



# Praxismaterial:

## Podcast im Unterricht

Radio-Projekte für Einsteiger und Fortgeschrittene

Tilman Rau

Reihe *Unterricht im Dialog*

Herausgegeben von Erwin Krottenthaler (Literaturhaus Stuttgart)

Tilman Rau

---

# Praxismaterial:

---

## Podcast im Unterricht

Radio-Projekte für Einsteiger  
und Fortgeschrittene

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

### **Impressum**

Tilman Rau  
Praxismaterial: Podcast im Unterricht  
Radio-Projekte für Einsteiger und Fortgeschrittene  
In der Reihe *Unterricht im Dialog*  
Herausgegeben von Erwin Krottenthaler (Literaturhaus Stuttgart)

1. Auflage 2023  
Das E-Book folgt der Printausgabe: 1. Auflage 2022

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich  
zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

© 2023. Kallmeyer in Verbindung mit Klett  
Friedrich Verlag GmbH  
D-30159 Hannover  
Alle Rechte vorbehalten.  
[www.friedrich-verlag.de](http://www.friedrich-verlag.de)

Redaktion: Ursula Flemmer  
Realisation: Friedrich Verlag GmbH, Hannover  
E-Book-Erstellung: Friedrich Verlag GmbH, Hannover

ISBN: 978-3-7727-1649-2

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
1.1	Vorwort	7
1.1.1	Das Schnittmengenmedium: Warum Podcasts so populär sind	7
1.1.2	Neue Namen für alte Dinge	7
1.1.3	Selbst machen ist Medienbildung	8
1.1.4	Was dieser Band ist und was nicht	8
1.1.5	Radio ist einfach und macht Spaß	9
1.1.6	Danksagung	9
1.2	Zur Verwendung dieses Bandes	10
1.2.1	Die Struktur des Buches	10
1.2.2	Ein paar Regeln fürs Radiomachen in der Schule	10
<b>2</b>	<b>Technik – Bausteine und Handwerk</b>	<b>12</b>
2.1	Baustein 1: Das Thema	12
2.1.1	Grenzenlosigkeit mit Einschränkung	12
2.1.2	Beispiele für Themen	13
2.2	Baustein 2: Die Recherche	16
2.2.1	Erste Informationen	16
2.2.2	Grundlagenrecherche	16
2.2.3	Das Interview: Vorbereitung	17
2.2.4	Auf Ton-Recherche	17
2.3	Baustein 3: Die Aufnahme	18
2.3.1	Aufnahmetechnik	18
2.3.2	Regeln für die Aufnahme	18
2.4	Baustein 4: Der Audioschnitt	22
2.4.1	Audacity: Kostenlos und funktional	22
2.4.2	Download und Installation	22
2.4.3	Arbeiten mit Audacity	24
2.4.4	Schritt für Schritt: Der erste Schnitt	26
2.4.5	FAQ – Häufige Fragen und Fehlerquellen	29
2.5	Baustein 5: Schreiben	30
2.5.1	Moderationen schreiben	30
2.5.2	Die wichtigsten Textformen	30
2.6	Baustein 6: Sprechen	33
2.6.1	Regeln fürs (Ein-)Sprechen	33
2.6.2	Betonungsregeln und Sprechzeichen	34
2.7	Baustein 7: Produktion	36
2.7.1	Schritt für Schritt: Die Produktion	36

<b>3 Projekte</b> .....	<b>41</b>
<b>3.1 Vorbemerkung</b> .....	<b>41</b>
<b>3.2 Die Umfrage</b> .....	<b>42</b>
3.2.1 Variante 1: Straßenumfrage .....	43
3.2.2 Variante 2: Hallo-Ich-Umfrage .....	43
3.2.3 Tipps .....	43
<b>3.3 Der (gebaute) Beitrag</b> .....	<b>44</b>
3.3.1 Planung und Durchführung .....	45
3.3.2 Tipps .....	45
3.3.3 Ein beispielhaftes Skript zu einem gebauten Beitrag .....	46
<b>3.4 Das Interview</b> .....	<b>48</b>
3.4.1 Variante 1: Das aufgezeichnete Interview .....	49
3.4.2 Variante 2: Das Live-Interview .....	49
3.4.3 Variante 3: Das Experteninterview .....	49
3.4.4 Tipps .....	50
<b>3.5 Das Gespräch</b> .....	<b>51</b>
3.5.1 Variante 1: Das Themen- oder Meinungsgespräch .....	51
3.5.2 Variante 2: Laber-Laber .....	52
3.5.3 Tipps .....	52
<b>3.6 Die Reportage</b> .....	<b>53</b>
3.6.1 Planung und Durchführung .....	53
3.6.2 Tipps .....	54
<b>3.7 Tops und Flops</b> .....	<b>55</b>
3.7.1 Planung und Durchführung .....	55
3.7.2 Tipps .....	55
<b>3.8 Das sprechende Lexikon</b> .....	<b>56</b>
3.8.1 Planung und Durchführung .....	56
3.8.2 Tipps .....	57
<b>3.9 Nachrichten</b> .....	<b>58</b>
3.9.1 Planung und Durchführung .....	58
3.9.2 Tipps .....	59
<b>3.10 Das Hörspiel</b> .....	<b>60</b>
3.10.1 Planung und Durchführung .....	60
3.10.2 Tipps .....	61
<b>3.11 Die Collage</b> .....	<b>62</b>
3.11.1 Planung und Durchführung .....	62
3.11.2 Tipps .....	62

<b>4 In Serie: Podcasts</b> .....	<b>63</b>
<b>4.1 Einen Podcast zum Podcast machen</b> .....	<b>63</b>
<b>4.2 Merkmale eines Podcasts</b> .....	<b>64</b>
4.2.1 Der Name .....	64
4.2.2 Das Logo .....	64
4.2.3 Das verbindende Element .....	64
4.2.4 Die Frequenz .....	64
4.2.5 Die Länge .....	65
<b>4.3 Verpackung und Elemente</b> .....	<b>66</b>
4.3.1 Sendungskennung/Intro .....	66
4.3.2 Das Musikbett .....	66
4.3.3 Rubrikenintros .....	66
4.3.4 Sonstige Soundelemente .....	66
4.3.5 Werkzeuge: Analoge Instrumente, GarageBand & Co. ....	66
<b>4.4 Die Struktur</b> .....	<b>67</b>
<b>4.5 Die Produktionsart</b> .....	<b>68</b>
4.5.1 Wir nehmen alles so, wie's passiert .....	68
4.5.2 Oder: Geschnitten, bitte .....	68
<b>4.6 Podcast-Projekte</b> .....	<b>69</b>
4.6.1 Kunst-Projekt .....	69
4.6.2 Zukunfts-Projekt .....	69
4.6.3 Amerika-Projekt „USA in unserem Alltag“ .....	70
4.6.4 Religions-Podcast .....	70
<b>5 Sonstiges</b> .....	<b>71</b>
<b>5.1 Anlaufstellen</b> .....	<b>71</b>
5.1.1 Medienzentren .....	71
5.1.2 Landesmedienanstalten .....	71
5.1.3 Freie Radios .....	71
<b>5.2 Juristische Fragen</b> .....	<b>72</b>
5.2.1 Verwendung von Stimmen .....	72
5.2.2 Urheberrecht .....	72
5.2.3 Verwendung von Interviewmaterial .....	72
5.2.4 Interviews mit Kindern und nicht volljährigen Schüler:innen .....	72
5.2.5 Verwendung von GEMA-pflichtiger Musik .....	72
5.2.6 Geistiges Eigentum .....	73

5.2.7	Dürfen Schüler:innen das Gelände verlassen? .....	73
5.2.8	Hausrecht .....	73
5.3	Technik plus .....	74
<b>Glossar .....</b>		<b>76</b>
<b>Bildnachweis .....</b>		<b>78</b>
<b>Downloadmaterial .....</b>		<b>80</b>

# 1 Einleitung

## 1.1 Vorwort

### 1.1.1 Das Schnittmengenmedium: Warum Podcasts so populär sind

Es gibt kaum eine Medienform, die in den letzten Jahren so sehr an Popularität gewonnen hat wie der Podcast. Auch Jugendliche nutzen dieses Medium in ihrem Alltag mittlerweile ganz selbstverständlich. Noch ist die massenhafte Nutzung zu jung, um sie wissenschaftlich analysieren und begründen zu können. Doch ich habe so meine Vermutungen.

Beim Podcast handelt es sich um ein Schnittmengenmedium. Dieses Wort ist kein offizieller Begriff, aber ich verwende es, weil ich es passend finde. Denn der Podcast überschneidet sich in so vielen Bereichen mit den Lebensgewohnheiten und Interessen von Jugendlichen, dass sie sozusagen regelrecht über ihn stolpern müssen:

- Schnittmenge Smartphone: Podcasts werden meist über mobile Endgeräte empfangen, die gleichzeitig ständige Begleiter von Jugendlichen sind.
- Schnittmenge *Spotify*: Der Marktführer bei den Audio-Streamingdiensten ist gleichzeitig Marktführer bei den Podcasts und spült diese quasi automatisch ins Sichtfeld der Nutzer.
- Schnittmenge Influencer:innen: Viele Influencer:innen aus YouTube, Instagram und TikTok haben auch eigene Podcasts. Wer ihnen also ernsthaft folgt, folgt ihnen auch in dieses Medium.
- Schnittmenge Interessen: Zu jedem Thema, Interesse, Spezialgebiet gibt es mittlerweile eine Unzahl von Podcasts. Eine Internetrecherche führt unweigerlich auch zu Podcasts zum Thema.
- Schnittmenge Eitelkeit der Selbstdarstellung: Der Podcast ist ein ideales, weil einfaches Medium, um sich auszuprobieren und darzustellen.
- Schnittmenge Technik: Die Herstellung eines Podcasts beinhaltet Technik. So viel, dass es spannend ist – aber gleichzeitig so wenig, dass jeder sofort loslegen kann, ohne sich in Unkosten zu stürzen.

### 1.1.2 Neue Namen für alte Dinge

An dieser Stelle sollten wir kurz unterbrechen. Denn eben habe ich die – von mir angenommenen und beobachteten – Gründe für den Erfolg eines Phänomens benannt, ohne vorher ausgeführt zu haben, wobei es sich bei diesem Phänomen denn eigentlich handelt.

Alle reden ständig von Podcasts. Aber was ist ein Podcast eigentlich? Ich stelle immer wieder fest, dass

eine Definition den meisten schwerfällt, obwohl der Begriff so alltäglich verwendet wird.

Beginnen wir mit dem Wort: Hierbei handelt es sich um ein Kompositum aus *iPod* und *Broadcast* – und bedeutet in etwa: Sendung für den iPod.

Apple war mit seinem iPod Namensgeber – und lange Zeit auch Marktführer, was Angebot und Distribution von Podcasts anbelangt. Mittlerweile hat sich der Markt massiv verschoben. Aktueller Marktführer ist die schon erwähnte Plattform *Spotify*. Damit hat sich auch der Begriff abgekoppelt von seinem Ursprung. Wenn wir ihn heute benutzen, beinhaltet er einige Eigenschaften, die sich so zusammenfassen lassen:

Ein Podcast ist eine abonnierbare serielle Audioform, meistens im MP3-Format.

Das war's dann auch schon, was alle Podcasts gemeinsam haben. Ansonsten ist der Begriff dehnbar. Inhaltlich gibt es ebenso wenige Grenzen wie formal. Das heißt, ein Podcast kann ein fiktionales Hörspiel sein oder eine investigativ-journalistische Reportage. Er kann eine Minute lang sein oder sieben Stunden. Aber er ist immer Audio, immer seriell, immer abonnierbar – und in den allermeisten Fällen MP3.

Lassen Sie mich kurz bei dem Punkt *MP3* verharren. Dieses Format ist das wichtigste Unterscheidungsmerkmal zum linearen Radioprogramm. Durch das Format, das auf alle gängigen Abspielgeräte geladen werden kann, ist der Podcast nämlich flexibel. Er kann überallhin mitgenommen und überall und somit jederzeit angehört werden. Somit verhält er sich zum Radio wie sich Videostreaming zum Fernsehen verhält.

Streng genommen handelt es sich beim Podcast um eine Distributionsform. Was Handwerk und Beitragsformen anbelangt, unterscheiden sich Podcasts allerdings nicht vom klassischen Radio. Das heißt, wer Podcasts machen will, muss sich wohl oder übel mit den ganz grundsätzlichen Fertigkeiten des Radiomachens beschäftigen.

Diese Tatsache erstaunt die Schüler:innen oft am meisten. Für sie spielt das Medium Radio keine Rolle mehr. Seit über 15 Jahren gehe ich in Schulen, um Radioworkshops durchzuführen. Zu Beginn stelle ich immer die Frage: *Wer von euch hat heute Morgen bereits Radio gehört?*

Im Jahr 2010 schnellten an dieser Stelle in etwa zwei Drittel aller Hände nach oben. Und auf die nächsten Fragen, welche Sender oder sogar Moderator:innen die Jugendlichen nennen könnten, sprudelte es nur so los. Und im Jahr 2022? Die Hände bleiben unten. Wenn überhaupt, melden sich einzelne Jugendliche. Und hakt man genauer nach, wo und wie sie Radio gehört haben, relativiert sich das auch schon wieder. Denn Radio wird im Auto gehört oder am Frühstück-