproduktionen und Filmvertonung gedacht sind. Zusätzlich sind sie nicht einsteigerfreundlich und wesentlich teurer.

Das Mixing, das Pegeln der eingehenden Signale an der DAW, kann entweder durch den Gain am Interface oder in der DAW selbst vorgenommen werden. Idealerweise ist der

Pegel am Interface bereits gut eingepegelt, sodass an der DAW ein brauchbares Signal anliegt. An der DAW werden die unterschiedlichen Signale zueinander unterschiedlich stark gemischt, sodass eine Gewichtung der Schallquellen entsteht. In der Regel sollten alle Gesprächspartner gleich laut gemischt werden. Dadurch wird ein glaubhaftes Gespräch übermittelt und der Hörer bekommt den Eindruck, die Gesprächsteilnehmern sind in seiner unmittelbaren Umgebung. Aus technischer Sicht ist es essenziell, dass bei der Aufnahme nicht übersteuert wird, da das Signal sonst in der Nachbearbeitung nicht mehr zu gebrauchen ist.

Ein weiterer Faktor bei der Aufnahme ist das Monitoring, das Abhören des aufzuzeichnenden Signals, um Störgeräusche oder Aufnahmefehler direkt zu hören. Beim Podcasten eignen sich geschlossene Kopfhörer mit einem Frequenzgang von 20 Hz bis 20 kHz (vgl. Hagedorn 2016: S.55). Das Abhören sollte direkt am Computer der DAW geschehen, um die aufzunehmenden Signale nach Störgeräuschen zu prüfen.

Man muss beachten, dass es unterschiedliche Möglichkeiten gibt die Schallquelle aufzunehmen. Dies ist die präferierte Aufnahmetechnik des Verfassers. Es gibt auch digitale Mischpulte, die eine Monitorfunktion bieten. Man kann die verschiedenen Schallquellen direkt auf dem Mischpult mischen und aufnehmen. Dafür braucht man weder einen Computer noch eine Digital Audio Workstation. Auch bei der Aufnahme über einen speziellen Recorder wird kein Interface oder eine Digital Audio Workstation benötigt. Allerdings findet bei dieser Herangehensweise zur Produktion eines Podcasts eine Nachbearbeitung statt, bei der eine Digital Audio Workstation erforderlich ist. Daher bietet es sich an, die Signale damit aufzuzeichnen, um die Verarbeitung zu vereinfachen.

3.2 Nachbearbeitung

Die Nachbearbeitung des aufgenommenen Inhalts ist für einen professionellen Podcast ebenfalls notwendig. Der Podcast besteht meist aus mehreren unterschiedlichen Audio-Spuren und Sounddateien. Diese umfassen die Stimmen der Sprecher, Musik, Soundeffekte und Atmosphäre. Alle inhaltlichen Dateien liegen bei der Nachbearbeitung vor. Ziel der Nachbearbeitung ist es, alle diese Dateien handwerklich und künstlerisch so zu montieren, dass sie das gewünschte Produkt, in diesem Fall eine Podcast-Episode, ergeben. Maempel, Weinzierl und Kaminski sprechen deswegen von der Editierung und der Montage. In der Nachbearbeitung wird eine „Illusion einer musikalischen Aufführung, die in

dieser Form nie stattgefunden hat“ (Maempel Weinzierl Kaminski 2008: S.721) erschaffen. Bei einem Podcast ist dies nicht unbedingt eine musikalische Aufführung, aber dennoch im weitesten Sinne eine Aufführung. Viele Faktoren sind in der Nachbearbeitung subjektiv und gestalten den Inhalt und dessen Aussage. Dies gilt als Sounddesign und wird in Kapitel 4.2.4 *Sounddesign* detailliert ausgeführt. In diesem Unterkapitel geht es um professionelle technische Standards.

3.2.1 Schnitt

Der Schnitt legt die Chronologie der Episode fest. Dabei kann die Aufnahmereihenfolge der verschiedenen Inhalte im Nachhinein beliebig verändert werden. Dafür bieten DAWs eine Schneideoption. Für Podcasts ist es sinnvoll Versprecher, Haspler, Ähs, längere Pausen oder Husten herauszuschneiden, um ein angenehmeres Hörerlebnis zu gewährleisten und die Aufmerksamkeit des Hörers zu gewinnen. Dabei ist zu beachten, dass Sprache schwierig zu schneiden ist, da viele Worte ineinander übergehen. Schneidet man in das Wort, so kann dies gehört werden und irritiert den Zuhörer. Man muss darauf achten, Schnitte nicht hörbar werden zu lassen und einen gleichmäßigen Signalverlauf beizubehalten (vgl. Raffaseder 2010: S.192). „Dies gelingt nur, wenn Beginn und Ende des Cuts in einem *Nulldurchgang* der Signalform gesetzt werden und das Signal an diesen Stellen zumindest annähernd *gleiche Steigung* aufweist.“ (Raffaseder 2010: S.192) Dabei können Übergänge, wie z.B. die Kreuzblende, helfen einen angenehmen Höreindruck zu generieren. Dies ist ein gestalterischer Eingriff in die Podcast-Episode.

In *Abbildung 5* ist ein Signal mit dem Inhalt „Das ist ein Test“ dargestellt. Gut zu erkennen sind die etwas leiseren, hochfrequenten S-Laute. Möchte man das Signal schneiden und nur einzelne Worte daraus benutzen, sollte man das Signal in den Nulldurchgängen schneiden. Diese sind dort gut zu sehen, wo das Signal einen geringen Ausschlag besitzt. Vor allem nach den einzelnen Wörtern bietet sich das Schneiden an, da in der deutschen Sprache meist eine kurze Pause zwischen den Worten entsteht. Zwischen dem „das“ und dem „ist“ kann man dies in der Signalform gut erkennen.



Abbildung 5: Waveform eines Audiosignals mit dem Inhalt „Das ist ein Test“

3.2.2 Equalizer

Nachdem der Inhalt der Episode in eine chronologische Reihenfolge gebracht wurde und alle störenden Sounds entfernt wurden und ein gleichmäßiger Signalverlauf erzeugt wurde, kann man die Frequenzen, also die Tonhöhen, des Signals bearbeiten. Aufgabe des Equalizers ist es, „dass sich die Frequenzspektren und Einzelklänge möglichst wenig gegenseitig stören“ (Raffaseder 2010: S.199). Sind mehrere Stimmen, Musik und Soundeffekte Inhalt des Podcast, so sollten sich diese Frequenzen nicht gegenseitig überlagern. Dafür ist der Equalizer, der aus mehreren Filtern besteht, zuständig. Die menschliche Stimme hat ein Spektrum von ca. 80 Hz bis 12 kHz. Innerhalb dieses Bereichs sollten also nur wenige Frequenzen anderer Schallquellen präsent sein. Hier kann man die Frequenzen, die nicht zur Sprache gehören, per Equalizer dämpfen, um eine gute Sprachverständlichkeit zu gewährleisten. Für die Verständlichkeit der menschlichen Sprache sind die Frequenzen von 500 Hz bis 2 kHz wichtig (vgl. Raffaseder 2010: S.201). Diese Frequenzen sind anzuheben, um einen besseren Klangeindruck der Sprache zu kreieren. Die Frequenzen unter 80 Hz können durch einen Hochpassfilter bei der Sprache herausgefiltert werden. Dies hat den Vorteil, dass tiefe Frequenzen oft Störgeräusche aus dem Raum enthalten, die bei der Aufnahme entstanden sind (vgl. Vassilian 2019: S.156). Somit können hierbei erste Störgeräusche entfernt werden.

In *Abbildung 6* ist eine exemplarische Einstellung des Equalizers des Signals „Das ist ein Test“ zu sehen. Die Frequenzen unter 80 Hz wurden abgeschnitten, wohingegen die Frequenzen von 500 Hz bis 2 kHz angehoben wurden. Bei 7 kHz wurden die Frequenzen ebenfalls aufgrund von störenden S-Lauten gedämpft.

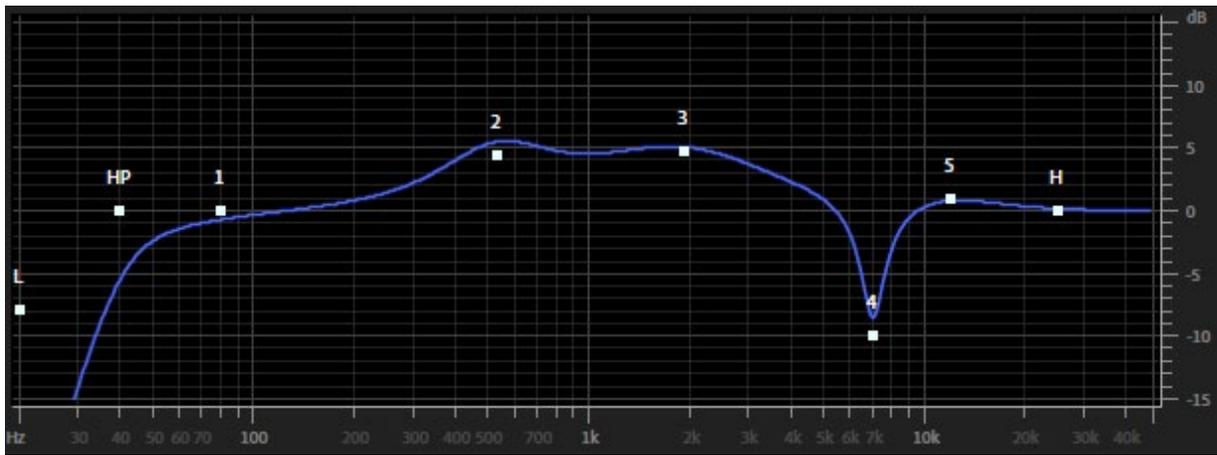


Abbildung 6: Parametereinstellungen des Equalizer für ein Sprachsignal

3.2.3 Dynamik

Nach der Bearbeitung der Frequenzen durch den Equalizer erhält man ein verständlich abgemischtes Signal. Neben den Frequenzen muss auch die Amplitude, also die Lautstärke, bearbeitet werden. Die Dynamik bezeichnet dabei den „Unterschied zwischen maximalen und minimalen Signalamplituden“ (Raffaseder 2010: S.188). Dieser Unterschied, der in der Regel den Podcasts insgesamt leiser erscheinen lässt, kann durch einen Kompressor verkleinert werden. Dabei gibt es verschiedene Kenngrößen eines Kompressors. Der Threshold bestimmt, ab welcher Lautstärke das Signal abgeschwächt wird, wohingegen die Ratio bestimmt, um welchen Faktor das Signal abgeschwächt wird. Da die menschliche Stimme eine hohe Dynamik hat und in dem sie umgebenen Umfeld leise ist, sollte man den Threshold und die Ratio gering einstellen, damit die menschliche Stimme sich gegenüber ihrem Umfeld behaupten kann (vgl. Raffaseder 2010: S.188).

Für Podcasts ebenso relevant sind Limiter und De-Esser. Der Limiter verhindert die Übersteuerungen des Signals (vgl. Vassilian 2019: S.159). Dadurch entsteht kein Clipping. Der De-Esser schwächt hochfrequente S-Laute stark ab, die auf den Aufnahmen oft sehr präsent und unschön zu hören sind.

In *Abbildung 7* ist der zeitliche Signalverlauf nach der Komprimierung des Signals durch Limiter und Kompressor zu sehen. Das Signal hat insgesamt an Dynamik verloren, da die Amplituden des Signals zwischen Minimum und Maximum einen kleineren Abstand als zuvor besitzen. Dadurch hört sich das Signal insgesamt ausgeglichener und lauter an.

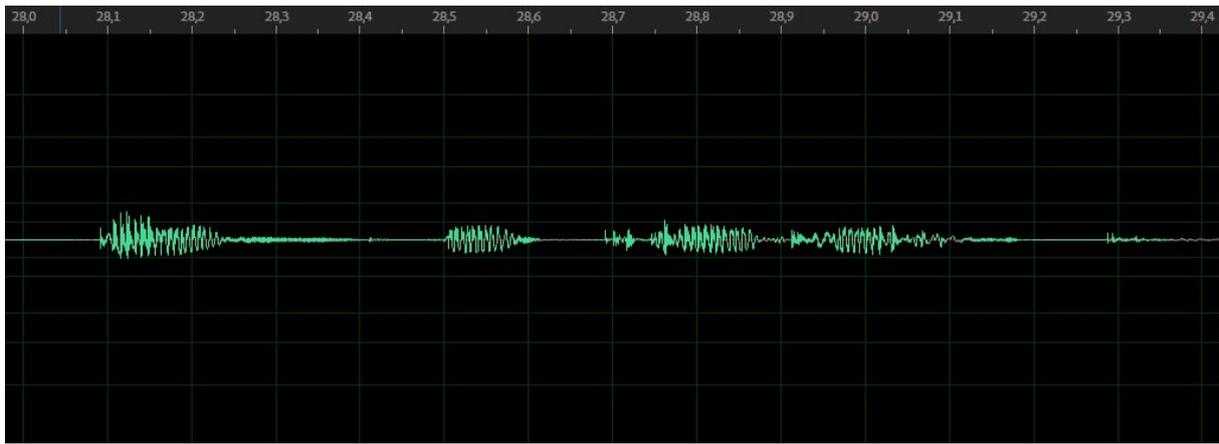


Abbildung 7: Signal nach der Komprimierung

3.2.4 Normalizing

Es gibt neben dem Kompressor auch noch weitere Methoden die Amplitude des Signals zu verändern. „Unter Normalizing wird die nachträgliche Verstärkung eines digital aufgezeichneten Signals auf Vollaussteuerung verstanden.“ (Raffaseder 2010: S.187) Die maximalen Amplituden werden bis zu einem einstellbaren Wert verstärkt. Dieser Wert sollte möglichst nah an 0 dBFS sein, damit die Lautstärke maximal ist. Durch die Komprimierung zuvor sind die Signalamplituden annähernd gleich. Dadurch ist das Signal am Ende des Normalizing insgesamt lauter und gleichmäßiger ausgesteuert. Der Podcast variiert in seiner Lautstärke durch das Normalizing nicht mehr stark und bietet dem Hörer ein angenehmeres Hörerlebnis. Dies ist vor allem wichtig, beachtet man das Nutzverhalten von Podcast-Hörern. Viele Menschen hören Podcasts beim Autofahren oder in öffentlichen Verkehrsmitteln, wo die Umgebungslautstärke stark erhöht ist. Durch das Normalizing muss der Hörer nur einmal die Lautstärke an seinem Wiedergabegerät passend einstellen.

In *Abbildung 8* sieht man das zeitliche Audiosignal nach dem Normalizing. Als Referenzwert wurde die maximale Amplitude auf -1 dBFS normalisiert. Das bedeutet, dass die lauteste Amplitude nun bei -1 dB ist und die anderen Amplituden sich im Verhältnis ebenfalls um den gleichen Faktor erhöht haben. Dadurch ist die gesamte Lautstärke des Signals ausgewogen und wesentlich lauter als zuvor.



Abbildung 8: Signal nach dem Normalizing

3.2.5 Störgeräusche

Zuletzt sollte man Störgeräusche, wie z.B. Rauschen oder Knacken, entfernen, die man nicht durch den Schnitt beseitigen kann, da sie beispielweise auf der Sprache liegen. Dafür gibt es zwei Algorithmen. Den Declicker, um hochfrequente Störgeräusche, wie z.B. Clipping, zu entfernen und den Denoising-Algorithmus, um Rauschanteile im Signal zu minimieren. Diese Algorithmen sind in professionellen DAWs enthalten (vgl. Raffaseder 2010: S. 211). Um leise Störgeräusche zu neutralisieren kann der Gate verwendet werden. Dabei ist jeglicher Schall unter einem bestimmten Threshold nicht mehr zu hören. Vor allem in stillen Passagen ist dies von Vorteil, da hier leise Störgeräusche besonders gut wahrgenommen werden können, die den Hörer vom Inhalt ablenken (vgl. Vassilian 2019: S.157). In *Abbildung 9* sieht man das zeitliche Audiosignal nach dem Entfernen des Rauschens mit einem Denoising-Algorithmus. Eine Änderung ist nur im Detail zu erkennen und im Signalverlauf nur bei den Stellen sichtbar, an denen kein Ausschlag zu sehen ist. In der *Abbildung* sind diese mit roten Kästchen markiert. Diese Stellen sind im Vergleich zum letzten Signal etwas abgeflacht, man kann an diesen Stellen kaum noch rauschen hören. Im Signal selbst sind diese beim Signalverlauf nicht zu sehen, aber man kann einen Unterschied hören.



Abbildung 9: Signal nach dem Entfernen vom Rauschen

3.3 Distribution von Podcasts

Nachdem der Inhalt aufgenommen und nachbearbeitet wurde, muss die Projektdatei von der DAW als Podcast-fähige digitale Audiodatei codiert werden. Ebenfalls sind Metadaten für Podcasts essenziell. Zuletzt muss der Podcast via Internet über einen RSS-Feed verbreitet und auf einem Server gehostet werden, damit er öffentlich zur Verfügung steht.

3.3.1 Codierung und Metadaten

Zur Codierung einer Projektdatei in eine digitale Audiodatei wird eine große Auswahl an Formaten angeboten. Es gibt zwei unterschiedliche Arten der Codierung. Verlustbehaftete und verlustfreie Datenreduktion komprimieren die Größe der Datei. Dateiformate mit verlustfreien Datenreduktionsverfahren sind wesentlich größer, verlieren aber keine Information des Audioinhaltes, sondern entfernen nur die Redundanz und codieren die Entropie in einem digitalen Signal (vgl. Görne 2015: S.196). Solche codierten Formate sind WAV- oder AIFF-Dateien. Sie sind für Podcasts nur selten geeignet, da sie zwar die beste Klangqualität, aber auch die größte Dateigröße besitzen. Diese kann bei verlustfreier Datenreduktion bis zu 5 MB pro Minute groß sein (vgl. Görne 2015: S.197). Für die Verbreitung über das Internet, insbesondere aufgrund des Streamings und der Serverkapazität, bieten sich deshalb kleinere Datengrößen an. Das Streaming und Herunterladen via mobiler Daten auf einem Smartphone ist kostenpflichtig und beansprucht Datenvolumen. Hörer, die Podcasts unterwegs hören, könnte dies abschrecken.

Verlustbehaftete Datenreduktionsverfahren beinhalten neben dem Entfernen von Redundanz und der Entropiecodierung auch noch psychoakustische Reduktionsalgorithmen. Hierbei werden irrelevante Informationen entfernt, die das menschliche Ohr nicht bewusst wahrnehmen kann. Die bekanntesten Datenformate mit verlustbehafteter Datenreduktion sind MP3- und AAC-Daten (vgl. Görne 2015: S.197). Dabei empfiehlt Vassilian für Podcast-Produzenten das MP3-Dateiformat, da es auf fast jedem Endgerät abspielbar ist. Alternativ bietet sie die Option, dass man zwei unterschiedliche Feeds desselben Podcasts generieren kann, die jeweils unterschiedliche Dateiformate enthalten (vgl. Vassilian 2019: S.168f). Als Abtastrate empfiehlt sie 44,1 kHz und die Bitrate mit 128 kbps bei einem Stereosignal. Nach Meinung des Verfassers ist eine MP3-Datei mit den angegebenen technischen Kenndaten gut geeignet für einen Podcast, der hauptsächlich aus Sprache besteht. Bei dieser Bitrate kommt man auf 960 kB pro Minute Episodenlänge. Diese Größenordnung ist für das Streaming über das Internet geeignet und besitzt eine akzeptable Klangqualität.

Metadaten sind ein weiteres, wichtiges Kriterium für eine codierte Podcast-Datei. Metadaten können einer MP3-Datei zugefügt werden und enthalten Informationen über den Audio-Inhalt der jeweiligen Datei (vgl. Petermichl 2008: S.694). Für Podcasts ist es sinnvoll Titel und Untertitel des Podcasts, Name des Podcast-Produzenten, Kategorie des Inhaltes, eine E-Mail-Adresse, den Link zu einer Webseite, ein Coverbild und eine allgemeine Beschreibung, worüber der Podcast handelt, anzulegen (vgl. Vassilian 2019: S.171-175). Jeder Podcasts-Episode sollte man ebenfalls spezifische Metadaten hinzufügen. So ist ein individueller Name jeder Podcast-Episode relevant, damit Hörer die unterschiedlichen Episoden differenzieren können. Außerdem können sogenannte Shownotes in die Metadaten eingepflegt werden. Diese stellen Informationen über den Inhalt der jeweiligen Episode zur Verfügung und können Timecodes für unterschiedliche Gliederungspunkte des Inhaltes enthalten. Dadurch ist es für den Hörer einfacher innerhalb des Podcasts zwischen inhaltlichen Punkten zu wechseln.

3.3.2 Methoden der Veröffentlichung von Podcasts

Da nun die Podcast-Episode als MP3-Datei mit allen relevanten Metadaten vorliegt, kann sie veröffentlicht werden. Hierfür generiert man einen RSS-Feed und lädt die Podcast-Datei auf einen Server hoch, damit sie heruntergeladen werden kann. Dafür gibt es unterschiedliche Möglichkeiten.

Die einfachste Lösung ist das Fremdhosting bei einem Hostingservice wie Libsyn, Blubrry, Podigee, PodHost, Podcaster oder Speaker. Er übernimmt sowohl die Generierung des RSS-Feeds, als auch das Hosting auf einem Server mit einer URL. Damit ist der Podcast automatisch fertig generiert und kann nun von den Hörern abonniert werden (vgl. Vassilian 2019: S.263f). Die Angebote der Webseiten variieren in Speicherplatz oder Lauflänge der Podcast-Episoden. Die Pakete sind kostenpflichtig, wobei sich das teuerste auf 15 Euro pro Monat beläuft (vgl. Vassilian 2009: S.265-267).

Die zweite Möglichkeit der Veröffentlichung besteht darin, den Podcast auf einem eigenen Server zu hosten, wobei der RSS-Feed entweder selbst geschrieben oder generiert wird. Der RSS-Feed ist eine XML-Datei, die von Podcatchern ausgelesen werden kann (vgl. Hagedorn 2016: S.108). Hagedorn und Vassilian erläutern die Möglichkeit über ein Content Management System, wie z.B. Wordpress, einen Podcast auf der eigenen Domain zu hosten. Plugins, wie Podlove, Seriously Simple Podcasting und PowerPress generieren den RSS-Feed automatisch. Somit ist der Podcast abrufbar und kann von Podcatchern automatisiert heruntergeladen werden (vgl. Vassilian 2019: S. 267-272; Hagedorn 2016: S.120-126).

Eine letzte Möglichkeit ist eine Mischung aus Selbsthosting und Fremdhosting. Dabei wird ein Plugin benutzt, um auf der eigenen Seite den RSS-Feed zu generieren. Die eigentlichen MP3-Dateien liegen auf dem Server eines Hostingservice (vgl. Hagedorn 2016: S.129). Diese Möglichkeit bietet eine gute Aufteilung. Der automatisierte Download der Episoden läuft nicht über den Server der Webseite. Somit ist die Webseite nicht überlastet, wenn eine neue Episode veröffentlicht wird.

4. Theoretische Grundlagen der inhaltlichen Konzeption eines Podcasts

Für die Gestaltung, den Erfolg und die Aussage des Podcast ist neben dem technisch-handwerklichen Teil der Inhalt eines Podcast verantwortlich. Wie in Kapitel 2.2.3 *Differenzierung* angesprochen, ist der Podcast als Medium nicht durch seinen Inhalt eingeschränkt und kann Elemente anderer auditiver Erzählformen beinhalten. Dadurch ist das inhaltliche Spektrum des Mediums sehr groß. Der Konzeption eines Podcast liegt der grundsätzliche Aufbau zur gewünschten Aussage und der dafür eingesetzten Dramaturgie sowie die Wahl eines Formats zugrunde, die von vielen weiteren Faktoren zur Optimierung des Inhalts unterstützt werden.

4.1 Strukturelle Konzeptionierung eines Podcasts

Ein qualitativ hochwertiger Podcast besitzt eine Struktur. Diese reicht von unterschiedlichen Formaten bis hin zur Eröffnung und Verabschiedung in jeder einzelnen Podcast-Episode. Auch das Implementieren immer wiederkehrender Elemente sorgt für Struktur. Welche Elemente wichtig sind und wie ein Podcast strukturell aussehen kann, wird in diesem Unterkapitel ergründet.

4.1.1 Podcast-Formate

Um einen Podcast gestalten zu können, muss man sich zuerst auf ein Format festlegen. Mit Format ist hierbei nicht das Genre gemeint, sondern die tatsächliche Umsetzung des Podcasts. Dabei muss die Frage beantwortet werden: Was passiert in dem Podcast? Spricht ein Ensemble über ein spezifisches Thema? Oder wird jede Episode von demselben Host moderiert, der Interviews führt oder Gäste einlädt? Für die Struktur ist der Inhalt nicht ausschlaggebend. Er kann in unterschiedlichen Formaten erzählt werden. Vassilian bietet eine Aufteilung der Formate wie folgt an:

„Der Personality-Podcast“ (Vassilian 2019: S.32) zeichnet sich durch einen Alleinunterhalter oder eine Alleinunterhalterin aus, die den Podcast in Eigenregie betreut und produziert. Dabei wird eine besondere Nähe zum Hörer geschaffen, der meistens konkret angesprochen wird (vgl. Vassilian 2019: S.32).

„Der Labor-Podcast“ (Vassilian 2019: S.33) ist ein Format, an dem mehrere Personen, meist gute Freunde, über etwas reden. Das Thema ist dabei nicht definiert und muss nicht vorab festgelegt sein (vgl. Vassilian 2019: S.33). Dieses Format kann man als Gespräch unter Freunden bezeichnen.

„Der Interview-Podcast“ (Vassilian 2019: S.35) ist ein Format mit einem Host und meistens einem Interviewpartner. Häufig werden hier Gespräche mit prominenten Persönlichkeiten geführt (vgl. Vassilian 2019: S.35f).

„Der Themen-Podcast“ (Vassilian 2019: S.37) wird durch seinen Inhalt bestimmt. Dieses Format verfolgt das Ziel, in jeder Episode über das gleiche Thema zu sprechen (Vassilian 2019: S.37f). Hierbei ist es nicht relevant wer den Podcast hostet oder wer die Gäste sind. Beliebte Themen in diesem Format wurden in Kapitel 2.3.2 *Anbieter und Nutzer von Podcasts* bereits erläutert.

Das Format „True-Crime-Podcast“ (Vassilian 2019: S.38) wurde mit dem Podcast ‚Serial‘ gegründet und ist unter den post-Serial Podcasts ein häufig vertretenes Format. Siehe dazu Kapitel 2.3.3 *Inhalte und Umsetzung ausgewählter Podcasts*.

„Der Fiction-Podcast“ (Vassilian 2019: S.41) ist ein Format, das dem Hörspiel ähnelt. Hier wird eine fiktive Geschichte von Episode zu Episode erzählt. Sounddesign, Schauspieler und Soundtrack werden für dieses Format verwendet, um eine glaubhafte Immersion der Geschichte für den Hörer zu erwecken (vgl. Vassilian 2019: S.41).

„Der Unternehmens-Podcast“ (Vassilian 2019: S.42) ist ein geeignetes Format für Firmen, die eine Kommunikation innerhalb oder außerhalb des Unternehmens fördern wollen. Siehe dazu Kapitel 2.3.2 *Anbieter und Nutzer von Podcasts*.

„Der journalistische Podcast“ (Vassilian 2019: S.43) ist ein Format für Journalisten, Zeitungen oder Verlage. Dabei steht die informative und investigative Auskunft im Vordergrund und weniger das Interview (vgl. Vassilian 2019: S.43f).

Zur Vervollständigung sind noch der „Der öffentlich-rechtliche Podcast“ (Vassilian 2019: S.45) und der „Bildungs-Podcast“ (Vassilian 2019: S.46) zu nennen, die von Vassilian aufgeführt werden. Der öffentlich-rechtliche Podcast beschäftigt sich mit Sendungen, die von öffentlich-rechtlichen Anstalten ursprünglich nicht als Podcast produziert wurden, sondern nach der Ausstrahlung als Podcast aufbereitet und veröffentlicht werden (vgl.

Vassilian 2019: S.45). Der Bildungs-Podcast wird zu Bildungszwecken an Universitäten oder Schulen produziert, um Lehrinhalte zu vermitteln (vgl. Vassilian 2019: S.46f).

Insgesamt ist diese Aufteilung der Formate sinnvoll und nachvollziehbar. Sie bietet eine gute Übersicht über die verschiedenen Arten und Vorgehensweisen, wie man einen Podcast grundsätzlich gestalten kann. Deswegen wird im weiteren Verlauf der Arbeit diese Klassifizierung benutzt. Umgesetzte Podcast-Formate können zusätzlich Hybride sein, sie lassen sich nicht in eine der genannten Kategorien einordnen. Die Kategorisierung nach Vassilian bietet eine Übersicht, erhebt aber keinen Anspruch auf eine vollständige Darstellung der Podcast-Landschaft.

4.1.2 Episodenlänge und Veröffentlichungsfrequenz

Ein weiterer wichtiger Baustein zur Konzeptionierung eines Podcast ist sein Aufbau und die Veröffentlichung. Die nun zu klärenden Fragen sind wie folgt zu formulieren: Wie beginnt der Podcast und wann endet er? Wie oft sollte eine neue Episode veröffentlicht werden?

Die Länge einer Podcast-Episode ist frei wählbar. Journalistische Podcasts, die über das tagesaktuelle Geschehen berichten, sind nur wenige Minuten lang. Manche Labor-Podcasts dauern hingegen mehrere Stunden. Wie in Kapitel 2.3.2 *Anbieter und Nutzer von Podcasts* vorweggenommen, bevorzugen Hörer eine Länge von circa 15 Minuten. Ähnlich sieht es Hagedorn. Sie empfiehlt eine Länge von circa 20 Minuten, macht aber die Länge vom Inhalt abhängig (vgl. Hagedorn 2016: S.35). Vassilian macht keine konkreten Angaben zu einer geeigneten Podcastlänge, denn sie erachtet den Inhalt anstelle der Episodenlänge als ausschlaggebendes Kriterium (vgl. Vassilian 2019: S.31). Horn und Fiene machen die Dauer einer Episode von der Veröffentlichungsfrequenz des Podcasts abhängig. Sie sind der Meinung, dass für einen Podcast mit täglich veröffentlichten Episoden fünf Minuten genügen. Bei einer wöchentlichen Veröffentlichungsfrequenz hingegen sollte sie 30 Minuten lang sein (vgl. Horn Fiene 2007: S.74). Hagedorn empfiehlt eine 14-tägige Frequenz nach der Erstveröffentlichung des Podcasts. Nach der Anfangsphase ist es sinnvoll, zu einem monatlichen Turnus überzugehen. Zu Beginn werden mehrere Podcast-Episoden zeitgleich veröffentlicht werden, um eine größere Hörerreichweite zu generieren (vgl. Hagedorn 2016: S.36). Vassilian meint außerdem, dass es „beim Podcasting [wichtig ist], dass möglichst regelmäßig eine neue Episode erscheint“ (Vassilian 2019: S.49).

Nach Meinung des Verfassers ist die ideale Episodenlänge und Veröffentlichungsfrequenz der Episoden grundsätzlich vom Format und Inhalt des Podcasts abhängig. Beispielsweise kann ein True-Crime-Podcast, der insgesamt acht Episoden umfasst, vom Inhalt nicht mit einem Laber-Podcast verglichen werden. In True-Crime-Podcasts benötigen monatelange Recherche, Interviews und Aufnahmen. Sie erzählen eine abgeschlossene Geschichte und sind dadurch inhaltlich begrenzt. Hier muss der Podcast-Produzent die Episodenlänge je nach Spannungsbogen und Handlung festlegen. Falls die Episode den Hörer langweilt, gilt sie als zu lange. Der Laber-Podcast ist dagegen ein spontanes Gespräch und erzählt keine recherchierte Geschichte. Hier kann die Episodenlänge wesentlich variabler und länger ausfallen. Aber auch hier gilt: Sollte es keinen Gesprächsbedarf mehr geben oder wiederholt sich der Inhalt, so ist die Episode zu lang. Episoden sollten jedoch regelmäßig veröffentlicht werden. True-Crime-Podcasts besitzen ein Ende, Laber-Podcast können theoretisch unbegrenzt fortgesetzt werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Episodendauer vom Inhalt und Format des Podcast abhängt. Idealerweise sollten Formate, die eine Geschichte erzählen, nicht länger als 30 Minuten pro Episode dauern. Die Veröffentlichungsfrequenz sollte regelmäßig und am Inhalt orientiert sein. Dabei sollte sie zu Beginn in kürzeren Abständen erscheinen.

4.1.3 Struktur, Ziel und Zielgruppe

Der strukturelle Aufbau einer Podcast-Episode ist mit dem Ziel eines Podcast verbunden. Die Frage ist: Was möchte man wie und wem mitteilen? Das „was“ und „wie“ ist jedoch auch hier nicht inhaltlich, sondern strukturell zu betrachten.

Betrachtet man das „wie“, so ist der Aufbau jeder einzelnen Podcast-Episode gemeint. Rubens redet von einem „Wiedererkennungseffekt“ (Rubens 2006: S.68), den ein Podcast besitzen sollte. Dieser besteht aus wiederkehrenden Elementen. Dabei ist ein Intro und ein Outro sowie eine vereinheitlichte Begrüßung und Verabschiedung empfehlenswert. Diese dienen zum Einstieg und der Hörer fühlt sich abgeholt (vgl. Vassilian 2019: S.51). Intros bestehen meistens aus Musik und leiten den Podcast ein. Sie sind vergleichbar mit Serien-Intros und dienen zur Wiedererkennung. Die Verabschiedung und das Outro kann hingegen verwendet werden, um den Hörer zum Handeln aufzufordern, wie z.B. das Abonnieren oder Kommentieren des Podcasts (vgl. Vassilian 2019: S.51). Weitere

Strukturelemente sind verschiedene Rubriken, die in jeder Podcast-Episode behandelt werden. Wenn die Episoden aus den gleichen Rubriken bestehen, gibt es für den Hörer eine feste Struktur innerhalb der Episoden (vgl. Hagedorn 2016: S.37).

In *Abbildung 10* werden zwei Episoden des Podcasts Medien-KuH miteinander verglichen. Der Themen-Podcast mit dem Schwerpunkt deutsche Medien, ist immer gleich aufgebaut. Es gibt die Themenrubriken Film, Funk und Fernsehen, sowie die Kategorien Weidengeflüster, die sich mit Fragen und einem Dankeschön an die Community richtet sowie Quotentipps, eine interaktive Tipprunde zwischen den beiden Hosts und der Community. Eine weitere Kategorie ist die KuH der Woche, in welcher ein bemerkenswertes Medienevent für einen Preis ausgezeichnet wird. Wie die Abbildung zeigt, ist die Reihenfolge der Rubriken und Kategorien immer gleich. Lediglich die Zeit, in der die Rubrik oder Kategorie besprochen wird, verändert sich abhängig vom Inhalt von Folge zu Folge (vgl. Medien-KuH 2019a; Medien-KuH 2019b).

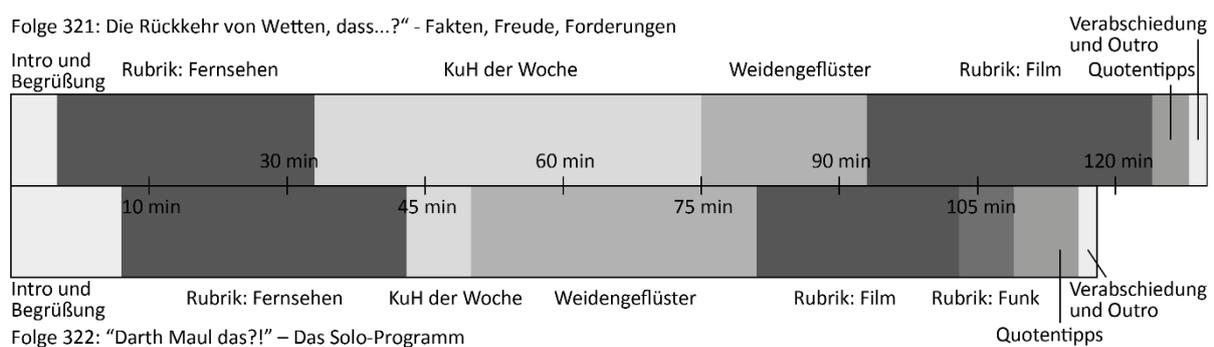


Abbildung 10: Aufbau von zwei Episoden des Podcasts „Medien-KuH“ (Medien-KuH 2019a; Medien-KuH 2019b)

Das „was“ fokussiert das Ziel des Podcasts. Was möchte man mit dem Podcast erreichen? Ziele können sehr unterschiedlich ausfallen. Sie sind vom Format des Podcasts unabhängig. Für Unternehmen und Selbstständige ist die Zielsetzung eine andere als für Hobby-Produzenten. Für erstere ist hauptsächlich die Kundengewinnung und -bindung das Ziel (vgl. Hagedorn 2016: S.29). Hagedorn bietet zu den Zielvorstellungen eine Methodik an. Sie definiert fünf Kriterien in einem „smart“ Ziel (vgl. Hagedorn 2016: S.30). Dabei stehen die Buchstaben in dem Wort „smart“ für die Anfangsbuchstaben der Worte „spezifisch“, „messbar“, „aktionsreich oder attraktiv“, „realistisch“ und „terminiert“ (Hagedorn 2016: S.30). Eine tabellarische Übersicht listet *Tabelle 2*.

	Beispiel
Spezifisch	Der Podcast soll die Besucherzahl auf meiner Website um 10 % erhöhen, und die Nachfrage nach meinem Angebot steigt. Mein Umsatz steigt x %.
Messbar	500 Hörer/Downloads pro Episode ab Episode 10
Aktionsreich / attraktiv	Ich bekomme Feedback das mich motiviert und mir hilft, meine Kunden besser einzuschätzen.
Realistisch	Das meint schon „hoch“, doch nicht unrealistisch.
Terminiert	Nach einem halben Jahr, bei einer Sende-Frequenz von 14 Tagen, habe ich die 500 Downloads erreicht, nach einem Jahr erkenne ich einen Anstieg meines Umsatzes.

Tabelle 2: „smart“ Tabelle mit Beispiel nach Hagedorn (Hagedorn 2016: S.31)

Dabei konzentriert sich Hagedorn auf das kommerzielle Interesse eines Podcasts für Unternehmen und Selbständige als Marketinginstrument. Die Methodik kann auch für andere Podcast-Ziele adaptiert werden. So kann ein Themen-Podcast ein anderes „smart“ Ziel formulieren und andere Aspekte zu den Oberbegriffen formulieren wie in *Tabelle 3* veranschaulicht.

	Beispiel
Spezifisch	Der Podcast soll Aufmerksamkeit für ein Thema generieren und Bewusstsein dafür schaffen.
Messbar	500 Hörer pro Episode und 90% positive Bewertung bei Podcatchern.
Aktionsreich / attraktiv	Ich bekomme ein Feedback, dass Hörer ihr Handeln gegenüber dem Thema geändert haben.
Realistisch	Ich bin zufrieden, wenn ich Menschen zum Nachdenken anrege und erwarte nicht, dass sie ihren Lebensstil gänzlich ändern.
Terminiert	Nach einem halben Jahr soll ein komplettes Unterthema besprochen worden sein.

Tabelle 3: „smart“ Tabelle mit Beispiel für einen Themen-Podcast

Diese Methode verleiht allen Podcast-Formaten eine übersichtliche Zielsetzung zur Erwartungshaltung des Podcast-Produzenten. Gleichzeitig motiviert die Zielsetzung den Anforderungen gerecht zu werden und fördert zusätzlich die Qualität des Podcast. Der Erfolg eines Podcast unterliegt extremen Schwankungen. Beispielsweise erzielte ‚Serial‘ über 40 Millionen Downloads in den ersten zwei Monaten nach seiner Veröffentlichung (vgl. Hancock McMurtry 2018: S.82). Hingegen besitzen Themen-Podcasts oft nur eine geringe Reichweite und sprechen eine begrenzte Zielgruppe an. Deshalb wird in vorliegender Arbeit das „smart“ Ziel „realistisch“ als ein wichtiger Faktor bei der Produktion von Podcasts erachtet. Denn man sollte bei dem aktuellen Überangebot an Produktionen den Erfolg seines Podcast generell nicht mit anderen vergleichen.

Dies leitet zum nächsten Punkt des strukturellen Aufbaus eines Podcasts über. Dabei bezieht sich die Frage nach „wem“ auf den Personenkreis der Zielgruppe. „In der EKS [...] heißt es, eine Zielgruppe seien Menschen mit gleichen Wünschen, Problemen und Bedürfnissen.“ (Hagedorn 2016: S.32) Um diese Menschen zu finden, bedarf es zuvor einer genauen Analyse: „Wollen Sie für alle senden? – Dann erreichen Sie vermutlich keinen!“ (Hagedorn 2016: S.32) Diese Aussage unterstreicht, dass man seine Zielgruppe eingrenzen sollte. Dabei können folgende Leitfragen gestellt werden:

- Welche Generationen sollen angesprochen werden?
- Welche Geschlechter sollen angesprochen werden?
- Ist der Podcast nur für bestimmte Berufsgruppen geeignet?
- Ist der Podcast regional oder global relevant?
- Für welchen Bildungsstand ist der Podcast gemacht?

Ähnliche Fragen stellt auch Vassilian (vgl. Vassilian 2019: S.47).

Ist die Zielgruppe eingeschränkt, erleichtert es die Recherche und die Vorbereitung für die einzelnen Podcast-Episoden, da die für die Zielgruppe irrelevanten Themen nicht berücksichtigt werden müssen.

4.1.4 Außendarstellung: Name und Coverbild

Neben dem Format, der Episodenlänge, der Veröffentlichungsfrequenz, der Struktur, dem Ziel und der Zielgruppe, ist die Außendarstellung des Podcasts für die strukturelle Konzeption wichtig. Diese wird hauptsächlich an drei Kriterien festgemacht. Ein Podcast-Name, der Name der Person oder der Personen, die den Podcast produzieren und ein

Coverbild. Diese drei Merkmale sind integraler Bestandteil des RSS-Feeds und damit wichtige Suchkriterien, um überhaupt auf Podcatchern gefunden zu werden. Außerdem sind die drei Merkmale frei in der Gestaltung und folgen keinen verpflichtenden Regeln.

Der Podcast-Name repräsentiert den Podcast. „Wichtig ist, dass der Titel Ihres Podcasts unverwechselbar ist.“ (Vassilian 2019: S.26) Dies ist die zentrale Funktion von Podcast-Namen. Sie müssen auf Podcatchern und bei Suchanfragen über das Internet eindeutig gefunden werden. Hagedorn nennt als Beispiel zur Namensgestaltung, dass viele Podcasts das Wort Podcast im Namen tragen oder ein Wortspiel zum Begriff Podcast im Namen enthalten. Andere machen das Thema und den Inhalt zum Namen (vgl. Hagedorn 2016: S.39). Vassilian kategorisiert die Podcast-Namen nach „der beschreibende Titel“, „der eigene Name als Titel“, „das Akronym als Titel“ und „der originell-kreative Titel“ (Vassilian 2019: S.27-29). „Der beschreibende Titel“ benennt den Inhalt als Namen des Podcasts (vgl. Vassilian 2019: S.27). „Der eigene Name als Titel“ nimmt den Namen des Produzenten bzw. der Produzenten als Titel. Manchmal sind diese auch Spitznamen oder Nachnamen. Dadurch sind sie meistens unverwechselbar. Man kann auch ein Akronym verwenden, wenn der Podcast von mehreren Personen produziert wird und erschafft damit „ein Akronym als Titel“. Hier können auch ganze Sätze als Akronym zusammengefasst werden (vgl. Vassilian 2019: S.28f). „Der originelle-kreative Titel“ hat oft Wortspiele in seinem unverwechselbaren Namen (vgl. Vassilian 2019: S.29f). *Tabelle 4* gibt dazu Beispiele:

	Beispiel
Der beschreibende Titel	Serial; Slow German
Der Name als Titel	The Ron Burgundy Podcast; Lucky & Fred
Das Akronym als Titel	WRINT; WIMAF
Der originell-kreative Titel	Hoaxzilla; Gästeliste Geisterbahn

Tabelle 4: Beispiele für Podcast-Namen

Das Coverbild ist neben dem Namen ein wichtiges Element zur Außendarstellung eines Podcasts. Dieses Bild wird auf Podcatchern angezeigt und dient ebenfalls zur Wiedererkennung. Dabei sind die meisten Coverbilder Illustrationen oder Fotomontagen, die ein spezielles Motiv darstellen. Das kann unter anderem der Host eines Podcasts sein. Besonders wichtig ist der Podcast-Titel auf jedem Coverbild, meist typografisch gestaltet, wie in *Abbildung 11* illustriert. Dieses Coverbild wird nicht nur bei Podcatchern angezeigt,

sondern ist auch beim Abspielen der Datei auf dem Display des Abspielgerätes zu sehen. Es dient als Logo und kann mit einem Albumcover verglichen werden.

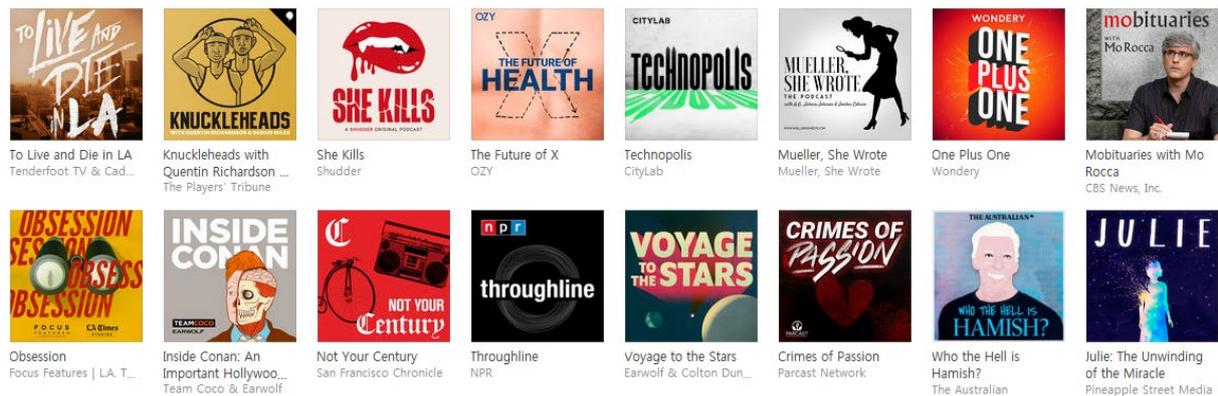


Abbildung 11: Coverbilder auf der Startseite von iTunes

4.2 Inhaltliche Konzeptionierung eines Podcasts

Die Struktur eines Podcasts gibt seinen Rahmen vor. Sie schafft einen Wiedererkennungseffekt und bietet dem Podcast-Produzenten einen Rahmen, der ihm hilft, seine Inhalte zu gliedern. Der wichtigste Aspekt eines Mediums ist sein Inhalt. Die Definition des Podcasts gibt seinen Inhalt nicht vor, denn jede Erzählung kann zum Inhalt gemacht werden. Diese Vielfalt bietet Produzenten zahlreiche Möglichkeiten auditive Inhalte zu erschaffen. Dennoch kann man Systematiken erkennen, die erfolgreiche Podcasts auszeichnen. Podcast-Produzenten setzen abhängig vom Podcast-Format eine Dramaturgie um, die Podcast-Hörer begeistern. Besonders Fiction-Podcasts, True-Crime-Podcasts und Themen-Podcasts erzählen eine Geschichte über mehrere Episoden. Sie soll den Hörer faszinieren und will gleichzeitig die Hörer für die nächsten Folge gewinnen. Bei Labor-Podcasts, Interview-Podcasts, Themen-Podcasts und Unternehmens-Podcasts steht das Interview oder ein Gespräch mit wechselnden Gästen im Vordergrund. Für die Umsetzung komplexer Geschichten, die eine Dramaturgie verfolgen, ist es wichtig, ein Skript zu verfassen. Zuletzt kann der auditive Inhalt über ein Sounddesign vermittelt werden. Geräusche, Töne und Musik erschaffen Emotionen und visualisieren auditive Narration in den Gedanken des Zuhörers.

Dieses Kapitel setzte sich mit inhaltlichen Gestaltungsmöglichkeiten gängiger Modelle des Storytellings auseinander.

4.2.1 Dramaturgie und Storytelling

Der Podcast ‚Serial‘ ist für eine gelungene, dramaturgische und inhaltliche Umsetzung bekannt. „Sicher ist: „Serial“ war kein Zufallstreffer“ (Preger 2019: S.5), meint Preger. Dramaturgie in Podcasts kann gelernt werden. Preger unterteilt Geschichten in zwei Gruppen: „Muss- und Lust-Geschichten“ (Preger 2019: S.11). Muss-Geschichten berichten über Events aus dem alltäglichen Leben. Die klassische Nachrichtenerstattung kann als Muss-Geschichte bezeichnet werden. Dagegen erzählen die Lust-Geschichten oft fiktionale Inhalte. Sie benötigen Zeit, um ihren Inhalt zu vermitteln und eine Immersion für den Rezipienten zu schaffen (vgl. Preger 2019: S.11f). Ein bewusster Einsatz von Dramaturgie wird deswegen hauptsächlich in Filmen, TV-Serien und Literatur angewendet. Im Journalismus und im Radio werden ebenfalls dramaturgische Elemente eingesetzt. Vassilian empfiehlt Geschichten in Podcasts einzubauen. Persönliche Geschichten über einzelne Menschen schaffen Nähe. Außerdem kann komplexes Wissen durch eine Geschichte anschaulicher vermittelt werden (vgl. Vassilian 2019: S.48f). Das Erzählen einer Geschichte folgt im Film, Theater oder bei der TV-Serie einem dramaturgischen Aufbau, der für Podcasts adaptiert werden kann.

Charaktere spielen dabei eine maßgebliche Rolle. Dazu gehören hauptsächlich die Hosts eines Podcasts. Sie leiten den Podcast und führen durch jede Episode. Der Zuhörer muss sie sympathisch finden. Dafür sind die Sprache und Stimme des jeweiligen Hosts maßgebend. Bei erzählerischen Podcasts ist der Host der Protagonist, denn er fungiert als Hauptfigur und erzählt die Geschichte. Nach Field besitzt eine Figur im Film ein inneres und ein äußeres Leben. Das innere Leben erzählt die Hintergrundgeschichte des Akteurs. Das äußere Leben repräsentiert seine Charakterentwicklung während der Geschichte. Der Charakter einer Figur ist das sogenannte emotionale Leben, wohingegen das Aussehen körperliches Leben genannt wird (vgl. Field 2016: S.84f). Diese vier Leben sollten für jede fiktionale Figur bestimmt werden, weil sie dadurch glaubwürdig erscheint. Reale Menschen besitzen genuin diese vier Leben und müssen nicht erfunden werden.

Nach Preger gibt es drei Faktoren, für eine emotionale Beziehung zwischen den Akteuren im Podcast und dem Hörer: „Empathie“, „Faszination“ und „Geheimnis“ (Preger 2019: S.116f). Diese Faktoren sind wichtig, damit der Zuhörer sich mit dem Host identifizieren kann.

Um Empathie beim Hörer zu schaffen, können Momente der Wiedererkennung erzählt werden. Wenn der Host von einer Situation spricht, die der Hörer ähnlich erlebt hat, baut dies eine Nähe zu ihm auf (vgl. Preger 2019: S.116f).

Faszination wird durch die Unvollkommenheit von Figuren geweckt. Durch die Erzählung von Ängsten und Sorgen, sowie zwischenmenschlicher Defizite wird eine Figur glaubhaft und interessant. Der Hörer identifiziert sich mehr mit einem unperfekten Charakter (vgl. Preger 2019: S. 117).

Ein Geheimnis dient dazu, Figur und Geschichte ein überraschendes Moment zu verleihen. Das Lüften des Geheimnisses ist ein starkes erzählerisches Element, das den Charakteren eine neue Facette gibt (vgl. Preger 2019: S.117f).

Sowohl die Figurenzeichnung von Syd Field, als auch von Preger, eignen sich für den Podcast. Fields Herangehensweise dient dazu, einen fiktionalen Charakter zu entwickeln, wohingegen Pregers Faktoren eine tiefe emotionale Bindung zwischen den Akteuren und den Hörern erzeugen.

Verschiedene dramaturgische Modelle greifen auf Theater und Film zurück. Für den Podcast ist nach Meinung des Verfassers das von Field entwickelte Paradigma besonders geeignet. Es besteht aus drei Akten: Dem Anfang, der Mitte und dem Ende.



Abbildung 12: Syd Fields Paradigma (Field 2016: S.306)

Der erste Akt führt die Akteure in den Kontext der Geschichte ein. Er macht den Rezipienten mit dem Setting der Geschichte vertraut. Sie beschreibt den gewöhnlichen Alltag des Protagonisten. Am Ende der Exposition passiert ein Ereignis, Plot Point eins, das die Geschichte vorantreibt, indem die Figuren mit einer nicht vorhersehbaren Situation konfrontiert werden, die einen Konflikt schafft (vgl. Field 2016: S.307).

Im zweiten Akt werden die Akteure vor Hindernisse gestellt. Der Konflikt schreitet voran, wobei die Figuren Rückschläge beim Versuch zur Lösung des Konfliktes erleiden. Der Akt

endet mit Plot Point zwei. Dieser ist ebenfalls ein Ereignis, das eine Wende der Geschichte bewirkt und zum dritten Akt überleitet (vgl. Field 2016: S.308).

Der dritte Akt löst den Konflikt auf. Die Figuren finden eine Lösung des Problems, indem sie gewinnen oder scheitern (vgl. Field 2016: S.309). Das Ende dieses Aktes ist die Klimax, ein Ereignis, das die gesamte Geschichte klärt und abschließt.

Dieser dramaturgische Aufbau eignet sich für jede Podcast-Episode. Außerdem kann ein Erzählstrang in einer Episode abgeschlossen oder über mehrere Episoden fortgesetzt werden.

Bei TV-Serien werden deswegen zwei Konzepte unterschiedenen. „Serien mit abgeschlossener Handlung erzählen in jeder Folge eine neue Hauptgeschichte.“ (Eschke Bohne 2018: S.156) Es entsteht in jeder Episode ein neuer Konflikt, der in derselben Folge abgeschlossen wird. Episodenübergreifende Handlungen werden „horizontale Handlungsbögen“ (Eschke Bohne 2018: S.156) genannt. Der Konflikt der horizontalen Handlungsbögen wird jedoch nie aufgelöst, sondern beginnt mit jeder Episode wieder von Neuem. Oft erzählen diese Handlungsbögen Konflikte zwischen Kollegen oder die Beziehung einer Romanze (vgl. Eschke Bohne 2018: S.156).

Die „fortlaufende Serie“ (Eschke Bohne 2018: S.156) erzählt hingegen eine Geschichte, die in jeder Episode weitergeführt wird und am Ende ein überraschendes Ereignis zeigt, das auf die nächste Episode neugierig macht. Diese Serien besitzen oft mehrere Charaktere mit parallelen Handlungen (vgl. Eschke Bohne 2018: S.157).

TV-Serien arbeiten mit drei dramaturgischen Strukturen: Die Fallstruktur erzählt meist von Episode zu Episode eine neue Haupthandlung, wobei jede Story in sich abgeschlossen ist. Die Akteure agieren nach spezifischen Schemen, wobei der sich entwickelnde Konflikt in jeder einzelnen Folge vom Aufbau der Geschichte abhängt. Ein klassisches Beispiel sind Kriminalserien wie beispielsweise der Tatort (vgl. Eschke Bohne 2018: S.163f).

Die Workplace-Struktur spielt an einem Arbeitsplatz und erzählt die Geschichte zwischen Arbeitskollegen. Die Handlung entwickelt sich über einzelne Episoden hinweg, wobei der Beziehungskonflikt der Akteure im Mittelpunkt der Serie steht. Die Handlung der einzelnen Episoden dient dabei lediglich zur Konfliktförderung zwischen den Figuren und wird nicht horizontal über mehrere Episoden erzählt. Klassische Beispiele sind Grey's Anatomie, Der Bergdoktor und Schwarzwaldklinik (vgl. Eschke Bohne 2018: S.166f).

Die Ensemblestruktur erzählt ebenfalls eine Geschichte über mehrere Episoden mit mehreren Handlungssträngen. In TV-Serien entwickeln sich die Charaktere langsam, aber kontinuierlich über einen bestimmten Zeitraum. Telenovelas oder Soaps, wie die Lindenstraße, sind Vertreter der Ensemblestruktur (vgl. Eschke Böhne 2018: S.171f). Auch epische TV-Serien, wie Game of Thrones, sind der Ensemblestruktur zuzuordnen. Der Fokus liegt auf den Konflikten zwischen den Akteuren und deren Geschichte wird über mehrere Folgen erzählt (vgl. Eschke Böhne 2018: S.175-180).

Dramaturgische Strukturen wie jene der TV-Serien eignen sich auch zur Produktion von Podcasts, da der Podcast ebenfalls als fortlaufende Episode veröffentlicht wird. Labor-Podcasts sind meist abgeschlossene Gesprächsrunden. Einzelne erzählerische Aspekte werden manchmal auch episodienübergreifend verwendet, wodurch sich horizontale Handlungsstränge mit einem Wiedererkennungswert ergeben. Die Fallstruktur wird bei vielen Personality-, True-Crime- und Themen-Podcasts angewendet, sofern das besprochene Thema weiter untergliedert ist und in jeder Episode ein Sub- oder Unterthema abgeschlossen wird. Die Workplace-Struktur kommt bei Podcasts weniger zum Einsatz, kann aber bei Unternehmens-Podcasts die interne Kommunikation fördern oder zur Konfliktlösung zwischen Abteilungen oder einzelnen Personen beitragen. Die Ensemblestruktur wird bei Fiction- und True-Crime-Podcasts verwendet. Sie eignet sich zum Erzählen fiktiver oder recherchierter Geschichten, die viele Charaktere und eine komplizierte Handlung besitzen.

Eine generell sinnvolle Dramaturgie für einen Podcast ergibt sich nach Meinung des Verfassers durch die Symbiose aus der Akt-Struktur von Field und den Serienstrukturen von Eschke und Böhne.

4.2.2 Interviews und Gäste

Eine weitere sehr gebräuchliche Methode, um den Podcast mit Inhalt zu füllen, sind Interviewpartner und Gäste. Das Format des Interview-Podcast besteht inhaltlich aus einem Gespräch zwischen dem Host und mindestens einem Gast. Es unterliegt bestimmten Qualitätskriterien. Interviews für Podcasts sind mit jenen aus dem Radio vergleichbar, können beim Podcast aber länger sein, da sie keine vorgegebene Sendezeit besitzen.

Es gilt für beide Medien, dass „Interviews [...] für den Hörer geführt [werden]“ (Müller 2014: S.131). Müller teilt die unterschiedlichen Typen des Interviews für den Radio wie

folgt ein: Das „Informationsinterview“ (Müller 2014: S.132) liefert Antworten auf die W-Fragen. Es dient zur Aufklärung eines Sachverhalts, wobei dem Hörer Informationen übermittelt werden, die von einer dazu kompetenten und verantwortlichen Person oder von Experten erfragt werden. Das „persönliche Interview“ (Müller 2014: S.133) nähert sich dem Leben eines Menschen an. Es entsteht ein Austausch zwischen dem Host und dem Interviewpartner, der etwas aus seinem Leben zu erzählen hat. Der letzte Interviewtyp nach Müller ist das „Meinungsinterview“ (Müller 2014: S.134). Hierbei versucht der Host die Argumente einer Person zu hinterfragen. Es kann sich ein Streitgespräch entwickeln, das aber stets argumentativ bleibt.

Diese Interviewtypen bilden die häufigsten Gesprächsrunden innerhalb eines Podcasts ab. Meistens werden persönliche Interviews geführt, vor allem bei Interview-Podcasts mit berühmten Persönlichkeiten. Journalistische Podcasts führen vornehmlich Informationsinterviews, während Meinungsinterviews selten Bestandteil von Podcasts sind.

Im Journalismus unterscheidet man Interviewtypen anhand von Themenfeldern und der dazu befragten Person. „Ein gelungenes Interview unterscheidet sich von einem missglückten darin, dass zum richtigen Thema die passende Person – oder zur Person das zu ihr passende Thema gefunden wurde.“ (Haller 2001: S.144) Die Themen sind entweder gegenstandsbezogen, personenzentriert oder verschränken beide genannten Themen miteinander (vgl. Haller 2001: S.150). Alle drei Interviewtypen sind mit den Radio-Typen vergleichbar. Das gegenstandsbezogene Interview entspricht dem Informationsinterview, das personenzentrierte Interview dem persönlichen Interview und das verschränkte Interview dem Meinungsinterview. Haller betont, dass die Person, die zu einem Thema interviewt wird, richtig ausgewählt werden muss: „Welche Funktion soll das Interview erfüllen?“ (Haller 2001: S.152) Je nach Antwort auf diese Frage kann der Host unterschiedliche Persönlichkeiten als Gast in seinen Podcast einladen. Haller nennt dabei neun verschiedenen Archetypen:

- Experten
- Augenzeugen
- Hauptpersonen
- Publikum
- Prominente
- Dichter/Denker/Künstler

- Politiker
- Helden
- Menschen wie Du und ich

(Haller 2001: S.152-167)

Experten, Prominente, Dichter/Denker/Künstler und Menschen wie Du und ich sind die häufigsten Gäste in Podcasts. Die anderen Archetypen können auch Teil einer Gesprächsrunde in Podcasts sein, sie beschränken sich jedoch auf die spezifischen Formate. So wird man einen Politiker nur in einem Themen-Podcast zu Politik oder in journalistischen Nachrichten-Podcasts hören.

Es wurde geklärt, zu welchen Themen Interviews in Podcasts geführt werden und welche Personen dafür geeignet sind. Ein interessantes Gespräch benötigt, neben der Wahl des Themas und des Gastes, eine gute Vorbereitung und Durchführung des Hosts. Bei der Vorbereitung eines Interviews kann ein Cluster erstellt werden, in dem Informationen zum Thema gesammelt werden. Fragen sollten erst nach einer intensiven Recherche und der Zusammenstellung relevanter Informationen über das Thema formuliert werden (vgl. Müller 2014: S.136). Mithilfe dieser Technik kann der Host eine Dramaturgie festlegen, die zur Entwicklung des Gesprächs beiträgt. Die dabei alles entscheidenden Fragen sollten Regeln einhalten, die das Interview interessant gestalten. Müller zählt dabei vier Fehler auf, die möglichst zu vermeiden sind: Interviewfragen klopfen keine Fakten ab, die nicht zu offen und bestenfalls nicht geschlossen gestellt. Außerdem sollte immer nur eine Frage gestellt werden (vgl. Müller 2014: S.137f). Gute Interviewfragen motivieren den Befragten in eigenen Worten über ein Thema zu sprechen, ohne dabei in einen Monolog zu verfallen oder nur stichpunktartig Informationen beizusteuern. Voraussetzung der Befragung ist eine klare bzw. eindeutige Fragestellung, die nicht missverstanden werden kann. Sind die Recherche, das Ziel und der Fragekatalog für das Interview erstellt, kann das Interview durchgeführt werden. Dabei ist es für den Host nicht empfehlenswert seinen Fragekatalog blind abzuarbeiten. Wichtiger ist es dem Gast aufmerksam zuzuhören. Dadurch können neue Fragen aufkommen und es kann sich ein Gespräch entwickeln, das ursprünglich nicht so geplant war, aber aussagkräftigere Informationen für den Zuhörer bereitstellt. Mit dieser Vorgehensweise lässt sich ein gutes Interview für Podcasts realisieren.

4.2.3 Skript

Beim Umsetzen von Inhalten, lohnt es sich ein Skript zu verfassen. Das Skript dient, ähnlich wie das Drehbuch bei einem Film, der Strukturierung und dem Aufbau. Darin steht der inhaltliche Ablauf einer Episode und beschreibt was zu hören ist. Vorzugsweise werden Skripte für Fiction-Podcasts, True-Crime-Podcasts und journalistischen Podcasts geschrieben. Diese Formate bieten sich an, da der Inhalt entweder erdacht oder recherchiert wurde. Ohne ein detailliertes Aufschreiben des Ablaufes, kann die Episode unstrukturiert wirken. Für ein Skript, das eine Geschichte oder Nachricht auditiv erzählt, sollten nach Meinung des Verfassers folgende Punkte enthalten sein:

- Das gesprochene Wort: Entweder ist dies der Erzähltext des Sprechers oder ein Dialog in einer Szene.
- Musik: Das konkrete Stück wird zeitlich genau terminiert.
- Sounddesign: Alle Geräuscheffekte, die in der Nachbearbeitung eingefügt werden, um eine Szene immersiver zu gestalten, werden aufgeschrieben.
- Produktionsanweisungen: Sie besteht aus Anmerkungen, wie Regieanweisungen oder Produktionsnotizen. Sie sind akustisch nicht zu hören und bieten zusätzliche Informationen für die Umsetzung des Skripts.

Ein Skript ist für Labor-Podcast oder Interview-Podcast nicht erforderlich. Diese Formate basieren auf der Spontanität aller Beteiligten. Die Sendung verliert ihre Glaubwürdigkeit, wenn die Antworten in Interviews bereits vorgeschrieben wurden.

Im Gegensatz zum literarischen oder journalistischen Schreiben, wird das geschriebene Wort nicht vom Rezipienten gelesen. Es wird ihm vom Host oder Erzähler des Podcasts vorgelesen. Das bedeutet: In einem Skript für einen Podcast muss der Autor seine Texte so formulieren, dass sie sich für den Hörer natürlich anhören, wenn sie von einem Erzähler ausgesprochen werden. Die Schwierigkeit besteht darin gesprochene Sprache zu schreiben. „Ein guter Erzähler ist ein authentischer Erzähler, dem man anhört, dass er in dem Moment die Gedanken neu entwickelt. Er klingt weder abgelesen noch überkorrekt, sondern natürlich und authentisch. Er erzählt wirklich.“ (Preger 2019: S.226)

Diese Authentizität kann durch spezifische Praktiken beim Schreiben erreicht werden. Wachtel stellt einige Regeln auf, wie das Schreiben für das Hören funktionieren kann. Vergleicht man das Mündliche mit dem Schriftlichen, so gibt es „mehr finite Verbformen,

weniger Substantive, kleine Sinneinheiten; selten mehr als 6 Wörter pro Sinnschritt“ (Wachtel 2013: S.39). Des Weiteren hat das Gesprochene „mehr einsilbige und weniger mehrsilbige Wörter. Und auf der Satzebene: mehr nebenordnende Satzverbindungen und mehr Hauptsätze, insgesamt mehr selbständige Einheiten als das Schriftliche.“ (Wachtel 2013: S.39) Neben diesen grammatikalischen Regeln gibt es noch weitere Kriterien, die berücksichtigt werden müssen. Beim Sprechen richtet sich das Gesagte immer situativ an eine oder mehrere Person. Deshalb sollte durch das gesprochene Wort stets eine Situation geschaffen werden, um den Hörer in einen Kontext einleiten zu können (vgl. Wachtel 2013: S.41-43). Als letzte Regel nennt Wachtel die Wiederholung. Durch den erneuten Bezug auf bereits Genanntes und die Wiederholung von Schlüsselwörtern, wird das Gesagte für den Hörer eindringlicher. Man kann dem Inhalt besser folgen. Dies liegt daran, dass man nicht zurücklesen kann. Deswegen sind im Vergleich zum Schriftlichen Wiederholungen nicht schlimm, sondern gewünscht (vgl. Wachtel 2013: S.45f).

Für das inhaltliche Schreiben nennt Wachtel ebenfalls mehrere Regeln. Am relevantesten ist, dass man nur einen Kerngedanken pro Satz ausdrücken sollte. Dabei werden die Informationen auf verschiedene Sätze verteilt. Der Zuhörer darf nicht anfangen nachzudenken, sonst kann er dem Gesprochenen nicht mehr folgen (vgl. Wachtel 2013: S.53f). Ein weiterer wesentlicher Punkt für das inhaltliche Schreiben ist das bildhafte Erzählen. Ein gesprochener Text ist für den Zuhörer verständlicher, wenn wenig abstrakte Begrifflichkeiten genannt werden. Besser ist es konkrete Beispiele zu beschreiben, um Bilder im Kopf des Hörers zu erschaffen (vgl. Wachtel 2013: S.60f).

Für Podcasts sind alle genannten Regeln zu berücksichtigen. Der Zuhörer darf nicht den Eindruck bekommen, dass der Erzähler abliest. Die Authentizität kann durch diese Regeln beibehalten werden. Die Inhalte werden vor der Umsetzung einer Episode in einem Skript festgehalten und dienen der Produktionsübersicht. Vor allem für Fiction-Podcasts und True-Crime-Podcasts sind sie essenziell, da eine Geschichte erzählt wird und jeder Satz zur Dramaturgie beitragen sollte.

4.2.4 Sounddesign

Neben dem gesprochenen Wort gibt es eine weitere Möglichkeit der auditiven Narration. Man kann sie zusammengefasst als Sounddesign bezeichnen. Der Begriff beschreibt einen Prozess bei der Nachbearbeitung, der außer den O-Ton Aufnahmen auch Klangobjekte

und Musik einfügt, die nicht während der Sprachaufnahme aufgenommen wurden. Sie werden genutzt, um einen zusätzlichen Klangeindruck zu erzeugen. Primär wird Sounddesign im Film verwendet. Aber auch für Hörspiele ist das Sounddesign essenziell, weil erst durch die Klangobjekte eine glaubhafte Immersion eines Stückes erzeugt werden kann. Diese zusätzlichen Geräusche sind für jede Szene individuell zu bestimmen und müssen mit den restlichen auditiven Inhalten gut harmonieren, damit sie vom Hörer verstanden werden können. Dieses Unterkapitel beschäftigt sich nicht mit der musikalischen, sondern mit der atmosphärischen Gestaltung eines Podcasts.

„Die Beschäftigung mit den Klängen der Umwelt führte zur Erkenntnis, dass ein Ort, ein Raum durch zeichenhafte Klänge und markante Klangumgebung charakterisiert ist, und dass diese Klänge des Ortes eine wesentliche Ursache für seine emotionale Wirkung sein können.“ (Görne 2017: S.13) Diese Klänge nennt man Soundscapes. Sie geben den Klang einer Umgebung wieder. Sie können nach Schafer in drei Konzepte unterteilt werden:

- „das Klangobjekt [...]: ein Objekt in der Wahrnehmung, das kleinste Element eines Soundscapes“ (Görne 2017: S.13)
- „das Zeichen [...]: ein bewusst wahrgenommenes und per Konvention bedeutungshaltiges Klangobjekt wie z.B. das Telefonklingeln“ (Görne 2017: S.13)
- „Das Klangsymbol [...], ein bedeutungsvolles und emotional berührendes Klangobjekt, dessen Bedeutung kulturell oder archetypisch geprägt sein kann, wie z.B. Wasserklänge“ (Görne 2017: S.13)

Diese drei Konzepte werden im Folgenden unter Berücksichtigung der Bedeutung für den Podcast näher betrachtet.

Das Klangobjekt beschreibt das grundlegende Schallereignis einer bestimmten Tätigkeit. So kann dies beispielsweise der Klang des Umblätterns in einem Buch, des Tippens auf einer Tastatur oder des Anschreibens mit Kreide an einer Tafel sein. Darüber hinaus kann das Klangobjekt diesem Schallereignis noch eine Bedeutung geben, muss es aber nicht. Die Bedeutung kann eine Metapher, eine Positionierung in einem Raum oder auch eine Kommunikation sein (vgl. Görne 2017: S.35f).

Außerdem kann ein Klangobjekt abstrakten oder konkreten Klang vermitteln. Das konkrete Klangobjekt ist eine eindeutig zu benennende Sache, die in der Realität wirklich existiert, wie beispielsweise Geräusche von Tieren, Autos, Menschen oder von

Gegenständen. Dadurch erhält das Klangobjekt eine kommunikative Bedeutung (vgl. Görne 2017: S.84f).

Der abstrakte Klang kann einer Sache nicht problemlos zugewiesen werden. Er wird im Sounddesign wesentlich weniger verwendet, findet seinen Einsatz aber in Science-Fiction Formaten. Er wird häufig durch elektronische Klangerzeugung erschaffen und ist somit dem Bewusstsein nicht vertraut. Um solche abstrakten Klänge eindeutig benennen zu können, müssen neue Begriffe erfunden werden. Der abstrakte Klang ist außerdem von der Wahrnehmung des Rezipienten abhängig (vgl. Görne 2017: S.84f).

Das Zeichen ist „ein Klangsymbol [...] mit expliziter Bedeutung und expliziter kommunikativen Funktion“ (Görne 2017: S.116). Es ist „dokumentarisch-realistisch“ (Görne 2017: S.116) und dient zur zwischenmenschlichen Kommunikation. Solche Zeichen sind allgemein bekannt und deshalb verständlich. Sie sind von der Gesellschaft vorgegeben und in der Wahrnehmung von Menschen verankert (vgl. Görne 2017: S.116f). Zu zeichenhaften Klangobjekten gehören beispielsweise „Telefonklingeln, Feuerwehrsirenen oder Klopfen an der Tür“ (Görne 2017: S.116).

Das Klangsymbol besitzt ebenfalls eine Bedeutung, die aber weder dokumentarisch noch realistisch ist. Es beschreibt eine Situation nicht nur auditiv, sondern steht für eine Metapher. Das Klangsymbol „kommuniziert hier das *Innere*, das Unbewusste: Psychologisch betrachtet sind Symbole Externalisierung der im Unterbewusstsein verborgenen Kräfte“ (Görne 2017: S.117). Damit ist gemeint, dass die Bedeutungen der Symbole, anders als beim Zeichen, nicht von der Gesellschaft vorgegeben, sondern vom Menschen intuitiv verstanden und emotional oder unterbewusst wahrgenommen werden. Abhängig von der Wahrnehmung des Hörers können Klangsymbole als Zeichen interpretiert werden, falls das Klangsymbol für den Hörer unbekannt ist (vgl. Görne 2017: S.117).

Zu den häufig eingesetzte Klangsymbole zählen Donner, Wasser, Wind, Glocken oder Tierstimmen (vgl. Görne 2017: S.118-143). Dabei werden diese Symbole für einen erzählerischen Aspekt eingesetzt. Der Donner kann für schlechtes Wetter, aber auch den Zorn der Götter wiedergeben (vgl. Görne 2017: S.118). Das Wasser hat viele verschiedene Interpretationen. Es kann für Leben, Zerstörung oder die Schwelle zu einer anderen Welt, wie der Ozean, stehen (vgl. Görne 2017: S.123). Der Wind ist oft ein Symbol für das Metaphysische, wie den Geist oder Verstand (vgl. Görne 2017: S.128). Eine Glocke wird geschlagen, wenn wichtige Ereignisse passieren. Sie steht unter anderem für Jahreszeitenwechsel

oder die Ankündigung des Todes (vgl. Görne 2017: S.133). Das Symbol der Tierstimmen ist abhängig vom kulturellen Kontext, denn die Tierarten haben in den verschiedenen Kulturen unterschiedliche Bedeutungen. Außerdem symbolisieren Tiere auch Charaktereigenschaften von Menschen (vgl. Görne 2017: S.137).

Für den Podcast sind konkrete Klangobjekte von großer Wichtigkeit. Sie können eine Szene im Kopf des Hörers kreieren, ohne sie mit Worten beschreiben zu müssen. Damit können Orts- und Zeitwechsel oder Situationsänderungen erzählt werden. Diese entstandenen Soundscapes sollten im Hintergrund und leiser zu hören sein, als der O-Ton, da sie von der Erzählung ablenken oder sie unverständlich machen könnten. Sie sind also dezent zu nutzen, besitzen aber dennoch eine starke narrative Wirkung. Sie trägt zur Immersion bei und kann Szenen lebendiger machen. Abstrakte Klangobjekte sind sinnvoll, möchte man etwas Unbekanntes erzählen, das in der Realität nicht existiert. Beispielsweise können Weltraum- oder Traumsituationen durch das abstrakte Klangobjekt auditiv gestaltet werden.

Das Zeichen dient der Narration. Im Gegensatz zu den konkreten oder abstrakten Klangobjekten besitzen Zeichen eine konkrete Bedeutung. Sie können eingesetzt werden, um Telefonate zwischen Menschen deutlich zu machen, in dem man vor dem Gespräch das Klingeln eines Telefons hört. Aber auch der Schuss einer Pistole erzeugt beim Hörer ein eindeutiges Bild von Dramatik und Gefahr. Das Zeichen kann im Gegensatz zum Klangobjekt Situativer erzählen und wird intuitiv verstanden.

Das Klangsymbol eignet sich vor allem für das Format von Fiction-Podcasts mit künstlerischen Inhalten. Sie sind ein ideales Mittel, um mit einer zusätzlichen Interpretation zur Erzählung beizutragen. Für journalistische Podcasts oder Podcasts, die eine reale Geschichte erzählen wollen, sind Symbole nicht unbedingt geeignet. Grund dafür ist, dass der Hörer durch dieses Sounddesign unterbewusst beeinflusst wird und Emotionen ausgelöst werden, die die Geschichte nicht mehr objektiv erzählen lassen.

Zusammenfassend bereichert das Sounddesign den Podcast auf folgende Art und Weise: Das Klangobjekt sollte im Hintergrund eingesetzt werden, um eine Atmosphäre zu kreieren und eine Szene zeitlich oder örtlich zu etablieren. Das Zeichen kann plötzliche Handlungseignisse auditiv verdeutlichen und die Geschichte vorantreiben. Das Klangsymbol sollte den Inhalt in seiner Aussage unterstützen. Es ist ein künstlerisches Element, das das Geschehen kommentiert und der Erzählung eine neue Bedeutungsebene verleiht.

5. Inhaltliche und produktionselle Umsetzung eines Podcasts anhand eines Beispiels

Die theoretischen Grundlagen zum Medium Podcast liegen nun der praktischen Umsetzung einer Podcast Produktion zugrunde. Zunächst entsteht die Idee einer fiktiven Geschichte, die bei der konzeptionellen Umsetzung in insgesamt fünf Episoden gegliedert wird. Zu drei Episoden wurde ein Skript erstellt, davon wird wiederum eine Episode als Prototyp produziert.

5.1 Die Idee

Die Idee zu diesem Podcast ist eine fiktive Geschichte, die zur Unterhaltung beiträgt. Dennoch verbirgt sich in der Handlung eine gesellschaftskritische Haltung, die sich an aktuelle Umweltprobleme, Konsumverhalten und den Umgang mit zwischenmenschlichen Beziehungen richtet. Die Idee der Geschichte basiert weder auf wissenschaftlichen noch redaktionellen Gesichtspunkten, ist also nicht dokumentarisch zu verstehen, sondern dient ausschließlich zur Unterhaltung.

Die Logline zu der Idee lautet:

Ein Sozialwissenschaftler einer außerirdischen Spezies besucht die Heimatwelten anderer intelligenter und zur Kommunikation fähiger Lebensformen im Universum und führt mit ihnen Interviews. In seinem Podcast berichtet er über seine Eindrücke und Erfahrungen, die mit atmosphärischen Tonaufnahmen aus den Welten lebensnah vermittelt werden.

Für diese Idee eignet sich der Podcast besonders gut, da in jeder Episode eine andere gesellschaftliche Thematik mit verschiedenen außerirdischen Spezies behandelt wird. Das Aussehen, also die Beschaffenheit der Außerirdischen wird weder detailliert beschrieben noch thematisiert, wodurch eine Art der Illusion zu den fiktiven Protagonisten gewahrt bleibt. Die Imagination der verschiedenen Spezies wird nur durch deren Stimme in der Vorstellung des Hörers erzeugt. Der Fokus der Idee liegt damit auf dem Inhalt der Gespräche zwischen dem Protagonisten und seiner Gäste, sowie auf den Erzählungen des Protagonisten und den Klängen der Umwelt. Damit kann eine maximale Immersion dieser Idee erzeugt werden.

5.2 Das strukturelle Konzept

In diesem Abschnitt wird auf die in Kapitel 4.1 *Strukturelle Konzeptionierung eines Podcast* besprochenen strukturellen Aspekte eines Podcast eingegangen. Dabei wird festgelegt, welche Aspekte am sinnvollsten für den zu realisierenden Podcast sind.

5.2.1 Podcast-Format

Zuerst muss das Podcast-Format gewählt werden. Integraler Bestandteil des Podcasts ist das Interview zwischen dem Protagonisten und seinem Gast. Außerdem spielt das Sounddesign eine zentrale Rolle, das ähnlich wie bei einem Hörspiel eingesetzt wird. Daher ist das Format ein Fiction-Podcast, der aber auch auf Elemente des Interview-Podcast zurückgreift, weil fiktive Lebewesen interviewt werden. Das vorliegende Format ist also ein Hybrid aus beiden Podcast-Formaten und kann als Fiction-Interview-Podcast bezeichnet werden. Das Format bleibt in allen fünf Episoden einheitlich.

5.2.2 Episodenlänge und Veröffentlichungsfrequenz

Vorliegende Ausführungen haben gezeigt, dass eine Episodenlänge von ca. 20 Minuten zur Wiedergabe von Fiction-Podcasts geeignet ist. Diese Zeit bildet die Richtlinie für die Episoden dieses Podcast. Eine Abweichung von fünf Minuten wird dabei toleriert. Die Episodendauer bietet nach Meinung des Verfassers einen guten Zeitrahmen, um auch gesellschaftliche Themen künstlerisch zu gestalten. Neue Anregungen zum Thema können an den Zuhörer übermittelt werden und ihn gleichzeitig dabei unterhalten. Eine Schwierigkeit besteht darin, die Essenz zum Thema in jeder Podcast Episode herauszuarbeiten.

Der Vorschlag die ersten Episoden alle zwei Wochen zu veröffentlichen und später zu einem einmonatigen Rhythmus zu wechseln, wird für diesen Podcast aufgegriffen. Eine andere Möglichkeit wäre es, den Podcast in Staffeln zu veröffentlichen. Das setzt voraus, dass alle Episoden einer Staffel bereits produziert sind bevor sie veröffentlicht werden. Liegt zwischen den Staffeln ein größerer Zeitraum, können zwischenzeitlich sogar neue Episoden produziert werden. Diese Art der Produktion ist für dieses Podcast-Format nach Meinung des Verfassers am sinnvollsten.

Es werden also zuerst alle fünf Episoden einer Staffel produziert, dann werden die ersten drei Folgen alle 14 Tage und die letzten beiden Folgen monatlich veröffentlicht.

5.2.3 Aufbau, Ziel und Zielgruppe

Im Rahmen dieser Arbeit wird nur die erste Staffel mit fünf Folgen konzeptioniert, wobei alle Episoden ähnlich aufgebaut sind. Eine Gliederung in Rubriken oder Kategorien ist für dieses Podcast-Format ebenfalls sinnvoll, allerdings ist ein streng vorgegebener Rahmen kontraproduktiv, da die Geschichte anhand einer Dramaturgie erzählt wird und deswegen nicht immer einem dogmatischen Aufbau im Hauptteil folgen kann. Der Anfang (Intro) und das Ende (Outro) jeder Episode werden mit einem Wiedererkennungseffekt gestaltet. Der Podcast wird somit in sieben Abschnitte unterteilt:

Das Intro

Der Podcast wird mit einer Titelmusik eröffnet. Diese Einführung ist vergleichbar mit dem Intro einer Serie und dient zur Wiedererkennung.

Die Begrüßung

Der Host begrüßt zu Beginn der Episode die Zuhörer, nennt den Inhalt der Episode und geht auf Besonderheiten dieser oder der vorherigen Episode ein. Die Begrüßung wird ebenfalls genutzt, um Feedback der Zuhörer aufzugreifen und zu kommentieren.

Der Monolog des Protagonisten

Der Protagonist berichtet über seine Reiseerfahrungen, wobei der Inhalt der entsprechenden Folge thematisiert wird. Sie sind stellenweise mit einem Sounddesign hinterlegt und führen den Interviewgast ein. Hier muss der Zuhörer vom Protagonisten auf denselben Wissenstand gebracht werden, bevor das Interview beginnt oder fortgesetzt wird.

Die Interviewsituation mit wechselnden außerirdischen Lebensform

Diese Rubrik dient zur Vorstellung der außerirdischen Lebensform und zur Vertiefung der Thematik. In den Gesprächen werden Antworten auf gezielte Fragestellungen diskutiert, wobei unterschiedliche Standpunkte und Sichtweisen neu betrachtet und Konfliktlösungen angeboten werden.

Die Soundimpressionen

Die Soundimpression wird als Impuls zum Nachdenken eingesetzt. Sie wird nach Kernaussagen eingefügt, damit der Hörer eine Pause zur Reflexion über die Thesen erhält. Dabei kann dem Hörer durch Akustik die Illusion des Fremden und der außerirdischen Lebenswelten in der Thematik nähergebracht werden.

Die Verabschiedung

Der Protagonist verabschiedet den Hörer und ruft zur Interaktion in Form von Posts, Kommentaren oder Nachrichten auf. Außerdem benennt er das Thema der nächsten Episode.

Das Outro

Das Outro schließt die Klammer zum Intro. Hier wird das musikalische Thema des Podcasts wieder aufgegriffen und signalisiert dem Hörer das Ende der Episode.

Intro, Begrüßung, Verabschiedung und Outro sollten immer in dieser Reihenfolge erfolgen. Der Hauptteil mit den verbliebenen drei Rubriken ist stark abhängig von der Narration und muss von Episode zu Episode neugestaltet werden.

Das inhaltliche Ziel des Podcasts wurde bereits in Kapitel 5.1 *Die Idee* genannt. In jeder Episode wird eine neue gesellschaftskritische Thematik aufgegriffen. Für diesen Podcast wird nun ein strukturelles „smart“ Ziel in *Tabelle 5* definiert.

	Ziel des Podcast
Spezifisch	Der Podcast soll Aufmerksamkeit für gesellschaftliche und soziale Themen schaffen.
Messbar	100 Hörer pro Folge für die ersten fünf Folgen.
Aktionsreich / attraktiv	Hörer reflektieren den Inhalt des Podcast und dadurch ihr eigenes Verhalten.
Realistisch	Hörer ändern ihr Bewusstsein gegenüber den behandelten Themen.
Terminiert	Die ersten fünf Folgen werden innerhalb eines Jahres produziert und veröffentlicht.

Tabelle 5: „smart“ Ziel des Podcasts

Die Ziele dieses Podcast verfolgen keine kommerziellen Absichten, sondern konzentrieren sich lediglich auf Qualitätsmerkmale, wie z. B. den Erfolg und die Resonanz der Hörer.

Die Zielgruppe wird nach Kapitel 4.1.3 *Struktur, Ziel und Zielgruppe* definiert. Der Podcast versucht primär Menschen zum Nachdenken und Handeln anzuregen.

- Welche Generationen sollen angesprochen werden?

Für das Alter kann keine eindeutige Eingrenzung erfolgen. Die Inhalte sind einerseits für den routinierten Podcast Hörer und andererseits für Menschen, die aktiv am politischen und gesellschaftlichen Leben teilnehmen, konzipiert. Bewegungen wie ‚Fridays for Future‘ zeigen, dass bereits junge Menschen öffentlich aktiv einen politischen Handlungsbedarf zu Umweltthemen einfordern und damit auch der Zielgruppe angehören. Daher zählen alle Personen, die sich mit kritischen Inhalten auseinandersetzen, zur Zielgruppe – unabhängig ihres Alters.

- Welche Geschlechter sollen angesprochen werden?

Die Thematik vertritt gesellschaftsrelevante Themen, die alle Geschlechter betreffen.

- Ist der Podcast nur für bestimmte Berufsgruppen geeignet?

Der Podcast ist für sämtliche Berufsgruppen geeignet, da der Inhalt nicht berufsbezogen ist.

- Ist der Podcast regional oder global relevant?

Die Zielgruppe ist primär regional auf den deutschsprachigen Raum beschränkt, da der Podcast auf Deutsch produziert wird. Außerdem werden Themen behandelt, die hauptsächlich in Deutschland relevant sind und in Entwicklungsländern nicht identisch sind.

- Für welchen Bildungsstand ist der Podcast gemacht?

Der Podcast ist für Interessenten konzipiert, die sich kritisch und aktiv am gesellschaftlichen Leben beteiligen und einen Zugang zu fiktiven Erzählungen haben. Dabei spielt der Bildungsabschluss keine entscheidende Rolle. Denn das Bewusstsein im Umgang mit natürlichen Ressourcen und die Verantwortung für nachfolgende Generationen kann von allen Bildungsschichten erworben oder auch negiert werden.

5.2.4 Außendarstellung: Name und Coverbild

Basierend auf einer der vier Kategorien aus Kapitel 4.1.4 *Außendarstellung: Name und Coverbild* sollte der Name bereits einen Hinweis auf den Inhalt geben. Deswegen ist der Podcast Name ein beschreibender Titel. Um einen Bezug zum Inhalt herzustellen, deutet bereits der Titel des Podcast die gesellschaftlichen Themen an. Außerdem muss der Titel

darauf verweisen, dass der Protagonist ein außerirdischer Soziologe und Journalist ist. Der Titel lautet:

Galactic Matters Journal – Podcast

Galactic Matters bedeutet einerseits „galaktische Materie“, die für die Lebensformen und deren Heimatwelten im Universum steht, da sie rein materiell sind. Andererseits bedeutet es auch „galaktische Angelegenheiten und Belange“. Diese Doppeldeutigkeit beschreibt den Inhalt, nämlich die Gespräche und Thematiken, die die Gesellschaft der Menschen betreffen, hier jedoch von außerirdischen Spezies in den Podcast-Episoden verkörpert werden.

Ein **Journal** ist ein Magazin, das in diesem Zusammenhang fiktiv zu verstehen ist. Ein „Galactic Matters Journal“ impliziert, dass es sich um eine fiktive Geschichte handeln muss. Der Protagonist des Podcast berichtet für das „Galactic Matters Journal“ und weist sich dadurch als Journalist und Wissenschaftler aus, da er einen Podcast in einer fiktiven Fachzeitschrift hostet. Schließlich verweist das Wort **Podcast** auf das hier gewählte technische Medium.

Die Gestaltung des Coverbildes ist in *Abbildung 13* zu sehen. Die Silhouette deutet die Gestalt des Aliens an. Das Aussehen ist eine klassische Darstellung eines Außerirdischen. Es macht neugierig, da es auf den ersten Blick unheimlich und unbekannt auf den Betrachter wirkt. Der Titel des Podcast ist auf dem Coverbild ersichtlich. Die Farbe der Schrift ist ein helles Cyan, die sich vom monochromen Hintergrund abhebt und dabei kühl und distanziert das Unbekannte unterstützt.



Abbildung 13: Mögliches Coverbild des Podcasts

5.3 Das inhaltliche Konzept

Nachdem das strukturelle Konzept festgelegt wurde, kann der Inhalt geplant und vorproduziert werden. Dabei sind die angesprochenen Aspekte aus Kapitel 4.2 *Inhaltliche Konzeptionierung eines Podcasts* zu berücksichtigen.

5.3.1 Dramaturgie und Storytelling

Der Protagonist, das Alien, führt als Hauptfigur durch jede Episode. Er ist der Narrator der Geschichte, wobei der Hörer die Story aus seiner Perspektive erlebt. Die sympathische Figur nähert sich trotz ihrer Fremdartigkeit vertrauensvoll dem Hörer und bleibt für ihn verständlich. Sein inneres Leben beschreibt die Ereignisse, die vor dem Beginn der ersten Episode geschahen: Das Alien ist ein Sozialforscher und trägt den Namen Howatan. Er ist mehrere Millionen Jahre alt und gehört einer Spezies an, die problemlos durch das Weltall reisen und andere Lebewesen aufspüren können. Er arbeitet für das Magazin „Galactic Matters Journal“ als Journalist. Für das Magazin produziert er einen Podcast, indem er durch das Universum reist und mit außerirdischen Lebensformen Interviews führt. Seine Spezies ist äußerst sprachbegabt, sodass er alle Formen der Kommunikation schnell verstehen und erlernen kann. Dadurch ist es ihm möglich mit fast allen intelligenten und zur Kommunikation fähigen Lebensformen zu kommunizieren. Bis zur ersten Episode hatte er bereits unzählige Lebensformen interviewt.

Das äußere Leben beschreibt die Ereignisse ab der ersten Episode, die mit dem Besuch auf der Erde und dem Interview eines Menschen beginnt. Howatan greift in den Episoden immer wieder auf Inhalte aus den Gesprächen mit anderen außerirdischen Lebensformen zurück. Er vergleicht die Aussagen der Gespräche mit jenen anderen Lebensformen, die bereits in einer vorherigen Episode erschienen sind. Dabei entsteht ein glaubhafter Mikrokosmos, den der Hörer nachvollziehen kann.

Die Gestalt des Aliens Howatan wird weder thematisiert noch beschrieben. Der Hörer muss sich eine eigene Vorstellung zum Aussehen von Howatan machen. Dadurch wird die Imagination des Hörers aktiviert und der Protagonist behält seine Glaubwürdigkeit, weil er nicht mit dem Erscheinungsbild eines Menschen in Verbindung gebracht wird.

Das emotionale Leben besteht aus Empathie, Faszination und Geheimnis. Die Empathie von Howatan wird durch sein nachvollziehbares Handeln erzeugt. Dabei kann kein Mensch ahnen, wie sich die Reise zu einer außerirdischen Lebensform anfühlt. In einer

neuen Umgebung fremd zu sein, ist auch für irdische Menschen ein bekanntes Gefühl, das eine Empathie für den Alien beim Zuhörer auslösen kann.

Faszination kann durch das Eingeständnis von Fehlern entstehen. Faszination entsteht aber auch über das endlose Wissen von Howatan, der über fremde außerirdische Lebensformen aus der Galaxie berichten kann. Seine Wahrnehmung verleitet ihn gelegentlich zu Missinterpretationen, wodurch der Hörer einen Wissensvorsprung erhält. So wird der Fokus auch auf Aspekte gelegt, die der Zuhörer im Gegensatz zu Howatan kennt, was ihn unperfekt erscheinen lässt damit faszinierend macht.

Das Geheimnis von Howatan wird durch seine Fremdartigkeit erzeugt. Seine Erscheinung und Spezies sind dem Hörer unbekannt. Im Laufe der Episoden werden immer neue Charakterzüge, Fakten und Geschichten über sein Leben und seiner Spezies enthüllt, sodass der Hörer mehr und mehr über Howatan erfährt und dabei oft überrascht wird.

Der Umgang mit dem Aussehen der Interviewpartner verhält sich simultan zu dem des Protagonisten. Es wird weder beschrieben noch erwähnt. Dennoch benötigen sie Emotionen, um der fremden Spezies einen Charakter zu verleihen. Diese stehen metaphorisch für eine gesellschaftsrelevante Thematik, die einer kritischen Betrachtung unterzogen wird. Dabei wird eine Faszination zu den fremden Wesen geweckt, weil sie wie die Menschen fehlerhaft und unperfekt sind. Das erzeugt wiederum eine Empathie zwischen dem Hörer und dem Interviewpartner. Ein Geheimnis entsteht im weiteren Verlauf der Episoden durch wechselnde fremde Spezies, die es für den Hörer zu ergründen gilt.

	Lebensform	Besonderheit der Lebensform	Thematik
Episode 1	Mensch	Sterblich; Unbewusstes Leben	Menschlichkeit
Episode 2	Hom	Unsterblich; nur ein Individuum seiner Art	Einsamkeit
Episode 3	Xeliko	Mikroskopische Lebensform; unzählige Individuen derselben Art	Individualismus
Episode 4	Terfobil	Ein Bewusstsein für alle Individuen derselben Art	Bewusstsein
Episode 5	Ziu	Multidimensionale Lebewesen; können Zeit wahrnehmen und durch sie reisen	Zeitwahrnehmung

Tabelle 6: Aufbau des Podcasts mit den Besonderheiten und Thematiken der Episode

Tabelle 6 listet eine Übersicht der Interviewpartner, deren Lebensform und die damit verbundenen Besonderheiten sowie die inhaltliche Thematik der ersten fünf Episoden.

In der ersten Episode ist der Interviewpartner ein Mensch. In dieser Folge wird die Menschlichkeit als Thema behandelt. Der Protagonist weiß nicht, was es bedeutet, menschlich zu sein. Damit wird dem Hörer ein Spiegel vorgehalten, indem er idealerweise hinterfragt, was er als menschlich erachtet. Die Fragen und Beobachtungen innerhalb dieser Episode werden in den folgenden Episoden weiter vertieft, indem eine Thematik aus der ersten Episode, wie die Einsamkeit, des Individualismus, des Bewusstseins und der Zeitwahrnehmung, mit anderen Lebensformen erörtert wird.

Der dramaturgische Aufbau des Podcasts folgt einer Fallstruktur. Von Episode zu Episode wird eine in sich abgeschlossene Handlung erzählt. Die Spannung und der Konflikt der einzelnen Episoden werden daher über den zu behandelnden Fall erzeugt. Ein vertikaler Handlungsbogen entsteht, wenn sich der Protagonist in seiner Erzählung auf Aussagen von bereits interviewten Lebensformen bezieht und Aspekte der einzelnen Interviewpartner in mehreren Episoden vergleicht.

Innerhalb der Episoden trägt die Einleitung, der Hauptteil und das Ende dazu bei, dass der Spannungsbogen erhalten bleibt. Dabei wird auf einen konstanten dramaturgischen Aufbau in jeder Episode geachtet, indem alle oben im Text genannten Kriterien nach dem Intro und der Begrüßung und vor der Verabschiedung und dem Outro berücksichtigt werden.

Die Einleitung führt in das Thema ein. Sie ist hauptsächlich durch den Monolog des Protagonisten gekennzeichnet. Der Protagonist dokumentiert die Situation der Heimatwelten, die er besucht. Er stellt den Interviewpartner vor und spricht über die Besonderheiten der Lebensformen. Hier kommt auch der Interviewpartner bereits zu Wort, der ein Statement zu seiner Spezies gibt oder bereits die ersten Fragen beantwortet. Darauf folgt der erste Plot Point, der die Thematik der Episode aufgreift. Sie bildet den Konflikt der Episode. Der Protagonist betrachtet auf seiner Reise durch das Universum kritisch die Lebensweise der Spezies, deren Verhalten im Umgang mit den Ressourcen ihrer Umwelt oder das Verhalten der Spezies in ihren Gesellschaften. Außerdem werden alternative Verhaltensnormen der Gewohnheiten der Lebensformen ins Gespräch gebracht.

Im Hauptteil wird der Konflikt konkretisiert und diskutiert, wobei der Protagonist eine oppositionäre Meinung zu jenen Lebensformen einnimmt. Der Konflikt wird durch das

Interview bzw. Gespräch zwischen dem Protagonisten und der Lebensform diskutiert. Es werden verschiedene Sichtweisen aufgezeigt und gegenübergestellt. Das Ziel der Gesellschaftskritik gegenüber dem menschlichen Verhalten wird subtil erzählt und nicht konkret angesprochen, damit der Hörer eigene Antworten auf gezielte Fragen für sich und seine Lebensweise finden kann. Der Hauptteil endet mit Plot Point zwei. Dieser gibt der Geschichte eine zweite Wende durch den Impuls eines weiteren Arguments, eines Lösungsvorschlags oder eines spontanen Meinungswechsels der Gesprächspartner. Er versucht zu polarisieren, sodass der Hörer sich dem neuen Gedanken anschließt oder ihn auch ablehnen kann.

Das Ende bietet eine Lösung des Konflikts. In einer Gesprächspause vermitteln Soundimpressionen Eindrücke zu der in dieser Episode vorgestellten Heimatwelt bevor es zur Klimax kommt. Sie zieht aus dem Gespräch und den Eindrücken des Protagonisten eine Lehre oder Fazit, das positiv formuliert ist, um den Hörer mit einem guten Gefühl aus dem Podcast zu verabschieden.

In *Tabelle 7* ist der dramaturgische Aufbau der fünf Episoden mit den beiden Plot Points und der Klimax gelistet.

	Plot Point I	Plot Point II	Klimax
1	Der Mensch zerstört seine Heimatwelt	Der Mensch ist sterblich	Menschlichkeit kann das Leben bereichern
2	Der Hom ist das einzige Individuum seiner Art	Der Hom ist lieber einsam, als sich mit Belanglosigkeiten zu beschäftigen	Gib der Bedeutungslosigkeit keine Bedeutung
3	Der Xeliko stellt sein eigenes Wohl unter das Wohl der Gesellschaft	Der Xeliko teilt sich während des Gesprächs	Individualität stört die Gemeinschaft
4	Der xxx ist ein Kollektivbewusstsein	Es kann auch noch ein zweites Kollektivbewusstsein geben	Nur mit Rücksicht kann etwas erreicht werden
5	Die xxx können sich durch die Zeit bewegen	Die Vergangenheit kann nicht beeinflusst werden	Jede Tat kann nur einmal gemacht werden

Tabelle 7: Dramaturgie der fünf Episoden

5.3.2 Interview und Gäste

Ein zentrales Element des Podcasts sind die Interviewsituationen mit den wechselnde Lebensformen in jeder Episode. Ziel des Gespräches ist es, Informationen über das alltägliche Leben dieser Lebensformen zu erfragen und Besonderheiten zu deren Lebensweise zu hinterfragen. Hier werden für den Menschen bereits genannte gesellschaftliche Themen vertieft. Die Interviewart ist in jeder Episode ein persönliches Interview, da die Lebensformen dabei am besten charakterisiert werden. Informationsinterviews und Meinungsinterviews sind für den Podcast nicht primär geeignet, weil die Geschichte von den individuellen Charakteren der Lebensformen getragen werden.

Die Interviewpartner in diesem Podcast werden nach Akteuren typologisiert. *Tabelle 8* listet die Interviewpartner der ersten fünf Episoden auf und ordnet die Akteure einem Typus zu.

	Lebensform	Interviewpartner	Akteurstyp
Episode 1	Mensch	Jane	Mensch wie Du und Ich
Episode 2	Hom	Der Hom	Hauptperson
Episode 3	Xeliko	Kolioo 82a, Kolioo 83a, Kolioo 83b	Mensch wie Du und Ich
Episode 4	Terfobil	Das kollektive Bewusstsein der Terfobil	Hauptperson
Episode 5	Ziu	Haja 80.012.412 v.Chr.	Mensch wie Du und Ich

Tabelle 8: Interviewpartner und Akteurstyp

Für diesen Podcast bieten sich nur zwei Typen von Akteuren an: „Menschen wie Du und Ich“ und „Hauptpersonen“. Der Typus des „Menschen wie Du ich“ besitzt keine außergewöhnliche gesellschaftliche Rolle. Er ist interessant, weil er vom alltäglichen Leben der Lebensform erzählt. Der Typus der „Hauptperson“ wird für die Spezies mit nur einem Individuum eingesetzt. In diesem Fall ist das Individuum die Lebensform und damit die einzige Person, die zu dieser Lebensform interviewt werden kann.

5.3.3 Skript

Für das Podcast-Format eines Fiction-Podcast muss ein Skript geschrieben werden. Es dient zur Übersicht der Produktionsabläufe und des Inhaltes. Für diesen Podcast ist ein Skript essenziell, da die fiktiven Akteure bei der Aufnahme des Podcast von Schauspielern verkörpert werden. Das Skript gibt den Schauspielern eine Vorgabe, damit sie ihren Charakter interpretieren können und die Kernaussage des Inhalts verstehen. Inhaltlich besteht das Skript aus den Kategorien von Kapitel 5.2.3 *Aufbau, Ziel und Zielgruppe*.

Da alle Lebensformen, bis auf den Menschen, nicht existieren und über unterschiedliche physikalische Naturgesetze kommunizieren, müssen sich kommunikative Eigenheiten in der Sprache widerspiegeln. Der Protagonist ist durch seine exzellente Sprachfähigkeit der menschlichen Sprache am nächsten. Dennoch soll die Sprache durch einen unbekanntem Akzent leicht entfremdet werden. Dieser Akzent entwickelt ein Schauspieler eigens für diese Rolle, während die Sprache der anderen Lebensformen in veränderter Grammatik und Wortwahl, wie gelistet in *Tabelle 9*, wahrzunehmen ist.

	Lebensform	Sprachliche Besonderheit
Alle	Alien	Spricht in einem unbekanntem Akzent; Kurzer Satzbau
Episode 1	Mensch	Keine Besonderheiten
Episode 2	Hom	Kurze, aber bedeutungsvolle Sätze; Mehrdeutigkeit
Episode 3	Xeliko	Schneller Redefluss; kurze Sätze
Episode 4	Terfobil	Unterschiedliche Stimmen für das Bewusstsein
Episode 5	Ziu	Redet in verschiedenen Zeitformen

Tabelle 9: Sprachliche Besonderheiten der Protagonisten im Skript

Die Skripte der ersten drei Episoden befinden sich im Anhang.

5.3.4 Sounddesign

In Kapitel 4.2.4 *Sounddesign* ist die inhaltliche Relevanz des Sounddesigns für den Podcasts genauer erläutert worden. Demnach bietet sich für das Format eines Fiction-Podcasts ein Sounddesign n, das Klangobjekte, Zeichen und Klangsymbole beinhaltet.

Das Sounddesign hebt im Podcast die Charaktere und die Heimatwelten der Lebensformen hervor. Die Fremdartigkeit der Lebensformen und des Protagonisten kann mit Klangobjekten unterstützt werden. Klangobjekte sind in diesem Podcast bevorzugt abstrakt, damit der Hörer diese Klänge ausschließlich mit den Lebensformen der Podcast-Episoden verbindet.

In *Tabelle 10* befindet sich eine Übersicht, wie die Stimmen der einzelnen Lebensformen gestaltet werden, um eine Fremdartigkeit zu erzeugen.

	Lebensform	Klangobjekte auf der Stimme der Charaktere
Alle	Alien	Trockene Stimme; Keine Mundgeräusche; Kein Atmen
Episode 1	Mensch	Keine Besonderheit auf der Stimme
Episode 2	Hom	Tiefe und lange Töne im Hintergrund
Episode 3	Xeliko	Wasserartige Klänge
Episode 4	Terfobil	Lautstärke und Frequenzunterschiede der Sprecher
Episode 5	Ziu	Hall auf der Stimme

Tabelle 10: Klangobjekte der Lebensformen

Die Klangobjekte der Heimatwelten unterscheiden sich von jenen der Erde. Idealerweise versinnbildlichen sie das Universum und geben eine Distanz zur Erde wieder. Die Soundscapes der Episoden zwei bis fünf beinhalten abstrakte Klangobjekte, damit die Andersartigkeit der Welten deutlich wird. Sie sind für jede Heimatwelt individuell sein. Eine detaillierte Auflistung der Soundscapes befindet sich in den Skripten im Anhang. Für alle Episoden sind Beispiele von Klangobjekten der Heimatwelten in *Tabelle 11* aufgeführt.

	Heimatwelt	Beispiele von Soundscapes der Heimatwelten
Episode 1	Erde	Menschenmassen; Verkehrslärm; Naturgeräusche
Episode 2	Weltall	Keinerlei Klangobjekte; Stille
Episode 3	Teftef	Geräusche einer Petrischale mit Flüssigkeit
Episode 4	Tarra	Klänge einer fremdartigen Atmosphäre
Episode 5	Multiversum	Sphärische Klänge über die Stereobasis verteilt

Tabelle 11: Beispiele von Soundscapes der Heimatwelten

Das Klangobjekt kann auch als selbständiges erzählerisches Mittel eingesetzt werden. Es macht innerhalb aller Episoden Orts- und Zeitwechsel deutlich, indem sich das Soundcape plötzlich ändert.

Das Zeichen wird innerhalb des Podcast narrativ eingesetzt. Es bietet sich an, eigene Zeichen zu etablieren und dem Hörer über die Episoden beizubringen. Dafür müssen sich diese Zeichen wiederholen und eine Regelmäßigkeit aufweisen.

Das Sounddesign bildet also mit dem Klangobjekt und den Zeichen den Soundcape des Podcast. Zusammenfassend zeichnen sich folgende Merkmale zur Nutzung eines fiktiven Podcast ab: Das Klangobjekt wird primär, mit Ausnahme der ersten Episode, abstrakt gehalten. Es kreiert die Sphäre der Heimatwelten und unterstützt die Fremdartigkeit der Charaktere. Das Zeichen ist nicht abstrakt einsetzbar, kann aber als erzählerisches Mittel fungieren, um die Geschichte voranzutreiben. Innerhalb des Podcast können neben bestehenden, auch neue Zeichen kreiert werden, an die sich der Hörer in allen Episoden als Wiedererkennungseffekt erinnert.

Das Intro und Outro sind ebenfalls Teil des Sounddesigns. Beide Kategorien sind unabhängig von der eigentlichen Narration der Episoden und über die Episoden hinweg beständig. Hier eignet sich ein Musikstück, das Menschen nicht bekannt ist. Elektronische Musik ist abstrakt und kann keinen Instrumenten zugeordnet werden. Diese Musik wirkt sphärisch und fremdartig auf den Zuhörer. Das Intro signalisiert den Beginn des Podcasts. Es soll aussagen, dass nun eine fiktive Scifi Geschichte erzählt wird. Für das Intro und Outro wurde dieselbe Musik gewählt, weil der Podcast damit einen Rahmen bekommt und der Wiedererkennungseffekt gewahrt bleibt. Hierfür wurde für den Podcast für Intro und Outro das Musikstück Alien Village von Podington Bear gewählt.

5.4 Die Realisierung

Zwei Abläufe sind nun für das finale Produkt des Podcasts ausschlaggebend: Zum einen wird die technische Voraussetzung für die Aufnahme und Postproduktion geschaffen, zum anderen werden die verschiedenen Produktionsschritte umgesetzt.

Die produktionelle Umsetzung fand für diesen Podcast in folgender Reihenfolge statt: Zuerst wurde die Idee des Podcast in einem Konzept konkretisiert. Danach wurden die Skripte für die einzelnen Episoden geschrieben und überarbeitet sowie parallel Schauspieler für die Verkörperung der Figuren gesucht. Daraufhin fand die Aufnahme in einem

Heimstudio statt. Anschließend erfolgte die Nachbearbeitung des aufgenommenen Inhaltes. Der letzte Schritt ist die Veröffentlichung des Podcasts. Für diese wurde das Fremddhosting bei der Webseite podcast.de gewählt, da hierbei sowohl ein RSS-Feed geniert wird, als auch Serverkapazitäten angeboten werden. Zum aktuellen Stand der Produktion in vorliegender Arbeit wurden die Podcast-Episoden noch nicht veröffentlicht, da zuvor die restlichen vier Episoden produziert werden müssen, um der Veröffentlichungsfrequenz des Konzepts gerecht zu werden.

Die technische Aufnahmesituation für diesen Podcast ist wie in Kapitel 3. *Technische Grundlagen zur Produktion eines Audio-Podcasts* beschrieben. Es wurde das Großmembran-Kondensatormikrofon AKG 4000 B für den Host während der Monologsituationen benutzt. Für die Dialoge wurde für den Host und den Interviewpartner jeweils ein Sennheiser MD 421 dynamisches Großmembran-Mikrofon verwendet. Diese waren über ein XLR-Kabel mit dem Audiointerface Zoom H5 verbunden, das auch die Phantomspeisung für das Kondensatormikrofon lieferte. Die digitalisierten Sprachsignale wurden per USB-Kabel an einen Computer mit installierter DAW, Adobe Audition, aufgenommen. Die Sprecher befanden sich für die Aufnahme in einem schallisolierten Raum.

Die Nachbearbeitung fand ebenfalls mit Adobe Audition statt. Dabei wurden die Signale, wie in Kapitel 3.2 *Nachbearbeitung* gezeigt, bearbeitet. Die Töne für die Soundimpressionen wurden aus Archiven herausgesucht und implementiert. Im Anhang befindet sich der Prototyp der ersten Episode.

6. Fazit

Abschließend werden Vor- und Nachteile der Herangehensweise zur Konzeptionierung und Produktion eines Podcasts diskutiert.

Das Medium Podcast eignet sich ausgezeichnet zur Umsetzung der hier ausgearbeiteten Idee ‚Galactic Matters Journal – Podcast‘. Die Episoden können nicht nur zuhause, sondern auch auf Smartphones und tragbaren digitalen Audiogeräten problemlos abgespielt und somit portabel gehört werden. Außerdem ist das Hören von Podcast durch die integrierte Technologie des RSS-Feeds sehr bequem und einfach anzuwenden. Der Vertrieb des Podcasts über das Internet ist deshalb eine simple Möglichkeit, um eine große Hörerreichweite zu erzielen und die Inhalte an eine passende Zielgruppe zu vermitteln.

Das Medium Podcast eignet sich hervorragend zum Erzählen von Geschichten und ist dabei in ihrem Inhalt nicht eingeschränkt. Der Podcast kann aber auch für fast alle anderen Kommunikationszwecke benutzt werden. Seine Entwicklung unterstreicht, dass viele Medienmacher sich an dem Medium ausprobieren und immer größerer Beliebtheit erfährt. Dazu ist das Medium noch jung und neue Konzepte können dafür einfach entwickelt werden. Es gibt noch keine einheitliche Linie, die man als Produzent einhalten muss, sondern kann eine neue Herangehensweise an Inhalte überlegen, wie es beispielsweise ‚Serial‘ getan hat. Diese Ambivalenz war für vorliegende Arbeit wichtig, damit eigene Ideen entwickelt werden können und man dabei nicht an vorgegebene Strukturen gebunden zu sein.

Außerdem stehen beim Audio-Podcast die Inhalte, also die Aussagen, Intentionen und Anwendungsbereiche zu verschiedenen Themen im Vordergrund, da man sie akustisch aufbereiten und im Gegensatz zu audiovisuellen Medien keine visuellen Ebenen bedienen und füllen muss. Dies kann auch, wie in dieser Arbeit gezeigt, als Stilistisches und dramaturgisches Element zur Glaubwürdigkeit der Geschichte beitragen. Das Medium Podcast ist eine logische Fortsetzung oder Ergänzung zum klassischen Radio und Hörspielproduktionen. Im Gegensatz zum Podcast sind zur Produktion von Radiosendungen ein größeres technisches Wissen und eine Institution, wie Radioanstalten oder Produktionsfirmen, erforderlich.

Schon diese Tatsache stellt die Vorteile des Mediums Podcast heraus, denn seine technische Umsetzung ist simpel. Das in dieser Arbeit verwendete Setup ist einfach anzuwenden und kann bereits mit wenig technischer Erfahrung umgesetzt werden. Letztlich kann

man sogar mit einer kostengünstigen Ausrüstung ein hochwertiges Endprodukt herstellen. Sowohl die Aufnahme wie auch die Nachbearbeitung sind problemlos durchzuführen und benötigen lediglich eine geringe Vorbereitungs- und Einarbeitungszeit.

Dennoch sind bei einer professionellen Podcast Produktion strukturelle und inhaltliche Aspekte zu beachten. Dazu wird auf die Literatur von Hagedorn (Hagedorn 2016) und Vassilian (Vassilian 2019) verwiesen, die für jeden Podcast-Produzenten grundlegende Informationen für ein professionelles Podcasting bereitstellen.

Die inhaltliche Struktur eines Podcast ist in der Literatur nicht detailliert für Podcast ausgeführt. Dennoch bietet es sich an, für den Podcast auf bestehende inhaltliche Elemente zurückzugreifen und sich hier von Film, Fernsehen, dem Journalismus oder anderen auditiven Medien zu inspirieren, was in dieser Arbeit ebenfalls funktioniert hat. Zum Aufbau und der inhaltlichen Struktur des Podcast gibt es keinen offiziellen Leitfaden. Inspirationen von Film und Fernsehen, dem Journalismus oder anderen auditiven Medien wurden für diesen Podcast genutzt, was der Arbeit bei der Umsetzung der Inhalte dienlich war. Dabei spielte die Dramaturgie, die für Film, Fernsehen und Theater konzeptioniert wurde, sowie das journalistische Handwerk eine wichtige Rolle beim Aufbau des ‚Galactic Matters Journal – Podcast‘. Das hat in gewisser Weise das Problem relativiert, eine Ausgangssituation für die narrative Erzählform dieses Podcasts zu finden, auf der inhaltlich schlüssig nachfolgende Episoden aufgebaut werden konnten. Hier ergab sich nämlich das Problem, dass es keine dramaturgischen Vorgaben gibt, wie man einen fiktiven Audio-Podcast konzeptioniert. Denn für die hier gewählte fiktive Erzählform, wie auch deren dramaturgische Umsetzung, liegen bislang keine Vorschläge zu Konzept und Aufbau vor. Die Produktion des ‚Galactic Matters Journal – Podcast‘ hat sich dieser Herausforderung gestellt und bietet ein Fallbeispiel eines fiktiven Audio-Podcasts an.

Dabei bleibt die Frage, ob das Medium Podcast generell auf eine festgelegte Dramaturgie oder Herangehensweise reduziert werden sollte, wie es z.B. dramaturgische Modelle im Film fordern. Denn ein weiterer, nicht zu unterschätzender Vorteil des Podcasts ist seine rein technisch zentrierte Definition, die dem Inhalt keine Kategorien aufzwingt und das Medium Podcast somit als ein freies Medium präsentiert. So bleibt der ursprüngliche Gedanke zur Bedeutung, dem Wert und Nutzen eines freien Mediums bewahrt. Der damit verbundene Nachteil zeigt sich in einem Überangebot an Produktionen. Denn die Qualität kann unter der Quantität leiden und bringt den Ruf des Mediums in Gefahr. Und dennoch

gibt es eine Vielzahl sehr guter Podcast-Produktionen, die die Medienlandschaft un-
gemein bereichern.

Freie Medien, die nicht an gestalterische Vorgaben gebunden sind, inspirieren die Kreati-
vität und fördern die Ideenvielfalt. Daher konnte im Verlauf der vorliegenden Arbeit ein
kleiner, aber vielleicht wichtiger Teil zur künftigen Entwicklung der Podcast-Landschaft
beigetragen werden. Das Experimentieren mit Technik, Inhalt und Formaten ist dabei
lehrreicher, als ein bereits standardisiertes Schema zu übernehmen oder zu wiederholen.
Auf diese Weise werden uns künftig im Medium Podcast noch viele Produktionen überra-
schen und begeistern.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Apples iTunes Store mit Podcast-Angeboten	21
Abbildung 2: Subkategorien der Kategorie ‚Natürliche Person‘ der Podcast-Typologie nach Akteurstypen (Niemann 2007: S.24)	24
Abbildung 3: Subkategorien der Kategorie "Juristische Person" der Podcast-Typologie nach Akteurstypen (Niemann 2007: S.24)	25
Abbildung 4: Technischer Aufbau der Aufnahme als Blockschaltbild.....	33
Abbildung 5: Waveform eines Audiosignals mit dem Inhalt „Das ist ein Test"	39
Abbildung 6: Parametereinstellungen des Equalizer für ein Sprachsignal	40
Abbildung 7: Signal nach der Komprimierung.....	41
Abbildung 8: Signal nach dem Normalizing.....	42
Abbildung 9: Signal nach dem Entfernen vom Rauschen	43
Abbildung 10: Aufbau von zwei Episoden des Podcasts „Medien-KuH" (Medien-KuH 2019a; Medien-KuH 2019b).....	50
Abbildung 11: Coverbilder auf der Startseite von iTunes	54
Abbildung 12: Syd Fields Paradigma (Field 2016: S.306)	56
Abbildung 13: Mögliches Coverbild des Podcasts	71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gliederung der Begriffe Hörspiel / Feature, Hörbuch und Audio-Podcast nach Medium und Gattung	20
Tabelle 2: „smart“ Tabelle mit Beispiel nach Hagedorn (Hagedorn 2016: S.31).....	51
Tabelle 3: „smart“ Tabelle mit Beispiel für einen Themen-Podcast.....	51
Tabelle 4: Beispiele für Podcast-Namen.....	53
Tabelle 5: „smart“ Ziel des Podcasts	69
Tabelle 6: Aufbau des Podcasts mit den Besonderheiten und Thematiken der Episode.	73
Tabelle 7: Dramaturgie der fünf Episoden	75
Tabelle 8: Interviewpartner und Akteurstyp	76
Tabelle 9: Sprachliche Besonderheiten der Protagonisten im Skript.....	77
Tabelle 10: Klangobjekte der Lebensformen.....	78
Tabelle 11: Beispiele von Soundscapes der Heimatwelten.....	78

Literaturverzeichnis

Bücher

- Bung, Stephanie; Schrödl, Jenny (Hrsg.): Phänomen Hörbuch, Interdisziplinäre Perspektiven und medialer Wandel, Bielefeld (transcript Verlag), 2017
- Cochrane, Todd: Podcasting, The Do-It-Yourself Guide, Indianapolis (Wiley), 2005
- Eschke, Gunther; Bohne, Rudolf: Bleiben Sie dran!, Dramaturgie von TV-Serien, Köln (Herbert von Halem Verlag), 2018
- Field, Syd: Das Drehbuch, Die Grundlagen des Drehbuchschreibens, Berlin (Autorenhaus Verlag GmbH), 2016
- Fordon, Anja: Die Storytelling-Methode, Schritt für Schritt zu einer überzeugenden, authentischen und nachhaltigen Marketing-Kommunikation, Wiesbaden (Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH). 2018
- Görne, Thomas: Sounddesign, Klang, Wahrnehmung, Emotionen, München (Carl Hanser Verlag), 2017
- Görne, Thomas: Tontechnik, Hören, Schallwandler, Impulsantwort und Faltung, digitale Signale, Mehrkanaltechnik, tontechnische Praxis, München (Carl Hanser Verlag), 2015
- Hagedorn, Brigitte: Podcasting, Konzept | Produktion | Vermarktung, Frechen (mitp Verlags GmbH & Co. KG), 2016
- Hancock, Danielle; McMurtry, Leslie: "I Know What a Podcast Is": Post-*Serial* Fiction and Podcast Media Identity in Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (Hrsg.): Podcasting, New Aural Cultures and Digital Media, Cham (Springer International Publishing AG), 2018
- Haller, Michael: Das Interview, Ein Handbuch für Journalisten, Konstanz (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2001
- Häusermann, Jürg; Janz-Peschke, Korinna; Rühr, Sandra: Das Hörbuch, Medium – Geschichte – Formen, Konstanz (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2010
- Horn, Dennis; Fiene, Daniel: Das Podcast-Buch, Das Radio des Web 2.0, Poing (Franzis Verlag GmbH), 2007
- Huber, Frank; Matthes, Isabel; Stenneken, Nadine: Unternehmens-Podcast, Eine empirische Analyse ausgewählter Erfolgsfaktoren, Wiesbaden (Gabler; GWV Fachverlag GmbH), 2008
- Kälin, Sabine: Die Anfänge des Hörspiels in der Weimarer Republik, Versuch einer Analyse, Stuttgart (Verlag Hans-Dieter Heinz; Akademischer Verlag Stuttgart), 1991
- Krug, Hans-Jürgen: Kleine Geschichte des Hörspiels, Konstanz (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2008

- Kühn, Kathrin: Individuell und jederzeit, Anforderung einer neuen Medientechnik an Nachrichten am Beispiel des Audio-Podcasting, Berlin (Logos Verlag Berlin GmbH), 2010
- Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (Hrsg.): Podcasting, New Aural Cultures and Digital Media, Cham (Springer International Publishing AG), 2018
- Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard: Introduction: Podcasting and Podcasts – Parameters of a New Aural Culture
in Llinares, Dario; Fox, Neil; Berry, Richard (Hrsg.): Podcasting, New Aural Cultures and Digital Media, Cham (Springer International Publishing AG), 2018
- Maempel, Hans-Joachim; Weinzierl, Stefan; Kaminski, Peter: Audiobearbeitung,
in Weinzierl, Stefan (Hrsg.): Handbuch der Audiotechnik, Berlin Heidelberg (Springer-Verlag), 2008
- Müller, Sandra: Radio machen, Konstanz und München (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2014
- Niemann, Philipp: Podcasting: Eine Revolution?, Marburg (Tectum Verlag), 2007
- Petermichl, Karl: Dateiformate für Audio
in Weinzierl, Stefan (Hrsg.): Handbuch der Audiotechnik, Berlin Heidelberg (Springer-Verlag), 2008
- Pinto, Vito: Hörbuch oder Hörspiel?, Zur radiophonen Realisierung von Elfriede Jelineks Neid
in Bung, Stephanie; Schrödl, Jenny (Hrsg.): Phänomen Hörbuch, Interdisziplinäre Perspektiven und medialer Wandel, Bielefeld (transcript Verlag), 2017
- Preger, Sven: Geschichten erzählen, Storytelling für Radio und Podcast, Wiesbaden (Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH), 2019
- Raffaseder, Hannes: Audiodesign, München (Carl Hanser Verlag), 2010
- Rubens, Annik: Podcasting, Das Buch zum Audiobloggen, Köln (O'Reilly Verlag GmbH & Co. KG), 2006
- Rühr, Sandra: Ist es überhaupt ein Buch?, Dispositive zweier scheinbar verwandter Medien
in Bung, Stephanie; Schrödl, Jenny (Hrsg.): Phänomen Hörbuch, Interdisziplinäre Perspektiven und medialer Wandel, Bielefeld (transcript Verlag), 2017
- Rühr, Sandra: Geschichte und Materialität des Hörbuchs
in Häusermann, Jürg; Janz-Peschke, Korinna; Rühr, Sandra (Hrsg.): Das Hörbuch, Medium – Geschichte – Formen, Konstanz (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2010
- Schwitzke, Heinz: Das Hörspiel, Dramaturgie und Geschichte, Köln und Berlin (Kiepenheuer und Witsch), 1962
- Staschen, Björn: Mobiler Journalismus, Wiesbaden (Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH), 2017
- Wachtel, Stefan: Schreiben fürs Hören, Trainingstexte, Regeln und Methoden, Konstanz und München (UVK Verlagsgesellschaft mbH), 2013

Weinzierl, Stefan (Hrsg.): Handbuch der Audiotechnik, Berlin Heidelberg (Springer-Verlag), 2008

Internetquellen

Bundeskanzlerin: Video- Podcast der Kanzlerin erfolgreich gestartet, 2006, <https://www.bundeskanzlerin.de/bkin-de/mediathek/die-kanzlerin-direkt/video-podcast-der-kanzlerin-erfolgreich-gestartet-1147794!mediathek?query>, abgerufen am 11.02.2019

Gregoire, Dannie J.: How to handle getting past episodes?, 2004, <https://groups.yahoo.com/neo/groups/ipodder-dev/conversations/topics/41>, abgerufen am 10.02.19

Hammersley, Ben: Audible revolution, 2004, <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>, abgerufen am 10.02.19

Hoaxilla: Hoaxilla #158 – ‚Parapsychologie‘, 2014, <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-158-parapsychologie/>, abgerufen am 19.02.2018

Kicker: kicker Podcast, 2019, <http://www.kicker.de/news/live-news/podcast.html>, abgerufen am 19.02.2019

Medien-KuH: Folge 321: Die Rückkehr von „Wetten, dass..?“ – Fakten, Freude, Forderungen, 2019a, <https://www.medienkuh.de/folge-321-die-rueckkehr-von-wetten-dass-fakten-freude-forderungen/>, abgerufen am 14.04.2019

Medien-KuH: Folge 322: „Darth Maul das?!“ – Das Solo-Programm, 2019b, <https://www.medienkuh.de/folge-322-darth-maul-das-das-solo-programm/>, abgerufen am 14.04.2019

Podcaster: Passende Pakete, <https://www.podcaster.de/pakete>, abgerufen am 18.02.2019

Roland: Rubix22 USB Audio Interface, 2019, <https://www.roland.com/de/products/rubix22/>, abgerufen am 03.03.2019

Serialpodcast: About Season One, <https://serialpodcast.org/season-one>, abgerufen am 19.02.2019

Tagesschau: RSS-Feeds von tagesschau.de, 2015, <http://www.tagesschau.de/infoservices/rssfeeds/>, abgerufen am 18.02.2019

techfacts: Was ist RSS?, <https://www.techfacts.de/rss-was-genau-ist-das-eigentlich>, abgerufen am 18.02.2019

Wikipedia: Podcast, 2019, <https://en.wikipedia.org/wiki/Podcast>, abgerufen am 10.02.2019

YouTube: "Joko & Klaas mit Olli & Jan" Bedürfnisse und Notwendigkeiten, 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=0e9MxJRhr1A&list=PLhMkSSzpHS1KlqSIIm-GNotz8UAFhAuO-ZK>, abgerufen am 17.02.2019

Statistiken

- ARD-Werbung Sales & Services (2017): Über welche Wege hören Sie üblicherweise Podcasts?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/783744/umfrage/nutzungswege-von-podcasts-in-deutschland/>, abgerufen am 17.02.2019
- BLM; BVDW; VAUNET (2017a): Sie haben angegeben, Podcasts zu hören. Welche Plattformen nutzen Sie dafür?, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/779333/umfrage/genutzte-podcast-plattformen-in-deutschland/>, abgerufen am 17.02.2019
- BLM; BVDW; VAUNET (2017b): Bitte geben Sie an, in welchen Situationen Sie explizit Podcasts hören?, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/779308/umfrage/nutzungssituationen-von-podcasts-in-deutschland/>, abgerufen am 18.02.2019
- BLM; BVDW; VAUNET (2017c): Sie haben angegeben, Podcasts zu nutzen. Welche Themen interessieren bzw. hören Sie dabei?, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/779298/umfrage/interesse-an-podcast-themen-in-deutschland/>, abgerufen am 18.02.2019
- Edison Research (2018): Anteil der Podcast Nutzer an der Bevölkerung in den USA in den Jahren 2006 bis 2018, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/685641/umfrage/anteil-der-nutzer-von-podcasts-in-den-usa/>, abgerufen am 11.02.2019
- Goldmedia (2016): Anzahl der Podcast-Hörer in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2016 (in Millionen), zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/690377/umfrage/entwicklung-der-nutzerzahlen-von-podcasts-in-deutschland/>, abgerufen am 11.02.2019
- Horizont (2017a): Verteilung der Hörer von Podcasts nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742817/umfrage/verteilung-der-hoerer-von-podcasts-nach-altersgruppen/>, abgerufen am 18.02.2019
- Horizont (2017b): Zu welchen Tageszeiten hören Sie normalerweise Podcasts?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742811/umfrage/nutzungszeiten-von-podcasts-in-deutschland/>, abgerufen am 18.02.2019
- IAB (2018): Podcast-Werbeumsätze in den USA in den Jahren 2015 bis 2017 (in Millionen US-Dollar), zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/777901/umfrage/podcast-werbeumsaetze-weltweit/>, abgerufen am 11.02.2019
- IfD Allensbach (2018): Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Radiokonsums in den Jahren von 2014 bis 2018 (Personen in Millionen), zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170993/umfrage/haeufigkeit-von-radiohoeren/>, abgerufen am 11.02.2019

Statista (2017a): Wie würden Sie lieber für Podcasts zahlen?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/653770/umfrage/betvorzugte-zahlungsart-fuer-podcasts-in-deutschland/>, abgerufen am 11.02.2019

Statista (2017b): Haben Sie schon einmal von dem Begriff Podcast gehört?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/653386/umfrage/umfrage-zur-bekanntheit-von-podcasts-nach-geschlecht-in-deutschland/>, abgerufen am 11.02.2019

Statista (2017c): Woher beziehen Sie Podcasts?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/653451/umfrage/bezugsquellen-von-podcasts-nach-altersgruppen-in-deutschland/>, abgerufen am 17.02.2019

Statista (2017d): Was ist für Sie die ideale Podcastlänge?, zitiert nach de.statista.com, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/653427/umfrage/umfrage-zur-optimalen-podcastlaenge-in-deutschland/>, abgerufen am 18.02.2019

Elektronische Quellen

Jung, Thilo: Regierungstagebuch #107 – Reuefreiheit, 15.02.2019, <https://open.spotify.com/episode/2FfSckBcqsuo22XgP1emDB?si=dGcZ7anURB069KzulzOtQA>, abgerufen am 19.02.2019

Anhang

Galactic Matters Journal - Podcast
Episode 1: Interview mit einem Menschen

von

Oliver Völling

(c) Oliver Völling
(c) HAW Hamburg



Besetzung der Rollen

<u>Alien:</u>	Oliver Völling
<u>Mensch:</u>	Xhoana Hasa
<u>Regie und Buch:</u>	Oliver Völling
<u>Toningenieur:</u>	Oliver Völling
<u>Postproduktion:</u>	Oliver Völling

Zeit

ca. 20

GALACTIC MATTERS JOURNAL - DER PODCAST EPISODE 1:
INTERVIEW MIT EINEM MENSCHEN

Szene 1: Intro

MUSIK: INTRO MUSIK

Szene 2: Begrüßung

ALIEN

Willkommen zu einer neuen Ausgabe des Galactic Matters Journal - Podcast. Ich bin Howatan und heute reden wir wieder mit einer mehr oder weniger intelligenten Spezies aus der Milchstraße.

Letzte Episode polarisierte bei den Hörern sehr. Das freut mich. Denn genau so ging es mir bei meinem Besuch bei den Letlrfi auch. Ich bin gespannt, ob diese Episode genauso polarisiert oder nicht.

Szene 3: Monolog I

ALIEN

In einem relativ großen Sonnensystem, nur 25 Lichtjahre von Wega entfernt, gibt es einen kleinen blauen Planeten. Ihre Einwohner nennen ihn Erde.

Wobei ich genauer sagen muss: Ihre intelligenteste Spezies nennt ihn Erde. Und davon gibt es eigentlich auch nur eine: Die Menschen.

Andere kommunikationsfähige Lebewesen wollten mit mir meistens nicht kommunizieren. Und wenn sie es doch taten, so waren deren Aussagen oft nicht verständlich. Eine Bezeichnung für ihren Planeten hatten sie zumindest nicht. Und die meisten wussten nicht einmal, dass sie auf einem Planeten lebten.

Wie Sie, sehr geehrte Hörer, vielleicht merken: Es gibt viele Lebensformen auf der Erde. Zu viele. Ich war überwältigt von der Artenvielfalt, die auf diesem Planeten herrscht - einerseits. Andererseits stellte ich auch fest, dass die Evolution noch nicht besonders weit fortgeschritten war.

Die meisten Lebewesen zerfleischten sich noch gegenseitig, um als Nahrung für den anderen zu dienen. Eine Ausnahme waren die größten Lebewesen des Planeten. Sie ernährten sich von dem organischen Material, das auf ihm wuchs.

Die intelligente Spezies, um die es auch in dieser Folge gehen soll, hatte aber den größten Teil des Planeten bereits eingenommen. Sie sind Landlebewesen und existieren primär auf Sauerstoff, den es zu genüge in der Atmosphäre ihrer Heimatwelt gibt. Ihre Eindrücke der Umwelt bekommen sie durch die Wahrnehmung von Lichtstrahlen, Schall und

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Gerüchen. Ihr Wahrnehmungsbereich ist sowohl visuell als auch akustisch stark reduziert. Sie gehören zu den Lebensformen, die Naturwissenschaften und Technik benutzen, um für sie Unsichtbares, sichtbar zu machen.

Das bedeutet: Sie nutzen die Ressourcen des Planeten, um Werkzeuge herzustellen, die ihr Leben erleichtert. Bekanntermaßen sind das die Lebensformen, die es nicht besonders weit schaffen. Und diesen Eindruck hatte ich zu Beginn auch.

Als ich anreiste und mir die Menschen näher anschaute, musste ich erst kurz überlegen, ob es sich lohnen würde, eine Episode über sie zu machen. Ich war die erste außerirdische Lebensform, der die Menschen begegneten. Sie waren misstrauisch. Aggressiv. Skeptisch. Sie glaubten mir zuerst nicht, dass ich nicht von ihrem Planet stammte. Sie hielten es für einen schlechten Scherz.

Zum Glück sind ihre Sprachen einfach zu erlernen. Die Spezies Menschen besitzt mehre Sprachen. Das bedeutet viele von ihnen können nicht miteinander kommunizieren. Die Sprache ist schallbasiert. Sie folgt sehr simplen Regeln und ihr Wortschatz ist nicht besonders groß. Es war für mich einfach, alle Sprachen in kürzester Zeit zu lernen.

Als ich versuchte zu erklären, warum ich auf ihren Planeten gekommen bin und was der Grund meines Besuches ist, redeten sie mit mir. Zahlreiche Individuen erklärten sich bereit mit mir zu kommunizieren.

Ich möchte an dieser Stelle kurz meinen Interviewpartner vorstellen.

Szene 4: INTERVIEWSITUATION I

ALIEN

Vielen Dank, Mensch, dass sie unserer Interviewpartner sind.

MENSCH

Sehr gerne und Hallo an Alle! So eine Gelegenheit bekommt man ja nicht jeden Tag.

ALIEN

Das stimmt. Ihre Spezies ist ziemlich einsam, obwohl sie sehr viele Individuen besitzt.

Ich möchte Sie einmal darauf hinweisen, dass Sie bitte zum besseren Verständnis so viel wie möglich erklären. Viele Dinge sind für Sie normal - für unsere Hörer können sie aber fremd oder sogar gänzlich unbekannt sein.

(CONTINUED)

MENSCH

Natürlich.

ALIEN

Können Sie ihre Spezies einmal kurz vorstellen?

MENSCH

Puh - Das ist gar nicht so einfach. Wenn ich sie beschreiben müsste, dann würde ich sagen: Menschen sind total verschieden. Kein Mensch ist wie der andere. Jeder hat sein eigenes Aussehen, seinen eigenen Style, seinen eigenen Charakter und seine eigenen Interessen. Menschen sind bunt.

ALIEN

Das ist sehr interessant. Ich empfinde, dass sich alle Menschen sehr ähneln.

MENSCH

Finden Sie? Es gibt immerhin viele unterschiedliche äußere Merkmale wie zum Beispiel den Körperbau, die Augenform, die Haarfarbe und die Hautfarbe.

ALIEN

Das sind nur die Pigmente auf ihrer Haut. Manche außerirdische Lebensformen können ihre Hautfarbe innerhalb von Momenten ändern. Auch auf Ihrem Planet besitzen mehrere Lebensformen diese Fähigkeit. Eine davon nennen sie "Chamäleon". Und trotzdem haben alle gesunden Menschen zwei Arme, zwei Beine, zwei Augen und Haare auf dem Kopf. Und alle ärgern sich über dieselben Dinge, fühlen sich von denselben Dingen angegriffen und haben den Drang schlecht über andere Menschen zu reden. Für mich überwiegen die Gemeinsamkeiten stark.

SOUND: GERÄUSCHE VON TIEREN

Szene 5: Monolog II

ALIEN

Menschen sind bunt. Dabei meinte sie nicht nur die Farben, sondern auch die komplette Art und Weise wie Menschen sich verhalten.

Das konnte ich beim besten Willen nicht feststellen. Es gab für mich zwei verschiedene Arten von Menschen: Die, die etwas leisten und die, die davon profitieren, dass andere Menschen etwas geleistet haben.

Außerdem machen diese Menschen alle das gleiche. Dinge, die ich bei keiner anderen Lebensform wahrgenommen habe. Und ich habe sehr lange gebraucht, um zu verstehen, warum sie das machen. Und so ganz verstehe ich es immer noch nicht.

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Da gehen Tausende von diesen Menschen in ein sehr großes, offenes Gebäude, das aus einer Art Stein gebaut ist. Die Menschen versammeln sich in einem großen Kreis um eine Wiese oder ein großes Podest. Meistens sind die Gebäude so gebaut, dass die hinteren Reihen erhöht liegen. Dadurch können die Menschen weiter hinten mit ihrem Sehorgan über die Menschen weiter vorne hinweg schauen.

SOUND: STADIONSOUND

ALIEN

Dann machen andere Individuen auf diesen Podesten oder Grünflächen immer seltsame Sachen. Die Menschen um sie herum reagieren darauf - und wie. Sie bewegen sich plötzlich seltsam zu Geräuschen, die die Menschen in der Mitte produzieren. Oder sie erzeugen selbst Geräusche und brüllen sie zu den Menschen in der Mitte, die darauf aber überhaupt nicht reagieren. Und ganz genau das ist so seltsam: Diese Menschen in der Mitte scheinen etwas komplett Unabhängiges von dem zu machen, was die Menschen um sie herum tun.

SOUND: KONZERTMUSIK

ALIEN

Und das ist merkwürdig. Wirklich merkwürdig. Auch wenn ich später verstanden habe, dass die Menschen auf der Wiese eine Art Spiel spielen - Und die Menschen auf dem Podest Musik machen - Verstand ich einfach nicht was die Menschen um sie herum taten. Also fragte ich den Menschen.

MENSCH

Naja, das sind eben Emotionen. Musik weckt den Tänzer in uns. Wir wollen uns im Rhythmus der Musik bewegen und mitsingen. Und Fußball habe ich auch noch nie wirklich verstanden. Oder was andere daran so toll finden.

ALIEN

Emotionen. Gefühle. Die schlimmsten Gefahren des Universums. Meine Spezies ist auch nicht komplett befreit von Emotionen. Aber das ist wirklich kein Vergleich zu dem was diese Menschen fühlen müssen.

Aber es erklärte einiges. Vor allem das Verhalten der Menschen untereinander. Meistens geben sie sich gegenseitig schlechte Gefühle. Schuld, Hass, Missbrauch, Eifersucht. Das bekommt man auf der Erde zu spüren.

SOUND: MEERESRAUSCHEN, NATURGERÄUSCHE, WALDGERÄUSCHE,
BERGGERÄUSCHE

ALIEN

Beeindruckend, nicht wahr? Der Planet Erde ist mit großem Abstand der schönste Planet, den ich je besuchen durfte. Er ist perfekt. Wunderschön. Einzigartig. Das Land und Meer bieten Milliarden von Lebensformen die Möglichkeit zu leben. Es gibt dort Wüsten, Gebirge, Seen, Vulkane, Wälder, Strände, Ozeane, Wiesen, Felder, Täler, Flüsse, Auen, Bäche, Steppen - einfach alles. Auf einem Planeten.

Die Erde ist alt. Nicht zu alt. Aber alt genug, um über Milliarden Jahre viele seltene Erden und Rohstoffe anzusammeln. Auf ihr lebten bereits unzählige Lebensformen und Pflanzenarten. Sie hat eine Eigenrotation, auf die sich die Lebewesen perfekt eingestellt haben. Sie hat eine schräge Achse, sodass Jahreszeiten möglich sind. Ihre Entfernung zur Sonne ist dabei so ideal, das Wasser in unterschiedlichen Aggregatzuständen vorkommt. Sie wird trotz der Nähe zu der Sonne nicht verbrannt, weil in ihrem inneren Lavaströme aus flüssigem Eisen zirkulieren, sodass ein Magnetschild um sie herum gebildet wird und gefährliche Sonnenstürme abgehalten werden.

Die Erde ist bunt. Sie ist abwechslungsreich. Sie ist perfekt. Wirklich. Und ich kann das beurteilen. Ich habe in den letzten 20 Millionen Jahren einige Heimatwelten gesehen. Und die waren kein Vergleich zu diesem Planeten. Die Menschen haben Glück. Aber sie bezahlen auch einen hohen Preis - dazu aber später mehr.

Manche Menschen halten kleine Fische, die nur im Wasser überleben können, in kleinen runden Gläsern. Diese sind mit Wasser gefüllt, sodass die Lebensform - Menschen nennen sie Goldfisch - nur innerhalb dieses kleinen Raums schwimmen kann. Ich finde dieses Bild sehr metaphorisch. Denn so sehe ich die Menschen. Sie sind auf ihrem Planeten gefangen. Dabei sehen sie das Universum und versuchen zu verstehen wie es funktioniert.

Doch dabei verlieren sie den Blick auf ihren eigenen Planeten vollständig: Denn sie zerstören ihn. Sie nehmen keine Rücksicht auf seine Perfektion. Sie zerstören das Ökosystem der Erde. Sie brennen Wälder nieder. Sie verpesten den Ozean. Sie saugen das Blut aus ihr. Ich konnte die Zerstörung nicht ertragen.

Szene 6: Interviewsituation II

ALIEN

Finden Sie Ihren Planeten nicht auch wunderschön?

MENSCH

Teilweise. Es gibt wirklich wunderschöne Orte auf dieser Welt.

ALIEN

Aber alles ist hier wunderschön. Auf seine eigene Art. Ich war bereits auf Heimatwelten, die so aussahen wie Ihre benachbarten Planeten Venus oder Mars. Und um ehrlich zu sein: So sehen die meisten Planeten nun mal aus.

MENSCH

Ist das so? Davon wissen wir leider nichts. Aber es stimmt. Wir behandeln unseren Planeten nicht mit besonders viel Respekt.

ALIEN

Sie sehen das ein?

MENSCH

Die meisten Menschen sehen das ein, ja.

ALIEN

Und Sie ändern nichts?

MENSCH

Wie kann ich denn etwas ändern?

ALIEN

In dem Sie Ihren Mitmenschen sagen, dass sie damit aufhören sollen.

MENSCH

Die würden doch nicht auf mich hören. Ich kann Ihnen nicht verbieten ihre Arbeit zu machen, mit der sie ihr Geld verdienen.

ALIEN

Geld ist in Ihrer Welt wichtiger als der Erhalt des Planeten?

MENSCH

Ich denke nicht. Nur sind die Folgen von dem was wir tun noch nicht so absehbar.

ALIEN

Was hat das eine denn mit dem anderen zu tun?

MENSCH

Was genau meinen Sie?

ALIEN

Sie werden dann aufhören, wenn der Planet zerstört ist, weil Sie dann die Folgen Ihres Handelns erst miterleben?

MENSCH

Wenn Sie das so sagen, ist das natürlich ziemlich bescheuert. Aber Menschen versuchen auch für den Erhalt des Planeten zu arbeiten und helfen ihn wiederaufzubauen.

ALIEN

Das habe ich gemerkt. Ihre Spezies arbeitet gerne gegen sich selbst. Liegt das daran, dass es keine andere Intelligente Lebensform auf diesem Planeten gibt?

MENSCH

Das kann schon sein. Ich glaube aber eher, dass wir Menschen im Allgemeinen immer versuchen uns gegenseitig etwas zu beweisen. Und uns zu sehr von Gefühlen leiten lassen.

Szene 7: Monolog III

ALIEN

Egal was man über das Verhalten der Menschen erfragte, es kam immer auf die Gefühle zurück. Gefühle, Gefühle, Gefühle. Aber ich verstand langsam warum Menschen solche emotionalen Lebensformen waren. Es hat, meiner Meinung nach, einen einfachen Grund: Sie sind sterblich.

Und nicht die Art von sterblich, die Sie, sehr geehrter Hörer, sich denken. Die Erde benötigt nicht besonders lange für eine Umkreisung um ihre Sonne. Die Eigenrotation der Erde ist ebenfalls ziemlich schnell. Ein Mensch kann davon ausgehen, dass er 72 dieser Umrundungen um die Sonne miterlebt. Und dann war es das. Für immer. Für dieses Individuum.

SOUND: RELIGIÖSE MUSIK, BEERDIGUNG

ALIEN

Damit sind die Menschen natürlich nicht alleine. Sie gehören zu den kollektivistischen Lebensformen des Universums. Ein einzelnes Individuum ist meisten austauschbar. Zumindest wenn es zu der zweiten Art Mensch gehört und selbst nichts für ihre Spezies leisten muss.

Diese kurze Zeit, die einem Individuum auf der Erde bleibt, ist also maßgeblich davon, was es erreichen kann. Evolution geht über die Fortpflanzung. Schritt für Schritt. über Millionen Jahre hinweg. Auch das ist nicht außergewöhnlich. Eine Lebensform, die auf Technologie angewiesen ist, um durch das Weltall zu reisen, benötigt unzählige Generationen. Und die Menschen sind noch lange nicht so weit. Sie erkunden gerade erst einmal ihr eigenes Sonnensystem.

Wie die Fortpflanzung und Gesellschaft funktioniert,
(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

ist trotzdem anders als bei den meisten Lebensformen.
Es ist faszinierend.

Szene 8: Dialog III

ALIEN

Die Menschen nennen Sie Jane. Ist das richtig?

MENSCH

Ja, genau. Das ist der Name, den mir meine Eltern bei meiner Geburt gegeben haben.

ALIEN

Sie sprechen zwei sehr interessante Punkte an. Einmal den Namen und einmal die Geburt.

Beginnen wir doch mit dem etwas Unkomplizierteren:
Der Geburt.

Schildern Sie doch einmal für alle unsere Hörer, was die Geburt ist.

MENSCH

Also: Jeder Mensch muss erst einmal geboren werden. Das ist - ich sage mal - die Grundvoraussetzung, dass ein Mensch überhaupt existiert. Es gibt also diesen einen Moment wo ein weibliches Wesen einen neuen Menschen in die Welt setzt.

Das ist die Geburt - mehr oder weniger.

ALIEN

Ich muss ergänzen, dass dabei ein neues Individuum der Lebensform entsteht und sie sich damit vermehrt hat.

Mich beeindruckt die absolute Schutzlosigkeit, die ein Mensch in einem solchen Stadium hat. Auf Ihrem Planeten gibt es ja zahlreiche Lebewesen, die dem Mechanismus der Geburt unterliegen.

Wie Sie sie nennen "Elefanten" müssen ab dem ersten Tag nach ihrer Geburt mit einem Verband aus Ihregleichen mitgehen. Sie können sofort laufen, sehen und die Umwelt um sich herum begreifen. Bei Menschen ist das überhaupt nicht der Fall. Bei meinen Beobachtungen habe ich festgestellt, dass Menschen Obhut brauchen bis Ihr Planet sechs oder sieben Mal die Sonne umkreist hat.

In vielen Fällen sogar bis zu zwanzig Mal. Durften Sie sich aussuchen von wem sie geboren werden?

MENSCH

Nein.

Wir Menschen können uns selbst nicht aussuchen, ob wir überhaupt leben wollen oder nicht.

Bei uns Menschen hat immer alles einen Anfang. Und der Anfang für das Leben ist die Geburt. Ganz

(MORE)

(CONTINUED)

MENSCH (cont'd)

unfreiwillig. Die Eltern, also die Erzeuger, entscheiden, ob sie ein Kind wollen oder nicht. Je nachdem ist es eine bewusste Entscheidung der Eltern, oder ein Versehen.

ALIEN

Es kann also passieren, dass ein Mensch versehentlich geboren wird?

MENSCH

Das passiert sogar ziemlich oft.

ALIEN

Und wie fühlt sich die Geburt an?

MENSCH

Aus der Sicht eines Geborenen?

ALIEN

Aus welcher Sicht denn sonst?

MENSCH

Naja, die der Mutter.

ALIEN

Die wurde doch schon geboren. Oder kann ein Mensch zweimal geboren werden?

MENSCH

Nein, natürlich nicht. Die Mutter nimmt aber höllische Qualen bei einer Geburt auf sich, um das Kind zu gebären.

ALIEN

Und wie fühlt es sich an, geboren zu werden?

MENSCH

Das kann keiner sagen. Kein Mensch kann sich an seine Geburt erinnern.

ALIEN

In diesem Stadium ist das menschliche Erinnerungsorgan also auch noch nicht funktionstüchtig?

MENSCH

Was das Erinnern angeht nicht, nein. Andere Aufgaben erfüllt es aber schon.

ALIEN

Das ist wirklich faszinierend. Ich bin beeindruckt, dass Ihre Spezies es so weit geschafft hat.

MENSCH

Danke. Das denke ich mir manchmal auch.

ALIEN

Der zweite interessante Aspekt war der Name. Wieso benötigt jedes Individuum einen Namen?

MENSCH

Um es eindeutig identifizieren zu können. Jeder Mensch hat einen eigenen Vor und Nachnamen.

ALIEN

Das ist aber nicht ganz korrekt. Die Namen Jane Smith, Lian Xu oder Galina Iwanow treffen auf mehrere tausend Individuen zu.

MENSCH

Okay, das stimmt zwar. Aber für gewöhnlich kennen nicht alle Menschen, alle andere Menschen. Das ein Mensch einen anderen Menschen mit genau seinem Namen trifft, ist sehr unwahrscheinlich.

ALIEN

Ihre Lebensform mag es gerne umständlich. Bürokratie ist weit verbreitet. Sie benötigen nicht nur einen Namen, sondern auch eine große Anzahl an Zahlen, um unterschiedliche Dinge machen zu können. Diese Zahlen sind ebenfalls individuell. Denken Sie, dass das ihr Leben vereinfacht?

MENSCH

Vielleicht. Ich kenne es nicht anders. Für alles benötigt man einen Zettel, auf dem steht, was man machen darf. Das kann schon ziemlich nerven.

Szene 9: Monolog IV

ALIEN

Die Menschen wissen über ihre eigenen Schwächen. Sie wissen, dass sie fehlerhaft sind. Sie wissen auch, dass sie durch ihre Emotionen andere Menschen verletzen. Sie wissen, dass sie ihren Planeten zerstören. Sie wissen, dass sie andere Lebensformen ausrotten.

Die Menschen wissen viel. Auch über das Universum. Über die Entstehung ihres Planeten. Sie wissen alles über sich selbst. Sie sind Künstler, Ingenieure, Wissenschaftler. Sie sind alles. Sie können alles.

Aus irgendeinem Grund ändern sie nur selten etwas zum Guten. Und wenn sie es versuchen, dann bedarf es einen großen Aufwand und viel Zustimmung. Menschen sind eine tolle Lebensform. Und sie könnten so viel mehr sein. Vor allem, wenn sie sich gegenseitig einmal zuhören würden.

Eigentlich hatte ich keine Probleme mit der akustischen Kommunikation mit Menschen gehabt. Eine Sache hat mich aber verwirrt. Menschenmassen.

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Tausende von ihnen auf einer Stelle. Unendliche viele Informationen, aber zugleich auch keine einzige. Für die Menschen war das kein Problem. Sie konnten mit ihrem Kommunikationspartner problemlos reden. Sobald ich in der Masse stand und ein Mensch versuchte mit mir zu kommunizieren, konnte ich ihn nicht verstehen. Keine Chance. Zu viele Informationen auf einmal. Aber die Menschen schienen das gut filtern zu können. Das Geräusch erinnerte mich an eine andere Lebensform auf ihrem Planeten. Bienen.

SOUND: BIENENGERÄUSCH, DAS ZUM STIMMENGEWIRR WIRD

ALIEN

Aber ganz anders als Bienen, hören Menschen nur selten auf die Leute, die den Unterschied machen. Oder wie ich sie nannte: Auf die Art von Menschen, die etwas leisten.

Und das soll nicht zynisch klingen. Viele Menschen leisten etwas. Sie kämpfen jeden Tag dafür, dass sie ihre 72 Sonnenumkreisungen erleben können. Manche mehr, manche weniger und manche müssen gar nicht kämpfen. Die Menschen, die aber etwas leisten, um ihre eigene Spezies voran zu bringen sind gering. Meistens sind es Ingenieure, Wissenschaftler oder Künstler, die ihr Denkorgan einsetzten und wirklich etwas verändern zu wollen. Zum Besseren! Für die Menschen!

SOUND: STRASSENLÄRM, HAFENLÄRM, FLUGZEUGLÄRM,
STADGERÄUSCHE, MENSCHEN GERÄUSCHE

Szene 10: Interviewsituation IV

ALIEN

Was möchten sie für Ihre Spezies tun?

MENSCH

Ich denke, ich kann nur eine Sache machen, um meiner Spezies wirklich zu helfen: Für Nachwuchs sorgen. Damit die Menschheit weiterlebt.

ALIEN

Aber das kann jeder Mensch. Sie meinten zu Beginn: Menschen sind bunt. Individuell. Ihr Ziel ist es aber nicht.

MENSCH

Vielleicht ist es nicht kreativ oder besonders. Aber ich denke nicht, dass ich mehr erreichen kann. Eine kleine Familie zu gründen und dafür sorgen, dass meine Kinder gute Menschen werden und irgendwann eventuell den Unterschied machen.

(CONTINUED)

ALIEN

Sie geben die Verantwortung also weiter. Das was Sie nicht schaffen konnten - oder nicht wollten - sollen die übernehmen, die keine Wahl haben ob sie geboren werden?

MENSCH

Den Sinn seiner eigenen Existenz kann jeder Mensch selbst entscheiden. Ich denke, dass es mein Weg ist, ja.

ALIEN

Sie gehen einen sehr bequemen Weg. Einen emotionalen. Sie werden wahrscheinlich nicht erleben wie dieser Planet zerstört wird. Und mit ihm alle Lebensformen. Das dauert länger als 72 Umläufe um die Sonne.

Wissen Sie: Das Problem ist bekannt. Viele zahlreiche Lebensformen standen vor demselben Konflikt. Alle haben sich falsch entschieden. Alle Lebensformen dieser Art existieren nicht mehr. Andere Lebensformen, inklusive meiner, haben es aber geschafft einen Schritt - oder vielleicht auch zehn - weiter zu denken.

MENSCH

Und wie?

Szene 11: Monolog V

ALIEN

Durch unser Denkorgan. Sehr geehrte Zuhörer: Ich weiß, wir waren schon oft an diesem Punkt. Und es gab immer dieselbe Antwort von mir: Das Bewusstsein!

Ich weiß, dass wir diese Episode auf der Erde ausstrahlen. Deswegen richtet sich diese Nachricht hauptsächlich an alle Menschen und Lebensformen, die sich bei diesem Interview wiedererkannt haben:

Meine Spezies war eurer nicht unähnlich. Die Gralioli, Safkat und Spong auch nicht. Ich könnte tausende weitere aufzählen. Der erste Schritt, den wir gemacht haben war: Zuhören. Zuhören, was die Leute, die etwas leisten, zu sagen haben. Der zweite Schritt war, sein Denkorgan zu verwenden. Egal was man macht. Denkt nach! Dafür hat es die Evolution erschaffen.

Und dann so weit ausgebaut, dass ihr euch nicht mehr nur fragt, ob hinter dem nächsten Felsen ein Mörder sitzt. Der letzte Schritt ist das umsetzen. Ihr habt einen bewussten Gedanken getroffen? Und es wäre die richtige Entscheidung etwas so zu machen? Dann setzen Sie ihn um!

Wenn die Art von Menschen, die sich auf den Leistungen anderer ausruhen, selbst zu Menschen werden, die etwas leisten, wird eure Spezies viel

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

schneller vorankommen. Und eines Tages werdet ihr wie die anderen Lebensformen auch mehr als 72 Umkreisungen um die Sonnen miterleben. Außerdem könnt ihr eure Emotionen freier genießen, ohne das Gefühl zu haben etwas dabei zu zerstören.

Werdet euch bewusst was ihr tut. Hört auf, euch gegenseitig zu vernichten. Die Menschheit hat das Potential großes zu tun. Dafür benötigt es aber das Bewusstsein dafür. Und das muss jedes einzelne Individuum selbst entwickeln. Ansonsten werdet ihr eine Lebensform sein, die sich das Universum nicht erinnern wird. Und ihr werden erloschen wie Milliarden anderer Lebensformen vor euch.

Szene 12: Verabschiedung

ALIEN

Das war es für diese Episode. Ich hoffe, es hat euch gefallen. Abonniert den Podcast, damit ihr keine Episode mehr verpasst.

Nächstes Mal kommuniziere ich mit dem Hom. Eine wirklich einzigartige Lebensform: Im wahrsten Sinn dieser Bedeutungen.

Bis zum nächsten Mal. Euer Howatan.

Szene 13: Outro

MUSIK: OUTRO MUSIK

Galactic Matters Journal - Podcast
Episode 2: Interview mit einem Hom

von

Oliver Völling

(c) Oliver Völling
(c) HAW Hamburg



Besetzung der Rollen

<u>Alien:</u>	TBA
<u>Hom:</u>	TBA
<u>Regie und Buch:</u>	Oliver Völling
<u>Toningenieur:</u>	TBA
<u>Postproduktion:</u>	TBA

Zeit

ca. 20 Minuten

GALACTIC MATTERS JOURNAL - DER PODCAST
EPISODE 2: INTERVIEW MIT EINEM HOM

Szene 1: Intro

MUSIK: INTRO MUSIK

Szene 2: Begrüßung

ALIEN

Willkommen zu einer neuen Episode des Galactic Matters Journal - Podcast. Ich bin Howatan und in der heutigen Folge gibt es etwas ganz Neues: Eine Lebensform, die es in dieser Form noch nie gegeben hat.

Zuvor möchte ich mich aber für die Rückmeldungen zur letzten Episode bedanken. Viele Hörer fanden die letzte Episode sehr interessant und bedrückend zugleich.

Außerdem können alle kommenden Episoden nun auf der Erde und auf Helffel empfangen werden. Wir haben eine technische Möglichkeit gefunden die Episoden in die Sprachen der jeweiligen Lebensformen zu übertragen. Vielen Dank an die mitwirkenden Individuen der Lebensformen.

Szene 3: Monolog I

SOUND: LEISE ATMOSPHERISCHE ELEKTRONISCHE KLÄNGE

ALIEN

Stellen Sie sich einmal vor: Sie wären ganz allein.

Und nicht einfach nur allein, sondern einsam.

Und nicht einfach nur einsam, sondern abgeschieden.

Für Ihre Lebensform sind diese Begriffe wahrscheinlich existent. Unser heutiger Gast kennt keines dieser Worte. Obwohl man ihn mit genau diesen beschreiben kann: Alleine, einsam, abgeschieden.

Ich war auf Reise mit dem Hom. Das war das erste Mal, dass ich keinen Planeten anfliegen musste. Denn: Der Hom hat seine Heimatwelt schon vor Langem ein für alle Mal verlassen.

Das Besondere ist: Er hat sich aber auch auf keiner neuen Welt angesiedelt - Nein: Er lebt im endlosen Weltraum. Zwischen den Planeten. Zwischen den Sternen. Seine Reise geht an schwarzen Löchern entlang. Er bestaunte Blaue Riesen aus nächster Nähe und tanzte mit roten Zwergen.

(CONTINUED)

Ich möchte Ihnen, sehr geehrter Zuhörer, eine Frage stellen: Was bedeutet Einsamkeit für Sie?

SOUND: LEISE ATMOSPHERISCHE ELEKTRONISCHE KLÄNGE

ALIEN

Es gibt nicht viele Lebensformen, die außerhalb einer planetarisch Atmosphäre leben können. Es gibt auch nicht viele Lebensformen, die in der Lage sind, ohne technische Hilfsmittel durch das Weltall zu reisen.

Der Hom hat es über mehrere Jahrmilliarden hinweg geschafft, seine Heimatwelt zu verlassen. Und er wird nie wieder auf sie zurückkehren. Mittlerweile ist er wesentlich größer als seine Heimatwelt es jemals war.

Haben Sie eine Antwort auf die Frage gefunden? Falls Ja, werden Sie Ihre Erklärung über Einsamkeit überdenken müssen. Falls Nein, wissen Sie spätestens nach dieser Episode was Einsamkeit wirklich bedeutet.

SOUND: ABSTRAKTE RAKETEN UND RAUMSCHIFFGERÄUSCHE

ALIEN

Kurz nachdem wir die Erde wieder verlassen hatten, zeigte unsere Technik ein intelligentes Lebewesen in der Nähe des Beta Pictoris Sonnensystems an. Wir sind in die Richtung gereist, doch das Lebewesen schien sich mit einer enormen Geschwindigkeit fortzubewegen.

Zuerst bemerkten wir es nicht. Eigentlich sollte das Lebewesen direkt vor uns sein. Das einzige, das wir aber wahrnahmen war ein gigantischer Asteroid. Ein gewaltiger Brocken, der sich Tausende Kilometer erstreckte.

Wir vermuteten die Lebensform auf dem Objekt und reisten näher. Die Technik zeigte aber nichts Konkretes auf der Oberfläche an. Es wäre nicht ungewöhnlich Leben auf der Oberfläche eines Asteroiden zu finden. Doch normalerweise hält sich die Intelligenz dort in Grenzen. Meist sind die Lebensformen auf Asteroiden Mikroorganismen mit keinem oder ganz geriet Bewusstsein.

Aber unsere Technik sagte etwas anders. Die Intelligenz dieser Lebensform vor uns musste gewaltig sein. Egal wie nah wir an den Asteroiden kamen, wir konnten keine Lebensform wahrnehmen.

Kurz bevor wir wieder abreisen wollten, bemerkten wir etwas. Es war purer Zufall: Aber unsere Technik zeigte eine plötzliche Veränderung von Elektromagnetischen

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Wellen an. Außerdem änderten sich die Gravitationskräfte schlagartig. Der Asteroid schien von alleine zu beschleunigen und bremste dann wieder abrupt ab.

Eine Mischung aus Elektromagnetismus und Gravitation wurde von der Technik erkannt. Aber anders, als von einem Planeten - oder einem anderen leblosen Objekt im Universum. Es war klar: Dieser Asteroid ist die Lebensform. Und eine andere Sache war auch klar: Er versuchte zu kommunizieren.

SOUND: GERÄUSCHE VON GRAVITATIONSWELLEN UND MAGNETISMUS

ALIEN

Im Nachhinein war es völlig klar. Seine Oberfläche, bestand nicht nur aus Gesteinen und war auch viel zu glatt. Aber normalerweise können keine Lebensformen außerhalb einer planetaren Atmosphäre überleben. Doch der Hom bewies das Gegenteil.

Als ich das festgestellt habe, war ich wieder einmal begeistert. Noch vor kurzem durfte ich über den vielleicht schönsten Planeten des Universums spazieren. Und jetzt eine Lebensform treffen, die faszinierender kaum sein kann. Unsere Universum ist nun einmal perfekt.

Aber genug der Begeisterung: Ein Problem gab es. Und das war nicht so einfach zu lösen: Mit keiner Lebensform musste ich bisher über Elektromagnetismus oder Gravitationswellen kommunizieren.

Es dauerte lange. Sehr lange. Aber je mehr Elektromagnetische Wellen oder Gravitationswellen wir erzeugten, desto verständlicher waren die Reaktionen des Hom. Irgendwann schien die Kommunikation logisch und eine Systematik war erkennbar. Dann verstanden wir uns.

SOUND: GERÄUSCHE VON GRAVITATIONSWELLEN UND MAGNETISMUS

ALIEN

Ihr fragt euch sicherlich, wieso ich zu Beginn so viel über Einsamkeit geredet habe. Ich will es kurz erklären, bevor wir mit dem Hom reden.

Vielleicht ist euch auch aufgefallen, dass ich versuche, den Hom zu spezifizieren. Es ist DER Hom. Nicht EIN Hom. Ich hoffe dieser Unterschied kann auf alle möglichen Kommunikationswege unterschieden werden. Denn es ist wichtig.

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Die meisten Lebensformen vermehren sich auf irgendeine Art und Weise. In den allermeisten Fällen gibt es eine Vielzahl an Individuen einer Lebensform. Allerdings nicht beim Hom. Er vermehrt sich nicht: Denn der Hom ist das einzige Individuum seiner Lebensform.

SOUND: STILLE, DANN DAS ENTFERNTTE GERÄUSCH EINES TIEFEN WALGESANGS

Szene 4: Interviewsituation I

ALIEN

Vielen Dank, dass Sie mit uns kommunizieren möchten.

HOM

Ich kommuniziere sehr gerne.

ALIEN

Ach, wirklich? Mit wem kommunizieren Sie denn ansonsten?

HOM

Mit allem, was mir begegnet und meine Sprache spricht.

ALIEN

Wer spricht Ihre Sprache denn?

HOM

Ich kenne kein WER. Nur WAS.

ALIEN

Und was kommuniziert mit Ihnen?

HOM

Die Planeten. Die Sterne. Die schwarzen Löcher. Das Universum.

ALIEN

Und was erzählen sie sich gegenseitig?

HOM

Es kommt auf dem Planeten an. Sterne haben so viel erlebt und auf sich genommen. Die meisten sorgen dafür, dass kleinere Planeten in ihrem Schutz existieren können. Sie erzählen mir von ihren Sorgen, dass sie eines Tages ihre eigne Last nicht mehr tragen können. Und wenn dieser Moment eintritt, werden sie sich nicht mehr um ihre Planeten kümmern können.

Manche Sterne erzählen nicht besonders viel. Wir reden nur über unsere Wege, sodass wir uns nicht gegenseitig behindern. Aber eigentlich gibt es immer genug Raum.

(CONTINUED)

Mit schwarzen Löchern kommuniziere ich nicht gerne. Sie sind immer so aggressiv und schreien so laut. Außerdem sind sie sehr stark.

ALIEN

Wie oft begegnen Sie einem anderen Stern?

HOM

Das kann sehr, sehr lange dauern. Die meiste Zeit bewege ich mich durch das Weltall ohne irgendetwas zu begegnen. Manchmal flüstern die Sterne so leise, dass ich sie nicht wahrnehme. Dann denke ich, das Universum hat aufgehört zu existieren.

ALIEN

Haben sie schon einmal mit einer Lebensform kommuniziert?

HOM

Direkt mit einer? Nein. Aber mit Planeten auf denen Leben existierten.

ALIEN

Und was haben speziell diese Planeten erzählt?

HOM

Einer erzählte, dass die Lebensformen auf ihm wie eine Krankheit seien. Er

HOM

Seitdem bin ich froh, dass ich auf keinem Planeten mehr leben muss.

ALIEN

Wissen Sie, welcher Planet Ihre Heimatwelt ist?

HOM

Nein. Das habe ich längst vergessen. Ich würde ihn nicht mehr wiedererkennen. Ich bezweifle, dass er überhaupt noch existiert.

Szene 5: Monolog II

ALIEN

Sie haben vielleicht gemerkt, dass die Kommunikation schwierig war. Ich war die erste Lebensform, die mit ihm redete.

In einer sehr langen und komplizierten Konversation erfuhr ich außerdem, dass er einst wesentlich kleiner war und einmal auf einem Planeten lebte. Zu dieser Zeit war seine Erscheinung ganz anders.

HOM

Ich bin mehrere Milliarden Jahre alt. Ich habe das Universum gesehen, da war es noch jung und voller Energie.

ALIEN

Er erzählte ein bisschen von dieser Zeit. Das erste, an das er sich erinnern kann, war eine Lichtstrahl. Er schwamm durch eine Flüssigkeit, die ihm endlos vorkam. Von oben kamen Lichtstrahlen. Er ernährte sich davon. Diese Strahlen gaben ihm Kraft. Er war wahrscheinlich nur ein paar Mikrometer groß und schwamm in einer Pfütze. Nach Millionen von Jahren wurde er größer. Er lernte seinen eigenen genetischen Code zu manipulieren. Sein Bewusstsein entwickelte sich immer weiter. Die Materie, aus der er gemacht ist, schien nicht zu sterben und erneuerte sich selbständig. Er konnte damals auch Schall und Licht wahrnehmen. Magnetismus und Gravitation hingegen nicht.

Der Hom wuchs und wuchs. Auf seiner Heimatwelt gab es kaum andere Lebensformen. Er war ein Unikat. Eine Milliarde Jahre später war er so groß, dass er seinen Planeten verlassen musste. Aber das war kein Problem für den Hom.

HOM

Das Nichts des Weltall machte mir damals nichts aus. Ich war schon lange nicht mehr von der Materie auf meinem Planeten abhängig. Eines Tages beschloss ich diese Welt für immer zu verlassen.

ALIEN

Seitdem bewegt sich der Hom durch unsere Universum.

Szene 6: Interviewsituation II

ALIEN

Wieso haben Sie Ihre Heimatwelt verlassen?

HOM

Ich war zu groß. Ich reichte von der Oberfläche bis über die Atmosphäre. Außerdem gefährdete meine Schwerkraft den Planeten. Ich sammelte so viel Masse an, dass der Planet von seiner Bahn abkommen könnte.

ALIEN

Also beschlossen Sie sich von allem dort zu verabschieden und durch das Weltall zu wandern?

HOM

Es gab nicht viel wovon ich mich verabschieden musste. Außerdem wollte ich die Lebewesen auf dem Planeten in Gefahr bringen.

(CONTINUED)

ALIEN

Aber haben Sie ein Ziel?

HOM

Was meinen Sie? Ich kenne das Wort nicht.

ALIEN

Haben sie einen Sinn in Ihrem Leben gefunden? Etwas was Ihnen die Motivation gibt weiterzuleben.

HOM

Ich habe keine andere Wahl als weiterzuleben und durch das Universum zu treiben. Ich rede mit den Planeten, wenn sie mit mir sprechen wollen. Manchmal tanzen wir zusammen.

ALIEN

Und das ist alles?

HOM

Was sollte es denn mehr geben?

ALIEN

Verstehen Sie mich nicht falsch. Aber andere Lebensformen, inklusive meiner, tun etwas. Vor allem, wenn sie intelligent sind. Ich reise beispielsweise durch das Weltall und rede mit Lebensformen und stelle meine Gespräche und Erfahrungen allen Lebensformen zur Verfügung - in Form eines Mediums.

HOM

Und dann?

ALIEN

Und nichts und dann. Das ist mein Ziel. Meine Motivation.

HOM

Ich verstehe sie. Aber bis vor kurzem wusste ich nicht einmal, dass Lebensformen wie Planeten kommunizieren können.

ALIEN

Ich weiß. Das muss Sie bestimmt sehr überraschen.

HOM

Nein. Ich dachte mir das bereits, dass es eine Lebensform gibt, die genau das macht. Und alle anderen Dinge, die Sie mir nennen können bestimmt auch.

ALIEN

Wieso dachten Sie sich das?

HOM

Weil intelligentes Leben einsam macht.

ALIEN

Wie meinen Sie das?

HOM

Sie können sich Gedanken darüber machen, was sie tun möchten. Oder was sie eben nicht tun möchten. Ich kann das auch. Aber ich kann auch darüber hinaus denken.

ALIEN

Sie können sich also vorstellen, wie andere Lebensformen ihre Leben gestalten ohne sie selbst einmal dabei beobachtet zu haben?

HOM

Ja. Ich bin einen weiten Weg gekommen. Ich habe viel wahrgenommen. Das Universum hat zu mir gesprochen. Im Anbetracht dessen ist alles, was andere Lebensformen machen, nicht relevant für mich.

ALIEN

Fühlen sie Dinge? Ich meine damit nicht, ob Sie die Kälte des Weltalls wahrnehmen, sondern ob sie Emotionen haben? Manche Lebensformen haben neben dem rein instinktiven und rationalen Denken eine weitere Ebene der Bewusstseins. Es ist subjektiv geprägt und macht alle Sachen nur komplizierter.

HOM

Ich hatte das einmal. Und vielleicht kannte ich auch das Gefühl der Einsamkeit. Wenn man seine Heimatwelt für immer verlassen muss und im Nichts des Universums treibt, fühlte sich das nicht gut an. Aber wie genau, kann ich jetzt nicht mehr sagen.

ALIEN

Und Sie verfolgen nach wie vor kein Ziel?

HOM

Lieber treibe ich für die Jahrmilliarden - wie Sie es nennen - einsam durch das Universum, als mich über alle Dinge, die Sie mir genannt haben, mein Bewusstsein zu verschwenden.

Szene 7: Monolog III

ALIEN

Der Hom sagte unmissverständlich das, was meinte. Das war mir klar. Das einsamste Lebewesen des Universums wollte lieber einsam und alleine sein und sich nicht mit Gefühlen und Belanglosigkeiten ärgern.

(CONTINUED)

SOUND: STILLE, DANN GERÄUSCHE VON SONNEN, PLANETEN UND SCHWARZEN LÖCHERN

ALIEN

Und ich konnte das verstehen. Ich trieb mit dem Hom eine lange Zeit durch das Weltall. still. Ich wollte wahrnehmen, was der Hom wahrnahm. Einmal im Einklang mit dem Universum sein. Seine Schwärze hören und seine Stille sehen. Seine Kräfte spüren und meine Gedanken frei lassen.

Und ja! Der Hom hat Recht. In Anbetracht des Universums sind wir alle bedeutungslos. Egal was wir tun. Aber ich habe durch dieses Gespräch gelernt, dass es darauf nicht ankommt. Nur der Hom gibt der Bedeutungslosigkeit eine Bedeutung- und er darf das. Er ist immerhin einsam und allein.

Viel mehr gab das Gespräch mit dem Hom nicht her. Nicht, dass ich unzufrieden wäre: Aber ich dachte eine Lebewesen, dass Milliarden Jahre alt war und seine Evolution am eigenen Leib miterlebte, hat mehr zu erzählen.

Zumindest wissen wir jetzt was Sterne zu sagen haben, wenn wir mit ihnen reden könnten. Und egal wo ihr da draußen im Moment seid: Nehmt das Universum wahr!

Wenn ich ein bisschen länger über das Gespräch und die Reise mit dem Hom nachdenke, werde ich ein bisschen sentimental und neidisch. Ein Lebewesen, dass das Universum noch in den jüngsten Tagen kannte, seine eigene Evolution miterlebt und aus den robustesten Strukturen besteht, treibt irgendwo durch das Universum und redet mit Sternen.

Szene 8: Verabschiedung

ALIEN

Das war es für heute, sehr geehrte Zuhörer. Ich hoffe euch hat die Episode gefallen. Abonniert den Podcast, damit ihr keine Episode verpasst.

Nächstes Mal kommuniziere ich mit einem Xeliko. Und dieses Gespräch verlief auch nicht ganz normal.

Zu den Sternen und bis nächstes Mal! Euer Howatan.

Szene 9: Outro

MUSIK: OUTRO MUSIK

Galactic Matters Journal - Podcast
Episode 3: Interview mit einem Xeliko

von

Oliver Völling

(c) Oliver Völling
(c) HAW Hamburg



Besetzung der Rollen

<u>Alien:</u>	TBA
<u>Koolio 82A:</u>	TBA
<u>Koolio 83A:</u>	TBA
<u>Koolio 83B:</u>	TBA
<u>Regie und Buch:</u>	Oliver Völling
<u>Toningenieur:</u>	TBA
<u>Postproduktion:</u>	TBA

Zeit

ca. 20 Minuten

GALACTIC MATTERS JOURNAL - DER PODCAST
EPISODE 3: INTERVIEW MIT EINEM XELIKO

Szene 1: Intro

MUSIK: INTRO MUSIK

Szene 2: Begrüßung

ALIEN

Willkommen zu einer neuen Ausgabe des Galactic Matters Journal - Podcast. Ich bin Howatan und heute reden wir mit einer Lebensform, die es geschafft hat weit über sich hinaus zu wachsen.

Letzte Episode schien anscheinend viele Hörer zu beeindrucken. Genauso wie ich, wussten sie nicht, dass man auch mit Planeten kommunizieren kann. Tatsächlich versuche ich nach dem Gespräch mit dem Hom mit einer Sonne zu kommunizieren, aber die Geduld hatte ich nicht. Diese Konversation hätte viel zu lange gedauert. Der Hom hat dafür wesentlich mehr Zeit als ich es habe.

Aber erst einmal vielen Dank für das ganze Feedback aus der ganzen Galaxie. Ich freue mich, dass es euch nach wie vor noch gefällt.

Szene 3: Monolog I

ALIEN

Die Spezies in dieser Episode musste ich auch diesmal nicht lange suchen. Sie befand sich in einem kleinen Sonnensystem, nicht weit von Aldebaran. Der Planet war ziemlich relativ klein und besaß keinen Mond. Neben ihm gab es nur drei weitere Planeten, die ihren Fixstern umkreisten.

SOUND: ABSTRAKTE RAUMSCHIFFGERÄUSCHE

ALIEN

Ihr Planet ist aber im Gegensatz zur vorletzten Episode wirklich hässlich. Aber wahrscheinlich wurde ich durch meinen Besuch auf der Erde sehr verwöhnt. Auf den ersten Blick sieht die Heimatwelt der Xelkio aus wie ein gigantischer Pilz. Ich dachte zuerst, dass die gesamte Masse des Pilzes eine pflanzliche intelligente Lebensform war. Doch ich irrte mich. Die Xeliko gaben sich sehr schnell zu erkennen, denn innerhalb von wenigen Momenten als ich auf dem Pilz landen wollte, wurde eine sehr starkes energetisches Feld erzeugt, dass mein Gefährt davon abhielt. Mir wurde klar, dass die Lebensform nicht ein Pilz war, sondern in diesem Pilz lebte. Und mit dem zweiten Blick sah es auch nicht

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

mehr aus wie ein Pilz, sondern eine sehr dickflüssige Flüssigkeit.

SOUND: TROPFENDE FLÜSSIGKEITEN

ALIEN

Die Xeliko waren aber nicht zu sehen. Sie mussten klein sein. Sehr klein. Aber wie klein, war mir zu diesem Zeitpunkt noch nicht klar. Ich musste meine Wahrnehmung auf sie konditionieren. Ich vergrößerte die Oberfläche des Pilzes. Nichts. Ich vergrößerte sie weiter. Immer noch nichts. Erst als ich sie auf einen Bereich vergrößerte, bei der ich ein einzelnes Staubkorn wahrnehmen konnte, nahm ich die Lebensform wahr.

Ich war mächtig beeindruckt. Die Xeliko waren winzig. Sie lebten in einer Flüssigkeit, die sie selbst produzieren konnten. Ihre Spezies hatte unzählige Individuen. Das war ein beeindruckender Kontrast zur letzten Episode. Ein gigantisches Individuum und jetzt mehrere Milliarden Individuen einer Lebensform. Dabei war diese Lebensform ebenfalls hoch intelligent. Und das ist wirklich das Besondere an den Xeliko. Sie sind bisher die kleinste intelligente Lebensform, die ich bisher traf - mal abgesehen von den Potitronis natürlich.

Der Planet besaß keine großen Massen von Flüssigkeiten auf ihm. Die Atmosphäre war toxisch. Viel Schwefel und Xenon war darin zu finden. Außerdem stürmte es die ganze Zeit.

SOUND: ATMOSPHERISCHER STURM

ALIEN

Die Xeliko hatten bereits die gesamte Landmasse des Planeten eingenommen. Es gab keinen einzigen Fleck, der von ihnen nicht besiedelt war. Wie ich später erfuhr, waren die Xeliko bereits zu den Sternen aufgebrochen und haben im Moment zwei weitere Planeten kolonialisieren. Denn sie können unabhängig ihrer Atmosphäre überleben. Zumindest größtenteils. Das bedeutet, dass die Xeliko nur ihre Flüssigkeit benötigen, um zu leben. Eine ziemlich robuste Lebensform also.

Ich versuchte mit den Xeliko zu kommunizieren. Das war gar nicht so einfach. Zu Beginn versuchte ich noch mit den Xeliko über Schall und Akustik zu kommunizieren. Es kam aber nichts zurück. Magnetismus funktionierte auch nicht. Sie kommunizierten aus einer Mischung von visuellen Lichtimpulsen und olfaktorisch. Eine sehr

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

spezielle Art der Kommunikation, aber sie gefiel mir. Sie war einfach zu lernen. Ein Nachteil war aber, dass die Lichtimpuls nur über ihre Flüssigkeit wahrnehmbar war. Deswegen erschufen die Xeliko eine eigene Flüssigkeit für mich, damit ich mit ihnen kommunizieren konnte.

Die Xeliko waren nicht aggressiv oder böartig. Sie begrüßten mich freundlich und waren bereit mit mir zu leben. Ihre Lebensart ist sehr eigen, deswegen lasse ich sie von einem Individuum ihrer Lebensformen erklären.

Szene 4: INTERVIEWSITUATION I

ALIEN

Vielen Dank, dass Sie heute unser Gast im Podcast sind! Unsere Hörer werden ihre Spezies nicht kennen. Könnten Sie sich einmal kurz vorstellen.

KOOLIO 82A

Sehr gerne. Ich bin Koolio 82a und gehöre zu den Xeliko. Wir leben auf Teftef, ich basiere auf Kohlenstoff und Wasserstoff.

ALIEN

Sie leben in einer Flüssigkeit, die sie selbst aussondern?

KOOLIO 82A

Genau. Wir können nur in diesem Saft überleben. Wir erzeugen ihn selbst. Darin können wir atmen und uns fortbewegen und sind gegen Strahlung geschützt.

ALIEN

Mittlerweile haben Sie auch den gesamten Planeten mit dieser Flüssigkeit überschüttet. Es gibt kein Stück mehr, das nicht von der Flüssigkeit bedeckt ist.

KOOLIO 82A

Mittlerweile schon. Das stimmt. Es gibt noch ein paar Ecken an den Polen des Planeten, die noch unbesiedelt sind. Da möchte aber keiner leben.

ALIEN

Sie sind im Vergleich zu vielen anderen intelligenten Lebensformen sehr klein. Für mich war es kaum vorstellbar, dass so ein kleines Leben überhaupt in der Lage dazu ist, andere Planeten zu besiedeln. Wie haben Sie das geschafft?

KOOLIO 82A

Wir sind sehr anpassungsfähig und funktionieren als Gesellschaft sehr gut. Ein einzelner Xeliko würde es niemals schaffen solch eine Leistung zu erbringen. Wir müssen Als Kollektiv funktionieren, sonst würden wir es nicht weit schaffen.

ALIEN

Wie organisieren Sie sich in Ihrer Gesellschaft.

KOOLIO 82A

Wir müssen für einander sorgen. Das machen wir indem jeder Xeliko eine zugewiesene Rolle besitzt.

ALIEN

Was ist ihre Rolle?

KOOLIO 82A

Ich bin bereits in meinem Zyklus sehr weit fortgeschritten. Meine Rolle hat sich mittlerweile verändert. Der Saft hält nicht ewig und muss ständig erneuert werden. Dazu entstehen Löcher und Risse in der äußeren Membran, das den Saft einfängt. Früher musste ich mich um diese Risse kümmern und den alten Saft mit neuem ersetzen.

ALIEN

Und was ist ihre Rolle jetzt?

KOOLIO 82A

Ich kümmere mich um die neuen Xelikos und koordiniere ihre Aufgaben.

ALIEN

Wie entstehen neue Xeliko?

KOOLIO 82A

Ich weiß nicht, wie das bei anderen Lebensformen ist, aber wir Xeliko teilen uns.

ALIEN

Sie meinen aus einem Xeliko werden irgendwann zwei Xeliko? Wie bei der Zellteilung bei anderen Lebensformen?

KOOLIO 82A

Ich kenne die anderen Lebensformen nicht, aber wenn ein Xeliko das Ende seines Zyklus erreicht hat, dann teilt sich der Xeliko und aus ihm entstehen zwei neue.

ALIEN

Das bedeutet also, dass Sie ebenfalls aus einem anderen Xeliko entstanden sind?

KOOLIO 82A

Ganz genau. Ich besitze eine Art Zwilling. Oder besser gesagt - ich besaß. Er hat sich mittlerweile geteilt und zwei andere Xeliko sind nun aus ihm geworden.

Szene 5: Monolog II

ALIEN

Sie werden jetzt bestimmt viele Fragen haben. So ging es mir auch. Und diese Fragen stellte ich Koolio 82A auch. Aber ich möchte an dieser Stelle kurz einmal das Volk der Xeliko näher beschreiben.

Die Xeliko haben wirklich alle eine Aufgabe. Eine spezielle Rolle, die einem Individuum zuteil wurde. Und das von einem Xeliko, der bereits in seinem Zyklus weiter fortgeschritten war. Genauso wie Koolio 82A.

SOUND: ABSTRAKTES BIENENSUMMEN

ALIEN

Und die Xeliko machten genau das. Sie arbeiteten konstant an dieser Sache. Wie ein gigantisches Uhrwerk griffen sie ineinander. Koordiniert wurden sie von wenigen. Der Rest agierte. Die Xeliko sagten mir, dass ihre gesamte Welt zerstört werden könnte, wenn auch nur ein Xeliko seine Rolle nicht zufriedenstellend ausführte.

Das konnte ich mir schwer vorstellen. Deswegen betrachtete ich die Xeliko genauer. Und tatsächlich. Die Xeliko kommunizierten konstant miteinander und gaben Informationen weiter, die für andere Rollen relevant waren.

SOUND: AUSDÜNSTUNG VON GAS

ALIEN

Da gab es Xeliko, die den Saft produzierten, Xeliko, die den Saft verteilten, Xeliko, die den alten Saft austauschten, Xeliko, die die Membran reparierten, Xeliko, die andere Xeliko koordinierten, Xeliko, die Nahrung produzierten, Xeliko, die Ressourcen umwandelten, Xeliko, die diese Ressourcen synthetisierten, Xeliko, die aus den Materialien neue Dinge erschufen, Xeliko, die von ihrem Planeten auswanderten und die Sterne beobachteten, Xeliko, die Sterne suchten auf denen sie leben konnten.

Diese Lebensform musste jeden Augenblick dafür arbeiten, damit jedes Individuum existieren konnte. Aber von Angst oder Gefühlen war bei den Xelikos nicht viel zu merken. Sie wussten, dass sie nur als

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Gemeinschaft tausende von Jahren überlebt hatten und sie wussten, dass sie nur als Gemeinschaft noch weitere tausend Jahre überstehen werden. Und jeder war damit einverstanden. Begriffe wie Krieg, Eifersucht, Intoleranz kannten die Xeliko nicht Und sie konnten sich nicht vorstellen, dass andere Lebensformen sich gegenseitig ausschalten.

Ein weiterer Grund war wahrscheinlich auch, dass nach ihrem Zyklus, zwei neue anfangen. Sie vermehrten sich daher exponentiell. Deswegen brauchen sie Platz und diesen versuchten sie mit allen Mitteln, die ihnen zu Verfügung stand zu erkämpfen.

Szene 6: Interviewsituation II

ALIEN

Haben Sie nicht manchmal das Verlangen etwas andere zu tun als jeden Augenblick nur ihrer Rolle nachzukommen.

KOOLIO 82A

Aber das mache ich doch jetzt gerade. Ich kommuniziere mit Ihnen.

ALIEN

Ein anderer Xeliko hat Ihre Rolle kurz übernommen, richtig?

KOOLIO 82A

Das ist richtig. Er hat jetzt zwei Rollen.

ALIEN

Ich meine aber nicht nur, dass Sie etwas tun sollten, was nur Ihrer Gesellschaft dient. Kennen Sie nicht Unterhaltung? Oder Wissenschaft? Wollen Sie nicht einen anderen Planeten entdecken?

KOOLIO 82A

Das machen bereits andere Xeliko. Warum sollte ich das also tun? Ich kann meiner Gesellschaft mehr helfen, indem ich etwas tue, was andere nicht tun. Und Unterhaltung spielt bei uns überhaupt keine Rolle.

ALIEN

Warum nicht?

KOOLIO 82A

Warum sollten wir etwas machen, das unsere Gesellschaft gefährdet?

ALIEN

Die meisten intelligenten Lebensformen haben einen Trieb nach Unterhaltung. Etwas was ihnen Spaß macht oder sie von ernsten Themen ablenkt.

KOOLIO 82A

Aber genau das ist ja der Punkt. Wir machen solche Dinge nicht. Sie gefährden die Existenz von allen von uns.

ALIEN

Also gibt es auch keine Künstler oder Artisten?

KOOLIO 82A

Nein. So etwas brauchen wir nicht.

ALIEN

Also funktionieren alle Xeliko gleich?

KOOLIO 82A

Nein. Jeder Xeliko, den Sie hier treffen ist ein anderer. Wir denken anders, haben andere Meinungen und auch andere Eigenschaften.

ALIEN

Was sind Ihre Eigenschaften?

KOOLIO 82A

Ich mag es andere Xeliko zu unterstützen und aufzuhelfen. Immer wenn ein Xeliko aus irgendwelchen Gründen seine Rolle nicht machen kann, freue ich mich zu helfen. Aber das trifft bei Weitem nicht auf alle Xeliko zu. Es gibt genug Xeliko, die nicht so gerne helfen, sondern lieber den Sternen zuschauen oder versuchen eigene Pläne umzusetzen.

ALIEN

Aber dabei verlassen sie niemals ihre Rolle?

KOOLIO 82A

Nein niemals.

Szene 7: Monolog III

ALIEN

Die Xeliko sind ein sehr diszipliniertes Volk. Sie geben sich große Mühe, niemanden aus ihrer Gesellschaft zu benachteiligen. Wenn jemanden seine Rolle nicht gefällt, dann wechseln sie sie. Da es unzählige von ihnen gibt, sind die sozialen Beziehungen unter ihnen von großer Wichtigkeit. Sie haben Freundeskreise und verbringen viel Zeit mit diesen.

SOUND: MASCHINENKLICKEN

(CONTINUED)

ALIEN

Dabei läuft meistens alles sehr harmonisch, sehr strukturiert ab. Selbst die Guhja von Iftori könnten keine Maschine bauen, die so gut ineinandergreift. Dafür benötigen sie nun mal ihre Intelligenz. Das verstand ich jetzt.

Szene 8: Interviewsituation III

ALIEN

Um nochmal auf ihren Zyklus zurück zu kommen. Wissen Sie aus wem Sie stammen?

KOOLIO 82A

Nein. Das weiß ich nicht mehr. Mir wurde erzählt, dass das Xeliko, das ich vorher war, komplett unterschiedlich von mir ist.

ALIEN

Das bedeutet, Sie können sich an nichts erinnern?

KOOLIO 82A

Ich kann mich an das erinnern, seitdem ich bin. Aber wer ich davor war, das weiß ich nicht mehr.

ALIEN

Und was passiert mit einem Xeliko, nachdem es sich teilt?

KOOLIO 82A

Also wie schon gesagt. Es entstehen zwei neue Xeliko.

ALIEN

Das habe ich verstanden. Aber was ist mit dem ehemaligen Xeliko. Also mit dem Bewusstsein. Mit seiner Persönlichkeit?

KOOLIO 82A

Das kann keiner genau sagen. Die meisten sind der Meinung, dass man in den beiden weiter existiert. Auch wenn beide neuen Xeliko sich daran nicht erinnern können, wer sie mal waren.

ALIEN

Aber das bedeutet ja, das das Xeliko dann aufhört zu existieren.

KOOLIO 82A

Nein. Es existieren dafür zwei neue Xeliko.

ALIEN

Aber die Existenz des einen Xeliko ist ab dann beendet, oder nicht?

KOOLIO 82A

Aber dafür hat die Existenz von zwei neuen Xeliko begonnen. Ein guter Preis, oder nicht?

ALIEN

Für die Gesellschaft schon. Aber für das Individuum natürlich nicht.

KOOLIO 82A

Aber das ist nicht wichtig. Zwei Xeliko können für die Gesellschaft mehr leisten als eins. Von daher ist es ein Vorteil, wenn sich ein Xeliko teilt.

ALIEN

Und die Freunde? Sie verlieren ein Teil ihres Lebens.

KOOLIO 82A

Meisten kümmern sich die Freunde dann um die beiden neuen Xeliko. Und oft hat man dann zwei neue Freunde gefunden. Und wenn nicht, eben nicht.

Szene 9: Monolog IV

ALIEN

Die Xeliko sind vorbildlich. So wenig Individualismus können nur die wenigsten Lebensformen von sich behaupten. Im positiven Sinne. Alle anderen wollen auffallen, etwas Besonderes sein. Aber das ist nunmal das besondere an unserem Universum: Alles ist möglich.

Und ich bekam noch ein Phänomen mit. Die Xeliko sind wirklich sehr friedlich und freundlich. Ich konnte mit ihnen problemlos kommunizieren. Plötzlich, mitten in unserem Interview, teilte sich Koolio 82A. Und vor mir waren zwei neue Xeliko. Ich wusste, dass Koolio 82A am Ende seines Zyklus war. Ich konnte mir aber nicht vorstellen, dass sie Teilung eines Xeliko so schnell, so schmerzfrei und so simpel war.

SOUND: TÖNE EINER ZELLTEILUNG

ALIEN

Innerhalb von wenigen Augenblicken erlosch das Dasein von Koolio 82A und aus ihm kamen zwei neue Xeliko. Koolio 83A und 83B, wie ich später erfuhr.

Zuerst war ich mit der Situation überfordert. Ich wusste nicht, in welchem Stadium solche neuen Xelikos waren. Konnten sie bereits kommunizieren? Verstanden sie den Kontext des Gesprächs? Wussten sie wer ich noch war?

Koolio 82A meinte, dass er sich nicht an seine Teilung

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

erinnerte. Das musste ich genau herausfinden und führte das Interview mit den neuen Xeliko fort.

Szene 10: Interviewsituation IV

ALIEN

Schön, dass ihr euch bereit erklärt habt, weiter mit mir zu kommunizieren.

KOOLIO 83A

Sehr gerne. Ich weiß aber nicht genau, warum Sie das tun.

KOOLIO 83B

Ist doch egal. Ich will hier nicht mit irgendeiner Spezies kommunizieren, die schlecht über uns redet.

ALIEN

Das ist nicht meine Absicht. Ich bin fasziniert von eurer Spezies und versuche sie nur zu verstehen.

KOOLIO 83B

Das kann ja sein, aber eigentlich haben wir beide etwas Besseres zu tun als mit dir zu kommunizieren.

ALIEN

Ich weiß und ich will sie auch nicht lange aufhalten. Können Sie beide sich nicht daran erinnern, wie unser vorheriges Gespräch verlief?

KOOLIO 83A

Nein. Wir sind gerade erst entstanden.

ALIEN

Aber Sie wiesen, dass sie ein Xeliko sind und wie ihre Gesellschaft funktioniert?

KOOLIO 83B

Ja, auf jeden Fall wissen wir das. Das weiß doch jeder Xeliko.

KOOLIO 83A

Das stimmt, das wissen wir. Aber wir wissen nicht aus wem wir kommen.

KOOLIO 83B

Natürlich nicht. Wenn wir das wüssten, wären wir ja auch nicht wir.

ALIEN

Wissen Sie schon welche Rolle Ihnen zugewiesen wird?

KOOLIO 83A

Nein, das wissen wir natürlich noch nicht. Wir müssen uns erst einmal zurechtfinden und schauen, was unser Vorgänger gemacht hat.

KOOLIO 83B

Ich will auf jeden Fall weg von diesem Planeten. Mir wird es hier zu voll. Ich will neue Xeliko treffen, die genauso so sind wie ich und mit denen wir neue Horizonte entdecken können.

KOOLIO 83A

Also ob du das entscheiden könntest.

KOOLIO 83B

Kann ich vielleicht schon. Wer sagt denn, dass wir immer nur machen müssen, was uns die Aufseher sagen.

ALIEN

Sie haben also einen Sinn für Individualismus?

KOOLIO 83B

Ich bin wie ich bin. Aber ich habe genaue Vorstellungen was ich machen möchte. Und vielleicht findet sich ja jemand, der seine Rolle tauscht. Ganz bestimmt.

Szene 11: Monolog V

ALIEN

Und so kommunizierte ich noch eine kurze Zeit mit den beiden Xeliko. Sie waren anstrengend. Und komplett anders als Koolio 82A. Das beeindruckte mich wirklich sehr. Das Xeliko war einfach verschwunden. Vom einen auf den anderen Augenblick. Es war einfach weg.

So sehr sich die beiden anderen Xeliko auch voneinander unterschieden, eines war dennoch gleich. Ihre Einstellung gegenüber ihrer Spezies. Sie wussten im ersten Moment, dass sie nur zusammen etwas schaffen würden. Sie wussten, dass sie nur zusammen etwas großes erreichen können. Sie wussten, dass die Xeliko viele Feinde hatte. Aber ihre eigene Spezies gehörte nicht dazu.

Szene 12: Verabschiedung

ALIEN

Das war es für diese Episode. Ich hoffe euch hat die sie gefallen. Abonniert den Podcast, damit ihr keine Episode mehr verpasst. Kommentiert auch gerne oder lasst mir auf anderen Wegen eurer Gedanken zu den Xeliko zukommen. Ich freue mich immer auf Feedback.

(MORE)

(CONTINUED)

ALIEN (cont'd)

Nächstes Mal kommuniziere ich mit dem Terfobil. Einem Kollektivbewusstsein - mal wieder. Aber diesmal mit einem gewissen Twist. Lasst euch überraschen.

Bis zum nächsten Mal! Eurer Howatan

Szene 13: Outro

MUSIK: OUTRO MUSIK

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Bachelor-Thesis mit dem Titel:

Inhaltliche und technische Konzeption sowie Produktion eines Audio-Podcasts

selbständig und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln verfasst habe. Alle Passagen, die ich wörtlich aus der Literatur oder aus anderen Quellen wie z. B. Internetseiten übernommen habe, habe ich deutlich als Zitat mit Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

(Unterschrift)