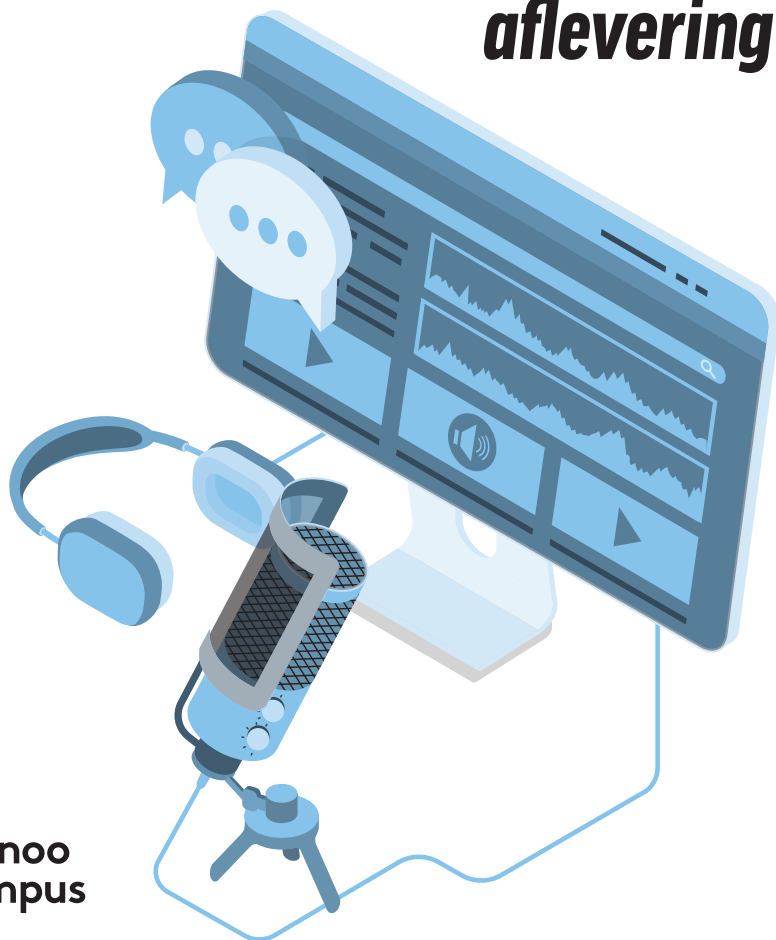


ZELF EEN PODCAST MAKEN

Eva Moeraert
Pieter Blomme

*In 5 stappen
van idee tot
aflevering*



Lannoo
Campus

D/2021/45/420 – ISBN 978 94 014 8046 8 – NUR 810

Vormgeving omslag en binnenwerk: Peer de Maeyer

© Eva Moeraert, Pieter Blomme & Uitgeverij Lannoo nv, Tiel, 2021.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediodivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden
en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie,
microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder
voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Vaartkom 41 bus 01.02
3000 Leuven
België
www.lannoocampus.be

Postbus 23202
1100 DS Amsterdam
Nederland
www.lannoocampus.nl

INHOUD

7 ➤ *jingle* Intro

9 ➤ **STAP 1**

**De belangrijke vragen die je jezelf moet stellen
als je aan een podcast begint**

31 ➤ **STAP 2**

Aan de slag!

59 ➤ **STAP 3**

**De essentials:
interviewen en schrijven
als de beste audiomaker**

73 ➤ **STAP 4**

**The extra mile:
hoe word je technisch beter?**

97 ➤ **STAP 5**

Je podcast de wereld in sturen

121 ➤ **EN NU ...**

Langzaam rijk worden van podcasten?

133 ➤ **Outro *jingle***

JINGLE INTRO

'Eva, dat kunnen wij ook!'

Met deze woorden begon ons boekavontuur een jaar geleden. Pieter had het boek *Make noise* van de Amerikaanse podcastproducer Eric Nuzum gelezen en vond dat het tijd was om in ons taalgebied ook een handboek over podcasten uit te brengen. De afgelopen jaren volgden wij sowieso alle podcasttendensen op de voet, niet alleen als audiodocenten aan de Arteveldehogeschool, UGent en KASK School of the Arts, maar ook als onafhankelijke podcastmakers.

Zes jaar geleden moesten we nog aan iedereen uitleggen wat een podcast was en hoe je die kon downloaden. De laatste tijd waren de meest gestelde vragen: naar welke podcast moet ik luisteren? En vooral: hoe begin ik daar zelf aan? We maakten nieuwsbrieven vol luistertips, gaven workshops en lezingen door het hele land, organiseerden een *podlab* voor beginnende podcastmakers en kregen de kans om voor Arteveldehogeschool een postgraduaat podcasting te ontwikkelen. En dat allemaal in combinatie met wat we het liefst doen: zelf podcasts maken.

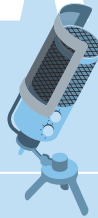
Pieter is een van de founding fathers van de podcast *Relaas*. Hij werkt als producer bij het podcastbedrijf Chase Creative mee aan heel wat bedrijfs-podcasts. Eva maakte lang geleden radiodocumentaires en verdiende haar sporen met de podcast *Waarom* voor de VPRO. Maar je kent haar misschien ook van *Wie was mama?* op Radio 1 of van haar eigen onafhankelijke podcast *Bruto Nationaal Geluk*.

In dit boek willen we je graag voldoende theorie en tools aanreiken om kwalitatieve, weldoordachte podcasts te maken die een verschil maken. We geven ook veel praktische tips, een grote hoeveelheid luistertips en een kijkje achter de schermen van onze eigen podcastmakerij.

In vijf stappen loodsen we je van een basisidee naar een haalbaar format en een pilootaflevering. We verbeteren je technische skills en geven je handvatten mee om te interviewen en te schrijven 'voor het oor'. We introduceren enkele andere vormen van audioverhalen. Tot slot geven we je informatie over geld verdienen met je podcast. Dit alles met maar één doel voor ogen: nog meer en nog betere podcasts in de Lage Landen te kunnen beluisteren.

PIETER EN EVA

STAP 1



**De belangrijke vragen
die je jezelf
moet stellen als je
aan een podcast begint**



Het was in de zomer van 2018 dat ik een kort maar krachtig mailtje kreeg van Marjolein Vanoppen met de boodschap: 'Hoi, ik ben waterwetenschapper en ik wil heel graag iets met podcasting doen. Ik beluister zelf heel wat podcasts, ik loop dolenthousiast iedereen aan te raden om naar podcasts te luisteren, en ik volgde onlangs een workshop bij jou rond podcasting en voel het kriebelen. Kunnen we eens praten?'

Ik was toen al vier jaar aan het roepen dat 'dit jaar nu toch écht wel het jaar van de podcastdoorbraak zou worden'. En dat gebeurde maar niet. Tegelijk maakte ik ook al drie jaar de wekelijkse podcast *Relaas*, samen met een paar vrienden. Die kreeg er toen ineens in een sneltreinvaart nieuwe luisteraars bij, waardoor we voelden dat er iets zou veranderen. De 4G-technologie was er klaar voor, iedereen had een smartphone en ineens een radiotoestel op zak.

Marjolein had mijn podcastpleidooi gelezen in een tijdschrift van de universiteit waar ik werk, en ze was op zoek naar concrete hulp bij de uitwerking van haar podcastidee. Ze wist ook zeker dat ze zelf het hele productieproces in handen wou hebben. Een paar weken later zaten Eva en ikzelf met Marjolein aan tafel en tekenden we grote droedels op papier, plakten we overal post-its op de ramen en werkten we stap voor stap aan een uitzendbare podcast over water.

Eva en ik hadden intussen in 2019 samen podlab opgericht, een meerdaags opleidingstraject waarbinnen we beginnende podcastmakers begeleidden bij het maken van hun eerste podcastpilot. Samen gingen we met hen van idee naar een duidelijk concept en zochten we naar het podcastformat dat het beste bij hun doelstelling paste. Marjolein was een van onze tien deelnemers die zich een volledige week samen met ons en negen andere podcastmakers opsloot om aan het einde met een beluisterbare aflevering op de proppen te komen. Een huzarenstukje, want het is een hele kluit – en misschien zelfs onhaalbaar – om

mensen die nog nooit zelf iets met audio of podcasting hebben gedaan, in één week een beluisterbaar stuk te laten maken.

Een paar dingen waren meteen duidelijk: Marjolein is een heel verstandige waterwetenschapper. Ze hield er ook van om haar kennis en passie voor de wetenschap te delen met zoveel mogelijk mensen. Dat hoorde ik aan de ongelooflijk geëngageerde en enthousiaste manier waarop ze met ons en met de andere deelnemers van podlab honderd-uit sprak over flessenwater, regen, bodempeil, debiet en klimaatverandering. Niet iedereen begreep altijd waar ze het over had. Het is namelijk niet altijd gemakkelijk om moeilijke zaken helder uit te leggen. Wetenschappers hebben vaak dat probleem: ze willen dat het volledig klopt, en dan is er weinig ruimte voor nuance.

Marjolein was er wel rotsvast van overtuigd dat iedereen zou moeten weten waarom water de meest kostbare grondstof van het komend decennium wordt. En dat klimaatopwarming voor droogte – en dus een gigantisch tekort aan water – zal zorgen, wereldwijd. Regelmatig gaf ze lezingen en daar stelden mensen de meest vreemde vragen, telkens weer opnieuw. Daarom wilde ze een podcast maken: om een gerichte, specifieke groep mensen te informeren en ze tot actie aan te zetten.

Na heel wat zoekwerk kwamen we uiteindelijk tot een duidelijk concept, een leuke titel, wisten we wie we wilden bereiken en wat ons doel was. Je leest er alles over in dit hoofdstuk.

Niet alleen was de podcast *Helder* geboren, maar Eva en ik destilleerden uit de uren denkwerk met Marjolein en de negen andere deelnemers ook een werkbare methodiek om daarna nog tientallen podcasts te maken. Hiermee helpen we bedrijven, organisaties en mensen bij het uitwerken van hun podcastidee. En het is precies dát kader dat we in dit boek met jou willen delen.

Hoera! Niets zo mooi als het moment waarop je beslist om eindelijk met die podcast te starten waarmee je al zo lang in je hoofd zit. Alleen, samen met vrienden of collega's. Of samen met gelijkgestemde gesprekspartners, rond de ideeën en verhalen die je zo graag met de wereld wil delen.

Veel goesting en tijd. Daar start het allemaal mee. Maar liefst ook met een helder doel, vakmanschap en een duidelijk actieplan. Een podcast maken is zoveel meer dan twee mensen met een geïmproviseerde microfoon aan een tafel zetten in de ijdele hoop dat daar een goed gesprek uit voortvloeit.

In dit hoofdstuk leggen we jou vier vragen voor. Vier vragen die je jezelf zou moeten stellen voordat je aan het podcasten slaat. Dit vraagt misschien een beetje tijd voordat je uit de startblokken kunt komen. Maar geloof ons: juist door je idee scherper te krijgen wordt je podcast een stuk beter.

Dit zijn ze, de vragen, in het kort. We gaan er in dit hoofdstuk dieper op in:

- ▶ **Wat** wil ik vertellen? Waarover wil ik het hebben? Welke ideeën komen aan bod, welke mensen leer je kennen als je luistert en in welke context ontmoet je ze?
- ▶ **Waarom** deze podcast? Wat wil ik ermee bereiken? Waarom maak ik deze podcast en niemand anders?
- ▶ **Welke rol** neem ik op me als maker, presentator, verteller? Welke versie van mijn authentieke zelf wil ik zijn?
- ▶ **Wie** wil ik aanspreken?

Je hoeft de volgorde van de vier vragen zoals ze hier staan niet per se te volgen. Start met wat je al in je hoofd hebt. Als je voor een bedrijf werkt, is het misschien logisch om te starten met de 'why', wat je wil bereiken. Als creatieve maker begin je vaak met welk verhaal je wil vertellen. De antwoorden die je geeft op de verschillende vragen kunnen ook de andere antwoorden beïnvloeden.

Als je een helder en logisch antwoord hebt op deze vier vragen, is je kans op slagen voor de podcast die je wil maken, al een stuk groter. En je houdt het gegarandeerd langer vol. Want op voorhand nadenken over de inhoud, de impact en verwachtingen, de luisteraars en jezelf, zorgt ervoor dat je niet voor verrassingen komt te staan die je proces later vertragen.

VRAAG 1

WAT WIL IK NU EIGENLIJK VERTELLEN?



PIETER

Ik houd op mijn telefoon een lijstje bij met potentiële podcastideeën. Vaak krijg ik al lezend, wandelend of sportend een inval, en dan schrijf ik die meteen op, zonder er verder over na te denken. Never waste an idea! Even if it's a bad one.

Als ik dan later thuis aan mijn bureau zit, begin ik mijn ideeën één voor één af te wegen, en dan kom ik er vrij snel achter of het effectief iets wordt of niet. Hoe gaat dat precies? Wel, ik toets mijn ideeën snel aan een aantal criteria (zie verder). De ideeën die overeind blijven werk ik daarna schematisch verder uit op papier. De andere parkeer ik opnieuw in mijn lijstje. Voorlopig! Want wie weet worden die schijnbaar minder goede ideeën later toch nog iets. Gooi ze dus nooit weg!



EVA

Mensen vragen me vaak waar ik mijn verhalen en ideeën voor podcasts blijf halen. Het lijkt wel alsof ik er een neus voor heb. En ik moet eerlijk toegeven dat ik heel vaak – tijdens gesprekken met mensen – in mijn hoofd al een podcast aan het maken ben over hun privéleven. Zit hier een spannend verhaal in? Kan hij/zij goed vertellen? Ergens in mijn brein zit een catalogus vol opgeslorpte verhalen, die er te gepasten tijde uit kunnen worden gehaald. Al wie met mij een koffie gaat drinken of op café gaat: je bent gewaarschuwd!

Een goede podcast staat of valt bij (1) de **ideeën** die je brengt, (2) hoe boeiend de **personages** zijn die we als luisteraar 'ontmoeten' en (3) indien nodig **de context** die je laat horen. Dat geldt vooral voor non-fictiepodcasts, zoals documentaires of interviews. Maar dat geldt ook voor fictie. Podcastluisteraars houden er namelijk van iets bij te leren en tegelijk geëntertaind te worden, ze willen emotie voelen.

De **boeiende ideeën**, de 'wetenschap' van de podcast, zorgt ervoor dat je als luisteraar slimmer wordt. Je leert iets bij, ontdekt iets waarvan je niet wist dat het bestond. Je wordt uitgedaagd door een boeiend uitgangspunt.

Podcastluisteraars zoeken vaak in hun podcast-app specifiek naar podcasts via een thema, een onderwerp waar ze sowieso al interesse voor hebben. Ze typen bijvoorbeeld 'religie' in het zoekveld en klikken dan op de bovenste of meest intrigerende resultaten.

Ideeën zijn vaak abstract. Maar mensen maken vooral connectie met andere mensen, eerder dan met ideeën of thema's. Daarom zijn de personages die je opvoert in je podcast van levensbelang. De mensen die je hoort praten in je podcast zorgen voor emotie en kleur. **Intrigerende personages** maken de wetenschap menselijk, laten het thema helemaal tot leven komen. Boeiende vertellers tarten je verbeelding en kunnen met levendig taalgebruik en een overtuigende persoonlijkheid zelfs het schijnbaar saaiste onderwerp tot leven brengen. De juiste specialisten vertellen uit eerste hand en met kennis van zaken wat ze weten. Een goed uitgewerkt fictief personage verwondert, zorgt ervoor dat ik als luisteraar kan meevoelen, of juist geschokt ben.

De **context** die we daarna met woorden en muziek schilderen, zorgt voor verrijking. Blijft het bij de beslotenheid van een zakelijke conversatie aan een tafel? Of trek je de wijde wereld in om het verhaal echt in zijn omgeving te plaatsen? Gebruik je woorden om de context helemaal tot leven te brengen? Kun je zo goed met woorden 'schilderen' dat de wereld die je schetst helemaal tot leven komt? Wat gebeurt er met andere woorden in je podcast? Woorden en scènes brengen de personages en de ideeën tot leven en maken de podcast compleet.

Als je nadenkt over het 'wat' van je podcast, is het belangrijk om deze drie dingen steeds samen te zien: de ideeën, de personages en de context. Het plaatje moet kloppen. Samen vormen ze de ziel, de essentie van je podcast. De voornaamste reden voor een luisteraar om jouw podcast op te zoeken en te vinden. Het zijn ook de dingen die de potentiële luisteraar eerst leest in de podcastbeschrijving. Daarmee moet je overtuigen voordat die luisteraar beslist om op de startknop te drukken.

Voor waterwetenschapper Marjolein produceerde ik dus in 2019 samen met het podcastteam bij Chase Creative de podcast Helder. Het brainstormwerk gebeurde onder leiding van Eva en mijzelf in podlab.

Toen Marjolein haar plan voor de eerste keer uit de doeken deed, ontdekten we vrij snel dat vooral het 'wat' heel duidelijk was:

BOEIENDE IDEEËN

De podcast zou over drinkwater gaan, punt. Dat stond buiten kijf. Hoe kwam drinkwater tot stand? Waarom is drinkwater zo schaars op sommige plaatsen in de wereld? Kun je van zeewater drinkwater maken? Dat soort dingen. We zouden als luisteraar boeiende zaken horen over de meest kostbare grondstof van de 21ste eeuw.

PERSONAGES

Dat Marjolein naast zichzelf als waterwetenschapper ook experts zou laten opdraven, stond ook op geen enkel moment ter discussie. Marjolein had ongelofelijk veel zin om gewapend met een microfoon collega's en concollega's te ondervragen. Ze had ook een lijstje klaar met helden die ook experts waren binnen het thema. Pas aan het einde van ons ellenlange brainstormmoment kwam er nog een verrassend personage bij om de podcastline-up compleet te maken. We hadden namelijk nog iemand nodig die de stem van de luisteraar kon vertolken.

CONTEXT

Marjolein wilde zich graag als expert profileren in haar interviews en voice-overs, maar dan wel een wetenschapper die heldere wetenschapscommunicatie hoog in het vaandel draagt. En hier kwam Marjolein met een wit konijn op de proppen: ze zou de aflevering samen met haar vader presenteren, aan de keukentafel van hun eigen huis. Geniaal! Op die manier kon Marjolein een gemoedelijke sfeer creëren en, geef toe: als je iets moeilijks aan je eigen vader uitgelegd krijgt, dan ben je als wetenschapper goed bezig, toch? Vooral als die papa (letterlijk) Jan met de pet is, een 50-something IT'er met een gezonde interesse in wetenschap die er niet altijd alles van begrijpt.

VRAAG 2

WAAROM MOET JE DIT BELUISTEREN?

Dicht tegen de wat-vraag – maar onmiskenbaar anders – ligt de waarom-vraag voor je podcast. Als het bij de wat-vraag vooral gaat over wat jij wil vertellen als maker of bedrijf, vertrek je bij de waarom-vraag vanuit je luisteraar. Precies omgekeerd dus.

Waarom moet mijn luisteraar dit beluisteren?

Op welke behoefte speelt deze podcast in?

Welke impact willen we hebben of welk resultaat willen we bereiken bij de luisteraar?

Wat moet mijn luisteraar denken, doen en weten nadat hij een episode achter de rug heeft?

Hiervoor moet je natuurlijk eerst iets meer weten over podcastluisteraars. Volgens de IMEC-digimeter, die elke twee jaar het mediagebruik van de Vlaming analyseert, zijn de meeste podcastluisteraars tussen de 25 en 44 jaar oud, hogeropgeleid en zonder geldzorgen. In Nederland is dat vergelijkbaar. Podcastluisteraars zijn druk in de weer met werk, hobby's en vrije tijd, maar kunnen gelukkig en dankzij podcasts multitasken. Ze beluisteren hun favoriete podcasts het liefst in hun eigen podcast-app, voornamelijk via YouTube, Spotify en Apple Podcasts. Ze willen het liefst van alles bijleren zonder het gevoel te hebben dat hun iets opgelegd wordt. Velen zijn op zoek naar kennis, maar luisteren ook ter ontspanning, als een soort time-out. Podcasts beluisteren laat hen ook deel uitmaken van een community en versterkt het moment dat ze tijdens het luisteren beleven.



Marjolein toonde met de podcast Helder heel wat ambitie. Ze wilde zoveel mogelijk mensen informeren over drinkwater, en hen aanzetten om bewuster en vooral zuiniger met ons grondwater en kraanwater om te springen. Hoe meer je weet over ons water, hoe groter de kans dat je er bewust mee omgaat. En dat was ook exact wat ze wilde bereiken bij het doelpubliek, nadat die Helder beluisterden: ze informeren, ze laten nadenken over hun eigen waterverbruik en -gebruik en ze daarna aanzetten om minder water te consumeren. Of dat gewerkt heeft? Marjolein

laat af en toe weten dat ze echt wel positieve reacties van luisteraars ontvangt, die door het luisteren hun gedrag aanpassen. De podcast werkt voor hen als een echte eyeopener. Maar het is niet makkelijk om echte impact te kunnen meten.



Ik werk vaak samen met bedrijven die met een podcast willen starten. Vaak omdat ze enthousiast zijn over de ideeën die rondgaan in hun organisatie. En omdat ze door de jaren heen expertise hebben opgebouwd die ze graag willen delen. Ze hebben het netwerk en kennen de mensen die er boeiend over kunnen vertellen.

Waar bedrijven in hun dagelijkse activiteiten en communicatie – terecht! – steeds starten bij hun welomschreven doelgroep en alles in strakke contentmarketing en user-centered plannen gieten, merk ik dat ze voor podcasts vaak nog te veel willen vertrekken vanuit dat wat ze willen vertellen en te weinig op zoek gaan naar wat de luisteraar écht wil horen en waar die luisteraars naar op zoek zijn. Het is echter heel eenvoudig.

Van mijn collega's bij Chase leerde ik dat de ideale podcast voor bedrijven op het kruispunt van emotie en informatie zit. Als ik dus werk voor banken, universiteiten, recruitmentbureaus of grote holdings, zoek ik dan ook steeds naar die 'sweet spot'. Vaak starten we vanuit een interview of een gesprek, maar zoeken we verder naar de komische noot, de persoonlijke verhalen die raken, het 'out of the box'-idee dat naar boven komt. We hebben het hier over dé reden waarom je als luisteraar die nieuwe aflevering doorstuurt naar je vrienden of collega's.

Voor Het Betere Werk, de Chase Creative-podcast die we maakten voor de UGent over hoe we ons werk 'werkbaar' kunnen houden, wilden we de luisteraar niet overstelpen met informatie over stress, burn-out en teamspirit. Daar is al heel veel over geschreven. Het doel was om elke aflevering als een 'cadeautje' te presenteren, met concrete tips die je meteen kunt toepassen op je werksituatie van elke dag.

De ideale podcast boeit, raakt en ontspant op hetzelfde moment. Omdat podcastluisteraars vaak drukbezette en hogeropgeleide mensen zijn, mag die strak getimed en streng gemonteerd zijn: elke minuut is waardevol. Podcasts mogen een hoge informatiewaarde hebben, maar het liefst zitten ze niet vol met cijfers en data. Ze moeten vooral inspireren en eventueel uitnodigen tot verder denken en concreet handelen.

VRAAG 3

WELKE ROL HEB IK IN DEZE PODCAST?



Toen ik onlangs een presentatie mocht geven over mijn audiowerk, ontdekte ik dat bijna alles wat ik al heb gemaakt uit mijn persoonlijke leven komt.

Ik maakte een radiodocumentaire over mijn oom in Argentinië (wiens hiv-besmetting lang voor mij werd verdoezeld), ik ging op zoek naar de duende in flamencodansen (wat lang mijn hobby was), ik schreef een fictiestuk over de Buffalo Bitches (terwijl ik als student werkte in de kantine van voetbalclub KAA Gent), ik maakte een stuk over het geluid van de burn-out (nadat ik er een had gehad) en daarna maakte ik Waarom (over de zelfmoord van mijn jeugdliefje).

In al deze audioverhalen ben ik de verteller én het hoofdpersonage. Een dubbelrol waarin ik mij comfortabel voel.

Bij de documentaire Wie was mama? voor Radio 1 volgde ik een jaar lang een vrouw wiens vader haar moeder vermoordde toen ze negen was. Haar naam was Sas. Ik was van plan om Sas het volledige verhaal te laten voordragen en mijn stem en inbreng tot een minimum te beperken. Maar hoe moeilijk bleek dat proces! Hier moest ik echt op zoek gaan naar mijn rol en mijn betrokkenheid in dit verhaal. Ik ontdekte dat je als maker altijd een goede reden moet hebben om iets te maken. Uiteindelijk ben ik in de rol van 'vriendin van Sas' gekropen. Dit was niet gelogen, want ik ken Sas al jaren. Het verwonderde mij hoe sterk zij met de trauma's uit haar jeugd omging. En ik ging samen met haar op zoek naar wie haar moeder was. Ik ben betrokken en draag zorg voor mijn vriendin. En ik stel de vragen die de luisteraar zich ook zou kunnen stellen in die situatie.

Welk deel van jezelf ben jij in de podcast?

Denk op voorhand goed na over jouw eigen rol. Het leuke is dat dit volledig jouw keuze is en je hier zo creatief mee om kunt gaan als je zelf wilt. Hoe zul jij te horen zijn en hoeveel en welk deel van jouw persoonlijkheid leg je bloot in de podcast? Maak je een podcast voor een bedrijf? Bedenk dan wie de presentator, host of voice-over zal zijn. Zul jij zelf te horen zijn? Kies je voor een andere stem als verteller of kies je voor helemaal geen verteller? Tover je jezelf om in een fictief personage?

Als je zelf de podcast gaat presenteren of vertellen, wees je dan bewust van jouw rol. Want jij bent niet alleen een persoon met een bepaald beroep, je bent ook een partner of ouder of sporter of fanatiekeling of activist of ... Je kunt heel veel verschillende rollen of delen van jezelf laten zien in een podcast. Het is aan jou om te kiezen wat je wel en niet laat zien.



*Zonder aan authenticiteit te verliezen, kies ik telkens welk deel van mezelf de luisteraar te horen zal krijgen. In de podcast *Waarom ben ik de Eva die jarenlang bij de scouting zat en die opgroeide in de jaren 90. In *Dansen met Stieren was ik een studente met als hobby flamencodansen en geïnteresseerd in de cultuur van stierenvechten. In *Bruto Nationaal Geluk, een podcast over positieve psychologie, ben ik de Eva van 41 jaar, moeder van twee pubers, zelfstandige en docent, wandelaar en op zoek naar een goede work-lifebalance. Telkens een ander aspect van mezelf dat ik meeneem in al mijn teksten en interviews door de hele podcast heen.****

Presentator/host

In een studio-podcast neem je logischerwijs de rol aan van de presentator. De host die alles aan elkaar praat, die interviews afneemt et cetera. Jij bent dan het gezicht en vooral de stem van je podcast. Zo'n presentator of host heeft persoonlijkheid, is authentiek en is liever geen grijze muis.



Jonathan Goldstein van *Heavyweight* slaagt erin om de sympathie van vele luisteraars te winnen. Enerzijds door zijn specifieke stemgeluid en manier van praten. Hij heeft een lijkige stem en een Joods-Amerikaans accent. Maar anderzijds ook door de combinatie van humor én empathie in zijn persoonlijkheid.

Silke en Laura van *De Volksjury* vormen een presentatorduo en worden na een paar afleveringen je beste vriendinnen. Want we komen beetje bij beetje wat meer over hun persoonlijke leven te weten. Hoe ver het staat met hun verbouwingen, welke maaltijd ze het liefst eten ... En ze krijgen daar ook de meeste reacties op vanuit hun community.

In *Zwijgen is geen optie* leren we interviewer **Anthony Bosschem** een beetje kennen door de vragen die hij stelt. Maar we weten weinig over zijn persoonlijke leven. Hij schreef onlangs een boekje over waarom hij de podcast ooit is gestart en wat zijn ambities zijn. Dat zorgt ervoor dat we op een andere manier naar hem zijn gaan luisteren.

Dus je kiest helemaal zelf wat en hoeveel je over welk deel van je persoonlijke leven vertelt. Maar weet wel dat veel luisteraars op zoek zijn naar herkenbare, authentieke hosts, die hun dé reden geven om te blijven luisteren.

Hoe belangrijk zijn de stem en de uitspraak van de presentator?

Bij een podcast draait het – meer nog dan bij de openbare radio – om persoonlijkheid en authenticiteit. Een perfecte dictie is geen must. Een aangename stem om naar te luisteren is dat wel, en je moet ook verstaanbaar zijn uiteraard.

Besef dat je het nooit voor iedereen goed kunt doen, en dat ‘houden van een stem’ heel subjectief kan zijn. Doe maar eens de test in jouw omgeving. Voor elke persoonlijkheid en stem zijn er *lovers* en *haters*. Weet dat dat ook zo zal zijn met jouw stem.



Kelly en Anouck van de podcast *Werk&Leven* verbergen hun West-Vlaamse tongval helemaal niet en worden door streekgenoten geprezen om hun taalgebruik. Maar voor anderen is hun manier van praten een reden om niet te luisteren naar de podcast.

En je moet zeker ook eens luisteren naar de stem en intonatie van **Scott Carrier** van *Home Of The Brave*. Nasaal en vrij eentonig. Maar heel veel luisteraars hangen aan zijn lippen vanwege zijn fantastische teksten en beschouwingen over wat er allemaal in de VS aan het gebeuren is.

Twijfel je over je kwaliteiten als presentator?

Doe dan eens een testje. Kruip een studio of je slaapkamer in met een microfoon en een eventuele gast om te interviewen. Willen jullie een duo vormen? Maak dan zo snel mogelijk een pilootaflevering. Stuur je podcast daarna door naar je potentiële luisteraars en laat mensen die jou niet kennen luisteren en vertellen welke gevoelens de stemmen bij hen opwekken. Weet ook dat niet iedereen jouw stem leuk zal vinden, maar zorg er wel voor dat jouw doelgroep naar jou wil luisteren omwille van wat je vertelt en omwille van jouw authenticiteit. Presenteren is een talent dat je kunt aanscherpen door veel te oefenen en door te luisteren naar anderen. Maar soms is de beste beslissing om iemand anders te kiezen als stem van je podcast.

Voice-over

We kennen allemaal wel die typische stemmen uit natuurdocumentaires. Een perfecte dictie, een ideaal timbre. Maar is dat wel een stem die je wilt horen in een podcast?

Voice-overs gebruiken we in documentairepodcasts om de verschillende scènes en interviewquotes aan elkaar te lijmen. Als stem van zo'n documentaire ben je de ogen van de luisteraar. *Radio is the theatre of the mind*. En jij bent er als verteller voor verantwoordelijk om dat theater levendig te maken. Je beschrijft plekken en personages. Niet alleen wat je ziet,

maar ook wat je ruikt en proeft en voelt breng je over naar het hoofd van de luisteraar.

Ook hier is het de kunst om op zoek te gaan naar jouw eigen authentieke stijl. Klinkt een voice-over te veel voorgelezen, dan werkt het niet. Maar als het allemaal te los uit de pols klinkt, werkt het meestal ook niet. Verderop in dit boek geven we tips voor goede voice-overs. Zo'n voice-over kan journalistiek zijn en objectief of juist heel persoonlijk betrokken bij het verhaal.

22



*In de podcast *Waarom neem ik* zowel de rol van voice-over op me als van personage.*

Ik kies ervoor om in de eerste minuten van aflevering één eerst de neutrale stem te zijn en pas na zeven minuten te verklappen wat mijn betrokkenheid is tot het verhaal.

Ik kan vanaf dat punt dan echt gaan praten vanuit de ik-vorm en het verhaal vanuit mijn standpunt vertellen, doorspekt met eigen dagboekfragmenten. Als luisteraar heb je mij nodig om de volgende stappen in het verhaal te zetten en nieuwsgierig te blijven.



*Voor *Helder*, de podcast over ons drinkwater, hebben we heel lang nagedacht over de verschillende rollen die Marjolein wilde spelen in de podcast. Enerzijds wilde ze zichzelf laten zien als expert en wetenschapper op het vlak van water. Anderzijds wilde Marjolein graag op een heel toegankelijke manier informatie overbrengen. Na heel wat denkwerk bedachten we dat Marjolein haar afleveringen zou opnemen samen met haar vader aan hun keukentafel thuis. Op die manier kon ze op een grappige manier de kenner uithangen tegenover haar vader, die de stem van de gemiddelde luisteraar vertolkt. Haar vader trekt Marjolein soms uit haar rol als wetenschapper en eist van Marjolein om als dochter op heldere en eenvoudige wijze moeilijke zaken gemakkelijk uit te leggen. De keukentafel in de podcast is ook hun échte keukentafel. Al jaren vonden daar echte conversaties over water en wetenschap plaats, alleen gebeurde dat ervoor zonder microfoon. De keukentafel zorgt voor een gemoedelijke sfeer, waardoor zowel Marjolein als haar vader authentiek klinken.*