

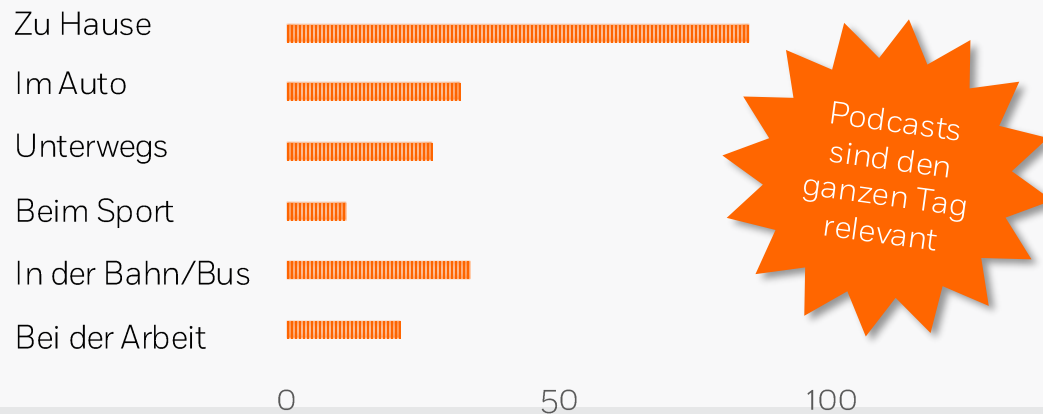
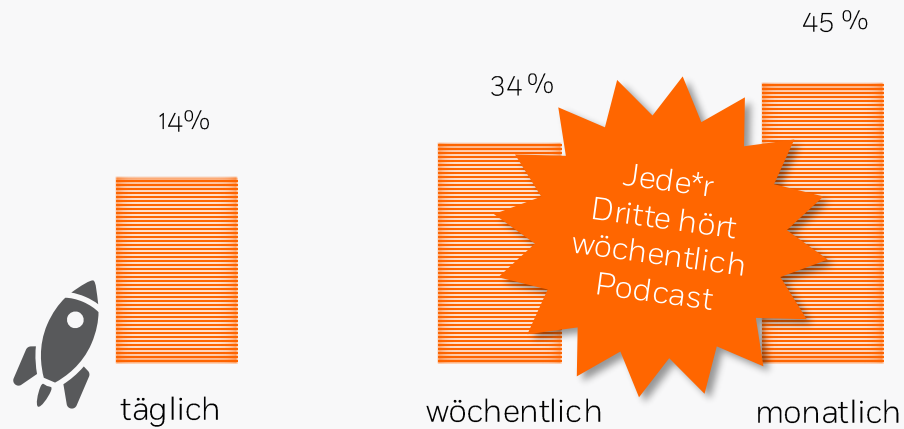
Penguin Random House Verlagsgruppe

Wie funktioniert Podcast?

Der perfekte Pitch mit der Penguin Random House Verlagsgruppe

München | 21. Juni 2026

- 1. Einführung** Podcasts bei Penguin Random House (30 Minuten)
- 2. Der perfekte Pitch** (30 Minuten) Konzept & Pitch erarbeiten. Warum sollte PRH den Podcast machen?
- 3. Pitchen & Feedback** (30 Minuten)
- 4. Trailer erarbeiten** (15 Minuten) Feedback einarbeiten und Trailer skripten.
- 5. Die perfekte Studioaufnahme** (45 Minuten) Trailer aufnehmen & sich gegenseitig vorspielen



Warum ist das Format für uns relevant?



Unsere Motivation:

- Storytelling und Wissensvermittlung sind unser Kerngeschäft
- Podcasts werden von einer attraktiven Zielgruppe gehört, die wir auf einem neuen Kanal erreichen können
- Wir haben Zugang zu interessanten Themen und Autoren
- Wir sind Audio-Experten mit 3 Audio-Verlagen im Haus. Erfahrungen mit neuen Audio-Formaten und Geschäftsmodellen sind essenziell



Zielsetzung, je nach Ausrichtung des Formats:

- Sichtbarkeit für Titel und Autor*innen (Verkäufe von Büchern, Hörbüchern, Onlinekursen, indirekte Monetarisierung)
- Communitybuilding (Austausch mit der Zielgruppe)
- Autor*innenpflege
- Direkte Monetarisierung (Werbeerlöse / Paid Podcasts / Exklusivitäten / Auftragsproduktionen)

Podcasts in der PRHVG

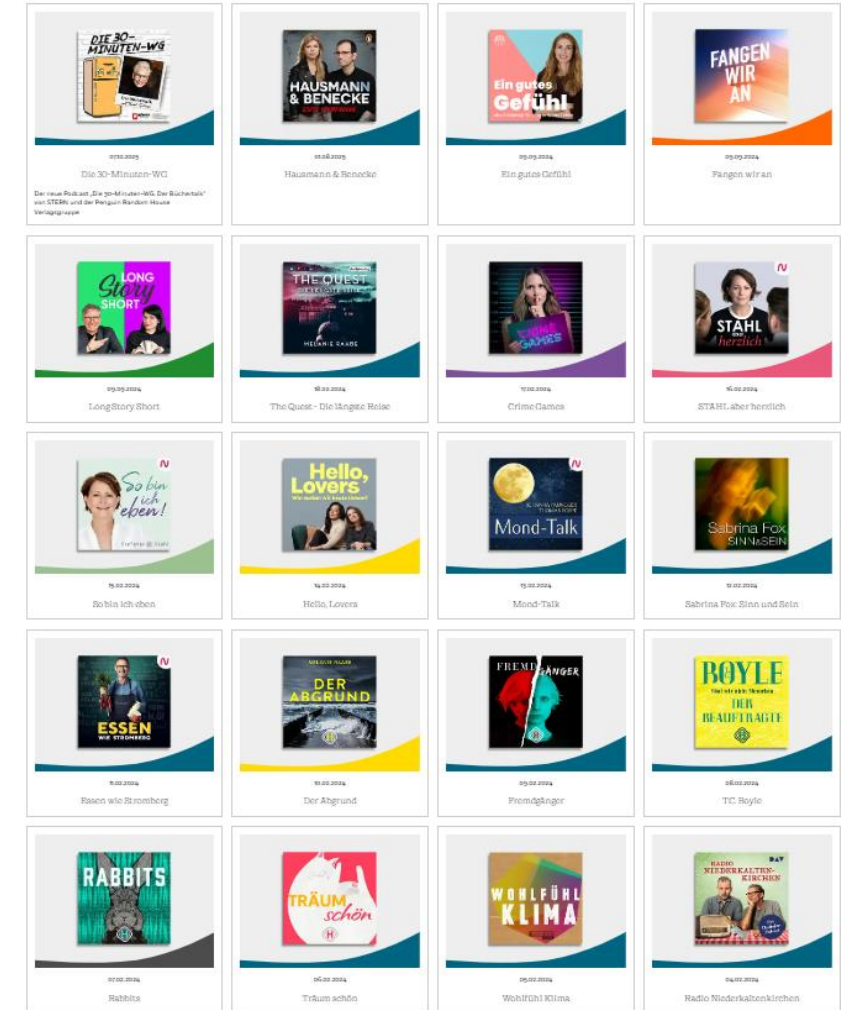
Unsere Formate

Penguin
Random House
Verlagsgruppe

Seit März 2019 hat die Penguin Random House Verlagsgruppe über 20 Podcast-Formate produziert.

Inhalte reichen von Buchtipps über Ratgeberthemen bis hin zu seriellen Hörspielen.

Die **Produktion** findet statt im eigenen Studio oder remote.



Welche Formate machen wir aktuell?

Long Story Short

Steckbrief:

Die Literaturexpert*innen Karla Paul und Günter Keil pitchen ihre Lieblingstitel – kurz, prägnant und extrem unterhaltsam. Von den Must-Reads der Neuerscheinungen über ihre persönlichen Favoriten aus der Backlist bis hin zu kurzen Interviews mit Autor*innen und Kreativen. Reinhören & mitlesen!

Grundidee:

Ein gutes Buch lässt sich auch in 60 Sekunden pitchen. Die beiden Hosts versuchen sich gegenseitig in nur 60 Sekunden von ihren Lieblingsbüchern zu überzeugen.

Zielsetzung für PRH:

- Aufmerksamkeit für unsere Autor*innen und Bücher
- Belletristik ist der wichtigste Bereich von PRH. LSS ist ein Format, in dem in jeder Sendung mindestens 4 Belletristik-Titel vorgestellt werden.

Was macht das Format für Hörer*innen attraktiv?

- Redaktionelle Buchempfehlung von zwei bekannten Influencern (auch Bücher, die nicht bei PRH erschienen sind, werden besprochen).
- Lesbare Empfehlungen, die Spaß machen. Kein abgehobener Literaturdiskurs.
- Gamification durch die Begrenzung auf 60 Sekunden und den Wettbewerb zwischen den Moderator*innen.



Welche Formate machen wir aktuell?

Ein gutes Gefühl

Steckbrief:

In jeder Folge taucht Psychologin Ulrike Scheuermann gemeinsam mit Dir in ein wichtiges Lebensthema ein. Dafür spricht sie mit bekannten Expertinnen und Experten und fragt sie nach ganz konkreten Übungen, die Du schon während des Hörens ausprobieren kannst. Außerdem beantworten sie gemeinsam Fragen aus der Community.

Grundidee:

Psychologisch fundierte Aha-Erlebnisse für ein erfülltes Leben.

Zielsetzung für PRH:

- Aufmerksamkeit für unsere Autor*innen, ihre Videokurse auf Sinnsucher.de und ihre Bücher
- Die Coachingplattform Sinnsucher auch über das Format „Podcast“ bekannt machen
- Austausch mit der Community

Was macht das Format für Hörer*innen attraktiv?

- Hier geht es um mich und meine Fragen, die von den besten Expert*innen beantwortet werden.
- Anleitung konkreter Übungen, die ich sofort im Alltag umsetzen kann.
- Ein Podcast, der dir hilft, durch psychologische Einsichten deinen Alltag besser zu bewältigen.



Welche Formate machen wir aktuell?

Hausmann & Benecke: Echte Verbrechen

Penguin
Random House
Verlagsgruppe

Steckbrief:

Bei den Recherchen zu ihrem Thriller „Himmelerdenblau“ ist Bestseller-Autorin Romy Hausmann auf echte Verbrechen gestoßen, die so komplex, unglaublich oder verstörend sind, dass sie sie nachhaltig beschäftigt haben. Höchste Zeit, mit Dr. Mark Benecke zu sprechen! Mit seinem Fachwissen trennt der Kriminalbiologe und forensische Entomologe die Fakten von der Fiktion: Was ist wissenschaftlich belegbar, was reine Spekulation? Und: Ließen sich manche ungelösten Fälle noch aufklären?

Grundidee:

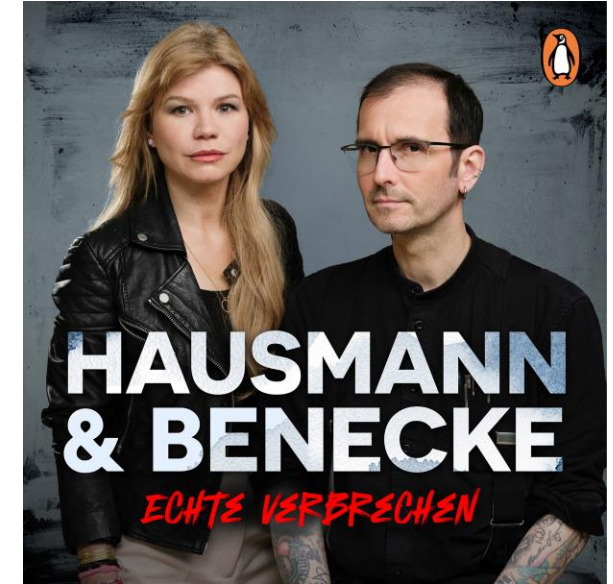
True Crime ist eines der beliebtesten Podcast-Genres überhaupt. Warum sollten nicht auch unsere Thriller-Autor*innen und ihre Bücher davon profitieren. Die erste Staffel lief bereits erfolgreich bei dtv. Dieser Podcast ist auch vollständig als Videopodcast (inkl. Tatortfotos) verfügbar.

Zielsetzung für PRH:

- Stärkung der Autor*innen-Marke Romy Hausmann.
- Wichtiges Element im Marketing-Mix für den Thriller „Himmelerdenblau“

Was macht das Format für Hörer*innen attraktiv?

- Echte Kriminalfälle, analysiert von einem der renommiertesten Kriminalbiologen überhaupt
- Einblick in den Rechercheprozess einer Thrillerautorin



Welche Formate machen wir aktuell?

Melanie Raabe: Der Abgrund

Penguin
Random House
Verlagsgruppe

Steckbrief:

Ein Wochenendtrip auf eine Insel. Eine Gruppe von Freunden, die Geburtstag feiert. Eine Fremde, die wortlos Umschläge mit Geld hinterlässt. Alte Konflikte, die wieder aufbrechen – und Geheimnisse, die nie ans Licht kommen dürfen ...

Grundidee:

Warum sollte die Netflix-Cliffhanger-Serienlogik nicht auch als Podcast funktionieren!

Zielsetzung für PRH:

- Etablierung des Hörverlags als Absender für innovative Hörspiel-/Podcastformate, Proof of Concept
- Können wir das Format monetarisieren (z.B. exklusiver Verkauf an Plattformen, Werbeerlöse)?

Was macht das Format für Hörer*innen attraktiv?

- Dieser Podcast zieht dich ab der ersten Minute in seinen Bann: Ganz große Hörspiel-Unterhaltung
- Netflix zum Hören! Für den Weg zur Arbeit, während der Hausarbeit, oder als abendfüllendes Hörspielerlebnis.





Leitfragen bei der Konzeptentwicklung

- Von der Zielgruppe denken. **Was ist der Mehrwert?** Was motiviert mich, zuzuhören? Wie ist die Nutzungssituation?
- Auch aus Sicht des Verlages ist eine **klare Zielsetzung** hilfreich: Was will ich mit dem Podcast erreichen? Habe ich ein klares Commitment aller Beteiligten?
- Liegt der **Fokus** auf der Persönlichkeit oder auf dem Thema? Was ist mein **USP**, der mich von anderen Angeboten abgrenzt?
- Wie **nachhaltig** ist das Themengebiet? Trägt es über mehrere Staffeln oder ist es besser als Gastbeitrag in anderen Podcasts geeignet?
- Das **Format** muss zum Thema und den Mitwirkenden passen. Wichtig sind Authentizität, verlässliche Veröffentlichungsplanung und Abwechslung.
- **Reichweite und Sichtbarkeit** sollten schon bei der Planung mit einbezogen werden: Wie groß ist die Zielgruppe? Haben Host oder Gäste eigene Reichweite? Wie kann die Community eingebunden werden?
- **Video-Podcasts** können Reichweite steigern, bedeuten aber auch einen erheblichen Mehraufwand. Kurze Clips sollten in jedem Fall für die Bewerbung mitproduziert werden.

1.) Podcast-Idee

- (in max. 3 Sätzen)

Konzept

(Wie wären Struktur & Ablauf? Kehren Rollen wieder? Wer ist der Host? Gibt es wechselnde Gäste?)

Zielgruppe

(Wie groß ist die potenzielle Hörschaft? Sozialdemografie, Lebenssituation, aktive Communities und Interessen?)

Ziel

(Was wollen wir als Verlag mit dem Podcast erreichen? Marken-/ Autorenpflege? Reichweite? Monetarisierung?)

Format & Umfang

(Interview, Vortrag, Seminar, Debatte ...? Welche Tonalität? Mögliche Länge der Folgen? Länge der Staffel? VÖ-Rhythmus?)

Genre & Hörer-Mehrwert

(Entertainment, Information, Doku Fiction ...? Was nimmt die Hörer*in mit? Wie relevant ist der Podcast – und warum?)

USP & Vergleichstitel

(Was macht den P. besonders? Welche ähnlichen Podcasts gibt es schon? Was könnten deren Erfolgsfaktoren sein?)

2.) Beispielfolge:

(Idee für eine mögliche Einzelfolge in max. 3 Sätzen)

Inhalt

(Worum geht es genau? Welche Themen werden behandelt?
Aktuelle Bezüge/Anlass?)

Rollen

(Wer ist zu hören? Feste oder variable Rollen? Wie onlineaffin
und prominent sind Sprecher?)

Dramaturgie

(Wie wird erzählt/Spannung erzeugt? Wechselt die Form?
Kehren Elemente wieder? Musik: ja/nein/welche? Gibt es
wiederkehrende Rubriken?)

Hörereinbindung & Mehrwert

(Welche Rolle nimmt die Hörer*in ein? Interaktion, Call to
Action?)

Vermarktungsumfeld

(Welche Werbe-/Kooperationspartner könnten infrage
kommen?)