

# Podcast Redaktionsplan Vorlage

---

Content-Planung, Gäste-Pipeline und Publishing-  
Workflow für konsistente Veröffentlichung

|podcast360

Mehr kostenlose PDFs auf [podcast360.de/ressourcen](https://podcast360.de/ressourcen)

Stand: Mai 2026

# Inhalt

---

1. Content-Säulen definieren
  2. Monatsplan erstellen
  3. Gäste-Pipeline verwalten
  4. Saisonale Themenplanung
  5. Veröffentlichungs-Workflow
  6. Content Repurposing
  7. Qualitätskontrolle vor Veröffentlichung
- Nächste Schritte

# 1. Content-Säulen definieren

Content-Säulen sind die 3-5 wiederkehrenden Themenfelder, um die sich deine Episoden drehen. Sie verhindern, dass du planlos von Thema zu Thema springst, und geben Hörern ein klares Bild davon, was sie von deinem Podcast erwarten können. Jede Säule sollte zwei Kriterien erfüllen: Du kannst mindestens 15 Episoden darüber produzieren, und deine Zielgruppe sucht aktiv nach diesen Themen.

## Content-Säule 1

---

*z.B. Praxisberichte und Fallstudien*

**Typ (Evergreen / Aktuell / Gemischt)**

---

*z.B. Gemischt*

## 5 Episodenideen für Säule 1

---

*z.B. Wie Firma X ihren Podcast in 6 Monaten auf 800 Downloads/Episode gebracht hat*

## Content-Säule 2

---

*z.B. Tools und Workflows*

**Typ (Evergreen / Aktuell / Gemischt)**

---

*z.B. Evergreen*

## 5 Episodenideen für Säule 2

---

*z.B. Podcast-Schnitt mit Descript: Setup in 30 Minuten*

## Content-Säule 3

---

*z.B. Interviews mit Branchenexperten*

**Typ (Evergreen / Aktuell / Gemischt)**

---

*z.B. Gemischt*

## 5 Episodenideen für Säule 3

---

*z.B. Interview mit dem Head of Content von [Unternehmen] über Corporate Podcasts*

## Content-Säule 4 (optional)

---

*z.B. Branchennews und Kommentare*

## Content-Säule 5 (optional)

---

*z.B. Q&A und Hörerfragen*

## Verteilung pro Monat (z.B. bei 4 Episoden)

---

*z.B. 1x Praxisbericht, 1x Tool-Review, 1x Interview, 1x News-Kommentar*

### **TIPP**

Plane pro Säule eine Mischung aus Evergreen-Themen (z.B. Grundlagen, Best Practices) und aktuellen Themen (z.B. neue Regulierungen, Branchentrends). Verhältnis: 60% Evergreen, 40% aktuell. So hast du immer genug vorproduzierbare Episoden und bleibst trotzdem relevant.

### **ACHTUNG**

Mehr als 5 Säulen verwässern dein Podcast-Profil. Wenn alles ein Thema ist, ist nichts ein Thema. Neue Hörer entscheiden in 2-3 Episoden, ob sie bleiben - ein klares Profil beschleunigt diese Entscheidung.

## 2. Monatsplan erstellen

Der Monatsplan ist das Herzstück deiner Redaktionsplanung. Jede Woche bekommt einen festen Slot mit Thema, Format, Gast (falls zutreffend), Status und Veröffentlichungsdatum. Plane immer einen vollen Monat im Voraus - idealerweise am letzten Freitag des Vormonats. Trag diesen Plan in das Tool deiner Wahl ein: Google Sheets, Notion, Airtable oder Trello funktionieren alle.

### Monat / Jahr

---

*z.B. Juli 2026*

### Woche 1 - Thema

---

*z.B. 5 Fehler beim Podcast-Launch*

### Woche 1 - Format

---

*z.B. Solo*

### Woche 1 - Content-Säule

---

*z.B. Praxisberichte*

### Woche 1 - Gast (falls vorhanden)

---

*z.B. -*

### Woche 1 - Status

---

*z.B. BEREIT*

### Woche 1 - VÖ-Datum

---

*z.B. 01.07.2026*

### Woche 2 - Thema

---

*z.B. Interview: Corporate Podcasts bei [Firma]*

## Woche 2 - Format

---

*z.B. Interview*

## Woche 2 - Content-Säule

---

*z.B. Interviews*

## Woche 2 - Gast (falls vorhanden)

---

*z.B. Anna Müller, Head of Content bei XY GmbH*

## Woche 2 - Status

---

*z.B. RECHERCHE*

## Woche 2 - VÖ-Datum

---

*z.B. 08.07.2026*

## Woche 3 - Thema

---

*z.B. Podcast-Mikrofone unter 200 Euro im Vergleich*

## Woche 3 - Format

---

*z.B. Solo*

## Woche 3 - Content-Säule

---

*z.B. Tools und Equipment*

## Woche 3 - Gast (falls vorhanden)

---

*z.B. -*

### Woche 3 - Status

---

*z.B. IDEE*

### Woche 3 - VÖ-Datum

---

*z.B. 15.07.2026*

### Woche 4 - Thema

---

*z.B. Q3-Trends im Podcasting DACH*

### Woche 4 - Format

---

*z.B. Solo + Kommentar*

### Woche 4 - Content-Säule

---

*z.B. Branchennews*

### Woche 4 - Gast (falls vorhanden)

---

*z.B. -*

### Woche 4 - Status

---

*z.B. IDEE*

### Woche 4 - VÖ-Datum

---

*z.B. 22.07.2026*

### Puffer-Episode (für Ausfälle)

---

*z.B. Best-of: Die 5 meistgehörten Tipps aus den ersten 20 Folgen*

### **TIPP**

Batch-Produktion spart massiv Zeit: 4 Episoden am Stück aufnehmen dauert 3-4 Stunden. Die gleichen 4 Episoden einzeln über 4 Wochen verteilt kosten dich 6-8 Stunden, weil Setup, Warmreden und Kontextwechsel jedes Mal dazukommen. Blocke dir einen festen Aufnahmetag pro Monat.

### **BEISPIEL**

*Statuswerte für deinen Plan: IDEE (Thema steht, noch nicht ausgearbeitet) - RECHERCHE (Inhalte werden zusammengetragen) - BEREIT (Skript/Leitfaden steht, Aufnahme kann starten) - AUFGENOMMEN (Rohschnitt liegt vor) - GESCHNITTEN (Finaler Cut fertig) - GEPLANT (Upload und Shownotes erledigt, Veröffentlichung terminiert) - LIVE (Episode ist veröffentlicht)*

### 3. Gäste-Pipeline verwalten

Eine strukturierte Gäste-Pipeline verhindert zwei Probleme: leere Kalenderwochen, weil kein Gast zugesagt hat, und qualitativ schwache Episoden, weil du den erstbesten Gast genommen hast. Führe eine zentrale Liste mit allen potenziellen, angefragten und bestätigten Gästen. Google Sheets oder Notion reichen dafür aus - Hauptsache, du pflegst die Liste konsequent.

#### Kontaktliste aufbauen

Führe eine Tabelle mit diesen Feldern für jeden potenziellen Gast. Sortiere nach Priorität (A/B/C) und halte die Liste aktuell.

- Name und Position
- Unternehmen / Organisation
- Thema / Expertise (passend zu welcher Content-Säule?)
- Kontaktweg (E-Mail, LinkedIn, persönlicher Kontakt)
- Status: Offen / Angefragt / Zugesagt / Aufgenommen / Abgesagt
- Kontaktdatum und nächster Follow-up-Termin
- Priorität: A (Wunschgast), B (guter Fit), C (Backup)
- Notizen (z.B. Vortrag gesehen auf Konferenz X, Buchautor)

#### Outreach-Vorlage für Gästeanfragen

Eine gute Anfrage ist kurz, konkret und zeigt, dass du dich mit der Person beschäftigt hast. Hier eine Vorlage, die du anpassen kannst:

- Betreff: Einladung als Gast in [Podcast-Name] - Thema [konkretes Thema]
- Satz 1: Konkreter Bezug zur Person (z.B. Vortrag, Artikel, Projekt - kein generisches Lob)
- Satz 2-3: Worum es im Podcast geht, wer zuhört und warum die Person gut passt
- Satz 4: Was du vom Gast brauchst (30-45 Minuten Gespräch, Remote via Riverside/Zencastr)
- Satz 5: Konkreter Terminvorschlag (2-3 Optionen in den nächsten 3-4 Wochen)
- Satz 6: Wie du die Episode bewirbst (Newsletter, LinkedIn, Website) - das ist der Grund, warum der Gast zusagt
- Signatur mit Link zum Podcast und 1-2 Referenz-Episoden

## Follow-up-Ablauf

Nicht jeder antwortet beim ersten Mal. Ein strukturierter Follow-up-Prozess ist normal und kein Aufdrängen, solange du respektvoll bleibst.

- Tag 0: Erste Anfrage per E-Mail oder LinkedIn-Nachricht
- Tag 7: Erster Follow-up (kurz, freundlich, neuer Aspekt oder aktueller Bezug)
- Tag 14: Zweiter Follow-up (letzte Nachricht, alternatives Thema anbieten)
- Tag 21: Kein weiterer Kontakt. Status auf 'Keine Antwort' setzen.
- Nach 3 Monaten: Darf erneut kontaktiert werden, wenn ein neues Thema passt

## Vorbereitung nach Zusage

Zwischen Zusage und Aufnahme liegen wichtige Vorbereitungsschritte, die die Qualität der Episode bestimmen.

- Briefing-Dokument an den Gast senden: Themen, grober Ablauf, technische Anforderungen
- 3-5 Kernfragen vorab schicken (nicht alle Fragen - Spontanität muss bleiben)
- Technik-Check 15 Minuten vor der Aufnahme einplanen
- Vorab klären: Darf die Episode beworben werden? Gibt es Themen, die tabu sind?
- Aufnahmetermin per Kalendereinladung mit allen Details (Link, Dauer, Ansprechpartner)

### TIPP

Rechne mit 6 Wochen Vorlauf pro Gast: 1 Woche für Recherche und Kontaktaufnahme, 1-2 Wochen Wartezeit auf Antwort, 1 Woche Follow-up, 2-3 Wochen bis zum tatsächlichen Aufnahmetermin. Wer im Juli einen Gast braucht, muss Mitte Mai mit der Kontaktaufnahme starten.

### ACHTUNG

Ohne Pipeline passiert Folgendes: Du brauchst nächste Woche einen Gast, fragst hektisch im Netzwerk herum und nimmst, wer gerade Zeit hat - unabhängig von Qualität oder Themenpassung. Das merken Hörer.

## 4. Saisonale Themenplanung

Bestimmte Themen funktionieren zu bestimmten Zeiten besser. Branchenevents, Jahreszeiten, Geschäftsjahreszyklen und wiederkehrende Anlässe geben dir einen natürlichen Rahmen für deine Content-Planung. Der Vorteil: Du kannst Episoden vorproduzieren und trotzdem aktuell wirken, weil du den Veröffentlichungszeitpunkt gezielt wählst.

### Jahreskalender mit Branchenevents

Trage die wichtigsten Events deiner Branche in deinen Redaktionskalender ein. Diese Termine bieten Content-Anlässe, Gäste-Gelegenheiten und Reichweiten-Spitzen.

- Januar: Jahresausblick / Prognosen / Trendberichte - Hörer suchen nach Orientierung für das neue Jahr
- Februar-März: Branchenmessen und Konferenzen (z.B. SXSW, Radiodays Europe) - Nachberichte und Interviews
- April: Q1-Rückblick / Frühjahrs-Launches in vielen Branchen
- Mai-Juni: Halbjahres-Check / Konferenz-Saison / Sommerthemen vorbereiten
- Juli-August: Evergreen-Episoden und Best-of-Zusammenstellungen (geringere Hörerzahlen in der Ferienzeit)
- September: Herbst-Restart / Neue Staffeln / Budgetplanung in Unternehmen beginnt
- Oktober-November: Jahresrückblicke vorbereiten / Black Friday und Q4-Themen
- Dezember: Jahresrückblick / Dankes-Episode / Puffer für die Weihnachtspause vorproduzieren

### Saisonale Content-Ideen nach Quartal

Jedes Quartal hat eigene inhaltliche Schwerpunkte. Nutze sie als Rahmen, nicht als starre Vorgabe.

- Q1: Trends des Jahres, neue Tools und Plattformen, Vorsätze und Ziele für das Geschäftsjahr
- Q2: Praxisberichte vom Q1, Messe-Nachberichte, Halbjahres-Planung, Sommer-Specials vorbereiten
- Q3: Leichtere Formate (Sommerloch nutzen), Best-of-Episoden, Behind-the-Scenes, Gastserien
- Q4: Jahresrückblick, Top-Learnings, Ausblick aufs Folgejahr, Spezial-Episoden zu Branchen-Highlights

### Vorproduktion planen

Saisonale Planung funktioniert nur mit Vorproduktion. Definiere für jedes Quartal einen Aufnahme-Block.

- Mindestens 2 Puffer-Episoden vorproduziert haben (Evergreen-Themen, die jederzeit veröffentlicht werden können)
- Aufnahme-Blöcke im Kalender blocken: ein Tag pro Monat für 3-4 Episoden am Stück
- Saisonale Episoden 4-6 Wochen vor Veröffentlichung aufnehmen
- Gästeanfragen für das Folgequartal im letzten Monat des aktuellen Quartals starten

**TIPP**

Plane die Inhalte für Q1 (Januar-März) bereits im November. Das klingt früh, ist aber notwendig: Zwischen Mitte Dezember und Anfang Januar sind viele Gäste nicht erreichbar, und du brauchst einen Puffer für die Weihnachtspause. Wer im Januar ohne fertige Episoden dasteht, startet das Jahr mit einer Lücke im Veröffentlichungsplan.

## 5. Veröffentlichungs-Workflow

Zwischen fertiger Aufnahme und veröffentlichter Episode liegen 8 Arbeitsschritte. Ohne dokumentierten Workflow vergisst du einzelne Schritte, die Qualität schwankt, und die Veröffentlichung verzögert sich. Dieser Ablauf deckt alles ab - von der Rohaufnahme bis zur Promotion am Veröffentlichungstag.

### 1 Rohschnitt und Audioproduktion (60-90 Minuten)

Schneide Versprecher, lange Pausen und irrelevante Abschnitte heraus. Pegele die Lautstärke aus (Loudness-Normalisierung auf -16 LUFS für Podcasts). Füge Intro, Outro und ggf. Musik-Übergänge ein. Tools: Descript (transkriptbasierter Schnitt), Audacity (kostenlos), Adobe Audition (Profi), Hindenburg (für Podcast-Produzenten gebaut).

### 2 Shownotes schreiben (30-45 Minuten)

Shownotes sind dein SEO-Hebel und die Visitenkarte jeder Episode. Inhalt: Zusammenfassung in 3-5 Sätzen, Timestamps für die Hauptabschnitte, Links zu erwähnten Ressourcen, Gast-Bio mit Links. Schreibe die Zusammenfassung so, dass jemand ohne Zuhören versteht, ob die Episode für ihn relevant ist.

### 3 Episodenbild erstellen (15-20 Minuten)

Erstelle ein quadratisches Episodenbild (1400x1400px Minimum, 3000x3000px empfohlen). Es sollte den Episodentitel lesbar zeigen und zum Cover-Design passen. Tools: Canva (Vorlagen anlegen und wiederverwenden), Figma, oder Adobe Express. Bei Interview-Folgen: Foto des Gastes einbinden.

### 4 Social-Media-Posts vorbereiten (30-45 Minuten)

Erstelle mindestens 3 Posts pro Episode: 1x Ankündigung am Veröffentlichungstag (mit Audiogramm oder Zitat-Grafik), 1x Kernaussage oder Tipp aus der Episode (1-2 Tage nach VÖ), 1x Frage an die Community zum Episodenthema (3-4 Tage nach VÖ). Plane die Posts in einem Scheduler vor (Buffer, Later, Publer).

### 5 Upload auf Hosting-Plattform (15 Minuten)

Lade die fertige Audiodatei (MP3, 128 kbps Stereo oder 96 kbps Mono reichen) auf deinen Podcast-Hoster hoch. Fülle alle Pflichtfelder aus: Titel, Beschreibung/Shownotes, Episodennummer, Staffel (falls vorhanden), Episodenbild, Tags/Kategorien. Setze den Veröffentlichungszeitpunkt (Scheduling).

### 6 Metadaten und SEO prüfen (10 Minuten)

Prüfe vor der Veröffentlichung: Episodentitel enthält ein relevantes Keyword. Beschreibung ist ausgefüllt und enthält die wichtigsten Begriffe. Kategorien und Tags sind korrekt gesetzt. Episodenbild ist hochgeladen und wird korrekt angezeigt. Shownotes auf der Website sind verlinkt.

**7**

### **Newsletter vorbereiten (20-30 Minuten)**

Schreibe einen kurzen Newsletter zur neuen Episode: Worum geht es, warum ist das jetzt relevant, ein Zitat oder Highlight aus der Episode, direkter Link zum Hören. Versende den Newsletter am Veröffentlichungstag oder einen Tag vorher als Teaser. Tools: Mailchimp, Kit (ehemals ConvertKit), Brevo.

**8**

### **Veröffentlichen und Promotion starten (15 Minuten)**

Am Veröffentlichungstag: Prüfe, ob die Episode auf allen Plattformen korrekt erscheint (Apple Podcasts kann mehrere Stunden verzögert sein (offiziell bis zu 24 Stunden)). Poste den vorbereiteten Social-Media-Content. Versende den Newsletter. Informiere den Gast (bei Interviews), damit auch er oder sie die Episode teilt.

#### **TIPP**

Gesamtaufwand pro Episode (nach der Aufnahme): 3-5 Stunden. Verteile die Schritte auf 2-3 Tage, damit du nicht alles am Veröffentlichungstag erledigen musst. Ideal: Aufnahme am Montag, Schnitt am Dienstag, Upload und Shownotes am Mittwoch, Veröffentlichung am Donnerstag.

## 6. Content Repurposing

Jede Podcast-Episode enthält Material für 5-10 weitere Content-Stücke. Die meisten Podcaster nutzen davon nichts. Repurposing ist kein Extra-Aufwand, wenn du es direkt in deinen Workflow einbaust - die Inhalte existieren bereits, du bringst sie nur in neue Formate. Plane pro Episode 30-45 Minuten zusätzlich für Repurposing ein.

- Blog-Artikel aus der Episode erstellen (Transkript als Basis, nicht 1:1 abschreiben, sondern als eigenständigen Artikel umschreiben - 800-1.200 Wörter)
- 3 kurze Video-Clips für Social Media schneiden (30-60 Sekunden, vertikales Format für Reels, Shorts, TikTok)
- LinkedIn-Post mit der Kernaussage der Episode schreiben (Text-Post mit 1-2 konkreten Takeaways)
- Zitate aus der Episode als Grafiken aufbereiten (Canva-Vorlage mit Podcast-Branding, 1080x1080px für Instagram/LinkedIn)
- Newsletter-Zusammenfassung versenden (3-5 Sätze, wichtigstes Learning, Link zur Episode)
- Transkript auf der Website veröffentlichen (verbessert SEO, macht den Podcast barrierefrei zugänglich)
- Audiogramm erstellen (Wellenform-Animation mit Untertiteln, 30-60 Sekunden, Tools: Headliner, Descript)
- Karussell-Post für Instagram/LinkedIn (5-7 Slides mit den Kernpunkten der Episode)
- Gast bitten, die Episode in seinem/ihrem Netzwerk zu teilen (vorformulierten Text mitsenden)
- Episode in relevanten Communities teilen (Slack-Gruppen, Discord-Server, Reddit - nur wenn die Community-Regeln es erlauben)

### TIPP

Erstelle eine Repurposing-Vorlage in deinem Projektmanagement-Tool (Notion, Trello, Asana). Für jede neue Episode wird die Vorlage dupliziert, und du arbeitest die Punkte ab. Nach 3-4 Episoden läuft der Prozess automatisch.

## 7. Qualitätskontrolle vor Veröffentlichung

Eine Checkliste, die du vor jeder Veröffentlichung durchgehst. 5 Minuten pro Episode, die dir peinliche Fehler ersparen: falsche Episodennummern, fehlende Links, kaputte Timestamps oder vergessene Gäste-Tags. Druck diese Liste aus oder speichere sie als wiederkehrende Aufgabe in deinem Projektmanagement-Tool.

- Episodentitel ist korrekt und enthält das Hauptkeyword
- Episodenummer stimmt (kein Duplikat, keine ausgelassene Nummer)
- Beschreibung/Shownotes sind vollständig und fehlerfrei
- Alle Links in den Shownotes funktionieren (klick jeden einzelnen)
- Timestamps stimmen mit dem tatsächlichen Audioinhalt überein
- Gast-Name und Titel sind korrekt geschrieben (den Gast fragen, wenn unsicher)
- Episodenbild ist hochgeladen und wird korrekt angezeigt
- Kategorien und Tags sind gesetzt (konsistent mit vorherigen Episoden)
- Audio-Qualität: kein Clipping, keine langen Stille-Abschnitte, Lautstärke gleichmäßig
- Intro und Outro sind eingefügt und in der richtigen Reihenfolge
- Cross-Links zu thematisch verwandten Episoden in den Shownotes eingefügt
- Veröffentlichungszeitpunkt ist korrekt eingestellt (Datum und Uhrzeit)
- Social-Media-Posts sind vorbereitet und terminiert
- Newsletter ist vorbereitet und terminiert
- Bei Interview-Episoden: Gast über den Veröffentlichungstermin informiert

### TIPP

Lass zwischen dem finalen Schnitt und der Qualitätskontrolle mindestens eine Nacht vergehen. Mit frischen Ohren hörst du Fehler, die dir direkt nach der Produktion entgehen.

## Planungsfehler, die sich rächen

### ACHTUNG

- ! Kein Redaktionsplan existiert. Woche für Woche spontan entscheiden, worüber die nächste Episode handelt, führt zu inhaltlichen Lücken und Stress am Aufnahmetag.
- ! Zu wenig Vorlauf bei der Gästeplanung. Gäste brauchen 4-6 Wochen Vorlauf. Wer am Montag für Donnerstag anfragt, bekommt Absagen oder schlechte Vorbereitung.
- ! Keine Puffer-Episoden vorproduziert. Krankheit, technische Probleme oder ausgefallene Gäste passieren. Ohne 2-3 fertige Evergreen-Episoden in der Hinterhand entsteht eine Veröffentlichungslücke.
- ! Content nur einmal verwenden. Eine 30-Minuten-Episode enthält Material für 5-10 Social-Media-Posts, einen Blog-Artikel und Newsletter-Content. Wer nur die Episode veröffentlicht, verschenkt 80% der Reichweite.
- ! Saisonale Themen zu spät planen. Jahresrückblicke im Dezember aufnehmen zu wollen funktioniert nicht - die Gäste sind nicht erreichbar. Plane saisonale Inhalte mindestens 6 Wochen im Voraus.
- ! Keine festen Aufnahmetage im Kalender. Aufnahmen zwischen andere Termine zu schieben führt zu Abbrüchen und verschobenen Episoden. Ein fester Aufnahmetag pro Monat (z.B. der erste Mittwoch) schafft Routine.
- ! Qualitätskontrolle wird übersprungen. Falsche Timestamps, tote Links in den Shownotes oder ein fehlerhafter Episodentitel sind kleine Fehler mit großer Wirkung auf die Professionalität.

# Kostenlose Podcast-Potenzial-Analyse

Ist ein Podcast das richtige Medium für dein Unternehmen? Wir analysieren gemeinsam deine Ziele, deine Zielgruppe und dein Potenzial - und zeigen dir, wie eine Podcast-Strategie für dein Unternehmen aussehen kann.

Kostenlos und unverbindlich.

**Telefon:** 030 40053588

**E-Mail:** [info@podcast360.de](mailto:info@podcast360.de)

**Web:** <https://www.podcast360.de>

|podcast360