Podcast Redaktionsplan Vorlage

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

|podcast360

Mehr kostenlose PDFs auf podcast360.de/ressourcen

Stand: November 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. Content-Säulen 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 viele 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 aufgebaut hat und was sie dabei gelernt 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 einem transkriptbasierten Tool: So richtest du es ein

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). Mische beides nach deinem Bedarf. So hast du immer genug vorproduzierbare Episoden und bleibst trotzdem relevant.

> **ACHTUNG**
>
> Zu viele Säulen verwässern dein Podcast-Profil. Wenn alles ein Thema ist, ist nichts ein Thema. Ein klares Profil hilft neuen Hörern, schnell zu entscheiden, ob der Podcast zu ihnen passt.

2. Monatsplan erstellen

Der Monatsplan ist die zentrale Übersicht 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. kein Gast

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. Welches Podcast-Mikrofon passt zu deinem Raum?

Woche 3: Format

z.B. Solo

Woche 3: Content-Säule

z.B. Tools und Equipment

Woche 3: Gast (falls vorhanden)

z.B. kein Gast

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. kein Gast

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 kann Zeit sparen: Mehrere Episoden am Stück aufzunehmen spart Setup, Warmreden und Kontextwechsel. Blocke dir einen festen Aufnahmetag pro Monat.

BEISPIEL

Statuswerte für deinen Plan: IDEE (Thema steht, noch nicht ausgearbeitet); RECHERCHE (Inhalte werden zusammengetragen); BEREIT (Skript oder 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 über deine Aufnahme-Plattform)
- 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 Hauptfragen 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 mehreren Wochen Vorlauf pro Gast: Recherche und Kontaktaufnahme, Wartezeit auf Antwort, Follow-up und Terminfindung brauchen zusammen Zeit. Wer im Juli einen Gast braucht, startet am besten schon im Frühjahr mit der Kontaktaufnahme.

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 hört man der Episode an.

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
- Februar bis März: Messen und Konferenzen deiner Branche (Termine selbst prüfen), Nachberichte und Interviews
- April: Q1-Rückblick, Frühjahrs-Launches in deiner Branche
- Mai bis Juni: Halbjahres-Check, Konferenz-Saison, Sommerthemen vorbereiten
- Juli bis August: Evergreen-Episoden und Best-of-Zusammenstellungen (Ferienzeit)
- September: Herbst-Restart, neue Staffeln, Budgetplanung in Unternehmen
- Oktober bis November: Jahresrückblicke vorbereiten, 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 bis März) am besten schon im November. Das klingt früh, hilft aber: Rund um den Jahreswechsel sind Gäste oft schwerer 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 (Apple Podcasts empfiehlt etwa -16 LKFS mit 1 dB Toleranz). Füge Intro, Outro und gegebenenfalls Musik-Übergänge ein. Beispiele für Schnitt-Software: Descript (transkriptbasierter Schnitt), Audacity (kostenlos), Adobe Audition, Hindenburg.

2. **Shownotes schreiben (30-45 Minuten)**

   Shownotes helfen bei der Auffindbarkeit und zeigen auf einen Blick, worum es in der Episode geht. 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 (Größe nach den Vorgaben deines Hosters; Apple Podcasts Connect nimmt für Episoden ein Bild mit 3000 x 3000 Pixeln an). Es sollte den Episodentitel lesbar zeigen und zum Cover-Design passen. Beispiele für 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 mehrere Posts pro Episode: 1x Ankündigung am Veröffentlichungstag (mit Audiogramm oder Zitat-Grafik), 1x Hauptaussage oder Tipp aus der Episode (1-2 Tage nach der Veröffentlichung), 1x Frage an die Community zum Episodenthema (3-4 Tage danach). Plane die Posts in einem Scheduler vor (z.B. Buffer, Later, Publer).

5. **Upload auf Hosting-Plattform (15 Minuten)**

   Lade die fertige Audiodatei (MP3 oder AAC; Apple nennt bei 44,1 oder 48 kHz 64 bis 128 kbit/s für Mono und 128 bis 256 kbit/s für Stereo) 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. Beispiele für Newsletter-Tools: Mailchimp, Kit, Brevo.

8 Veröffentlichen und Promotion starten (15 Minuten)

Am Veröffentlichungstag: Prüfe, ob die Episode auf allen Plattformen korrekt erscheint (Plattformen übernehmen neue Episoden aus dem RSS-Feed teils mit Verzögerung). Poste den vorbereiteten Social-Media-Content. Versende den Newsletter. Informiere den Gast (bei Interviews), damit auch er oder sie die Episode teilt.

> **TIPP**
>
> Der Gesamtaufwand nach der Aufnahme hängt von Format und Erfahrung ab; die Zeitangaben bei den Schritten sind Richtwerte. Verteile die Schritte auf mehrere Tage, damit du nicht alles am Veröffentlichungstag erledigen musst. Ein Beispiel: Aufnahme am Montag, Schnitt am Dienstag, Upload und Shownotes am Mittwoch, Veröffentlichung am Donnerstag.

6. Content Repurposing

Jede Podcast-Episode enthält Material für weitere Content-Stücke. Viele Podcaster nutzen davon wenig. 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 etwas Zeit zusätzlich für Repurposing ein.

- [ ] Blog-Artikel aus der Episode erstellen (Transkript als Basis, nicht 1:1 abschreiben, sondern als eigenständigen Artikel umschreiben)
- [ ] 3 kurze Video-Clips für Social Media schneiden (30-60 Sekunden, vertikales Format für Reels, Shorts, TikTok)
- [ ] LinkedIn-Post mit der Hauptaussage der Episode schreiben (Text-Post mit 1-2 konkreten Takeaways)
- [ ] Zitate aus der Episode als Grafiken aufbereiten (Canva-Vorlage mit Podcast-Branding, quadratisch für Instagram und 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, kurzer Ausschnitt; Beispiele für Tools: Headliner, Descript)
- [ ] Karussell-Post für Instagram/LinkedIn (5-7 Slides mit den Hauptpunkten 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. Mit der Zeit wird der Prozess zur Routine.

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
- [ ] Episodennummer 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 oft mehrere 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 fertige Evergreen-Episoden als Reserve entsteht eine Veröffentlichungslücke.
- Content nur einmal verwenden. Eine Episode enthält Material für mehrere Social-Media-Posts, einen Blog-Artikel und Newsletter-Content. Wer nur die Episode veröffentlicht, lässt Reichweite ungenutzt.
- Saisonale Themen zu spät planen. Jahresrückblicke erst im Dezember aufnehmen zu wollen funktioniert schlecht, weil Gäste dann schwer erreichbar sind. Plane saisonale Inhalte mehrere 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. Das Erstgespräch ist kostenlos und unverbindlich.

Telefon: 030 40053588

E-Mail: info@podcast360.de

Web: https://www.podcast360.de

podcast360