
Gaming goes Audio: Konzeption und Umsetzung eines Podcasts

Bachelorarbeit

Studiengang Online-Redaktion

an der Fakultät für Informationswissenschaft (IWS)

der Technischen Hochschule Köln

vorgelegt von: **Julia Verstraelen**

Erstgutachterin: Prof. Dr. Petra Werner (Technische Hochschule Köln)

Zweitgutachter: Prof. Dr. Gernot Heisenberg (Technische Hochschule Köln)

August 2023

Bachelorarbeit

Titel: Gaming goes Audio: Konzeption und Umsetzung eines Podcasts

Gutachter:

Erstgutachterin: Prof. Dr. Petra Werner (Technische Hochschule Köln)

Zweitgutachter: Prof. Dr. Gernot Heisenberg (Technische Hochschule Köln)

Zusammenfassung:

Dieses Dokument umfasst den schriftlichen Teil meiner medienpraktischen Bachelorarbeit, deren Ziel die Konzeption und praktische Umsetzung eines Gaming-Podcasts ist. Dieser beinhaltet die Formatidee eines kritischen Gesprächs zwischen zwei Videospieler*innen mit unterschiedlichen Spielvorlieben und Expertisen. Ferner wird die Zielgruppe als Gamer*innen identifiziert und eine Analyse relevanter Wettbewerber*innen durchgeführt. Aufbauend auf den Ergebnissen all dessen wird Inhalt, Gestaltung, Technik, und Distribution des Podcasts sowie eine Strategie für einen begleitenden Instagram-Kanal konzipiert. Anschließend wird die Umsetzung beider Konzepte dokumentiert und schlussendlich reflektiert.

Stichwörter: Podcast, Gaming, Instagram, Konzeption, Audio

Sperrvermerk: -

Datum: 14. August 2023

Bachelors Thesis

Title: Gaming goes audio: Conception and realization of a podcast

Reviewers:

Prof. Dr. Petra Werner (Technische Hochschule Köln)

Prof. Dr. Gernot Heisenberg (Technische Hochschule Köln)

Abstract:

This document comprises the written part of my media practical bachelor thesis, which aims at the conception and practical implementation of a gaming podcast. It contains the format idea of a critical conversation between two video gamers with different gaming preferences and expertise. Furthermore, the target group will be identified as gamers and an analysis of relevant competitors will be conducted. Based on the results of all this, the content, design, technology, and distribution of the podcast as well as a strategy for an accompanying Instagram channel will be designed. Subsequently, the implementation of both concepts will be documented and finally reflected upon.

Keywords: Podcast, Gaming, Instagram, Conception, Audio

Restriction notice: -

Date: 14. August 2023

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	5
1 Einleitung	6
2 Von der Idee zum fertigen Podcast –Formatidee und Zielsetzung	7
3 Wissen, was wichtig ist: Die Hintergrund-Analyse	8
3.1 Zielgruppenanalyse: Wer hört uns eigentlich zu?	8
3.2 Erwartungen verstehen durch Personas und User Stories.....	10
3.3 Wettbewerbsanalyse: Was lehrt uns die Konkurrenz?	19
3.3.1 Marktsituation	19
3.3.2 Konkurrenz und Vorbilder.....	20
4 Was, wie und warum – Die Konzeption	26
4.1 Ein Podcast von und für Gamer*innen.....	26
4.1.1 Rahmen und Inhalt	26
4.1.2 Gestaltung und Design	28
4.1.3 Technik	31
4.1.4 Distribution	32
4.2 Bilder für den Podcast: Konzeption der Begleitmedien	32
4.2.1 Auswahl	32
4.2.2 Inhalt	33
4.2.3 Gestaltung und Design	33
4.3 Rechtliche Implikationen	34
5 „Player 2 has joined the game“ – Dokumentation der Produktion	35
5.1 Podcast: Skripte, Aufnahmen und Coverdesign	35
5.2 Instagram: Posts, Stories und Lizenzen	39
6 Reflexion: Höhen, Tiefen und was die Zukunft bringen könnte	43
Literaturverzeichnis	46
Anhang	48
Eidesstattliche Erklärung	56

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Altersverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	8
Abbildung 2: Geschlechterverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	9
Abbildung 3: Bildungsgrad von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	9
Abbildung 4: Einkommensverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	9
Abbildung 5: Wohnsituation von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	9
Abbildung 6: Wohnort von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)	10
Abbildung 7: LGBTQ+-Zugehörigkeit von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b) ...	10
Abbildung 8: Persona 1, der Casual Gamer	12
Abbildung 9: Persona 2, die Hardcore Gamerin	13
Abbildung 10: Persona 3, der Gaming-Veteran	14
Abbildung 11: Persona 4, die Gaming-Enthusiastin	15
Abbildung 12: User Stories (Inhalte und Motivation)	17
Abbildung 13: User Stories (Funktionen und Rahmen	18
Abbildung 14: Themenliste der ersten zehn Folgen	27
Abbildung 15: Moodboard	30
Abbildung 16: Podcasts der Kategorie Videospiele bei Apple Podcasts (links) und die Podcast Charts bei Apple Podcasts (rechts)	31
Abbildung 17: Ausschnitt Contentplan	35
Abbildung 18: Blanko-Skript	36
Abbildung 19: Erster Entwurf des Covers	37
Abbildung 20: finales Coverdesign	38
Abbildung 21: Folgen-Post zur ersten Folge	39
Abbildung 22: Zitat-Post zu Folge 005	41
Abbildung 23: Erster Behind-The-Scenes-Post	41
Abbildung 24: Vorstellung-Post	42
Abbildung 25: Unspezifische Story-Ankündigung (links) und spezifische Story- Ankündigung (rechts)	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zusammenfassung Persona-Setcards.....	13
Tabelle 2: Analyse „GameStar Podcast“.....	22
Tabelle 3: Analyse „Levels & Soundtracks“.....	22
Tabelle 4: Analyse „Retro Klub“.....	23
Tabelle 5: Analyse „Weird Crimes“.....	24

1 Einleitung

Podcasts boomen schon seit einiger Zeit. Knapp 43% der Deutschen hören mindestens hin und wieder Podcasts (vgl. Bitkom 2022a). Alter und Geschlecht machen dabei kaum einen Unterschied aus (vgl. Statista 2023a). Entsprechend vielfältig sind die Themen, die in Podcasts besprochen werden, und die Formate, welche sie beinhalten. Besonders beliebt: Wissen/Bildung, Comedy/Entertainment und News (vgl. BLM 2022b). Auch Videospiele haben ihren Weg in den Mainstream gefunden. Gaming ist schon längst keine Nische mehr und in der Mitte der Gesellschaft angekommen (vgl. Weigel 2021): Mit etwa 54% sind die meisten Deutschen auch Gamer*innen (vgl. Bitkom 2022b). Unter Podcast-Hörer*innen sind es über ein Drittel (vgl. Statista 2023a).

Doch obwohl beide Bereiche mittlerweile einen festen Platz in der deutschen Popkultur einnehmen, gibt es nur wenig (erfolgreiche) Beispiele, die beides kombinieren. Viele der im Genre „Gaming“ verorteten Podcasts sind falsch kategorisiert oder allein aufgrund der beruflichen Laufbahn der Hosts dort eingeordnet – ohne sich notwendigerweise inhaltlich mit dem Thema zu beschäftigen (z.B. „Lästerschwestern“ oder „Almost Daily“). Dabei scheint die Kombination des Mediums Podcast mit Gaming-Inhalten vielversprechend. Gamer*innen tauchen gerne ganz in die Geschichten ein und entwickeln eine große Leidenschaft für die virtuellen Welten (vgl. Vorhaus Advisors 2022). Daher beschäftigen sie sich mit den Inhalten auch häufig außerhalb des eigentlichen Spiels: sie kaufen Merchandise, schauen Videos über weiterführende Theorien zu den Geschichten oder lesen Hintergrundinfos auf Blogs und Publisher-Websites. Podcasts würden sich hier anschließen und genau dieses zusätzliche Informationsbedürfnis der Fans bedienen.

Doch die Vermutung liegt nahe, dass es für den Mangel an Gaming-Podcasts gute Gründe gibt. Schon allein die unterschiedliche Nutzung könnte ausschlaggebend sein: Wie sollen Videospiele, die zum größten Teil visuell konsumiert werden, in einem ausschließlich auditiven Medium stattfinden? Diese Diskrepanz macht es zwar schwieriger einen erfolgreichen Gaming-Podcast zu konzipieren, aber nicht unmöglich. Das zeigen Formate wie „Plausch-angriff“ und der „GameStar Podcast“. Sie haben einen Weg gefunden sich abzuheben, die Interessen ihrer Zielgruppe zu treffen und somit die Lücke zu bedienen.

In diese Lücke soll auch das Produkt dieser medienpraktischen Arbeit schlagen: ein Gaming-Podcast mit besonderer Formatidee, die die Diskrepanz zwischen Audio und Video ausgleicht und dem es gelingt, die besonders involvierte Zielgruppe anzusprechen und zu halten. Einen begleitenden Social-Media-Kanal soll zudem das Gehörte um die visuelle Ebene erweitern, ähnlich wie es bereits im Podcast „Weird Crimes“ funktioniert.

Hierzu werden zunächst die Formatidee und die Ziele des Podcasts formuliert. Anschließend erfolgt eine Analyse von Zielgruppe und Wettbewerbssituation, die als Basis für die theoretische Konzeption dient. Diese unterteilt sich in die Konzeption des Podcast und einer entsprechenden Strategie eines Begleitmediums. Hier werden inhaltliche und gestalterische Aspekte sowie Details zur technischen Umsetzung und zur Distribution besprochen. Anhand dessen wird der Podcast und sein Social-Media-Auftritt produziert und (teilweise) veröffentlicht. Der Prozess wird dabei in dieser Arbeit dokumentiert. Abschließend erfolgt eine Reflexion des ganzen Projektes, inklusive Überlegungen bzgl. der zukünftigen Handhabung.

2 Von der Idee zum fertigen Podcast – Formatidee und Zielsetzung

Die Grundidee des Podcasts ist, dass zwei Hosts Videospiele-Klassiker verschiedener Genres betrachten und ihre (heutige) Relevanz besprechen. Das Alleinstellungsmerkmal des Podcasts soll sein, dass beide Hosts „Expert*innen“ für bestimmte, sehr unterschiedliche Videospiele-Genres sind. So sollen zwei entgegengesetzte Perspektiven entstehen, die im Gespräch aufeinandertreffen und in denen sich Zuhörer*innen wiederfinden können.

In dieser Dynamik gibt es immer eine Person, die das besprochene Spiel und Genre gut kennt und dieses vorstellt und einordnet. Die andere Person lernt das entsprechende Spiel erst im Gespräch kennen, stellt Fragen und schildert ihren Eindruck. Auf diese Weise sollen Spieleklassiker wie Resident Evil, Tomb Raider oder The Secret of Monkey Island vorgestellt und besprochen werden.

Haupthost des Podcasts bin ich selbst. Mein Co-Host wird mein Mann Kevin Rütter-Verstraelen sein. Wir teilen seit vielen Jahren Gaming als gemeinsames Hobby, bewegen uns allerdings teilweise in sehr unterschiedlichen Genres, wodurch die Idee zu diesem Format entstanden ist.

Das Ziel der vorliegenden medienpraktischen Arbeit ist die Konzeption und Produktion ebendieses Podcasts. Da der Podcast zuvor nicht bestand und es sich nicht um einen Relaunch oder ähnliches handelt, beinhaltet die Konzeption zu einem großen Teil fundamentale inhaltliche Überlegungen und Planungen. Hinzu kommen die auditive und visuelle Gestaltung, die technische Umsetzung und anschließende Distribution. Ein weiterer Bestandteil der Konzeption wird zudem eine Strategie für das Marketing auf etwaigen Begleitmedien sein.

All dies wird anschließend praktisch umgesetzt. Insgesamt sollen anhand der Konzeption vier Podcastfolgen entstehen und mindestens zum Teil veröffentlicht werden. Begleitet wird ihre Veröffentlichung von entsprechenden Social-Media-Postings. Konkrete Zahlen wie die Zahl der Abonnent*innen sind kein Teil der hier formulierten Ziele. Zum einen ist keine großartige Steigerung dieser in den wenigen Wochen nach Erstveröffentlichung zu erwarten. Zum anderen scheinen Podcasts „viel mehr ‚Beziehungsarbeit‘ zu sein als andere Medien. Ein paar Hundert oder Tausend treue Zuhörer*innen sind hier viel mehr wert als ein Zehnfaches an Follower*innen, die nur sporadisch reinhören“ (Hammerschmidt 2022, S. 19).

Der inhaltliche Fokus des Podcasts liegt auf Unterhaltung in Kombination mit Informationsvermittlung. Die beiden Hosts besprechen die Videospieletitel auf lockere und unterhaltende Art und Weise und rufen in den Zuhörer*innen ggf. Erinnerungen an ihr eigenes Spielerlebnis hervor. Authentizität wird hier ein großes Ziel sein, das vor allem für Podcasts wichtig zu sein scheint (vgl. Hagedorn 2018, S. 35–36). Insbesondere die unterschiedlichen Rollen der Hosts sollen zum Unterhaltungswert beitragen. Nichtsdestotrotz soll aber auch eine Einordnung der Spiele in einen größeren Kontext stattfinden, der von den Zuhörer*innen als informativ bewertet wird.

3 Wissen, was wichtig ist: Die Hintergrund-Analyse

Vor der eigentlichen Konzeption soll zunächst eine grundlegende Analyse aller relevanten Faktoren stattfinden. Hierzu zählt zum einen die Zielgruppe des Podcasts (vgl. Hagedorn 2018, S. 40). Diese wird im folgenden Kapitel eingegrenzt und beschrieben. Anschließend werden zur Verdeutlichung dieser Informationen Hörer*innen-Personas und entsprechende User Stories erstellt. Die Wettbewerbssituation ist der zweite Bereich, der analysiert wird. Dies wird im abschließenden Kapitel anhand eines Benchmarking stattfinden.

3.1 Zielgruppenanalyse: Wer hört uns eigentlich zu?

Hauptzielgruppe des Podcasts sind aufgrund des Inhaltes deutschsprachige Gaming-Interessierte, vor allem aber Gamer*innen. Doch bevor diese Gruppe weiter definiert wird, soll noch ein Blick auf die allgemeinere Gruppe der Podcasthörer*innen geworfen werden.

Die Gruppe der Podcasthörer*innen ist sehr breit gefasst und wenig differenziert, wie in der Einleitung bereits angedeutet. Sie ähneln in ihren Vorlieben und Handlungsweisen stark den durchschnittlichen Onliner*innen (vgl. Statista 2023a). Was allerdings bekannt ist, ist, was für sie den Reiz an Podcasts ausmacht: Sie wollen durch sie vor allem unterhalten werden und sich informieren, aber auch die Nähe zu den eigenen Interessen und die Kontrolle über den Zeitpunkt des Hörens sind wichtige Aspekte (vgl. Wiethé et al. 2020, S. 9–10). Sie konsumieren Podcasts meist mindestens mehrfach in der Woche und das in der Regel über Kopfhörer (vgl. Wiethé et al. 2020, S. 7–8).

Die Gruppe der Gamer*innen ist kleiner, dafür aber auch besser abgrenzbar. Ihr Hobby Videospiele ist hier ausschlaggebend und deswegen auch namensgebend. Sie sind darin sehr involviert und setzen sich mit den entsprechenden Inhalten stark auseinander: 42% der deutschen Gamer*innen spielen täglich. Mehr als die Hälfte hat in den letzten sechs Monaten über 100 Euro für Merchandise und Fanartikel ausgegeben. Knapp 20 % gibt an, Teil einer Community zu sein, die sich regelmäßig über Spiele austauscht, sie diskutiert und bewertet (vgl. Appinio 2023).

Ihre Demographie ist wiederum recht breit aufgestellt und kaum eindeutig zu benennen, wie der Consumer Insights Report von Statista zu Videospiele*innen in Deutschland zeigt (Statista 2023b, S. 5–11):

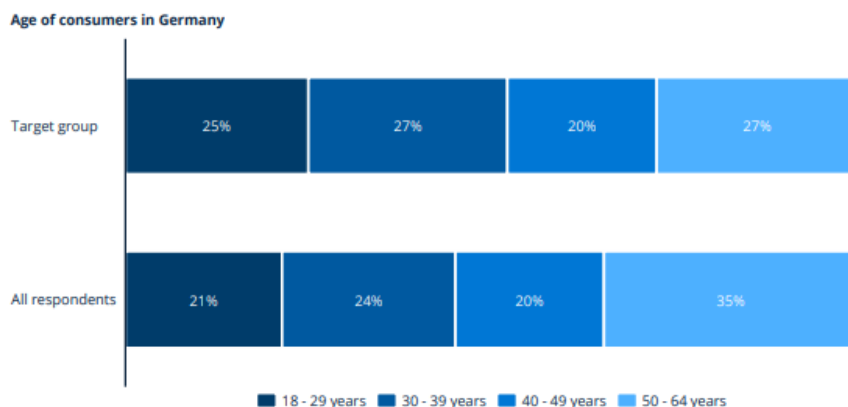


Abbildung 1: Altersverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

Gender of consumers in Germany

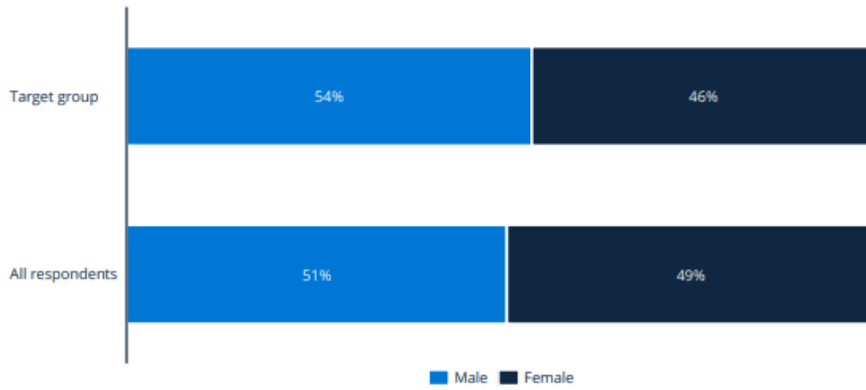


Abbildung 2: Geschlechterverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

Consumer's level of education in Germany

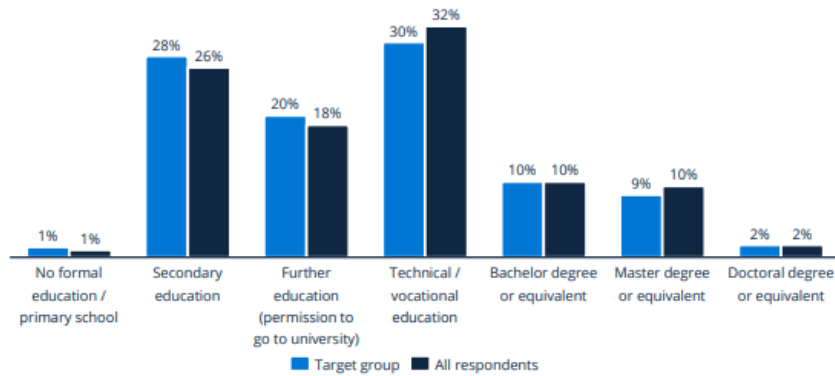


Abbildung 3: Bildungsgrad von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

Share of consumers in Germany in the high, middle, and low thirds of monthly household gross income

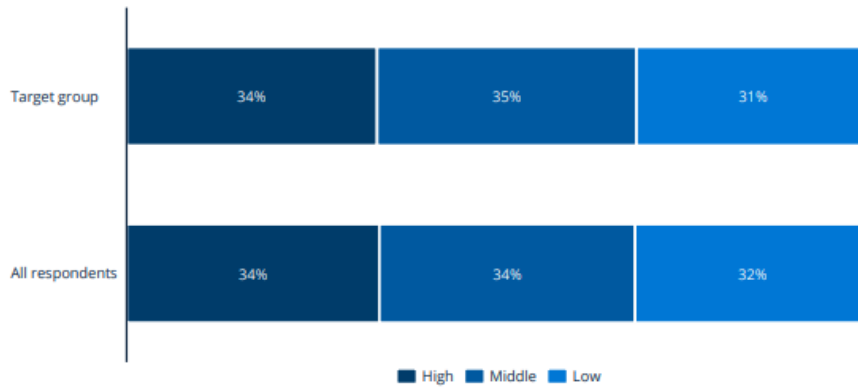


Abbildung 4: Einkommensverteilung von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

Type of households in which consumers in Germany live

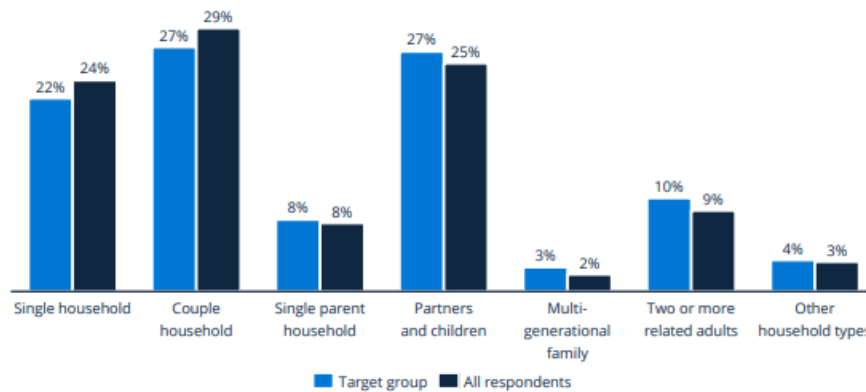


Abbildung 5: Wohnsituation von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

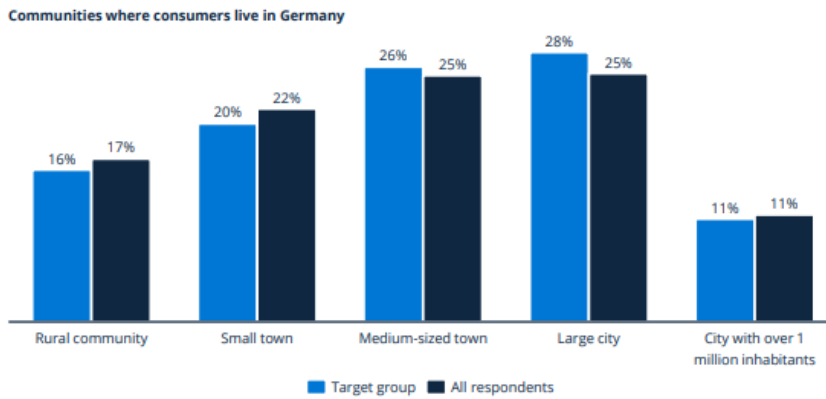


Abbildung 6: Wohnort von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

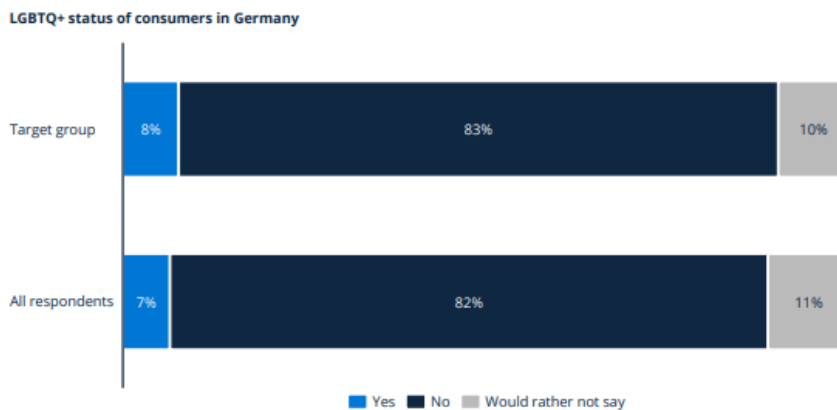


Abbildung 7: LGBTQ+-Zugehörigkeit von Gamer*innen in Deutschland (Statista 2023b)

Bezogen auf ihren Lifestyle haben Gamer*innen – neben ihrem Hobby Videospiele – ein Interesse für Filme und Serien sowie Essen, Reisen und Fitness. Sie kochen gerne, unternehmen etwas mit Freund*innen oder gehen Outdoor-Aktivitäten nach. Auch Sport ist für viele eine beliebte Aktivität, darunter Wandern, Joggen und Fitness. Knapp ein Viertel ist zudem Fußball-Fan (vgl. Statista 2023b, S. 12–17).

Gamer*innen sind zudem sehr affin was die Online-Welt und digitale Tools betrifft. Sie nutzen viele unterschiedliche Geräte, sehen digitale Services als Weg um neuen Content zu finden und halten Bild- und Soundqualität für wichtig (vgl. Statista 2023b, S. 18–22). Politisch sind sie vor allem mittig einzuordnen (vgl. ebd.).

3.2 Erwartungen verstehen durch Personas und User Stories

Die Methode der Persona-Entwicklung ist in vielen Branchen mit Kund*innen-Kontakt weit verbreitet. Personas sind „stellvertretende, fiktive, realitätsnahe Profile von Kunden, Nutzern und anderen Zielgruppen“ (Kirchem und Waack 2021, S. 1). Sie sollen dabei helfen, die Bedürfnisse, Herausforderungen und Motivation der Zielgruppe genauer zu verstehen, um eigene Produkte, Content, etc. besser an diese anpassen zu können (vgl. ebd.).

Personas werden mit Hilfe von Daten, Erfahrungen und Zielvorstellungen erstellt. So soll die Vielfältigkeit potenzieller Nutzer*innen fassbar gemacht werden (vgl. Kirchem und Waack 2021, S. 2). Wichtig ist also, sich bei jeder Persona auf charakteristische Eigenschaften zu fokussieren, die sie von den anderen unterscheidet und die von Interesse für das Projekt

oder das Unternehmen ist. Neben den demographischen Daten sind das z.B. Persönlichkeitsmerkmale, Verhaltensmuster, Kaufmotivation, etc. Die Frage, was die Nutzer*innen bewegt, ist federführend (vgl. ebd.).

Personas können also insbesondere für konzeptionelle Überlegungen eine große Hilfestellung sein, weshalb ich mich dazu entschieden habe, diese Methodik zu verwenden. Im Falle dieser Arbeit wurden zur Persona-Erstellung die Zielgruppenanalyse aus Kapitel 3.1 sowie meine persönliche Erfahrung mit der Zielgruppe herangezogen.

Vier Personas sind auf diese Art und Weise entstanden. Sie unterscheiden sich vor allem bzgl. ihrer Hörsituation, ihrem Involvement zu Gaming und in ihrer Motivation, einen Gaming-Podcast zu konsumieren bzw. den Erwartungen, den sie an einen solchen richten. Involvement meint in diesem Zusammenhang die Stärke der Beziehung zum Hobby Gaming (vgl. Frey 2007, S. 53). Aber auch ihre sozio-demografischen Daten unterscheiden sich teilweise maßgeblich (Alter, Geschlecht, Einkommen, häusliche Situation, etc.), um die Zielgruppe möglichst umfassend zu repräsentieren.

Bei der Gewichtung der einzelnen Faktoren war vor allem die Relevanz für das Interesse und das Konsumverhalten ggü. einem möglichen Podcast ausschlaggebend. So wirken beispielsweise unterschiedliche Gehaltsklassen zwar auf die allgemeine Lebenssituation einer Person, allerdings nicht notwendigerweise auf die Auswahl eines (zumeist) kostenlosen Podcasts wie bereits lebenslang vorhandene Interessen.

Verkürzt lassen die vier Personas sich wie folgt darstellen. Eine ausführliche Darstellung anhand Persona-Setcards erfolgt auf den nächsten Seiten.

Tabelle 1: Zusammenfassung Persona-Setcards

	Daten	Involvement	Erwartungen / Motivation
#1	M, 36 Jahre hohes Einkommen, Großstadt, Familienvater	mittel	Unterhaltung (Erholung von Arbeit, Spaß) Information (Fun Facts mit Freunden teilen)
#2	W, 25 Jahre Niedriges Einkommen, Kleinstadt, single	hoch	Unterhaltung (Faszination für alles zum Thema Gaming) Information (will jedes noch so kleine Detail wissen, will sich auskennen) Diskussion (diskutiert gern ähnlich mit ihren Freunden, Diskussion im eigenen Leben fortsetzen)
#3	M, 51 Jahre mittleres Einkommen, Mittelstadt, Alleinerziehend	hoch	Unterhaltung (in Erinnerungen schwelgen) Information (Altes wiederentdecken und Neues kennenlernen) Diskussion (Input für Community-Diskussionen)
#4	W, 31 Hohes Einkommen, Mittelstadt, verheiratet, erwartet erstes Kind	mittel	Unterhaltung (Haushaltstätigkeiten angenehmer gestalten) Information (Secrets und Techniken kennenlernen, um sie selbst anzuwenden)

Abbildung 8: Persona 1, der Casual Gamer

"Gaming hilft mir abzuschalten"



**DENNIS
ABARA**



Casual Gamer

**Gaming-
Involvement**



mittel
arbeitet viel und hat
wenig Zeit für
Gaming, genießt es
aber als Ausgleich

Hörsituation



Zwischendurch: auf
dem Arbeitsweg, bei
Hausarbeiten, etc.

Erwartungen



Unterhaltung,
gezieltes Interesse,
Fun Facts vor
Freunden

Kurzprofil

Neben dem gelegentlichen Fußballspielen mit Arbeitskollegen ist Gaming Dennis' einziges Hobby. Er genießt es, nach einem langen Arbeitstag ein paar Runden Fortnite mit seinen Kumpels zu spielen oder sich kurz in der Welt von The Witcher zu verlieren. Auch mit seinem 10-jährigen Sohn spielt er gerne mal die ein oder andere Runde Fifa.

Durch sein Familienleben und seinen zeitintensiven Job, schafft Dennis es nicht so oft zu spielen, wie ihm lieb ist. Dafür nutzt er aber z.B. seinen Arbeitsweg, um seinem Hobby auf andere Art und Weise nachzugehen - über Podcasts. Bisher hörte er vor allem Almost Daily oder bestimmte Folgen des GameStar Podcasts. So bleibt er immer halbwegs auf Stand und kann mit seinen Freunden über coole Neuerscheinungen diskutieren.

Daten

-  Mann, 36 Jahre
-  Account-Manager, 4200€ br.
-  Eigentumswohnung, Frau, ein Sohn, Bremen

Abbildung 9: Persona 2, die Hardcore Gamerin

"Gaming das Geilste der Welt"



**SALLY
BARTH**



Hardcore Gamerin

**Gaming-
Involvement**



hoch
spielt in jeder freien
Minute, sieht es als Teil
ihrer Persönlichkeit

Hörsituation



nebenbei, vor allem
beim Kochen und
Backen

Erwartungen



liebt alles zum Thema
Gaming, wünscht sich mehr
gute Gaming-Podcasts

Kurzprofil

Sally ist Vollblut-Gamerin. Sie spielt Videospiele schon seit ihrer Kindheit und verwendet nahezu jede freie Minute darauf. Nach ihrer Ausbildung möchte sie zudem in der Branche arbeiten, am liebsten aber als Streamerin. Darin hat sie auch bereits erste Erfahrungen gesammelt, indem sie einen eigenen kleinen Twitch-Kanal betreibt und für andere Streamer als Mod arbeitet. Sally spielt meist in einer festen Gruppe, vor allem Shooter oder Action-Spiele. Alleine spielt sie vor allem RPGs, die eine gute Story mitbringen. Ihr einziges Hobby abseits vom Gaming ist das Backen. Doch auch hier kommt sie nicht ganz ohne Gaming -Content aus und hört nebenbei entsprechende Podcasts oder lässt einen Stream im Hintergrund laufen.

Daten

-  Frau, 25 Jahre
-  Ausbildung Medienkauffrau, 850€ br.
-  Mietwohnung, single, Straelen

Abbildung 10: Persona 3, der Gaming-Veteran

"Wenn ich spiele, fühle ich mich zuhause"

 **JÖRG FRANZ**

Gaming-Veteran



Gaming-Involvement



hoch
Gamer der ersten Stunde, entwirft Cosplays seiner liebsten Charaktere

Hörsituation



beim Spaziergang in der Mittagspause oder beim Abendessen, wenn sein Sohn nicht da ist

Erwartungen



in Erinnerung schwelgen, Altes wiederentdecken, neue Perspektiven kennenlernen

Kurzprofil

Jörg ist ein richtiger Oldschool-Gamer. In seiner Kindheit erlebte er die Entstehung des Mediums und verliebte sich prompt. Er verbrachte Tage und Stunden an Atari und Co.
Er verbindet viel mit den Charakteren und Geschichten, die er über die Jahre spielerisch erlebte und begibt sich auch heute noch gerne in ihre Welten - via Videospiele, Filmadaption, Comic oder Cosplay. Jörg tauscht sich auch gerne über seine Leidenschaft aus und ist in vielen Community-Foren aktiv. Spielen tut er nicht mehr ganz so häufig wie früher, bedingt durch Job und Familie - mindestens aber jeden Donnerstag-Abend, wenn er sich mit seinen Freunden zum Halo-Abend trifft. Auf das Medium Podcast ist Jörg erst vor etwa einem Jahr aufmerksam geworden, als seine Exfrau ihm davon erzählte. Seither genießt er den Input "zum Mitnehmen" meist bei seinem täglichen Mittagspausen-Spaziergang.

Daten

-  Mann, 51 Jahre
-  Sozialarbeiter, 2800€ br.
-  Mietwohnung, ein Sohn, Velbert

Abbildung 11: Persona 4, die Gaming-Enthusiastin

"Es macht mir einfach so viel Spaß, zu spielen"

 **CHRISTINA SCHIEBER**

Gaming-Enthusiastin



Gaming-Involvement



mittel
Hyperfokus auf bestimmte Spiele und Genres, Gaming neben anderen Hobbies

Hörsituation



beim Joggen oder bei Spaziergängen, meist auch beim Haushalt

Erwartungen



Secrets und spannende Fakten zu ihren liebsten Spielen erfahren

Kurzprofil

Christina hat Videospiele erst so richtig durch ihren Mann entdeckt. Zuvor spielte sie zwar ab und zu Die Sims an ihrem Laptop, aber sonst nichts. Dann lernte sie, dass andere Videospiele nicht nur Egoshooter bedeuten. Ihr eröffnete sich eine ganz neue Welt, in der sie sich sofort wohlfühlte. Insbesondere Cozy-Games wie Animal Crossing haben es ihr angetan. Angespornt durch die neuen überraschenden Erfahrungen probierte sie dann auch mehr aus. Seither spielt sie regelmäßig auch online mit ihrem Mann und einigen Freunden - auf diese Weise hat sie sogar Freude an kompetitiven Spielen wie Fortnite gefunden. Christina ist begeistert von den teilweise sehr weiten und komplexen Videospieldwelten. Deshalb interessiert sie sich auch stark für deren Details und Hintergrundgeschichten. So kommt es, dass sie sich immer mal wieder entsprechende Fantheorien auf YouTube ansieht oder Podcasts hört, die ihr die Zusammenhänge erklären.

Daten

-  Frau, 31 Jahre
-  Lehrerin, 4100€ br.
-  Haus, Mann, schwanger, Greifswald

Jeder Persona repräsentiert bzgl. ihrer Motivation, ihren Erwartungen und ihres Involvements einen typischen Teil der Zielgruppe. Diese Faktoren zu erfassen bedeutet zu verstehen, wie sie sich einen idealen Gamingpodcast vorstellen.

Der Casual Gamer ist nicht ganz so stark in sein Hobby involviert wie andere, weil es ihm an Zeit mangelt. Beruf und Familie spannen ihn sehr ein, aber er wendet sich seinem Hobby zu, um einen Ausgleich zu finden. Er will vor allem unterhalten werden und sich mit seinem Hobby auseinandersetzen, ohne dafür zusätzliche Zeit zu benötigen.

Die Hardcore Gamerin repräsentiert die Spitze des Involvements. Wenn sie könnte, würde sie den ganzen Tag spielen oder sich mit Gaming beschäftigen. Gaming ist für sie die beste Form der Unterhaltung und sie interessiert sich für jeden noch so kleinen Fakt. Sie will so viel wissen wie möglich, um ihr Spielerlebnis noch weiter zu vertiefen und sich mit ihren Freund*innen darüber austauschen zu können.

Der Gaming-Veteran steht für die wachsende Gruppe der „älteren“ Gaming-Generation. Er hat die Entstehung der Branche miterlebt und ist mit seinem Hobby seit seiner Kindheit verbunden, was für ein großes Involvement und eine emotionale Bindung sorgt. Er beschäftigt sich gern mit all den Spielen, die er schon so lange liebt und entspannt sich dabei besonders gut. Auch die neueren Entwicklungen verfolgt er mit großem Interesse.

Die Gaming-Enthusiastin hat ihre Leidenschaft gerade erst entwickelt, da ihr vorher schlicht die Berührungspunkte fehlten. Jetzt wo sie tiefer in die Materie eintaucht, eröffnet sich ihr ein ganz neues Hobby, das sie unbedingt weiter entdecken möchte. Sie hat dementsprechend wenig Hintergrundwissen, dafür aber umso mehr Motivation dazuzulernen. Sie genießt die einfache Form der Unterhaltung, bei der sie ihr Wissen über ihr neues Hobby vertiefen kann, während sie leidige Hausarbeiten erledigt.

Es kann sinnvoll sein, die Personas und ihre Erfahrungen noch weiter zu konkretisieren. Eine Möglichkeit dazu bieten User Stories. Ursprünglich stammt das Konzept aus der Softwareentwicklung, es kann aber auch auf andere Branchen übertragen werden. User Stories sollen einen vertiefenden Einblick in die Welt der (potenziellen) Nutzer*innen bieten, indem sie „Anforderungen aus Sicht des Benutzers“ beschreiben (Wirdemann et al. 2022, S. 48). Idealerweise geschieht dies im Sprachgebrauch der Nutzer*innen, nicht in etwaigem Fachjargon (vgl. Preußig 2018, S. 90). Um anhand der User Stories möglichst konkrete Informationen für das eigene Produkt ablesen zu können, sollten sie idealerweise kurz sein, eine Erwartung sowie den Zweck dieser Erwartung enthalten (z.B. „Als Hörer suche ich einen Link in den Shownotes, um mir das Spiel direkt kaufen zu können“) (vgl. Wirdemann et al. 2022, S. 54–55).

Um die Bedürfnisse der oben vorgestellten Personas noch besser verstehen zu können, wurden zwei User-Story-Karten erstellt. Eine fokussiert sich auf die Wünsche bzgl. der Inhalte und die Motivation, die andere auf Anforderungen bzgl. des Rahmens und der Funktionen.

Abbildung 12: User Stories (Inhalte und Motivation)

Inhalte und Motivation

User Stories

Casual



Ich will unterhalten werden, um mich nach der Arbeit zu entspannen.

Ich will Fun Facts zu meinen Lieblingsspielen lernen, um sie meinen Freunden erzählen zu können.

Ich will einen (Gaming-)Podcast hören, um auch nebenbei meinem Hobby nachgehen zu können, weil ich nicht viel Freizeit habe.

Hardcore



Ich will Neues lernen, um um überall mitreden zu können.

Ich will die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Spielen verstehen.

Ich will verschiedene Perspektiven und Meinungen hören, weil den Input nutzen und die Diskussion mit meinen Freunden fortführen möchte.

Veteran



Ich will Neues lernen, weil mich alles im Bereich Gaming einfach fasziniert.

Ich will in Erinnerungen schwelgen, weil ich viele positive Emotionen mit älteren Videospielen verbinde.

Ich will etwas Spannendes hören, um mich später darüber auszutauschen.

Enthusiastin



Ich will von möglichen Secrets und Techniken erfahren, um sie selbst anwenden zu können.

Ich will unterhalten werden, um mir anstrengende oder nervige Tätigkeiten angenehmer zu gestalten.

Ich will neue Spiele kennenlernen, weil ich viele Klassiker oder auch Genres noch gar nicht kenne.

Wichtigste Aspekte

Unterhaltung

Information

Diskussion

Abbildung 13: User Stories (Funktionen und Rahmen)

Funktionen und Rahmen

User Stories

Casual



Ich will einen einschlägigen Titel und/oder eine gute Verschlagwortung, damit ich bei der Suche nach einem neuen Podcast direkt fündig werde.

Ich will, dass die Folgen nicht übermäßig lang sind, damit ich sie gut zwischendurch konsumieren kann.

Ich will die besprochenen Spiele schon am Folgentitel erkennen können, weil mich nicht jedes Spiel interessiert.

Hardcore



Ich will mich aktiv an der Diskussion beteiligen können.

Ich will, dass die Hosts inhaltlich richtig ins Detail gehen, weil mich auch Kleinigkeiten interessieren.

Ich will, dass die Folgen regelmäßig und am besten oft erscheinen, damit ich immer was zu hören habe.

Veteran



Ich will eine gute Soundqualität, weil ich mich beim Essen ganz auf den Podcast konzentriere und es mich sonst stören würde.

Ich will, dass auch Ausschnitte der Soundtracks abgespielt werden, weil diese eine besondere Bedeutung für mich und die Community haben.

Ich will mich mit den Hosts und anderen Hörer*innen austauschen können.

Enthusiastin



Ich will Links zu erwähnten Medien in den Shownotes finden, um sie mir im Nachhinein ansehen zu können.

Ich will parallel zum Hören Bilder auf Social Media finden, um mir die fremden Spiele besser vorstellen zu können.

Ich will die konkreten Spielnamen und/oder Links zu den Spielen in den Shownotes finden, um sie mir direkt kaufen zu können.

Wichtigste Aspekte

Austausch

- mit Hosts und in Community
- Social Media

Shownotes

- Beschreibung
- Verlinkungen

Formalia

- Erscheinungsrhythmus
- Folgenlänge
- Verschlagwortung (Tags, Titel, etc.)

3.3 Wettbewerbsanalyse: Was lehrt uns die Konkurrenz?

Eine Wettbewerbsanalyse ist eine Methode zur Bestimmung der aktuellen Marktsituation. Die Situation des Wettbewerbs soll umrissen und die eigene Position darin bestimmt werden. Sie dient dazu, weitere strategische Entscheidungen fundiert treffen zu können (vgl. Scheed 2021, S. 34). Im Fokus der Methode stehen Fragen nach der Konkurrenz, ihrem Einfluss auf den Markt, ihren Zielen, etc. (vgl. Büsch 2011, S. 85).

Zur Analyse der Wettbewerbssituation sind demnach zunächst zwei Ebenen zu unterscheiden: die Marktsituation im Allgemeinen und die konkreten Wettbewerber*innen. Beides soll im Folgenden genauer betrachtet und untersucht werden.

An dieser Stelle ist noch zu bemerken, dass die angeführten Methoden zumeist auf produzierendes Gewerbe ausgelegt sind und sie daher teilweise in leicht abgewandelter bzw. adaptierter Form auf die Podcast-Branche angewandt wurden.

3.3.1 Marktsituation

Zur Untersuchung der allgemeinen Marktsituation gibt es verschiedene Vorgehensweisen. An diesem Punkt der Konzeption scheint eine Branchenstrukturanalyse besonders angebracht, um einen ersten Überblick über die Konkurrenzsituation zu erhalten (vgl. Scheed 2021, 35). Diese hat das „Ziel, die Wettbewerbssituation [...] in einer Branche zu untersuchen“ (ebd.). Dabei geht es weniger um die „quantitativ exakte Bewertung der Branchensituation“, sondern eher um die „Entwicklung einer Branche und damit verbunden das Ausloten der Chancen und Risiken für das eigene Unternehmen“ (Scheid 2021, S. 37).

Vor der genaueren Betrachtung soll zunächst die Branche möglichst genau abgegrenzt werden. Hierzu sind die Ausführungen aus den vorherigen Kapiteln relevant, insbesondere die Zielsetzung und die Zielgruppenanalyse. Es soll ein Podcast entstehen, der sich an deutschsprachige Gamer*innen richtet. Dementsprechend spezifisch ist das angestrebte Marktsegment:

- deutschsprachige Podcasts, die
- sich inhaltlich mit Videospiele und verwandten Themen beschäftigen.

Für die Analyse wurden die fünf beliebtesten Plattformen herangezogen, die von Deutschen für die Rezeption von Podcasts genutzt werden. Apps von Radiosendern und Rundfunk-Audiotheken ausgenommen, sind dies Spotify, YouTube, Amazon Music, Audible und Apple Podcast (vgl. BLM 2022a).

Auf den meisten dieser Plattformen zeigt sich, dass die Einordnung eines Podcasts in den Themenbereich Gaming häufig über den (beruflichen) Hintergrund der Hosts erfolgt. Podcasts wie „Lästerschwestern“ oder „Almost Daily“, die von Persönlichkeiten aus der Gaming- und YouTube-Branche gehostet werden, werden als Gaming-Podcasts klassifiziert, obwohl die Inhalte keinen oder nur minimalen Bezug zu Videospiele haben. Diese Podcasts fallen nach oben benannten Kriterien also nicht in das hier angestrebte Marktsegment, können aber ggf. trotzdem als Konkurrenz verstanden werden.

Auffällig ist außerdem, dass die Ergebnisse einer entsprechenden Suche auf den verschiedenen Plattformen stark variieren. Die Anzahl der auf mehreren oder allen Plattformen hervorgehobenen Gaming-Podcasts ist gering, bietet damit aber einen ersten Hinweis auf mögliche Marktführer und Hauptwettbewerber (vgl. Fuchs 2018, S. 87). Hier sind vor allem folgende Shows zu nennen:

- GameStar Podcast: Ein Podcast der Redaktionen von GameStar, GamePro und MeinMMO
- GameTalk: Ein Podcast des Creator-Kollektivs Rocket Beans TV
- Stay Forever: Ein Podcast von ehemaligen Spieleredakteuren
- Plauschangriff: Ein Podcast des Creator-Kollektivs Rocket Beans TV
- Spieleveteranen: Ein Podcast von ehemaligen Spieleredakteuren

Es gibt zwar viele andere Gaming-Podcasts, allerdings haben diese zumeist keine nennenswerte Reichweite. Viele umfassen nur wenige Folgen oder wurden schon vor einiger Zeit eingestellt. Grundsätzlich lässt sich also festhalten, dass es im Bereich der Gaming-Podcasts bedeutend weniger erfolgreiche Konkurrenz zu geben scheint als in anderen Podcast-Genres, beispielsweise Comedy oder True Crime.

Aufgrund der reinen Anzahl der Gaming-Podcasts – ob erfolgreich oder nicht – kann man nicht vermuten, dass es bedeutende Eintrittsbarrieren in die Branche gäbe (vgl. Scheed 2021, S. 36). Auch eine große Rivalität zwischen den Wettbewerbenden scheint es nicht zu geben, da sie sich immer wieder gegenseitig als Gast in die jeweils eigene Show einladen. Trotzdem scheinen es die wenigsten Gaming-Podcasts zu größerem Erfolg zu schaffen. Einer der ausschlaggebendsten Faktoren hierfür könnten „Ersatzprodukte“ sein (ebd.). Gerade im Bereich Gaming gibt es viele verschiedene Medien und Formate, die dieselben Inhalte fokussieren. Der Unterschied ist, dass diese meist auch die für Videospiele essenzielle visuelle Ebene bedienen (Streaming, Videos). Dementsprechend scheinen einige der größten Konkurrent*innen außerhalb des eigentlichen Marktsegmentes zu finden zu sein.

3.3.2 Konkurrenz und Vorbilder

Für eine genauere Analyse und zur Ableitung eigener Entscheidungen soll nun noch eine detailliertere Betrachtung einzelner Wettbewerber*innen und Vorbilder – branchenintern sowie -extern – erfolgen. Auch in diesem Bereich gibt es zahlreiche mögliche Vorgehensweisen, die Methode des Benchmarking scheint hier allerdings am vielversprechendsten.

Grundidee des Benchmarking ist „Problemlösungen“ anderer Unternehmen zu identifizieren, um sie für die eigene Strategie zu adaptieren (vgl. Siebert und Kempf 2008, S. 14).

Büsch fasst es wie folgt zusammen:

Benchmarking umfasst das bewusste Orientieren an den Punkten, die bei anderen Unternehmen und Organisationen zum Erfolg führen. Die Organisationen können in diesem Zusammenhang ein anderes Werk, ein Wettbewerber oder sogar ein Unternehmen aus einer anderen Branche sein (Büsch 2011, S. 77).

Zum aktuellen Zeitpunkt gibt es allerdings noch kein fertiges Produkt oder Unternehmen, sondern das Benchmarking soll der Erst-Konzeption vorausgehen (vgl. Büsch 2011, S. 81–

82). Dementsprechend ist ein konkreter Vergleich mit anderen Unternehmen/Produkten hier noch nicht denkbar. Stattdessen soll die Methode des Benchmarking als Orientierung für eine Best-Practice-Analyse ausgewählter Formate dienen. Aus dieser sollen dann Vorgehensweisen für das hier umzusetzende Projekt herausgearbeitet und adaptiert werden. Herauszustellen ist dabei, dass mit Adaption nicht die unkritische „Übernahme und Imitation von Praktiken“ gemeint ist, sondern eine Übertragung und Anpassung einzelner Elemente für das eigene Projekt (Büsch 2011, S. 79–80).

Für eine möglichst umfassende Analyse werden im Folgenden Formate verschiedener Klassifikationen herangezogen. Hierzu habe ich mich u.a. an den von Fuchs vorgeschlagenen Klassifizierungen orientiert (Marktführer, Mitläufer, Nischenanbieter, Neueinsteiger), anschließend aber selbst die Auswahl aufgrund der vorherigen Ausführungen erweitert (vgl. Fuchs 2018, S. 87). Es werden insgesamt vier Formate untersucht, darunter zwei Gaming-Podcasts: der Marktführer „GameStar Podcast“ und der starke Neueinsteiger „Levels & Soundtracks“. Desweiteren werden zwei Formate betrachtet, die nicht dem angestrebten Marktsegment entsprechen. Das YouTube-Format „Retro Klub“ bietet ähnliche Inhalte wie die vergleichbaren Podcasts, allerdings erweitert um die visuelle Komponente. Zudem kann es aufgrund seiner Spezialisierung auf Retro-Spiele als Nischenanbieter angesehen werden. Der Podcast „Weird Crimes“ bedient ein anderes Genre (True Crime), kann allerdings als Marktführer in diesem angesehen werden und bietet deswegen trotzdem die Möglichkeit, erfolgsversprechende Strategien zu adaptieren.

Für eine bessere Vergleichbarkeit sollten Kriterien und Bereiche festgelegt werden, die es zu untersuchen gilt (vgl. Siebert und Kempf 2008). In Bezug auf Podcasts habe ich mich für Folgende entschieden:

- Klassifikation: Einordnung der Marktposition nach Fuchs (vgl. Fuchs 2018, S. 87)
- Konzept: inhaltliches Konzept der Show, inhaltliche Besonderheiten
- Hosts und Hintergrund: Hosts der Show (inkl. deren Hintergrund), Produktionsstätte, Personenzusammensetzung (allein, Team oder mit Gästen)
- Rahmenbedingungen: Formalia wie Plattform, Folgenlänge, Social-Media-Kanäle, etc.
- Strukturelemente: Elemente, die die Form der Show beeinflussen, z.B. Formate, Musik, etc.
- Gestaltung: optische und inhaltliche Gestaltung, z.B. Coverdesign, Beschreibungstexte, etc.
- Qualität: technische Qualität und Produktionsaufwand

Podcast „GameStar Podcast“

Tabelle 2: Analyse „GameStar Podcast“

Klassifikation	Marktführer
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> - Gespräche über Videospiele und alles, was damit zu tun hat - meist aktueller Bezug, aber auch zeitlose Themen

	<ul style="list-style-type: none"> - Zusatzreihe zum analogen Rollenspiel Pen&Paper - Hauptsächlich für YouTube produziert (unter anderem Namen und Design), anschließend auch als Podcast ausgespielt
Hosts und Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> - Michael Graf (Chefredakteur GameStar) und Géraldine Hohmann (GameStar) - Projekt der Redaktionen von GameStar, GamePro und MeinMMO - Manchmal Gäste
Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Alle gängigen Podcast-Plattformen - Start 02.2017 - Kein fester Uploadtag, aber meist mehrfach pro Woche - Folgenlänge zw. 1-2h - Enthält Werbung/Sponsoring - Social Media: <ul style="list-style-type: none"> ➤ YouTube: Videoversion der jeweiligen Podcastfolge ➤ Sonst kein eigener Social-Media-Kanal für Podcast - Keine eigene Website, nur Seite auf GameStar Website
Strukturelemente	Intro-Musik, Outro-Musik
Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Podcast-Cover: Logo - Folgen-Cover: Logo + Folgennummer; extra Cover für Zusatzreihe - Podcast-Beschreibung: Beschreibung, Link zur Seite, E-Mail-Adresse - Folgen-Beschreibung: ausführliche Beschreibung des Inhalts und der besprochenen Fragestellung, Links zu Gesprächspartnern, Werbelinks wenn Kooperation, Verlinkungen anderer Folgen, etc. - Folgentitel: sprechender Titel, keine Nummerierung
Qualität	Professionell produziert, gute Tonqualität

Podcast „Levels & Soundtracks“

Tabelle 3: Analyse „Levels & Soundtracks“

Klassifikation	Neueinsteiger
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> - Host spricht mit je einem Gast über bestimmte Spiele und ihre Soundtracks und wie diese Spiele ihr Leben geprägt haben - pro Folge drei Level (drei Spiele als Themen) - nach jedem Level wird ein Quiz gespielt
Hosts und Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> - Fridl Achten (Musikjournalist) - Projekt des ARD, produziert von BR-KLASSIK - Gäste sind bekannte Personen, meist aus Gaming-Kontext (Streamer, etc.)

Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Nur in ARD-Mediathek - Start 05.2023 - Erscheint jeden Mittwoch - Folgenlänge zw. 30 Min. – 1h - Keine externe Werbung/Sponsorings, aber Hinweis auf andere ARD-Podcasts - Kein eigener Social-Media-Kanal - Zusätzliche Playlist der benannten Soundtracks - Keine eigene Website - Trailer-Folge
Strukturelemente	<ul style="list-style-type: none"> - Intro-Musik - Outro-Musik - Hinweise auf Produktionsteam am Ende - Unterteilung in drei thematische Abschnitte („Levels“) - Beginn jedes Abschnitts mit Soundtrack - Ende jedes Abschnitts mit Quiz
Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Podcast-Cover: Bild vom Host plus Titel-Schriftzug - Folgen-Cover: Bild vom Gast plus Gastname plus Titel-Schriftzug - Podcast-Beschreibung: Beschreibung, Produktionsfirma, Link zur Musikplaylist - Folgen-Beschreibung: Nennung Gast, Beschreibung der Themen und besprochenen Spiele, Link zur Musikplaylist - Folgentitel: Name des Gastes, sprechender Titel mit Bezug zum Erzählten (Anekdote des Gastes), Name des Spiels, auf das sich Anekdote bezieht
Qualität	Professionell produziert, gute Tonqualität

YouTube-Show „Retro Klub“

Tabelle 4: Analyse „Retro Klub“

Klassifikation	Nischenanbieter (anderes Medium)
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> - Magazin zum Thema Retro-Games - Host gibt Hintergrundinfos und spielt genannte Videospiele an, um sie zu zeigen - Dabei wird auf Besonderheiten, Relevanz, Kontext, etc. hingewiesen
Hosts und Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> - Gregor Kartsios (Redakteur / Moderator bei Rocket Beans TV) - Format des Creator-Kollektivs Rocket Beans TV - Manchmal Gäste
Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Nur auf YouTube und auf der Website von Rocket Beans TV

	<ul style="list-style-type: none"> - Start 02.2015 - Wöchentlich - Folgenlänge mindestens eine Stunde - Sponsorings - Kein eigener Social-Media-Kanal - Keine eigene Website, aber eigene Seite auf Rocket Beans TV Website
Strukturelemente	<ul style="list-style-type: none"> - Intro-Einspieler - Endcard (Produktions- und Werbehinweise) - Wechsel zwischen Talk-Ansicht (nur Host im Bild) und Spiele-Ansicht (Monitoraufnahme + Facecam)
Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Cover (Logo): Logo aus Titel-Schriftzug und Grafik - Folgen-Cover (Thumbnail): Logo + Bild / Collage der besprochenen Spiele + Themenfokus - Folgen-Beschreibung: kurze Beschreibung des Inhalts, Hashtags, klickbares Inhaltsverzeichnis, Links (zu anderen Kanälen, Personen, Folgen, Infos, Social-Media-Kanälen, Werbelinks) - Folgentitel: sprechender Titel + Formatname, keine Nummerierung (außer bei Reihen)
Qualität	Professionell produziert, gute Video- und Tonqualität

Podcast „Weird Crimes“

Tabelle 5: Analyse „Weird Crimes“

Klassifikation	Marktführer (anderes Genre)
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> - True Crime, reale Kriminalfälle werden nacherzählt - Zwei Hosts mit unterschiedlichen Rollen: Ein Host ist Expertin und berichtet über den Fall, anderer Host reagiert auf diesen - Themenschwerpunkt: besonders ausgefallene/seltsame Kriminalfälle (ausgenommen Gewalt an Kindern und Tieren) - Bilder zu den Fällen werden auf Instagram geteilt
Hosts und Hintergrund	<ul style="list-style-type: none"> - Ines Anioli (Comedienne) und Charlotte Mellahn aka. Visa Vie (Moderatorin) - Produziert von Studio Bummens
Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> - Alle gängigen Podcast-Plattformen - Start: 07.2021 - Jeden zweiten Donnerstag - Folgenlänge meist zwischen ein und zwei Stunden - Enthält Werbung/Sponsorings - Begleitender Social-Media-Kanal (Instagram) - Keine eigene Website, aber Online-Shop für Merchandise und Tour Tickets sowie Seite auf Website von Stu-

	dio Bummens - Trailer-Folge
Strukturelemente	- Intro-Musik - Outro-Musik - Musik für Werbeeinblendungen - Soundeffekte und Musik passend zum Geschehen und zur Stimmung - Einspieler von Original-Sounds, beispielsweise Interviewausschnitte - Gedankliche Abschnitte werden teilweise durch Sounds voneinander getrennt
Gestaltung	- Podcast-Cover: Logo/Schriftzug + Bilder der Hosts - Folgen-Cover = Podcast-Cover - Podcast-Beschreibung: Kurze inhaltliche Beschreibung - Folgen-Beschreibung: Beschreibung des Folgenthemas, Link zu IG, Link zum Werbepartner (wenn vorhanden), Linktree - Folgentitel: sprechender Titel, keine Nummerierung
Qualität	Professionell produziert, gute Tonqualität

Bei der Betrachtung der verschiedenen Formate werden einige Gemeinsamkeiten deutlich. Sie werden alle professionell produziert und weisen eine entsprechende technische Qualität auf. Insbesondere die Shows mit Gaming-Inhalten werden zudem durch Hosts umgesetzt, die eine besondere Expertise aufweisen bzw. die sich auf professioneller Ebene mit dem Thema beschäftigen. Das verschafft ihren Gesprächen und Gedankenführungen meist eine zusätzliche Ebene.

Inhaltlich sind alle Formate recht spezifisch und konkret (z.B. „Was stimmt nicht mit Electronic Arts?“). Generische oder übergeordnete Themen werden selten besprochen (z.B. „Morbid Faszination: Warum wir düstere Spiele lieben“).

Fast alle Formate haben einen festen Erscheinungsrhythmus und erscheinen auf mehreren Plattformen. Die einzelnen Folgen sind eher lang, meist etwa eine Stunde aufsteigend. Manchmal gibt es auch zusätzliche (Klein-)Formate bzw. spezielle Themenepisoden. Auch Werbung oder Sponsorings kommen in den meisten der benannten Shows vor.

Als strukturierende Elemente haben alle Formate mindestens ein Intro und Outro vorzuweisen. Weird Crimes und Levels & Soundtracks strukturieren ihre Episoden sogar durch weitere Elemente. Sie verfügen zudem über eine Trailer-Folge, durch die neue Zuhörer*innen einen ersten Eindruck vom Podcast gewinnen können.

Gestalterisch setzen die beiden neueren Formate auf Bilder der Hosts bzw. Gesichter auf dem Podcast-Cover. Die Folgentitel sind meist sprechend und nicht nummeriert. In den Shownotes finden sich neben einer Beschreibung auch Hinweise und Verlinkungen.

Bis auf Weird Crimes hat keine der Shows einen speziell dafür gedachten Social-Media-Kanal. Eine eigene Website hat keine der Vergleichs-Shows.

Inwiefern das Vorgehen der beschriebenen Formate als Vorbild für den in dieser Arbeit zu erschaffenden Podcast wird, wird sich im folgenden konzeptionellen Kapitel zeigen. Festzuhalten ist an dieser Stelle aber schon, dass die reine Häufigkeit einer Entscheidung, z.B. für oder gegen einen begleitenden Social-Media-Kanal, nicht zwangsweise ausschlaggebend ist. Es gilt zu überlegen, welche Vorgehensweise zum eigenen Projekt passt, was adaptiert und was weggelassen werden kann.

4 Was, wie und warum – Die Konzeption

Die folgende Konzeption des Podcasts und eventueller Begleitmedien umfasst alle vor der Produktion erfolgten Gedanken und Festlegungen zu Inhalten, Form und Veröffentlichung ebendieser. Die Umsetzung des so entstandenen Plans des Projektes soll im anschließenden Kapitel Fünf dokumentiert werden.

4.1 Ein Podcast von und für Gamer*innen

Da der Podcast im Fokus dieses Projektes steht, wurde dieser zuerst konzipiert. Die folgenden Kapitel stellen das Ergebnis dieser Konzeption dar.

4.1.1 Rahmen und Inhalt

Titel und Kern

Der Name des Podcasts ist neben dem Coverbild das erste, was potenzielle Zuhörer*innen wahrnehmen. Er soll gut klingen und in dem Sinne aussagekräftig sein, dass das grundsätzliche Thema der Show durch ihn erkennbar wird. Zudem wäre ein Bezug zum inhaltlichen Konzept optimal. Insbesondere zwei Namen standen nach einigen Überlegungen zur Auswahl: „Gaming Chronicles“ und „Welcome Player 2“. Schlussendlich habe ich mich für letzteren Namen entschieden, weil er alle Kriterien erfüllt. „Gaming Chronicles“ stellt zwar ebenfalls eine Gaming-Assoziation her, lässt aber die Gesprächsdynamik, die die konzeptionelle Besonderheit der Show darstellt, nicht durchscheinen. Dass es sich um einen englischen Namen handelt, ist meines Erachtens nach unproblematisch, da englische Begrifflichkeiten und Anglizismen in der Branche üblich sind (z.B. Podcasts „Levels & Soundtracks“ und „Game Talk“, Begriffe wie „Streaming“ und „Let’s Play“ oder Abkürzungen wie „GG“ für „Good Game“). Im deutschsprachigen Raum gibt es bisher keinen Podcast mit diesem Namen. Es gibt zwar einen englischsprachigen Podcast mit gleichem Titel, allerdings ist dieser aufgrund der unterschiedlichen Sprache nicht als relevant zu betrachten. Hinzu kommt, dass dieser nicht aktiv betrieben zu werden scheint, da er nur zwei Folgen aus dem September 2022 umfasst.

Zur weiteren Konzeption habe ich nach der Namensfestlegung eine Art Kurzzusammenfassung des inhaltlichen Konzeptes geschrieben. Diese sollte im Zweifelsfall als Entscheidungshilfe dienen, könnte allerdings aber auch als Beschreibung für Social Media oder ähnliches genutzt werden:

Jeder Gamer kennt die Situation: Man liebt ein Spiel abgöttisch, erzählt davon voller Leidenschaft – und bekommt die Abfuhr seines Lebens. „Ich verstehe nicht, wieso dir so was nur Spaß machen kann!“ Dieser Frage gehen Julia Verstraelen und Kevin Rütter-Verstraelen ab jetzt auf den Grund. In „Welcome Player 2“ besprechen die beiden sehr unterschiedlichen Gamer abwechselnd Spielewelten, die dem anderen jeweils völlig fremd sind. Dabei beantworten sie nicht nur die kritischen Fragen des Gegenübers, sondern ordnen auch ein, wie bestimmte Spiele und Genres die Branche geprägt haben.

Rolle der Hosts

Durch diese Zusammenfassung wird erneut die Bedeutung der Hosts betont. Sie spielen eine wichtige Rolle, denn sie sind die Gesichter und die Stimmen der Show und sie tragen maßgeblich dazu bei, dass die Hörer*innen eine Verbindung zum Format aufbauen (vgl. Hammerschmidt 2022, S. 19). Für „Welcome Player 2“ habe ich mehrere Aufgaben bzw. Rollenbestandteile beider Hosts definiert:

- Inhaltevermittlung (Themen erklären, Infos geben)
- Unterhaltung (Atmosphäre locker gestalten, Humor/Anekdoten/unterhaltsam über Thema sprechen)
- Expertise (Wissen, Erfahrungen und Einsichten teilen, Mehrwert bieten, auch für Glaubwürdigkeit/Authentizität des Formates relevant)
- Interaktion (Feedback und Fragen einbeziehen, Zuhörer*innen ansprechen)

Zum Zwecke dieser Arbeit und für mehr Struktur habe ich die Rollen der Hosts allerdings noch einmal aufgeteilt und meine Rolle im Podcast gesondert abgegrenzt. Denn es gibt zwar zwei Hosts, allerdings werde ich die Rolle des „Haupt-Hosts“ übernehmen. Das bedeutet, dass ich zusätzlich eine anleitende und strukturgebende Funktion habe. Dies soll sich z.B. darin äußern, dass ich die Folgen einleite und beende. Zudem gibt es weitere Bestandteile, die ich entweder speziell oder zumindest verstärkt meiner Rolle zugeordnet habe:

- Moderation (reibungsloser Ablauf, Gespräche lenken, auch konzeptionell / hinter den Kulissen)
- Repräsentation (insb. in Instagram-Stories)

Themen und Inhalte

Bezüglich der Inhalte habe ich eine Liste möglicher Themen („Master-Themenliste“) sowie eine konkrete Liste der Themen der ersten zehn Folgen bzw. der ersten Staffel erstellt. Wirkliche Staffeln soll es dabei allerdings nicht geben, da ich hierfür keine Notwendigkeit sehe. Der Staffel-Begriff dient in diesem Fall nur der Abgrenzung des momentan behandelten Horizontes.

Bei der Auswahl der Themen für die ersten zehn Folgen habe ich mehrere Dinge beachtet. Zum einen habe ich die Expertenrolle abgewechselt, d.h. dass nicht ein Host zwei Folgen hintereinander über ein Spiel berich-

1	Thema	Genre
2	Silent Hill	Survival Horror
3	Soulsborne	Action-RPG
4	Die Sims	Simulator
5	The Secret of Monkey Island	Ponit N Click
6	The Legend of Zelda	Action-Adventure
7	Final Fantasy	RPG
8	Slender Man	Indie-Horror
9	Metal Gear	Stealth-Shooter
10	Fifa	Sport
11	Diablo	Hack N Slay

tet. Auf diese Art soll die Gesprächsdynamik erhalten bleiben und den Zuhörer*innen eine gewisse Abwechslung geboten werden. Zum anderen habe ich auf eine gewisse Ausgewogenheit der Spielgenres geachtet. Kein Genre kommt innerhalb dieser ersten zehn Folgen zwei Mal vor und ähnliche Genres habe ich möglichst weit auseinander platziert. Dies entspricht den Wünschen von direkt drei Personas (Hardcore, Veteran, Enthusiastin). Sie wünschen sich, dass möglichst viele unterschiedliche Spiele im Podcast vertreten sind, um Neues zu lernen und kennenzulernen und um – im Falle des Veteranen – in Erinnerungen an die Spiele zu schwelgen. Der Casual-Gamer ist zwar nicht an allen Spielen und/oder Genres interessiert, doch mit einer breiten Aufstellung der Themen ist die Chance hoch, dass auch er hier (mehrfach) fündig wird. Auch in der Wettbewerbsanalyse habe ich diese Entscheidung bestätigt gesehen: Zwar beschäftigen sich die einzelnen Folgen eher mit konkreten statt übergeordneten Themen, doch diese variieren ebenfalls stark und bieten so Zugangspunkte für eine größere Zielgruppe, als es eine stärkere Spezifizierung tun würde.

Bezogen auf die einzelnen Folgen habe ich zudem überlegt, ob ich wiederkehrende Formate oder Kategorien einplanen soll (ähnlich wie bspw. die Level und Quizze bei „Levels & Soundtracks“), habe mich dann aber doch dagegen entschieden. Es soll eine zusammengehörige Diskussion entstehen, die sich zeitweise auch gern verselbstständigen darf und die sich im besten Fall nach einer echten und authentischen Diskussion unter Freund*innen/Gleichgesinnten anhört. Es soll zwar eine gewisse Struktur geben, die ich im folgenden Kapitel noch erläutern werde, allerdings würden zu klare vordefinierte Abschnitte vermutlich die Gesprächsdynamik negativ beeinflussen.

4.1.2 Gestaltung und Design

Die Gestaltung des Podcasts habe ich auf verschiedenen Ebenen konzipiert: Formalia, visuelle und auditive Gestaltung.

Formalia

Die angestrebte durchschnittliche Länge der einzelnen Podcastfolgen ergibt sich aus den Inhalten bzw. dem Konzept sowie den Hörsituationen der Personas. Die Vorstellung eines Spiels oder Genres und eine gewisse Diskussion der beiden Hosts passt nicht zu einer kürzeren Dauer von etwa 15 bis 20 Minuten. Hierfür scheinen eher 40 Minuten bis eine Stunde realistisch. Auch für die meisten Personas scheinen längere Folgen gut geeignet, da sie den Podcast vor allem nebenbei konsumieren und Hausarbeiten oder Fitness häufig mehr Zeit als eine Viertelstunde in Anspruch nehmen. Eine Stunde scheint mir in diesem Fall aber eine gute Maximalgrenze zu sein, da ich zum einen die Inhalte nicht unnötig strecken und zum anderen vermeiden möchte, dass zu lange Folgen abschreckend wirken. Dieser Wunsch wird z.B. auch in der User-Story (Funktion und Rahmen) des Casual Gamers deutlich. Durchschnittlich 40 bis 50 Minuten pro Folge erscheinen mir daher optimal. Einzig der Veteran könnte kürzere Folgen bevorzugen, da er gerne seine zeitlich beschränkte Mittagspause dafür nutzt. Ich gehe allerdings davon aus, dass eine Unterbrechung des Hörens für viele Podcast-Hörer*innen normal ist, da es zahlreiche erfolgreiche Podcastformate gibt, die ebenfalls längere Folgen veröffentlichen. Doch auch wenn es für ihn ggf. nicht optimal ist, ist es meiner Einschätzung nach dennoch vertretbar, die Bedürfnisse des Veteranen hier

nicht zu priorisieren, um der Mehrheit zu entsprechen. Seine Persona wird im weiteren Verlauf der Konzeption trotzdem noch eine wichtige Rolle spielen.

Für einen gleichbleibenden Ablauf habe ich einen Ablaufplan geschrieben, den ich später in einem Blanko-Skript und Folgen-Skripten umgesetzt habe (siehe Kapitel 5). Das Skripten der einzelnen Folgen halte ich für wichtig, da der Podcast auch einen gewissen Informationscharakter haben soll. Alle Personas wünschen sich, dass sie etwas Neues lernen und die Gefahr, dass dies nicht gelingt, wird durch rein spontane Gespräche stark erhöht. Folgendes Grundgerüst sollen daher allen Skripten zu Grunde liegen:

1. Intro (Musik, Titel, Thema)
2. Begrüßung
(Trenner)
3. Hauptteil
 - a. Kurzer Themenpitch
 - b. Beziehung Hosts zum Thema
 - c. Diskussion (Story, Gameplay, Design und Sound, Relevanz und Entwicklung)
(Trenner)
 - d. Fazit (Meinung nach Diskussion)
4. Abmoderation (inkl. Interaktionsaufruf, Themenvorschau)
5. Outro (Musik, Titel, Credits)

Die Nutzung eines Intros sowie Outros und das Abgrenzen einzelner Abschnitte durch Trennersounds habe ich aus der Wettbewerbsanalyse abgeleitet. Beides ist dort weit verbreitet. Intro und Outro schafft zu dem einen auditiven Rahmen und vergrößert den Wiedererkennungswert der Show. Trennersounds schaffen zusätzliche Struktur, die das (Zu-) Hören angenehmer gestalten soll.

Um die Diskussion nicht abrupt enden zu lassen habe ich ein Fazit eingebaut, in dem die Hosts abschließende Gedanken nach dem Gespräch formulieren sollen. So sollen sich die einzelnen Folgen für die Zuhörer*innen abgeschlossen und „rund“ anfühlen.

Für die Folgennamen und -beschreibungen habe ich ebenfalls Schemata formuliert, die für Konsistenz sorgen sollen. Die Folgennamen sollen die Nummer der aktuellen Folge und den Titel des Spiels oder des Genres enthalten. Hier habe ich vor allem die User Stories des Casual Gamers und der Hardcore Gamerin beachtet. Die Nummerierung erleichtert den Austausch über die einzelnen Folgen und die konkrete Benennung erleichtert das Auffinden relevanter Folgen. Zudem sollen die Folgentitel, ähnlich wie bei den Wettbewerber*innen, möglichst sprechend sein, um Neugierde zu erwecken.

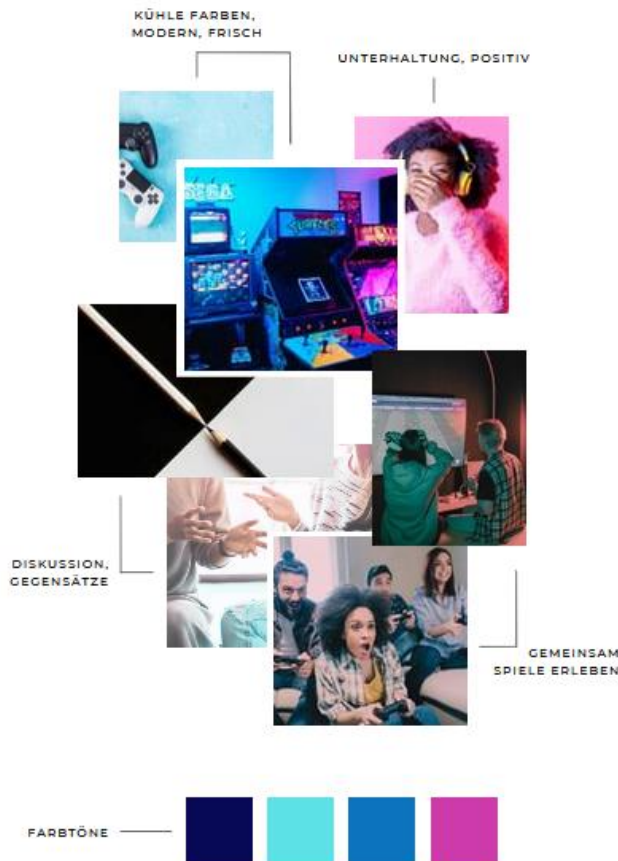
Die Folgen-Beschreibungen sollen eine kurze Beschreibung des Themas sowie des Grundkonfliktes zwischen den beiden Hosts enthalten, um die Hörer*innen über die jeweiligen Inhalte zu informieren und ihr Interesse zu gewinnen. Mit Blick auf die User Story der Gaming-Enthusiastin sollen sie außerdem nützliche weiterführende Links enthalten. Die

Podcast-Beschreibung soll eine sprechende Kurzzusammenfassung des Konzeptes enthalten, um potenzielle Hörer*innen darüber zu informieren und sie zum Hören anzuregen.

Visuelle Gestaltung

Auf dem Cover muss der Name des Podcasts zu lesen und das Thema Gaming direkt erkennbar sein, typischerweise durch eindeutige Elemente wie Gaming-Controller. Auch das Format ist relevant: Trotz kleiner Anzeigengröße muss alles gut erkennbar sein, d.h. Kontraste und Anzahl der Elemente sind hier entsprechend anzupassen. Zur weiteren Gestaltung habe ich zunächst das unten abgebildete Moodboard erstellt (Abbildung 15). Dieses

Abbildung 15: Moodboard



sollte zum einen die Grundideen des Konzeptes, Ziele bzgl. der Wirkung und gestalterische Orientierungspunkte enthalten.

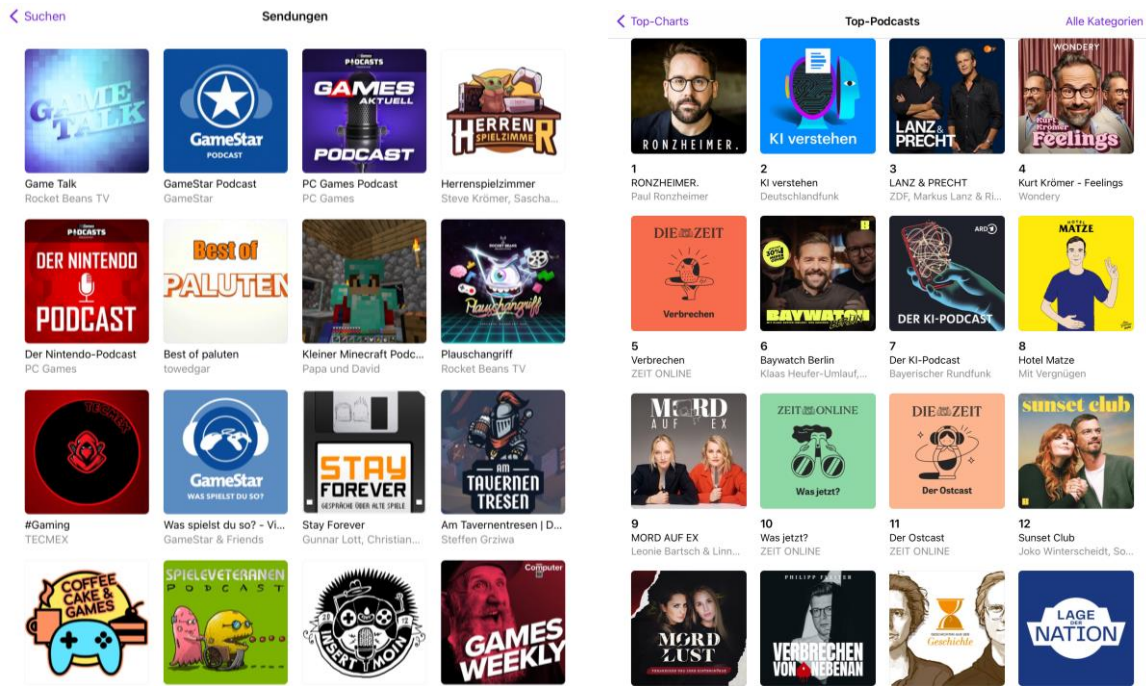
Insbesondere die Farben sollen sich auf dem Cover wiederfinden, da es sich dabei um für den Bereich Gaming typische Farben handelt. Auch die Verwendung von Neoelementen ist verbreitet. Eine weitere für den Bereich übliche Farbe ist grün. Diese ist allerdings seltener vertreten und weniger kompatibel mit dem weiter verbreiteten blau-pinken Neon-Look.

Idealerweise soll auch das Grundkonzept des Podcasts in irgendeiner Form auf dem Cover widergespiegelt werden, bspw. durch zwei erkennbare Seiten o.ä.

Für die Covergestaltung sollen zudem erneut die Wettbewerber*innen in den

Blick genommen werden. Bereits in der entsprechenden Analyse wurde bemerkt, dass nur eins der Gamingformate Gesichter bzw. Personen auf seinem Cover beinhaltet. Diese Tendenz zeigt sich auch bei umfangreicherer Betrachtung. Folgende Screenshots zeigen die ersten 16 Ergebnisse der Gaming-Podcasts im Vergleich zu den kategoriellosen Podcast-Charts bei Apple Podcasts (Abbildung 16). In den Podcast-Charts verwenden zehn von 16 Shows Gesichter auf ihren Covers, in der Kategorie Gaming lediglich eine.

Abbildung 16: Podcasts der Kategorie Videospiele bei Apple Podcasts (links) und die Podcast Charts bei Apple Podcasts (rechts)



Die Verwendung von Gesichtern und Personen scheint also grundsätzlich erfolgsversprechend und könnte eine Möglichkeit zur Abgrenzung zur direkten Konkurrenz sein, weshalb ich diese Möglichkeit präferiere. Allerdings soll das Grundthema Gaming trotzdem direkt erkennbar sein und nicht durch die abgebildeten Personen in den Hintergrund rücken.

Auditive Gestaltung

Auch das Intro und Outro soll mit diesem Grundthema in Verbindung stehen und zum Setting passen, z.B. 8-Bit-Melodien. Das gleiche gilt für die Trennersounds. Die verwendete Musik soll grundsätzlich positiv („upbeat“) wirken und so ggf. zur Unterhaltung beitragen. Zudem plane ich für das Intro ein Voiceover, sodass auch der Titel der Podcasts gemeinsam mit der Musik zu hören ist.

Im Verlauf der einzelnen Folgen sollen u.a. auch die Soundtracks der jeweiligen Spiele besprochen werden. Hierzu werden Ausschnitte dieser eingespielt. Dies ist insbesondere im Interesse des Gaming-Veterans, da er viele Spiele kennt und eine emotionale Verbindung bzw. Erinnerung an die Soundtracks hat. Doch auch alle anderen Personas werden die Thematisierung von Soundtracks befürworten, da diese eine bedeutende Rolle in Videospielen und ihrem Erleben spielen.

4.1.3 Technik

Die Aufnahme des Podcasts erfolgt in meinen privaten Räumlichkeiten. Ich nutze dafür zwei Tischmikrofone (Rhode und Yanmai) und einen Acer Laptop. Zum Angleichen der beiden Audios und zur gleichzeitigen Aufnahme zweier Geräte nutze ich die Software Voicemeeter. Die Aufnahmen selbst erfolgen über Audacity. Auch die Post-Produktion nehme ich am Laptop mit Audacity vor.

4.1.4 Distribution

Ich werde den Podcast direkt über Spotify hosten. Dies hat den Grund, dass die Nutzung sehr einfach und zudem kostenlos ist. Außerdem nutzen die meisten Podcast-Hörer*innen Spotify, weshalb die Plattform für mich die erste Wahl ist (vgl. BLM 2022a). Allerdings bietet Spotify auch die Möglichkeit, den eigenen Podcast via RSS-Feed auf andere Plattformen zu übertragen. Dies werde ich nutzen, um die Show auch auf Apple Podcasts, Amazon Music und Google Podcasts verfügbar zu machen.

„Welcome Player 2“ soll wöchentlich erscheinen. Dies entspricht zum einen den üblichen Standards, zum anderen den Wünschen der Hardcore Gamerin, die sich in ihrer User Story eine möglichst hohe Frequenz wünscht. Auch eine Trailer-Folge ist geplant, da dies in den letzten Jahren ebenfalls zu einem Standard geworden ist und eine gute Möglichkeit darstellt, den Podcast und die Hosts in einer greifbareren Art vorzustellen, als es die Podcast-Beschreibung allein tut. Für die Planung der Veröffentlichungen habe ich einen Contentplan für die ersten zehn Wochen erstellt (s. Anhang).

Zum Zwecke dieser Arbeit werde ich vier Folgen plus Trailer-Folge vorproduzieren und nach und nach veröffentlichen. In Zukunft soll der Podcast aber kurzfristiger produziert werden, um auf aktuelle Ereignisse sowie mögliche Kommentare oder Community-Wünsche eingehen zu können.

Ich möchte außerdem für den Podcast auf Social Media werben und einen begleitenden Kanal betreiben. Die weitere Konzeption dessen erfolgt im folgenden Kapitel.

4.2 Bilder für den Podcast: Konzeption der Begleitmedien

Nachdem der Podcast selbst nun konzipiert ist, soll auch geplant werden, wie er beworben werden soll. Die folgenden Ausführungen beschäftigen sich daher mit der Auswahl und Konzeption der begleitenden Medien.

4.2.1 Auswahl

Ich habe mich dafür entschieden einen begleitenden Instagram-Kanal zu betreiben, um dort den Podcast zu bewerben. Instagram erschien mir dabei als die geeignetste Wahl aufgrund der dort vertretenen Altersgruppen. Die Altersskala meiner Zielgruppe und der Personas ist recht breit. TikTok und Facebook unterscheiden sich in diesem Aspekt zu stark voneinander, als dass ich eine der beiden Plattformen präferieren könnte, ohne einen Teil meiner Zielgruppe auszuschließen (vgl. ARD/ZDF 2022). Auf Instagram sehe ich daher die größten Chancen von der angestrebten Zielgruppe wahrgenommen zu werden.

Auch eine eigene Website habe ich in Betracht gezogen. Allerdings habe ich darin keinen größeren Nutzen für mein Vorhaben gesehen, da ich diese zusätzlich bewerben müsste. Auch hier schien mir Social Media bzw. Instagram die geeignetere Wahl. Dies hat mir auch der Blick auf meine Wettbewerbsanalyse bestätigt, da die dort betrachteten Wettbewerber*innen alle ebenfalls keine eigene Seite für ihren Podcast betreiben.

4.2.2 Inhalt

Der Kanalname lautet „wp2pod“. Ich habe mich bemüht einen Namen zu wählen, der möglichst nah am Titel des Podcasts liegt. Da die Kanalnamen auf Instagram allerdings immer nur einmalig vergeben werden, waren meine Möglichkeiten begrenzt, wodurch dieser Name entstanden ist.

Auf diesem Kanal sollen sowohl Posts als auch Stories veröffentlicht werden. Pro erschie- nener Folge soll ein Post und mindestens eine Story abgesetzt werden. Der Post soll einer- seits das Thema benennen und den Podcast bewerben, andererseits soll er die jeweilige Folge unterstützen, indem er Fakten und Bilder der besprochenen Spiele beinhaltet. Dies ist vor allem im Sinne der Gaming-Enthusiastin, da diese viele der Spiele durch den Podcast erst kennenlernt und keine Vorstellung davon hat. Aber auch der Veteran und die Hardcore Gamerin werden visuelle Einblicke in die Spieleklassiker aufgrund ihres hohen Involvements befürworten und wertschätzen. Zudem wird sie die Möglichkeit freuen, sich unter den Posts direkt mit den Hosts und anderen Hörer*innen auszutauschen – so wie es auch ihre User Stories besagen.

Ergänzend sollen dort zudem zwei weitere Post-Formate entstehen: ein Zitat-Format zu Ankündigungszwecken und ein Behind-The-Scenes-Format zur weiteren Hörer*innen- Bindung. Im Zitat-Format möchte ich je ein bekanntes, interessantes und/oder unterhaltsa- mes Zitat aus den Videospiele teilen, die in der kommenden Folge besprochen werden. So möchte ich die Post-Frequenz und damit die Wahrnehmung des Kanals erhöhen sowie das Interesse an den Inhalten wecken. Im Behind-The-Scenes-Format möchte ich Bilder der Hosts teilen, die einen privateren Eindruck erwecken sollen, beispielsweise Bilder von den Aufnahmen oder Einblicke in die Spielsituation der Hosts. Auf diese Weise möchte ich die empfundene Nähe der Zuhörer*innen zu des Hosts und damit die Bindung an den Podcast erhöhen.

In den Stories möchte ich die Posts erneut teilen. Außerdem möchte ich mindestens jeweils zum Erscheinen einer neuen Folge auch Video-Stories produzieren, in denen die Hosts direkt in die Kamera und an ihr Publikum gerichtet sprechen. Die Story-Funktion möchte ich außerdem nutzen, um unterhaltsamen Content anderer Kanäle wie Memes zu teilen, die auf die jeweils aktuelle Folge bezogen sind.

Ein genauer Plan der Instagram-Veröffentlichungen ist ebenfalls im bereits erwähnten Con- tentplan zu finden. Bei der Planung habe ich mich bemüht eine kontinuierliche Frequenz zu erzeugen, um den Kanal im Bewusstsein seiner Follower*innen zu halten und um das Inte- resse möglichst vieler Menschen zu gewinnen. Hierzu zählt auch die Verwendung einschlä- giger Hashtags.

4.2.3 Gestaltung und Design

Das Profilbild des Kanals soll zum Zwecke der Wiedererkennbarkeit mit dem Podcastcover identisch sein. Grundsätzlich sollen auch alle Posts und Stories – so weit möglich und sinn- voll – gestalterisch am Coverdesign orientiert sein.

Die Posts zu den einzelnen Folgen sollen möglichst viele Bilder der Spiele enthalten, wes- halb sich hier ein Karussell-Post anbietet. Folgendes Schema habe ich hierfür festgesetzt:

1. Titelslide (Folgenreihe)
2. Fact-Sheet (Infos zum Spiel)
3. Bilder der Spiele (Screenshots oder offizielle Bilder)

Der Zitatpost soll ein einziger bilderloser Slide sein, in dem das Zitat im Vordergrund steht. Der Behind-The-Scenes-Post soll ein bis zwei Fotos enthalten.

4.3 Rechtliche Implikationen

Sowohl im Podcast als auch auf dem begleitenden Instagram-Kanal möchte ich Material verwenden, das urheberrechtlich geschützt ist. Da das Urheberrecht meine Nutzungsmöglichkeiten einschränkt, möchte ich an dieser Stelle die damit verbundenen Implikationen kurz nennen und mein daraus abgeleitetes Vorgehen darlegen.

Musik

Im Falle der Soundtracks möchte ich vom Zitatrecht Gebrauch machen. Dieses erlaubt mir, Ausschnitte von urheberrechtlich geschützten Werken zu verwenden, wenn ich dies zum Zwecke des Zitats tue, also wenn ich mich im Rahmen meines Produktes mit den Inhalten tiefergehend auseinandersetze (vgl. §51 UrhG). Dies trifft in meinem Fall zu, da ich die verwendete Musik nicht kommentarlos einspiele, sondern wir über ihre Bedeutung sprechen. Um die Möglichkeit einer versehentlichen Rechtsverletzung aber noch weiter zu reduzieren, werde ich mich zudem an die Einschränkungen der mutmaßlich erlaubten Nutzungen, genauer der geringfügigen Nutzungen halten. Diese Beschränken die Nutzung von Tonspuren auf maximal 15 Sekunden und weniger als die Hälfte eines Werkes (vgl. §§ 9 und 10 UrhDaG).

Bilder

Da ich für das Teilen der Bilder eine andere Plattform verwende als den Podcast, kann ich mich in diesem Fall vermutlich nicht auf das Zitatrecht berufen. Ich habe in meiner Recherche auch keine andere Möglichkeit gefunden die Bilder ohne entsprechende Lizenz zu verwenden. Es scheint zwar so, dass diesbezüglich vor allem im Bereich Gaming viel geduldet wird (siehe z.B. Let's Plays auf YouTube oder Streaming), allerdings möchte ich kein unnötiges Risiko eingehen. Ich werde deshalb bei den Herausgeber*innen der Spiele die jeweilige Nutzung direkt anfragen.

5 „Player 2 has joined the game“¹ – Dokumentation der Produktion

Die zuvor beschriebene Konzeption des Podcasts und des begleitenden Instagram-Kanals habe ich im Verlauf dieses Projektes praktisch umgesetzt. Die einzelnen Schritte meines Vorgehens, weitere Entscheidungen sowie eventuelle Abweichungen von der Konzeption habe ich in den folgenden Kapiteln dokumentiert.

5.1 Podcast: Skripte, Aufnahmen und Coverdesign

Die konkrete Planung, sowohl für den Podcast als auch für Instagram, habe ich in einem Contentplan zusammengefasst, um ein strukturiertes Vorgehen zu gewährleisten (s. Abb. 17, ganzer Plan s. Anhang).

Abbildung 17: Ausschnitt Contentplan

Datum	Tag	Podcast	Thema	Status	IG Post	Postart	IG Story	Status Post	Status Story
07.08.2023	Montag								
08.08.2023	Dienstag								
09.08.2023	Mittwoch								
10.08.2023	Donnerstag	x	Trailer	veröffentlicht					
11.08.2023	Freitag				xx	Logo-Post	Repost Coming Soon	veröffentlicht	veröffentlicht
12.08.2023	Samstag				xx	Zitat-Post	Repost	veröffentlicht	veröffentlicht
13.08.2023	Sonntag				xx	Vorstellungspost	Repost Video-Ankündigung Story-Ankündigung	bereit	spontan
14.08.2023	Montag	x	Silent Hill	eingepplant	xx	Folgen-Post	Repost	Produktion	bereit
15.08.2023	Dienstag				x		Memes		spontan
16.08.2023	Mittwoch				xx	BTS / frei	Repost	bereit	spontan
17.08.2023	Donnerstag								
18.08.2023	Freitag				x		Memes teilen		spontan
19.08.2023	Samstag				xx	Zitat-Post	Repost	bereit	spontan
20.08.2023	Sonntag								
21.08.2023	Montag	x	Soulsborne	eingepplant	xx	Folgen-Post	Video-Ankündigung Story-Ankündigung Repost	bereit	bereit
22.08.2023	Dienstag				x		Memes		spontan
23.08.2023	Mittwoch				xx	BTS / frei	Repost	bereit	spontan
24.08.2023	Donnerstag								
25.08.2023	Freitag				x		Memes		spontan
26.08.2023	Samstag				xx	Zitat-Post	Repost	bereit	spontan
27.08.2023	Sonntag								
28.08.2023	Montag	x	Die Sims	eingepplant	xx	Folgen-Post	Video-Ankündigung Story-Ankündigung Repost	bereit	bereit / spontan
29.08.2023	Dienstag				x		Memes		spontan
30.08.2023	Mittwoch				xx	BTS / frei [Bild von der Gamescom]	Repost	Produktion	spontan
31.08.2023	Donnerstag								

Nach der zeitlichen Planung habe ich mit der Produktion der Folgen begonnen. Hierzu habe ich zunächst Skripte geschrieben. Insgesamt habe ich sechs Skripte verfasst: ein Blanko-Skript, vier Folgen-Skripte und ein Trailer-Skript (s. Anhang). Die Skripte sind in inhaltliche Abschnitte unterteilt und beinhalten zeitliche Richtwerte, grobe Inhaltsangaben sowie Wortgenaue Vorgaben und die Zuordnung, wer spricht (s. Abb. 18). Diese Skripte lagen uns während der Aufnahmen vor und dienten uns als Leitfaden für unsere Gespräche.

¹ Titel der Trailer-Folge von „Welcome Player 2“

Beim Skripten der einzelnen Folgen habe ich die User Stories zu Rate gezogen. Insbesondere die Enthusiastin und der Casual Gamer wollen durch den Podcast unterhalten werden, also habe ich mich um eine lockere Gesprächsdynamik bemüht, was allerdings in den Skripten schwer darzustellen war. Da alle Personas auch einen gewissen Mehrwert erwarten, habe ich besonderen Wert auf die Vorstellung des Spiels gelegt und alle Fakten und Hintergründe ausführlich recherchiert. Hier sollen möglichst umfassend viele interessante Aspekte, Details und Fakten zu den jeweiligen Spielen wiedergegeben werden, die die Zuhörer*innen ggf. auch überraschen sollen. Auch die Soundtracks und das Erzählen von persönlichen Anekdoten habe ich eingebaut, um insb. die Wünsche des Veteranen zu berücksichtigen.

Abbildung 18: Blanko-Skript

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
		[Expert*in]	"Heute: *Folgentitel*"
Begrüßung	(30 Sek.)		
		Julia	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2! Meine Name ist Julia"
		Kevin	"und ich bin Kevin"
	Warum dranbleiben?	Julia	Inhalt und Grundkonflikt in wenigen Sätzen
Hauptteil			
	Pitch / Kurzerklärung (5 Min.)	[Expert*in]	Genre, Erscheinungsjahr, Kurzbeschreibung
	Beziehung und Kritik (5 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Beziehung zum Spiel [Expert*in] • Beziehung zum Spiel [Kritiker*in] inkl. erster Kritik
	Diskussion (30 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Story • Grafik • Gameplay • Soundtrack • Entwicklung • Bedeutung
	Entscheidung / Fazit (5 Min.)		Frage an [Kritiker*in]: Würdest du es spielen?
Abmoderation	(5 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Interaktionsaufruf • Vorschau • Verabschiedung
Outro	(42 Sek.)		

Nach den Skripten folgten die ersten Testaufnahmen zur Justierung des Audios und schließlich die tatsächlichen Aufnahmen für die einzelnen Folgen.

Bevor ich die Post-Produktion beginnen konnte, musste ich diese zunächst vorbereiten. Dies umfasste vor allem das Raussuchen von Sounds (z.B. für Trenner), Musik (für das Intro) und den Soundtracks der Spiele. Die Soundtracks der Spiele habe ich anschließend auf maximal 15 Sekunden gekürzt, wie im Abschnitt 4.3 bereits besprochen. Die Musik für das Intro habe ich ebenfalls noch bearbeitet: Ich habe sie gekürzt und meinen Co-Host ein Voiceover mit dem Podcasttitel einsprechen lassen, um daraus dann ein Intro schneiden zu können. Bei der Auswahl der Intro-Musik sowie der Sounds habe ich wie in der Konzeption

festgelegt nach Audios gesucht, die zum Gaming-Thema passen. Im Falle der Intro-Musik war das tatsächlich eine 8-Bit-Musik. Alle verwendeten Audios (abgesehen von den Soundtracks) habe ich aus einer Datenbank für lizenzfreie Musik (Pixabay) erhalten.

Nachdem das Intro geschnitten und Sountracks sowie Trenner-Sounds vorhanden waren, habe ich mit der Post-Produktion der Folgen begonnen. In dieser habe ich Intro und Sounds eingebaut, Störgeräusche und Gespräche abseits des eigentlichen Podcasts rausgeschnitten sowie die Lautstärke der einzelnen Tonspuren angepasst. Ich habe mich zudem spontan dafür entschieden an manchen Stellen ein weiteres Trennergeräusch einzufügen. Ich habe dies an Stellen getan, die einen inhaltlichen Themenwechsel beinhalten und die meiner Einschätzung nach durch eine gewisse auditive Überleitung besser funktionieren (bzw. ohne die es einen gefühlten Bruch in dem Gespräch gegeben hätte).

Anschließend habe ich den Trailer produziert. Dafür habe ich wieder passende Musik und Sounds entsprechend des Skriptes zusammengesucht, Ausschnitte aus den Folgen ausgewählt und noch übrige Passagen eingesprochen. Die Idee hinter dem Trailer ist es, beide Seiten unserer Diskussion kurz zu präsentieren. Deswegen habe ich sowohl lustige provozierende, als auch ernstere O-Töne ausgewählt und sie wie eine Art Collage zusammengeschnitten.

Insgesamt habe ich so fünf Folgen fertig produziert: die Trailer-Folge sowie die ersten vier regulären Folgen.

Für das Coverdesign habe ich Canva genutzt. Ich habe zunächst versucht alle in der Konzeption genannten Aspekte aufzunehmen: Farben, Gaming-Symbolik, Titel, Gesichter der Hosts (stellvertretend durch zwei Stockbilder dargestellt), Darstellung von zwei verschiedenen

Abbildung 19: Erster Entwurf des Covers



Seiten. Das Ergebnis ist in Abbildung 19 zu sehen.

Die Kombination all dieser Elemente hat meiner Ansicht nach allerdings nicht gut funktioniert. Das Bild wirkt überladen. Deswegen habe ich noch weitere Entwürfe produziert und sie reduzierter gestaltet. In den weiteren Entwürfen habe ich mich beispielsweise doch gegen die Verwendung von Personen bzw. den Gesichtern der Hosts entschieden. Diese nahmen jedes Mal zu viel Raum ein und es war schwierig, trotzdem gleichzeitig das Thema Gaming zu vermitteln, ohne das Bild zu überladen. Und da dies für Gaming-

Podcasts zudem sowieso nicht üblich scheint – wie bereits in der Konzeption festgestellt – vermute ich auch keinen Nachteil durch diese Entscheidung.

Schlussendlich habe ich mich für folgendes Coverdesign entschieden:



Abbildung 20: finales Coverdesign

Das Cover beinhaltet nun nur noch zwei Elemente, den Titel und ein Hintergrundbild. Durch die Fotografie im Hintergrund wirkt das Design hochwertiger produziert. Die Farben entsprechen dem Moodboard und gemeinsam mit dem abgebildeten Controller vermitteln sie eindeutig das Thema Gaming. Auch der Neon-Effekt der Schrift trägt dazu bei.

Ich habe mich für dieses Design entschieden, da die Vermittlung des Gaming-Themas für mich Priorität vor den anderen Aspekten hat. Wenn das Diskussions-Konzept nicht schon durch das Cover vermittelt wird, ist das zwar ggf. nicht op-

timal, aber es wäre fatal für den Erfolg der Show, wenn es nicht eindeutig ist, dass es um Gaming geht. Das Konzept wird durch den Titel angedeutet, was meiner Ansicht nach ausreichend ist.

Nach der abgeschlossenen Produktion musste die Veröffentlichung vorbereitet werden. Hierzu habe ich meinen bereits bestehenden Spotify-Account mit Spotify für Podcasts verbunden und den Podcast dort eingerichtet. Ich habe das von mir erstellte Cover und den Titel eingegeben sowie eine Beschreibung formuliert. Für diese Beschreibung habe ich mich an der in Kapitel 4.1.1 genannten Kurzbeschreibung orientiert. Ich habe diese etwas gekürzt und versucht das Konzept noch mehr auf den Punkt zu bringen:

Zwei sehr unterschiedlichen Gamer, zwei Meinungen, ein Podcast. So wird jede Woche ein neues Spiel auseinandergenommen, das einer von ihnen liebt, der andere... nicht. Dabei beantworten sie nicht nur die kritischen Fragen des Gegenübers, sondern ordnen auch ein, wie bestimmte Spiele und Genres die Branche geprägt haben.

Auch für die einzelnen Folgen habe ich Beschreibungen formuliert. Hier habe ich mich vor allem an den Wünschen der Enthusiastin orientiert, die sich u.a. weiterführende Links wünscht. Dies ist beispielsweise die Beschreibung der Folge 002, die neben der Beschreibung des Themas auch Links zum Instagram-Kanal, zum Spiel sowie zu Videos beinhaltet, die in der Folge erwähnt werden oder zum Inhalt der Folge passen:

Soulsborne verbindet alle Action-RPGs, deren extremer Schwierigkeitsgrad zentraler Punkt des Gameplays ist. Begründet von Demon's Souls, Dark Souls und Bloodborne treibt das Sub-Genre Spieler:innen bis heute an ihre Grenzen. Wieso manche trotzdem einen God Run versuchen, weiß Kevin.

Unser IG: <https://www.instagram.com/wp2pod/>

Unsere Mail: welcomeplayertwopodcast@gmail.com

Der erste Teil im neuen Glanz: <https://www.playstation.com/de-de/games/demons-souls/>

Elden Ring Rage Compilation: <https://www.youtube.com/watch?v=ytf3jnQK4s>

Streamer schafft God Run: <https://www.youtube.com/watch?v=2Zj8lNNZllo>

Nach dem Hochladen der Folgen habe ich ihre Veröffentlichung gemäß des Contentplans vorausgeplant, sodass sie automatisch zu bestimmten Terminen veröffentlicht werden.

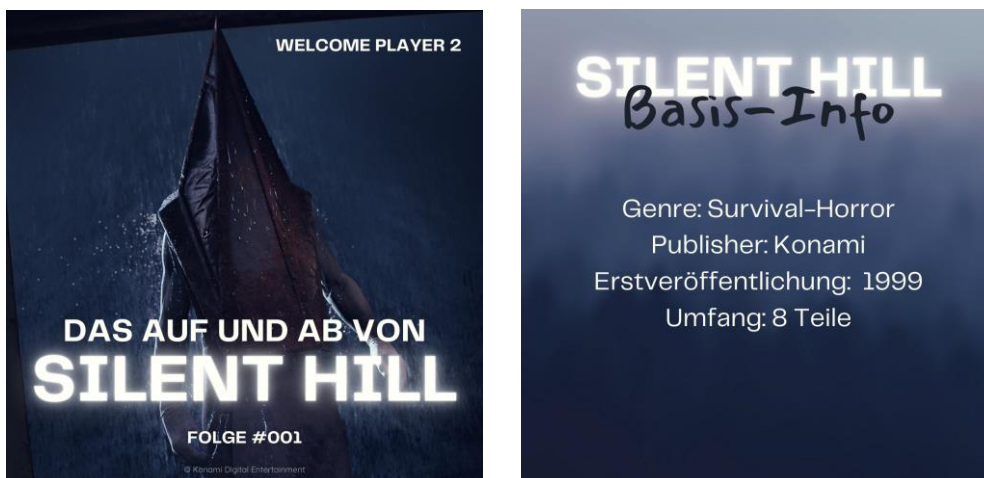
5.2 Instagram: Posts, Stories und Lizenzen

Da die Konzeption der Formate bereits im Vorhinein erfolgt ist, habe ich an diesem Punkt mit dem Heraussuchen von Bildmaterial begonnen. Hierzu habe ich die Herausgeberfirmen der Spiele gezielt angesprochen und nach einer Verwendungserlaubnis für die offiziellen Pressebilder gefragt. Viele haben allerdings auch pauschale Nutzungsbedingungen auf ihren Websites formuliert. Hilfreich war hier u.a. das Lizenzverzeichnis des Verbandes der deutschen Games-Branche, in dem viele der entsprechenden Richtlinien verlinkt sind (vgl. game 2023). In manchen Fällen musste ich mir jedoch die Nutzungserlaubnis direkt einholen, was ich schlussendlich auch über E-Mail oder Telefonhotlines geschafft habe.

Dies hat allerdings teilweise einige Wochen gedauert, weshalb ich die Umsetzung meiner Ideen in Gefahr sah. Deshalb habe ich gleichzeitig eine Alternative vorbereitet: Ich habe nach passenden Fanarts gesucht und die jeweiligen Künstler*innen angefragt, ob sie mit der Verwendung ihrer Bilder meinerseits einverstanden sind. Bis auf eine Person, die sich bisher nicht zurückgemeldet hat, haben alle angefragten Personen sehr positiv reagiert und mir ihre Werke zur Verfügung gestellt. Schlussendlich gefiel mir die Idee so gut, dass ich sie beibehalten habe, obwohl ich schließlich offizielle Bilder zu allen Spielen erhalten habe. Ich empfinde die Ergänzung durch Fanarts als eine schöne Abwechslung zu den teilweise eben doch schon recht bekannten offiziellen Bildern und somit als eine Art unterhalterischen Mehrwert für die Abonnent*innen. Zudem kann ich so ggf. die Community-Bindung erhöhen und von der Reichweite der Fanart-Künstler*innen profitieren, sollten sie meine Posts teilen.

Für die konkrete Gestaltung der Posts habe ich ebenfalls Canva verwendet. Ich habe ihr meine Konzeption zu Grunde gelegt und die Posts mit wiederkehrenden Elementen und den angefragten Bildern gestaltet. Folgender Post begleitend zur ersten Folge soll das Ergebnis an dieser Stelle beispielhaft dokumentieren (Reihenfolge: links oben nach rechts unten):

Abbildung 21: Folgen-Post zur ersten Folge





Der erste Slide der Karussell-Posts beinhaltet immer die Nummer und den Namen der Folge, den Namen des Podcasts sowie ein offizielles Bild als Hintergrund, dessen Rechteinhaber am Bildrand benannt wird. Die Schriftart ist identisch mit der des Podcastcovers und wird teilweise im selben Neon-Effekt dargestellt. Darauf folgt ein Bild, das Basisinformationen zu dem jeweiligen Spiel enthält. Hintergrund ist ein zum Setting passendes, verschwommenes Stockbild. An dieser Stelle wird zudem eine zweite Schriftart im Handschrift-Design eingeführt. Dies soll eine eigenhändige Beschriftung andeuten und somit etwas persönlicher wirken. Auf die beiden ersten Slides folgen verschiedene, ebenfalls im Handschrift-Design beschriftete Bilder. Es handelt sich hierbei immer um offizielle Bilder der Herausge-

ber*innen, gefolgt von Fanarts. Auch hier werden die Rechteinhaber benannt. Mir erschien es im Verlauf der Produktion außerdem als gute Ergänzung falls möglich Bilder von den Dingen einzubinden, die im Podcast besprochen werden. So habe ich in diesem Fall beispielsweise ein Bild einer Figur eingefügt, die wir im Podcast erwähnt haben („Kevins Nachbau“). Auf diese Art können Podcast und Instagram-Kanal weiterführend auf sich gegenseitig verweisen, die Unterhaltung durch den Podcast und den Kanal steigt und die Bindung zu den Zuhörer*innen kann ggf. erhöht werden. An dieser Stelle zeigt sich auch erneut der Vorteil der Fanarts: Das hier verwendete Bild (letzte Kachel) visualisiert eine der Szenen, die ich im Verlauf des Podcasts beschrieben habe, was wiederum zur Unterhaltung und zum Erleben des Podcasts auf verschiedenen Ebenen beiträgt.

Das zweite Post-Format, die Zitat-Posts, habe ich ohne Bilder gestaltet, um es visuell von den Folgen-Posts abzugrenzen und um für Abwechslung im Feed zu sorgen (Abbildung 22). Die verwendeten Farben habe ich wieder mit Hilfe des Moodboards gewählt. Die Schriftart ist dieselbe wie auf dem Cover, um trotz der verschiedenen Designs für Konstanz zu sorgen. Ziel war hier ein sehr reduziertes Design, damit das verwendete Zitat ganz im Vordergrund steht. Diese Art von Post soll zur Ankündigung des nächsten Themas zwei Tage vor Erscheinen der jeweiligen Folge dienen.

Abbildung 22: Zitat-Post zu Folge 005

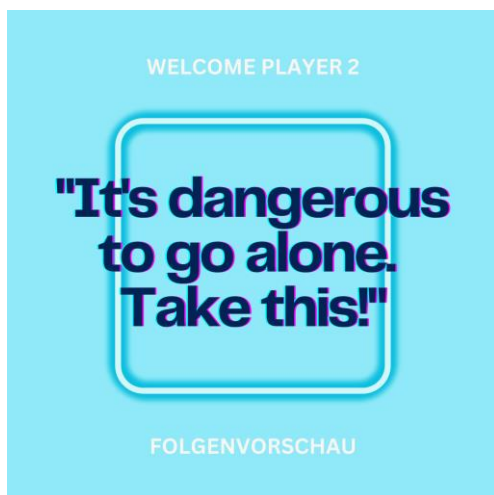


Abbildung 23: Erster Behind-The-Scenes-Post



Für das letzte Post-Format „Behind-The-Scenes“ möchte ich nur Bilder ohne Schrift oder andere Elemente verwenden (Abbildung 23). Sie sollen das Gefühl eines spontanen, privateren Einblicks vermitteln, weshalb ich eine eindeutige professionelle Bearbeitung vermeiden möchte.

Hinzu kommen einzelne andere Posts, die keinem bestimmten Format folgen. Vorproduziert habe ich zwei solcher eigenständigen Posts: ein Cover-Post und ein Vorstellungs-Post. Der Cover-Post dient als erster Post überhaupt und beinhaltet das Cover, um dieses auch in einem größeren Format als dem des Profilbilds auf Instagram zu präsentieren. Der Vorstellungs-Post ist ein Karussell-Post und dient dazu, die beiden Hosts vorzustellen (Abbildung 24). Der erste Slide beinhaltet ein Bild, auf dem beide Hosts zu sehen sind, sowie den Podcastnamen, einen Titel („meet the hosts“) sowie die Vornamen der beiden Hosts. Die folgenden beiden Slides sind je einem Host gewidmet und beinhaltet ein Portraitbild, den Namen und einige Fakten zur Person und zum Thema Gaming auf neutralen Hintergrund.



Abbildung 24: Vorstellungsbildschirm

Auch Stories habe ich vorproduziert, wenn auch nicht im gleichen Umfang wie die Posts, die diese erstmal nur unterstützend angedacht sind. Vieles soll dort eher semi-spontan geschehen (d.h. eingeplant, aber nicht vorproduziert), da es sich bei einfachen Reposts beispielsweise nicht unbedingt lohnt, etwas vorzuproduzieren. Gerade die Folgen-Posts bzw. das Erscheinen einer neuen Folge möchte ich dort aber speziell bewerben, weshalb ich hierfür Stories vorproduziert habe. Das Design der Stories gleicht wieder dem des Covers und der Posts. Ich habe auf den Vorlagen jeweils etwas Platz gelassen, um zusätzliche Elemente wie den Link zur Folge und eventuelle Gifs einfügen zu können. Zudem möchte ich hier auch Videos veröffentlichen, in denen ich direkt in die Kamera spreche und die Folgen ankündige und etwas zum aktuellen Thema sage. Folgendes Schema habe ich deswegen für die Stories zur Folgen-Ankündigung festgelegt:

1. Unspezifische Folgenankündigung im typischen Podcast-Design,
2. Videosegment
3. Spezifische Folgenankündigung inkl. Folgentitel und Hintergrundbild.

Für die ersten zwei dieser Stories habe ich die Videos bereits vorproduziert. Die übrigen möchte ich aktueller produzieren.

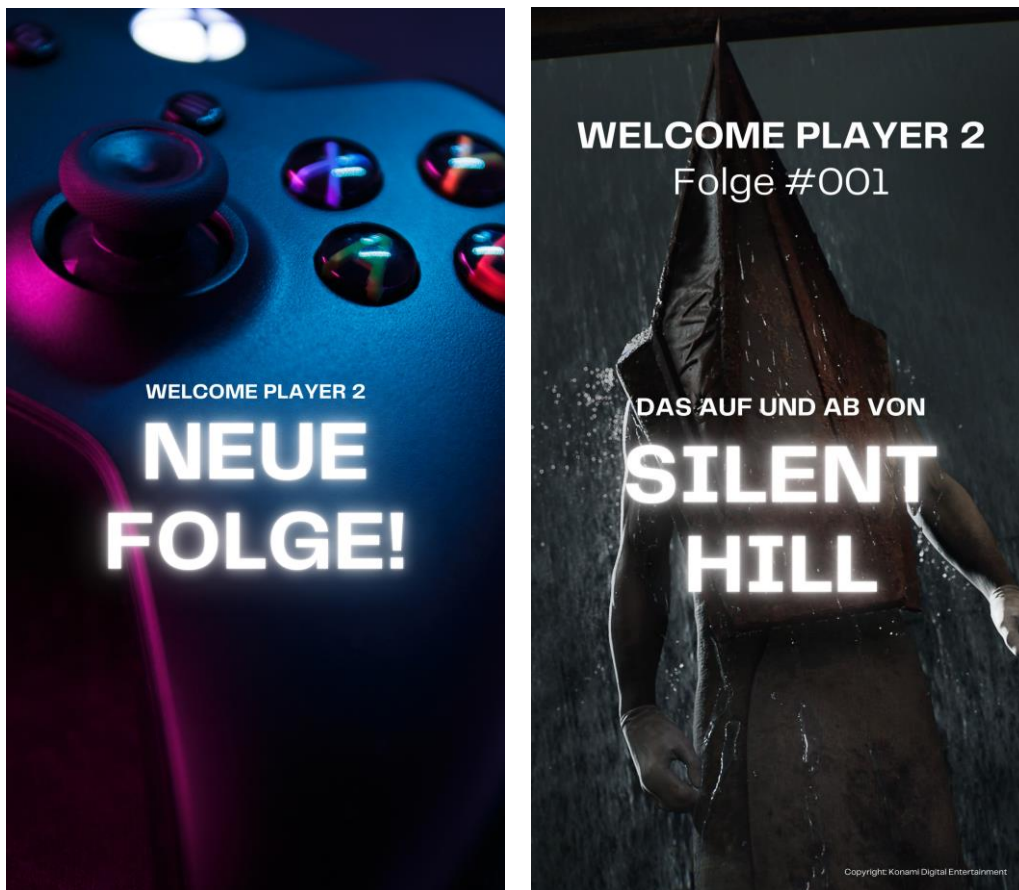


Abbildung 25: Unspezifische Story-Ankündigung (links) und spezifische Story-Ankündigung (rechts)

Auf diese Weise habe ich insgesamt 14 Posts (29 Slides) sowie sechs Story-Segmente plus drei Story-Videos vorproduziert.

6 Reflexion: Höhen, Tiefen und was die Zukunft bringen könnte

Alles in allem ist die Konzeption und Umsetzung von „Welcome Player 2“ meiner Ansicht nach sehr erfolgreich gewesen. In vier Folgen und einer Trailer-Folge sprechen wir über die verschiedensten Gaming-Klassiker, hinterfragen auf spielerische Art ihre Besonderheiten, ziehen Soundtracks und Bilder zu Rate und ordnen ein, welche Bedeutung sie hatten oder haben. Hinzu kommt der Launch eines Instagram-Kanals, auf dem der Podcast beworben wird und auf dem die Zuhörer*innen eine visuelle Ergänzung zum auditiven Hauptformat finden.

Dank der ausführlichen Vor- und Analysearbeit verlief die Konzeption ohne größere Hemmnisse. Insbesondere die Personas und User Stories haben mir bei den Entscheidungen im Verlauf des Projektes sehr geholfen. Sie haben mir eine klare Richtung vorgegeben und waren der Maßstab für die Bewertung meiner Ideen.

Auch die Umsetzung bzw. Produktion konnte ich aufgrund der detaillierten Vorarbeit und Konzeption gut bewältigen, auch wenn mir hier doch einige Hürden begegnet sind. Zum

einen haperte es teilweise an der Umsetzbarkeit meiner Ideen, Vorstellungen und Wünsche. Beispielsweise hätte ich auf dem Podcastcover gern alle in der Konzeption angedachten Kernelemente vereint, allerdings ist mir dies nicht gelungen und ich habe stattdessen ein reduzierteres Design gewählt. Das bedeutet nicht, dass ich mit dem Ergebnis nicht zufrieden bin, allerdings musste ich meine Vorstellungen aufgrund der Umsetzbarkeit anpassen.

Auch die Anfrage der Nutzungsrechte im Falle der Bilder gestaltete sich teilweise schwieriger, als ich zu Beginn angenommen hatte. Viele Herausgeber*innen haben zwar diesbezügliche Richtlinien, viele aber auch nicht (oder sie sind schwer auffindbar, in einer mir fremden Sprache verfasst, o.ä.) und auch die direkte Kontaktaufnahme war nicht immer einfach. Vor allem aber dauerte dieser Prozess viel länger, als ich vermutete, weshalb ich meine Planung anpassen musste. Dies hat allerdings dazu geführt, dass ich mir über Alternativen Gedanken machen musste. Dadurch konnte ich die Idee Fanarts einzubinden entwickeln, die mir bis heute gut gefällt.

Grundsätzlich war es für mich aber problematisch, dass im Bereich Gaming und Lizenzfragen vieles oft halblegal oder nur in Form von Duldungen abzulaufen scheint. Vor allem Let's Plays und Streaming ist von vielen Herausgeber*innen nicht offiziell gestattet, wird aber auch nicht geahndet, da sie selbst von dem werbenden Effekt profitieren. Darauf konnte und wollte ich mich in diesem Projekt allerdings natürlich nicht verlassen, weswegen ich Mittel und Wege finden musste, mich abzusichern und mir der entsprechenden Nutzungserlaubnis sicher zu sein.

Was mich gerade zu Beginn vor größere Herausforderungen gestellt hat, war die Konfiguration der Audioaufnahme-Geräte. Ich habe mich zwar eingelesen und beraten lassen, allerdings fehlte es mir hier doch noch merklich an Erfahrung. Die erste Aufnahme war qualitativ noch nicht optimal. Es war allerdings sehr erfreulich zu beobachten, dass sich meine Fähigkeiten diesbezüglich im Laufe des Projektes immer weiter verbessert haben. Ich konnte die Aufnahmequalität von Aufnahme zu Aufnahme steigern und mein Produkt und seine Qualität verbessern.

Schlussendlich war ich meiner Einschätzung nach erfolgreich und konnte die zu Beginn gesetzten Ziele erfüllen. Ich habe den Podcast von Grunde auf konzipiert, geplant und umgesetzt. Dasselbe gilt für den begleitenden Instagram-Kanal. Die Arbeit an diesem Projekt hat mir ausgesprochen viel Freude bereitet und hat mir – wie erhofft – dabei geholfen meine Fähigkeiten in vielen Bereichen zu verbessern und neue Erfahrungen zu sammeln.

Daher möchte ich den Podcast zukünftig auch weiterführen. Ich möchte weiterhin Folgen mit meinem Co-Host produzieren, aber auch Gäste einladen und so für etwas Abwechslung sorgen. So könnten auch die Spiele im Podcast besprochen werden, die uns beiden bisher (noch) fremd sind. Auch Spezial-Folgen möchte ich zukünftig konzipieren, um noch mehr Content anbieten zu können. Hier könnten wir beispielsweise bestimmte Konsolen oder auch unbekanntere Spiele besprechen, die unserer Meinung nach mehr Aufmerksamkeit verdient hätten.

Auf Instagram würde ich die Formate auf Dauer ebenfalls gerne ausweiten. Hier möchte ich in irgendeiner Form noch mehr Interaktion schaffen und diesem Aspekt vielleicht ein eige-

nes Format widmen. Zudem würde ich auch gern mehr Videocontent produzieren, für Stories, aber auch für Reels. Ich habe in letzter Zeit immer mehr Podcasts beobachtet, die ihre Aufnahmen mitfilmen und aussagekräftige Ausschnitte dessen als Reel auf Instagram oder auf TikTok teilen. Das könnte ein Trend sein, den es sich lohnen könnte zu verfolgen.

Ich habe auch schon über die eventuelle Ausweitung auf andere Plattformen nachgedacht. Hier würden sich neben TikTok aufgrund der Beliebtheit im Bereich Gaming insbesondere YouTube und Twitch anbieten. Allerdings würde ich diese Kanäle nicht als weiteres Auspiel-Medium für den Podcast selbst sehen, sondern fände hier die Entwicklung zusätzlicher, unterstützender Formate (Let's Plays, Streaming von den besprochenen Spielen, o.ä.) sinnvoller.

Literaturverzeichnis

- Appinio (2023): HT DE 23 Vol 3 - Gaming/eSport. Deutschland. Online verfügbar unter <https://research.appinio.com/#/de/survey/public/TQNf7iJUc>, zuletzt aktualisiert am 08.05.2023, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- ARD/ZDF (2022): ARD/ZDF-Onlinestudien 2019 - 2022. Online verfügbar unter <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/tabellen-onlinenutzung/social-media-und-messenger/social-media/>, zuletzt aktualisiert am 11.08.2023, zuletzt geprüft am 11.08.2023.
- Bitkom (2022a): Anteil der Befragten, die hin und wieder Podcasts hören, in Deutschland in ausgewählten Jahren von 2016 bis 2022. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876487/umfrage/nutzung-von-podcasts-in-deutschland/>.
- Bitkom (2022b): Anteil der Computer- und Videospiele in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2022. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/315860/umfrage/anteil-der-computerspieler-in-deutschland/>, zuletzt aktualisiert am 11.05.2023, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- BLM (2022a): Genutzte Plattformen zum Zugriff auf Podcasts und Radiosendungen auf Abruf 2022. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/913542/umfrage/genutzte-plattformen-zum-zugriff-auf-podcasts-und-radiosendungen-auf-abruf-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 05.07.2023.
- BLM (2022b): Use of podcasts and radio broadcasts in Germany 2022, by topic area. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/statistics/986369/use-of-podcasts-and-radio-broadcasts-in-germany-by-topic-area/>, zuletzt aktualisiert am 11.05.2023, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- Büsch, Mario (2011): Praxishandbuch Strategischer Einkauf: GABLER.
- Frey, Dieter (Hg.) (2007): Enzyklopädie der Psychologie. Göttingen, Bern: Hogrefe (Enzyklopädie der Psychologie, Themenbereich D. Praxisgebiete ; Serie 3. Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie ; Bd. 6).
- Fuchs, Martina (2018): Digital Expert Branding. Die Positionierungs- und Marketingstrategie für mehr Sichtbarkeit, Erfolg und Kunden. 1. Auflage. Freiburg, München, Stuttgart: Haufe Group. Online verfügbar unter https://www.wiso-net.de/document/VHAU,AHAU,HAUF__9783648109175234.
- game (2023): Lizenzverzeichnis für Let's Plays. Hg. v. game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. Online verfügbar unter <https://www.game.de/themen/lizenzverzeichnis-fuer-lets-plays/>, zuletzt aktualisiert am 20.06.2023, zuletzt geprüft am 12.08.2023.

- Hagedorn, Brigitte (2018): Podcasting. Konzept | Produktion | Vermarktung. 2018. Auflage, revidierte Ausgabe. Frechen: MITP (mitp Business).
- Hammerschmidt, Doris (2022): Das Podcast-Buch. Strategie, Technik, Tipps mit Fokus auf Corporate-Podcasts von Unternehmen & Organisationen. 2. Auflage. Freiburg: Haufe (Haufe Fachbuch).
- Kirchem, Sabine; Waack, Juliane (2021): Personas entwickeln für Marketing, Vertrieb und Kommunikation. Grundlagen, Konzept und praktische Umsetzung. Unter Mitarbeit von Juliane Waack. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH; Springer Gabler (essentials). Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6522081>.
- Preußig, Jörg (2018): Agiles Projektmanagement. Scrum, Use Cases, Task Boards & Co. 2. Auflage. Freiburg: Haufe-Lexware GmbH et Co. KG.
- Scheed, Bernd (2021): Strategisches Vertriebsmanagement. Methoden für den systematischen b2b-vertrieb im digitalen zeitalter. Unter Mitarbeit von Petra Scherer. 2nd ed. [S.l.]: GABLER. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=6798602>.
- Siebert, Gunnar; Kempf, Stefan (2008): Benchmarking. Leitfaden für die Praxis. Unter Mitarbeit von Oliver Maßalski. 3., komplett überarb. Aufl. München: Hanser, Carl (Pocket Power, 15).
- Statista (2023a): Target group: Podcast listeners in Germany. Statista Consumer Insights Report. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/study/119291/target-group-podcast-listeners-in-germany/>, zuletzt aktualisiert am 11.05.2023, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- Statista (2023b): Target group: Video gamers in Germany. Statista Consumer Insights Report. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/study/119721/target-group-video-gamers-in-germany/>, zuletzt geprüft am 14.06.2023.
- Vorhaus Advisors (2022): Most attractive elements of new immersive games according to gamers in the United States as of December 2021, by age group. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://www.statista.com/statistics/1310534/immersive-gaming-attractive-ideas/>, zuletzt aktualisiert am 11.05.2023, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- Weigel, Maximilian (2021): Gaming: 4 Gründe, die In-Game-Advertising unverzichtbar machen. In: *HORIZONT*, 13.07.2021. Online verfügbar unter <https://www.horizont.net/marketing/kommentare/gaming-4-gruende-die-in-game-advertising-unverzichtbar-machen-192872?crefresh=1>, zuletzt geprüft am 11.05.2023.
- Wiethe, Lotta; Rudeloff, Christian; Tellkamp, Urs (2020): Zwischen Unterhaltung und Interaktion: Über das Warum der Podcast-Nutzung. In: *kommunikation[at]gesellschaft* 21 (2). DOI: 6299.
- Wirdemann, Ralf; Ritscher, Astrid; Mainusch, Johannes (2022): Scrum mit User Stories. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: Hanser.

Anhang 2: Blanko-Skript

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
		[Expert*in]	"Heute: *Folgentitel*"
Begrüßung	(30 Sek.)		
		Julia	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2! Meine Name ist Julia"
		Kevin	"und ich bin Kevin"
	Warum dranbleiben?	Julia	Inhalt und Grundkonflikt in wenigen Sätzen
Hauptteil			
	Pitch / Kurzerklärung (5 Min.)	[Expert*in]	Genre, Erscheinungsjahr, Kurzbeschreibung
	Beziehung und Kritik (5 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Beziehung zum Spiel [Expert*in] • Beziehung zum Spiel [Kritiker*in] inkl. erster Kritik
	Diskussion (30 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Story • Grafik • Gameplay • Soundtrack • Entwicklung • Bedeutung
	Entscheidung / Fazit (5 Min.)		Frage an [Kritiker*in]: Würdest du es spielen?
Abmoderation	(5 Min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Interaktionsaufruf • Vorschau • Verabschiedung
Outro	(42 Sek.)		

Anhang 3: Trailer-Skript

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
			*Hintergrund-Musik
Stimme	(5 sek.)	J	"Welcome Player 2, der Gaming-Podcast."
		K	"Hier diskutieren wir die Dinge, die uns wirklich beschäftigen."
Rewind-Sound			
O-Ton	(30 sek.)		2-3 lustige Ausschnitte (Beispiel: "Ich versteh einfach nicht, was daran geil sein soll"), schnell geschnitten, mit Piep getrennt
Stimme		J	"Aber trotz all der Meinung schauen wir trotzdem auf das große Ganze"
O-Ton	(30 sek.)		2-3 ernstere Ausschnitte (Beispiel: "Nach dem Release war nichts mehr wie es war", "Was?? So früh haben die das schon thematisiert?" "Ja und damit waren sie wirklich Vorreiter"), schnell geschnitten, mit Piep getrennt
Rewind-Sound			
Stimme	(10 sek.)	J	Welcome Player 2, mit Julia Verstraelen
		K	und Kevin Rütter-Verstraelen.
		J	Jeden Montag, überall wo es Podcasts gibt

Anhang 4: Skript Folge 001

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
		[Expert*in]	"Heute: Das ewige auf und ab von Silent Hill"
Begrüßung	(1 min.)	J	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2, dem Gaming Podcast der etwas anderen Art! Meine Name ist Jule"
		K	"und ich bin Kevin"
		J	"und das hier ist tatsächlich unsere allererste Folge, ich kann es kaum glauben!"
		K	"Ich auch nicht. Ich bin auch ein bisschen aufgeregt um ehrlich zu sein."
		J	"Ja ich auch, aber gut aufgeregt! Also ich freue mich wirklich mega auf dieses Projekt und glaube, dass das richtig cool wird! ABER: Bevor wir jetzt direkt so richtig loslegen, will ich doch den Geist der allerersten Folge nutzen und unser Konzept , unsere Idee hinter diesem Podcast noch einmal schnell erklären: In diesem Podcast werden wir die Spiele besprechen, die unserer Meinung nach eine große Rolle in der Gaming-Welt gespielt haben oder immer noch spielen. So richtig überzeugt davon wird allerdings immer nur einer von uns sein, denn unser Konzept beruht so ein bisschen auf dem Zwist , den bestimmt super viele von euch kennen: du liebst ein Spiel oder Spielegenre, aber dein Freund / deine Freundin kann das mal so gar nicht verstehen, weil er oder sie auf völlig andere Spiele steht. Das kennen wir nur zu gut - wir sind nämlich verheiratet und teilen seit Jahren das selbe Hobby, aber eben nicht zwangsläufig den selben Geschmack. Und so entstand dann die Idee, aus diesen Diskussionen einfach einen Podcast zu machen."
		K	"Wir wollen dabei allerdings nicht nur unsere Meinung rauslassen, sondern dachten uns, dass es cool wäre das ganze dann auf eine andere Ebene zu heben."
		J	"Genau! In jeder Folge werden wir ein Spiel oder ein Genre besprechen und einer von uns - der, dem das Ganze schon vertraut ist - wird federführend sein. Derjenige wird erklären, worum es überhaupt geht, wie so die Dynamik ist, was das Spiel ausmacht, etc. - und sich gleichzeitig den kritischen Fragen des gegenüber stellen. Am Ende soll es aber wie gesagt nicht einfach um unsere Meinung gehen - denn schlussendlich kann und soll jeder die Games feiern, die er oder sie eben feiert - sondern wir möchten das Ganze auch versuchen in einem anderen Kontext einzuordnen . Wir schauen uns an, warum das Spiel besonders ist, welche Bedeutung es für die Branche oder Community hatte und ob diese Bedeutung sich bis heute verändert hat."
	Warum	K	"Richtig! Also lets go, würde ich sagen! In dieser ersten Folge geht es um Silent Hill, das Survival-Horror-Urgestein, und die Frage, wieso so viele Menschen das trotz Steuerung als der Hölle so geil finden."
Hauptteil			*Trenner-Sound
	Pitch / Kurzerklärung (5 min.)	J	<ul style="list-style-type: none"> Survival-Horror von Konami, PS1, Teil 1 im Jan. 1999 Survival-Horror als Subgenre zwischen Adventure und Horror, in dem man Kämpfe überleben und Rätsel lösen muss und das eben innerhalb eines Horror-Settings Kleinstadt Silent Hill ist Kernelement, in der sich die Protagonist*innen entsetzlichem Horror gegenüberstehen und die Grenze zwischen Wirklichkeit und Traum bzw. Psyche verwischt ursprünglich eine aufgrund des starken Nebels verlassene Kleinstadt, die allerdings wie eine Art Tor in eine andere Welt oder eben Hölle fungiert -> überall Nebel, die Erde hat sich an vielen Stellen gespalten, Monster auf den Straßen -> ab einem gewissen Punkt verwandelt sich die Welt dort in eine Höllen-ähnliche Umgebung wahrgenommen als Konamis Antwort auf Resident Evil -> Resi war sehr erfolgreich und hat Survival-Horror-Welle ausgelöst, SH hat sich behauptet SH ist aber anders als Resi, nicht so direkter Horror, andere Art von Horror -> Normalo-Protagonist in schlimmer Situation, Fokus auf Atmosphäre, mehr Horror als Schock 8 große Teile, letzter 2012 -> ungläubliche Fanbase
	Überleitung	K	"Und du hast ja auch eine besondere Beziehung zu dem Spiel"
	Beziehung und Kritik (5 min.)	J	<ul style="list-style-type: none"> SH 3 eins der ersten "richtigen" Videospiele immer abends mit meinem Bruder im dunklen Kinderzimmer gespielt seither bin ich verliebt in diese Welt, hab mir alles dazu reingezogen und war gebrochen, als plötzlich alles in sich zusammengefallen ist - aber dazu kommen wir später vermutlich noch "Du hast gar keine Beziehung dazu, oder?"
		K	<ul style="list-style-type: none"> Ne, nicht wirklich. "Und ich versteh halt einfach nicht, wieso so viele Leute diese Reihe so feiern" Horrorspiele konnte ich noch nie leiden. Aber bei Silent Hill kam dann noch dazu, dass ich nie wirklich verstanden hab, was das eigentlich soll. Kam mir irgendwie alles sehr abstrus vor.
		J	"Naja, SH hat schon immer eine besondere Story, aber das macht es eben auch aus."
	Diskussion (30 min.)		<ul style="list-style-type: none"> Story je nach Teil andere Story, aber alles immer in dieser Stadt, die alle in ihren Bann zu ziehen scheint. Die Stadt scheint Menschen zu rufen, um sie etwas zu durchleben, zu verarbeiten zu lassen, Prüfung erster Teil: Vater sucht seine verschwundene Tochter; zweiter Teil: Mann erhält Brief von seiner verstorbenen Frau; etc. -> alles führt nach SH kleines verlassenes amerikanisches Städtchen, es existiert zwei Mal, wie eine Parallelwelt, Parallelwelt gezeichnet durch Blut/Rost/Gitter -> Stilbildend -> davon packen wir euch mal das ein oder andere Bild auch auf Instagram nach und nach wird mehr von der Geschichte des Hauptcharakters aufgedeckt, seine vor allem inneren Kämpfe enthüllt, währenddessen trifft man auch andere Charaktere, muss Rätsel lösen, Monster bekämpfen, und sich eben durch das nebelige SH schlagen -> bis sich dann irgendwann - angekündigt durch die SH-typische Alarmsirene - alles in der Umgebung verwandelt und man in das alternative SH eintritt Interpretationsspielraum enorm hoch -> Hölle? Fantasie? Alles hat Bedeutung und kann im Rahmen des inneren Kampfes des Hauptcharakters interpretiert werden (Schuld, Angst, Unsicherheit, auch sexuelles, etc.)
		K	<ul style="list-style-type: none"> Nichtsdestotrotz im Vergleich echt hässlich, schlechte Grafik und eine gewöhnungsbedürftige Steuerung
			<ul style="list-style-type: none"> Grafik und Gameplay grundsätzlich Steuerung ja auch der Zeit geschuldet, heute anders -> trotzdem Gameplay recht simpel aber wo wir gerade beim Gameplay sind: <ul style="list-style-type: none"> verschiedene Enden, UFO-Ende ikonische Charaktere: Pyramidhead Grafik: da muss man unterscheiden! SH 1 grafisch echt unterirdisch, okay, aber SH2 dagegen grafischer Vorreiter SH 2 damals grafisch enorm gut, Übergänge zwischen Cutscenes und Gameplay (Spiegel James Sunderland) besondere Kameraperspektiven (hat sich mitbewegt das erste Mal) <ul style="list-style-type: none"> Fokus Atmosphäre: <ul style="list-style-type: none"> Schnee (Einsamkeit, Isolation), Weltenwechsel, Sirene -> Wunsch zum Nebel zurückzukommen, obwohl man das vorher schon also so gruselig empfunden hat Stimmung recht melancholisch, nicht nur gruselig Anekdoten (verschlossene Türen, Atmo (Rollstuhl-Rad), unberechenbar aber nicht Jumpscare (psychologischer Horror)) Gestaltung: <ul style="list-style-type: none"> David Lynch (Jacobs Ladder) als Vorbild bleibt im Kopf, alles vollgeladen mit Metaphern, alles repräsentiert irgendwas im Kontext der Story (Figuren, Aussehen, Orte, etc.), tausend Analysen online Soundtrack

			<ul style="list-style-type: none"> • Soundtrack -nicht typisch gruselig und nicht typisch Gaming -> zwei Beispiele hören -Sounddesigner und Komponist Akira Yamaoka -Sounds eher industriell, viel wird durch Melodien getragen -> Beispiel hören
			<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung - sehr gehyped, weil es für das Genre eben so stilbildend war - Reputation hat aber nach dem 3. Teil immer weiter nachgelassen -> Silent Hill 4 ist sehr umstritten, Homecoming und Downpour teilweise "verhasst" - Druck wurde groß, insb. nachdem Resi so eine Kurve gemacht hat -> Ankündigung von Silent Hills unter Führung von Hideo Kojima, PT war nur der Teaser und hat an sich schon ein neues Horror-Genre erschaffen - Spannung war auf dem Peak, dann der Zusammenbruch durch das Zerwürfnis zw. Kojima und Konami - Jahrelange Trauer der Fans, die eigentlich nie so richtig abgeklungen ist. Immer wieder gab es kleine Gerüchte, die dann doch wieder verneint wurden - doch endlich: Herbst 2022 riesige Ankündigung von Konami und alle sind aus dem Häuschen
			<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung - prägend für das Survival-Horror-Genre, trotz starkem Konkurrenten Resi - prägend vor allem auf so vielen Ebenen: Gameplay und Story, aber auch musikalisch, grafisch, Charaktere, Storytelling, etc. - hat Kult-Charakter, aber auch fast abgeraucht, bevor es in der Versenkung verschwunden ist - Inspiration für zahlreiche Spiele: es gibt super viele SH-Fangames, Spiele die sich merklich durch die frühen SH haben inspirieren lassen, PT als ganz neues Genre, trotz Abbruch der Produktion - Silent Hill 2 immer noch eins der besten überhaupt, für mich ist 3 zwar besonders, aber SH2 wird auch weltweit immer noch so gehandelt - Aktualität durch anstehende Releases
	Entscheidung / Fazit (5 min.)		*Trenner-Sound
		J	"Und, wie sieht es aus? Was denkst du jetzt über Silent Hill nach unserer Diskussion und könntest du dir vorstellen, es doch mal zu spielen?"
		K	Antwort
Abmoderation	(5 Min.)	J	"Ja, und damit kommen wir jetzt auch so langsam zum Ende. Das war die allererste Folge Welcome Player 2. Kevin, wie fandest du?"
		K	"Mega. Also ich hatte echt viel Spaß und freu mich drauf, das jetzt wöchentlich zu machen, denn nächste Woche (Montag) geht es ja schon weiter!"
		J	"Genau! Und zwar mit einem Thema, für das Kevin voller Leidenschaft brennt, nämlich die Soulsborne-Spiele! Da bin ich zwar noch etwas verhalten, aber wer weiß, wie es mir damit am Ende der zweiten Folge geht. Ihr dürft also gespannt sein und bis dahin gern alles abonnieren, was es von uns so gibt. Das ist zum einen natürlich unser Podcast - da wäre eine Bewertung auch mega klasse - aber wir haben ja auch den schon erwähnten Instagram-Kanal. Schaut der gerne mal vorbei unter wp2pod.
		K	"Da könnt ihr uns auch sehr gerne schreiben, wenn ihr Fragen oder Wunschthemen habt. Das geht aber auch per Mail, die Adresse findet ihr in den Shownotes, sowie auch alles andere. Also haut rein und bis zum nächsten Mal!"
		J	"Tschüssi!"
Outro	(42 Sek.)	J	"Welcome Player 2 ist eine Produktion von mir, Julia Verstraelen. Die Show ist das Abschlussprojekt meines Studiums "Online Redaktion" an der TH Köln und Ergebnis meiner medienpraktischen Bachelorarbeit."

Anhang 5: Skript Folge 002

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
		[Expert*in]	"Heute: Sterben lernen in den Soulsborne-Teilen"
Begrüßung	(30 Sek.)	J	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2, dem Gaming Podcast der etwas anderen Art! Meine Name ist Julia"
		K	"und ich bin Kevin"
	Warum	J	"und heute geht es um die Soulsborne-Spiele, also Demon's Souls, Darksouls, Bloodborne und Co. Kevin erzählt uns, warum das die frustrierendsten Spiele ever sind und warum sie trotzdem zu seinen absoluten Favoriten gehören."
Hauptteil			*Trenner-Sound
	Pitch / Kurzerklärung (5 min.)	K	<ul style="list-style-type: none"> • Offiziell Action-Rollenspiele von From Software • Erstes Spiel Demon's Souls von 2009 auf der PS 3 • Unterschied zu anderen Spielen ist der sehr hohe Schwierigkeitsgrad • Das Projekt stand kurz vor dem Aus und genau das machte es so erfolgreich • die Story wird kryptisch erzählt, bietet viel Interpretationsspielraum • 7 große Teile, letzter 2022 -> Gründung eines eigenen Genre's • Oft kopiert, nie erreicht (Souls-Like)
	Überleitung	J	"Aber warum findest du das Ding jetzt so geil?"
	Beziehung und Kritik (5 min.)	K	<ul style="list-style-type: none"> • Lange Historie (Demon's Souls und Dark Souls auf Empfehlung) • Mit Bloodborne erster richtiger Zugang (Platin) • ganz anders, als alle anderen Spiele bisher • Einen Boss zu besiegen, fühlt sich an als hätte man es verdient • dann Platiniert • "Du hast gar keine Beziehung dazu, oder?"
		J	<ul style="list-style-type: none"> • Ne, nicht wirklich. Hatte da nie einen Bezug zu und hab das nur mal bei dir gesehen, dir mal zugesehen und mal ausprobiert. • Hat mich dann abgeschreckt: Die Story, wenn es eine gibt, ist so komplex und/oder wirr - was soll das?
	Überleitung	K	"Naja, es hat schon viele Besonderheiten und war tatsächlich Genre bildend. Aber vielleicht erzähl ich erstmal nochmal etwas genauer zum Spiel"
	Diskussion (30 min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Story -je nach Teil andere Story, außer die drei Darksouls-Teile (inkl. DLC's) -sehr kryptisch erzählt, man wird eingeladen zum interpretieren und diskutieren (jeder Gegenstand erzählt seine Geschichte) -Verschiedene Enden -kein fester Protagonist

		J	<ul style="list-style-type: none"> • Was ich auch noch damit verbinde: es ist unglaublich schwer, man bekommt nur aufs Maul • und das ganze Spiel ist einfach irgendwie mega komplex, trotzdem gibt es nicht mal ein Tutorial!
			<ul style="list-style-type: none"> • Gameplay ◦ Die Welt "retten" ◦ Roll dich zum Sieg ◦ jeder Gegner kann dein Ende bedeuten, Bosse sind besonders schwer, ◦ aktives Speichern und Pause nicht möglich, Zwischenspeichern an Leuchtleuchern, Lampen o.ä. ◦ Die Grafik wurde immer weiter entwickelt, Darksouls I sehr grün, hatte damals mitunter starke Performance Probleme (10 FPS Bligh-Town) ◦ ikonische Charaktere: Siegward of Catarina (Zwiebelritter), Solaire von Astora (Praise the Sun) ◦ mit der steigenden Anzahl der Teile, steigt auch die Einsteigerfreundlichkeit (Schnellreise etc.) ◦ hohe Frustrationstoleranz erforderlich ◦ Fashion-Souls, an der Rüstung ist nur der Look entscheidend <ul style="list-style-type: none"> > Atmosphäre: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Stimmung recht melancholisch ◦ bedrückend ◦ angespannt > Setting: <ul style="list-style-type: none"> ◦ variiert je nach Spiel stark --> Demon's Souls = westliches Mittelalter --> Darksouls = westliches Mittelalter --> Bloodborne = viktorianisches Zeitalter (Pestdoktor) --> Sekiro = Japan des 16. Jahrhundert --> Eldenring = westliches Mittelalter -> Elden Ring grafisch besonders geil, da sieht man mal, wie sehr sich die Spiele auch weiterentwickelt haben -> unser IG
			<ul style="list-style-type: none"> • Soundtracks --> epochal, traurige Note Bsp. Darksouls III und Elden Ring von Yuka Kitamura --> jeder Boss hat einen eigenen Soundtrack
			<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung ◦ sehr gehyped, weil es das Genre sich mittlerweile für alle geöffnet hat ◦ Reputation steigt mit jedem Teil deutlich an, Elden Ring lieferte den 3. besten Start aller Zeiten auf Twitch. Es ist das sich am schnellsten verkaufende Spiel von Bandai-Namco aller Zeiten ◦ DLC "Shadow of the Erdtree" wird heiß erwartet und vermutlich anfang 2024 erscheinen ◦ bleibt sich im Kern treu (kryptische Story, kein Tutorial, Bierschwer)
			<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung ◦ hatte schon immer eine große Relevanz auf You-Tube, ganze Streams ◦ hat ein Sub-Genre gegründet ◦ viele Souls-Like Spiele auf dem Markt (Jedi Survivor, Remnant of Ashes, The Surge) ◦ unerreicht, egal was die Konkurrenz versucht ◦ der Hype hält an und die Spiele setzen für die gesamte Branche einen Maßstab ◦ Speedruns, besondere Herausforderungen (no death/no hit challenges, bis hin zum God-Run)
	Entscheidung / Fazit (5 min.)		*Trenner-Sound
		K	"Und, wie sieht es aus? Was denkst du jetzt über die Soulsborne-Spiele nach unserer Diskussion und könntest du dir vorstellen, es doch mal zu spielen?"
		J	Antwort
Abmoderation	(5 Min.)	K	"Ja, und damit kommen wir dann auch so langsam zum Ende. Das war Welcome Player 2 für diese Woche! Ich hoffe ihr hattet Spaß - ich auf jeden Fall!"
		J	"Voll! Und wenn es euch auch so geht, dann folgt gerne unserem Podcast und lasst eine Bewertung da, das hilft uns sehr! Auf IG könnt ihr uns auch gerne folgen @wp2pod, da gibt es alle Bilder zur aktuellen Folge. Alle weiteren Links findet ihr in den Shownotes. Und nächsten Montag geht es dann wieder frisch weiter."
		K	"Genau! Und zwar mit einem Thema, das so manche Gamer-Geister spaltet: die Sims. Jule wird versuchen mich davon zu überzeugen, dass die Sims doch mehr beinhalten, als Langeweile und dass auch Sims-Spieler "richtige Gamer" sind. Mal sehen!"
		J	"Das wird auf jeden Fall eine ordentliche Diskussion das weiß ich jetzt schon! Bis dahin macht es gut und passt auf euch auf!"
		K	"Tschüssli!"
Outro	(42 Sek.)	J	"Welcome Player 2 ist eine Produktion von mir, Julia Verstraelen. Die Show ist das Abschlussprojekt meines Studiums "Online Redaktion" an der TH Köln und Ergebnis meiner medienpraktischen Bachelorarbeit."

Anhang 6: Skript Folge 003

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
	(10 sek.)	[Expert*in]	"Heute: endlich auf unsere Bedürfnisse achten in Die Sims"
Begrüßung	(30 Sek.)	J	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2, dem Gaming Podcast der etwas anderen Art! Meine Name ist Julia"
		K	"und ich bin Kevin"
	Warum	J	"und heute beschäftigen wir uns mit einem der größten Simulations-Spiele überhaupt, mit Die Sims. Von Häusle bauen und der Bilderbuchfamilie bis hin zu Mord und Totschlag ist hier heute alles dabei und wird bestimmt einige überraschen. Also stay tuned!"
Hauptteil			*Trenner-Sound
	Pitch / Kurzerklärung (5 min.)	J	<ul style="list-style-type: none"> • (Lebens-)Simulation von EA, erster Teil im Jahr 2000, seither 3 weitere Teile plus schier unendliche Erweiterungen • man kann Menschen und ihre Geschichten gestalten, Häuser bauen, ganze Leben leben • Riesen-Community, eigene Bubble • es gibt nichts vergleichbares; alle die es versucht haben, sind gescheitert
	Überleitung	K	"Aber warum findest du das Ding jetzt so geil?"

		J	<ul style="list-style-type: none"> gestartet mit Die Sims 2, schon als Kind Stunden damit zugebracht gemeinsam mit Freunden uns selbst nachgebaut, den eigenen Crush nachgebaut, Traumhäuser gebaut oder lustige Szenarien und alle Arten ausprobiert, wie jemand sterben kann - ganz klassisch die Leiter aus dem Pool entfernt oder eine Kuhpflanze gezüchtet - good times! immer eine Art Ruhepol für mich: konnte Stunden damit verbringen, ganz unaufgeregt einfach den Alltag meiner Sims gestalten, das erste Cozy Game für mich "Du hast gar keine Beziehung dazu, oder?"
		K	<ul style="list-style-type: none"> ne, es hat mich nie gereizt immer konnotiert als DAS Mädchen-Spiel, gar kein richtiges "Game" langweilig, so ganz ohne Spielziel
	Überleitung	J	"Genau das ist es aber, was für viele den Reiz von Die Sims ausmacht, die kreative Freiheit. Einfach machen zu können, was man will, ohne genaue Regeln. Aber dafür muss ich wahrscheinlich das Spielprinzip nochmal etwas genauer erklären"
	Diskussion (30 min.)		<ul style="list-style-type: none"> Story es gibt keine übergeordnete Story in Die Sims -> Sandbox-artige Lebenssimulation, also alles kann, nichts muss
			<ul style="list-style-type: none"> Gameplay man startet, indem man einen Haushalt gründet. Man entwirft seine Sims, optisch sowie charakterlich, und platziert sie dann in der Welt auch die Welt ist gestaltbar, man kann Häuser und Grundstücke bauen und gestalten es gibt zwar mögliche Storyplots, die man durchlaufen kann, z.B. innerhalb von bestimmten Karrieren oder in bestimmten Nachbarschaften, das kann man aber auch ignorieren -> z.B. StrangerVille Community und Teilbarkeit: man kann alle eigenen Kreationen teilen und sich auch an den Kreationen der Community bedienen >Gestaltung: <ul style="list-style-type: none"> früher immer realistischer, Sims 4 jetzt wieder etwas Comic-artiger grundsätzlich sehr positiv belegt, hell Soundtrack: im Life-Modus nicht vorhanden, aber im Bau-Modus >Besonderheiten: <ul style="list-style-type: none"> eigene Sprache -> Meme ständig neuer Content, auch kostenlos
			<ul style="list-style-type: none"> Soundtrack auch wieder sehr cozy, entspannte, aber nicht einschläfernde Sounds -> Beispiel abspielen viele lieben den Soundtrack und nutzen ihn beispielsweise in anderen Kontexten, beim Lernen o.ä.
			<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung großer Hype, insb. um Teil 3 - viele finden den immer noch am besten Community hat tausende Challenges entwickelt, um Spiel abwechslungsreicher zu machen Besonderheit: große Modder-Community -> Spieler selbst verändern das Spiel und entwickeln neues Gameplay sowie neue Objekte, wird auch von EA unterstützt Mods sind sehr vielfältig: Von mehr Lebensnähe (Unterhaltszahlungen, Teenie-Schwangerschaften) bis zu Cheats ist da alles dabei, aber auch viele Mods zum besseren Storytelling -> ganze Geschichten werden ausgedacht und erzählt, dann können Sims sich gegenseitig umbringen, Emotionen zeigen, etc. EA arbeitet sehr nah an der Community: viele Mods wurden dann offiziell umgesetzt oder dienten als Inspiration (z.B. Emotionen), Challenge-Modus wurde fest ins Spiel integriert, Community durfte über Erweiterungspacks abstimmen in letzter Zeit kommt mehr Konkurrenz (Life by You, Paralives), könnte Bewegung bringen; ob Monopolstellung angreifbar aber fraglich -> LBY von Paradox, die auch mit Cities Skylines das Spiel Sim City aus dem Weg geräumt hat
			<ul style="list-style-type: none"> Bedeutung absolute Monopolstellung unter den Lebenssimulatoren riesiger Hype seit Teil 1, hält bis heute an und auch Die Sims 5 werden die Fans den Händlern aus den Händen reißen unterscheidet sich maßgeblich von viele anderen Spielen durch die Communitynähe
	Entscheidung / Fazit (5 min.)		*Trenner-Sound
		J	"Und, wie sieht es aus? Lust auf Die Sims?"
		K	Antwort
Abmoderation	(5 Min.)	J	"Ja, und damit kommen wir dann auch so langsam zum Ende. Das war Welcome Player 2 für diese Woche! Ich hoffe ihr hattet Spaß - ich auf jeden Fall!"
		K	"Voll! Und wenn es euch auch so geht, dann folgt gerne unserem Podcast und lasst eine Bewertung da, das hilft uns sehr! Auf IG könnt ihr uns auch gerne folgen @wp2pod, da gibt es alle Bilder zur aktuellen Folge. Alle weiteren Links findet ihr in den Shownotes. Und nächsten Montag geht es dann wieder frisch weiter."
		J	"Genau! Und zwar mit einem ganz besonderen Thema, nämlich einem wahren Gaming-Urgestein: The Secret of Monkey Island! Kevin ist Fan der ersten Stunde und wird uns den Reiz des pixeligen Point-and-Click genauer erklären."
		K	"Da freue ich mich schon besonders drauf, denn die Spielereihe hat wirklich einige lustige Besonderheiten. Aber bis dahin müsst ihr euch noch eine Woche gedulden. Bis dahin macht es gut und passt auf euch auf!"
		J	"Tschüss!"
Outro	(42 sek.)		"Welcome Player 2 ist eine Produktion von mir, Julia Verstraelen. Die Show ist das Abschlussprojekt meines Studiums "Online Redaktion" an der TH Köln und Ergebnis meiner medienpraktischen Bachelorarbeit."

Anhang 7: Skript Folge 004

Struktur	Thema (Zeit)	Wer	Inhalt
Intro	(42 Sek.)		
		[Expert*in]	"Heute: Alles mit allem kombinieren in The Secret of Monkey Island"
Begrüßung	(30 Sek.)	J	"Hallo und herzlich willkommen zu Welcome Player 2, dem Gaming Podcast der etwas anderen Art! Meine Name ist Julia"
		K	"und ich bin Kevin"
	Warum	J	"und heute geht es um einen wahren Klassiker der Gaming-Geschichte: The Secret of Monkey Island. Wir sprechen über die aberwitzigen Abenteuer des Guybrush Threepwood - ja, so heißt der Protagonist der Reihe wirklich -, über Rätselfrust und Beleidigungsduelle - es wird also spannend!"
Hauptteil			*Trenner-Sound
	Pitch / Kurzerklärung (5 min.)	K	<ul style="list-style-type: none"> • Point and Click Reihe ab 1990 • Guybrush Ulysses Threepwood • Lucasfilm Games hat bewiesen wie Point & Click geht und will mit "The secret of Monkey Island" sich selbst übertreffen • 6 Teile, letzter 2022 -> Return to Monkey Island
	Überleitung	J	"Aber gut, es gibt ja 1000 Point-N-Click Spiele. Warum verbindest du jetzt speziell was mit Monkey Island?"
	Beziehung und Kritik (5 min.)	K	<ul style="list-style-type: none"> • Monkey Island 3 (The Course of Monkeyisland) 1997 eins der ersten "richtigen" Videospiele • mit dem Kumpel immer getroffen und dann gezoxt • einer war zuständig für die kreativen (verrückten Ideen) der andere für die Logik • es gab keine Hilfen und keine Komplettlösungen, daher teilweise Rätsel zum Zähneausbeißen • "Du hast gar keine Beziehung dazu, oder?"
		J	<ul style="list-style-type: none"> • das erste Mal in diesem Podcast, dass ich zugeben muss nicht ganz abgeneigt zu sein, denn ich liebe einfach schrullige Charaktere • Aber: oft sind die Rätsel in solchen Spielen entweder viel zu kompliziert oder absurd unlogisch -> warum kann ich den Brief jetzt nur mit dem Brieföffner öffnen, nicht mit dem Messer? • der Stil ändert sich von Teil zu Teil, was mich irgendwie nervt
	Überleitung	K	"Naja, genau auf dieses abwägige legt Monkey Island es an --> Karten Tattoo und das Spiel ist 33 Jahre alt "
	Diskussion (30 min.)		<ul style="list-style-type: none"> • Story ◦Guybrush kommt auf Meele Island an und will ein mächtiger Pirat sein/ werden. Leider ist er naiv, höflich und schwächig ◦Alle anderen Piraten werden dafür sehr überzeichnet ◦Er löst jede Aufgabe und jedes Rätsel genau nicht logisch und mit der Hilfe von Voodoo ◦Story's: seine große Liebe Elaine retten, den größten Schatz aller Zeiten Big Whoop heben und gegen Zombie Pirat LeChuck kämpfen ◦Teil 3 gilt bis heute als eines der besten Adventures aller Zeiten ◦Teil 2 endete mit riesem Cliffhanger und diese Lücke wurde 2022 geschlossen
			<ul style="list-style-type: none"> • Gameplay ◦Rätsel lösen ◦Kombinieren, kombinieren, kombinieren ◦wiederkehrende Elemente und Charaktere: <ul style="list-style-type: none"> >Beleidigungsfechten ("En Garde! Touché!" --> "Oh, das ist ein solch übles Klischee.") > Stan S. Stanman (Animation) > Murray > Herman Toothbrush > immer wieder Verweis auf andere Filme oder Spiele von Lucas (Starwars "erforsche deine Gefühle" Fragen Sie mich nach "the loom" oder "GrimFandango") > Atmosphäre: <ul style="list-style-type: none"> ◦Urlaub in der Karabik, mit viel Witz ◦Stimmung locker, lustig. Mach gute Laune >Gestaltung: <ul style="list-style-type: none"> ◦Remakes können umgeschaltet werden, immer sehr stylisch und mutig ◦ Von Pixel über eine sehr schlechte 3D-Grafik bis hin zu sehr ausgefallenem Comic-Stil > Kritik: ende der 90er keine Komplettlösung, Rätsel teilweise zu schwer (nur in Englisch sinnvoll --> Monkey Wrench, dadurch nahezu Gamebraking)
			<ul style="list-style-type: none"> • Soundtrack ◦typisch karibisch, fröhlich -> passend zum Setting und zur Stimmung ◦nicht sehr ablenkend, kann gut das Spiel im Hintergrund begleiten
			<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung ◦ Witz auch über die eigenen Errungenschaften die Scumm-Bar ◦ Immer wieder aufgenommen und erneuert worden ◦ Ron Gilbert bei den ersten beiden und dem letzten Teil dabei ◦ Absoluter Hype ◦ Scumm-Engine durch Ron Gilbert entwickelt, State of the Art
			<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung ◦ persönlich: eines der besten Spiele aller Zeiten, immer wieder spielen! ◦ prägend für das Point and Click-Genre, Lucas stand für mega Titel z.B. Indiana Jones ◦ erfreut sich immernoch sehr großer Beliebtheit ◦ zeitlos
	Entscheidung (5 min.)		*Trenner-Sound
		K	"Und, wie sieht es aus? Was denkst du jetzt über die Monkey Island nach unserer Diskussion und könntest du dir vorstellen, es doch mal zu spielen?"
		J	Antwort

Abmoderation	(5 min.)	K	"Ja, und damit kommen wir dann auch so langsam zum Ende. Das war Welcome Player 2 für diese Woche! Ich hoffe ihr hattet Spaß - ich auf jeden Fall!"
		J	"Voll! Und wenn es euch auch so geht, dann folgt gerne unserem Podcast und lasst eine Bewertung da, das hilft uns sehr! Auf IG könnt ihr uns auch gerne folgen @wp2pod, da gibt es alle Bilder zur aktuellen Folge. Alle weiteren Links findet ihr in den Shownotes. Und nächsten Montag geht es dann wieder frisch weiter."
		K	"Genau! Und zwar mit einem weiteren Urgestein, nämlich The Legend of Zelda. Eine Spielereihe, die definitiv Maßstäbe gesetzt hat und die bis heute die Menschen auch mit jedem neuen Teil in ihren Bann zieht. Dazu erzählt Jule einen Schwenk aus ihrer Jugend, in der sie insbesondere Windwaker und Oracle of Seasons rauf und runtergespielt hat."
		J	"Das kann man so sagen! Bis dahin alles Gute und passt auf euch auf!"
		K	"Tschüssi!"
Outro	(42 Sek.)		"Welcome Player 2 ist eine Produktion von mir, Julia Verstraelen. Die Show ist das Abschlussprojekt meines Studiums "Online Redaktion" an der TH Köln und Ergebnis meiner medienpraktischen Bachelorarbeit."

Anhang 8: Liste der externen Anhänge

Im externen Anhang befindet sich:

- Die Excel-Datei „Contentplan“, die folgende Inhalte enthält:
 - o Den vollständigen Contentplan
 - o Beschreibungstexte für die verschiedenen Plattformen und Posts
 - o Die Master-Themenliste
 - o Die Themenliste der ersten 10 Folgen
 - o Das Blanko-Skript
 - o Skript #000 (Trailer)
 - o Skript #001 - #004
- Eine Datei mit allen für Instagram produzierten Posts, Stories und Videos
- Screenshots des IST-Zustandes bei Abgabe (Instagram-Kanal, Spotify-Backend und -Frontend)
- Die Zugangsdaten zu Instagram und zu Spotify
- Personas und User Stories
- Das Moodboard
- Das Podcastcover

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe und nur unter Verwendung der zulässigen Mittel sowie der angegebenen Literatur angefertigt habe. Mir ist bekannt, dass die Weitergabe von Rechten an dieser Arbeit oder von Auszügen aus dieser Arbeit an Dritte der Zustimmung von Frau Prof. Dr. Werner bedarf.

Ort, Datum

Rechtsverbindliche Unterschrift

TH Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln
www.th-koeln.de

Technology
Arts Sciences
TH Köln