





Eva Moeraert

Pieter Blomme

# **ZELF EEN PODCAST MAKEN**



**In 5 stappen  
van idee  
tot aflevering**

Lannoo  
Campus



## INHOUDSOPGAVE

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| <b>*JINGLE* INTRO .....</b> | <b>7</b> |
|-----------------------------|----------|

### **STAP 1**

|                                                                                                 |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>De vier belangrijke vragen die je jezelf moet stellen als je aan een podcast begint.....</b> | <b>9</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|

### **STAP 2**

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>Aan de slag! .....</b> | <b>39</b> |
|---------------------------|-----------|

### **STAP 3**

|                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>De essentials: interviewen en schrijven als de beste podcastmaker.....</b> | <b>79</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|

### **STAP 4**

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>The extra mile: hoe word je technisch beter? .....</b> | <b>99</b> |
|-----------------------------------------------------------|-----------|

### **STAP 5**

|                                             |            |
|---------------------------------------------|------------|
| <b>Je podcast in de wereld zetten .....</b> | <b>131</b> |
|---------------------------------------------|------------|

|                                                            |            |
|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>En nu ... langzaam rijk worden van podcasten? .....</b> | <b>163</b> |
|------------------------------------------------------------|------------|

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>*JINGLE* OUTRO .....</b> | <b>177</b> |
|-----------------------------|------------|

---

## LEGENDE



Hier vind je persoonlijke getuigenissen van auteurs Eva en Pieter



Hier vind je de beste podcasttips



## **\*JINGLE\* INTRO**

In 2015 moest je nog aan iedereen uitleggen wat een podcast was en hoe je die kon downloaden. Vandaag is de meest gestelde vraag: hoe maak ik er zelf een? *Et voilà!* Een handboek dringt zich op!

Al meer dan tien jaar volgen wij, Pieter Blomme en Eva Moeraert, alle podcasttendensen op de voet. We geven beiden podcastles op Arteveldehogeschool, UGent en Vives. En we zijn alle twee onafhankelijke podcastmakers. Wie moet het anders doen?

Pieter is een van de founding fathers van de podcast *Relaas*. Achter de schermen maakt hij als producer aan de lopende band podcasts voor bedrijven en organisaties. Eva maakt radiodocumentaires en verdiende haar sporen met de podcast *Waarom* voor de VPRO. Maar je kent haar misschien ook van *Wie was mama?*, *de Buffalo Bitches*, *Oostende met één o* of van haar eigen onafhankelijke podcast *Bruto Nationaal Geluk*.

In dit boek willen we je graag voldoende theorie en tools aanreiken om zélf van A tot Z een kwalitatieve, weloordachte podcast te maken die impact heeft. We geven ook veel praktische tips, AI-hacks, luistertips, oefeningen én we werpen 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 ook enkele andere vormen van audioverhalen. Tot slot tonen we je hoe je geld kunt verdienen met je podcast. Dit alles met maar één doel voor ogen: om nog meer en nog betere podcasts in de Lage Landen te kunnen luisteren.

Veel succes met je podcastavontuur!

Pieter en Eva



# STAP 1

---

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





Eva en ik geven heel vaak workshops en begeleiden studenten die met een eigen podcastidee aan de slag willen. Dat zijn momenten waarop veel wilde en losse ideeën op tafel komen.

Tijdens één van die workshops stapt drinkwaterwetenschapper Marjolein naar ons toe. Ze wil 'iets' met podcasts doen. Dat voelt ze al een tijd. Ze luistert zelf constant. Ze merkt wat audio kan doen met een mens. En ze wil daar zelf toe bijdragen. Alleen, hoe precies? Dat weet ze nog niet.

Maar dan begint ze te vertellen. Over water. Over hoe vanzelfsprekend het is dat er iets uit de kraan komt, en hoe weinig mensen daar eigenlijk bij stilstaan. Over mensen, zoals zij, die er elke dag voor zorgen dat ons drinkwater gezonder is. Ze heeft al honderd ideeën genoteerd, mogelijke afleveringen, namen van experts die ze zou kunnen spreken. Gaandeweg wordt duidelijk dat ze zélf ook midden in dat onderwerp zit, als waterwetenschapper. Maar het is een brij van tekst, ongestructureerd op papier. Lang nog geen heldere podcast.

We herkennen het probleem meteen. Want Eva en ik zitten constant gebogen over dit soort ideeën. Van studenten, van mensen uit workshops, van mails die binnenkomen. Altijd ongeveer hetzelfde vertrekpunt. 'We willen iets met podcasts doen. Dit is ons idee. Klopt dat volgens jullie?' En bij Marjolein voelen we hetzelfde.

Er klopt iets niet.

We kunnen het niet meteen benoemen, maar ons buikgevoel zegt het wel. Zit het in de doelgroep die te breed blijft? Of neemt Marjolein geen duidelijke positie in? Krijgt de luisteraar te horen wat Marjolein belooft? Zitten de gasten die ze aan het woord

wil laten, juist? We horen het, we voelen het, maar nog niet alles staat op zijn plaats.

Tot we merken dat we telkens opnieuw dezelfde vragen beginnen te stellen. Aan Marjolein, aan anderen, aan elkaar. Wat wil je precies maken? Voor wie is dit bedoeld? Welke rol neem jij op? Wat beloof je aan je luisteraar? Plots valt alles op zijn plaats. De chaos van losse ideeën begint zich te ordenen. Eerst in ons hoofd, daarna ook bij Marjolein die naast ons zit. We brengen orde in de eindeloze brij van losse ideeën. Stap voor stap wordt het helder. Ook voor Marjolein.

Haar idee krijgt vorm. Scherper, concreter, juister. Wat eerst nog alle kanten op ging, is nu een heldere podcast. *Helder*, zo heet die ook. Over ons drinkwater. Nog altijd te beluisteren, *wherever you get your podcasts*.

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 mensen met wie je graag urenlang praat, rond de ideeën en verhalen die je zo graag met de wereld wilt delen.

Veel goesting en tijd. Daar start het allemaal mee. Maar liefst ook met een helder doel, de juiste skills en een duidelijk actieplan. Zodat je jouw eigen tijd en die van je toekomstige luisteraar optimaal benut. Een podcast maken is zoveel meer dan 'microfoon open en lullen maar'.

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 je vertellen? Waarover wil je het hebben? Welke ideeën komen aan bod? Welke mensen leren we kennen als we luisteren? En in welke context ontmoeten we hen?
- **Waarom** maak je deze podcast? Wat wil je ermee bereiken? Wat beloof je aan de luisteraar? Waarom maak jij deze podcast en niemand anders?
- **Welke rol** neem je op als maker, presentator of verteller? Welke versie van jezelf wil je laten horen?
- **Wie** wil je vooral 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 wilt bereiken. Als creatieve maker begin je vaak met welk verhaal je wilt vertellen. De antwoorden die je geeft op de verschillende vragen zullen 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 wilt 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 ongetwijfeld voor een beter resultaat en meer luisteraars.

## VRAAG 1: WAT WIL JE NU EIGENLIJK VERTELLEN?



Pieter

Ik houd op mijn telefoon een lijstje bij met wijze podcast-ideeën. Vaak krijg ik al lezend, wandelend of sportend een geniale 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. (Vaak niet, hoor!) Hoe gaat dat precies? Wel, ik toets mijn ideeën snel aan de vier w's van hiervoor. De ideeën die overeind blijven, werk ik daarna schematisch verder uit met papier en post-its. 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 ten gepaste tijde uit kunnen gehaald worden. Al wie met mij een koffie gaat drinken of op café gaat: je bent gewaarschuwd!

Een goede podcast staat of valt dus bij (1) de **ideeën** die je brengt, (2) hoe boeiend de **personages** zijn die we als luisteraar 'ontmoeten' en (3) indien nodig de **context** waarin je die personages laat horen. Dat geldt voor non-fictie podcasts, zoals documentaires of interviews. Maar dat geldt ook voor fictie. En eigenlijk ook voor praatpodcasts. Podcastluisteraars houden er namelijk van iets bij te leren en tegelijk de emotie van echte mensen en hun omgeving te voelen. En om te weten wat die mensen allemaal meemaken.

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 mensen die je opvoert in je podcast van levensbelang. De mensen die je hoort praten in je podcast zorgen voor connectie, emotie en kleur. **Intrigerende personages** maken de wetenschap menselijk, laten een 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, omgevingsgeluid 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 écht in zijn omgeving te plaatsen? Gebruik je woorden om de context helemaal tot leven te brengen? Kun je zo goed met woorden omgaan dat de wereld die je schetst helemaal tot leven komt? Wat gebeurt er met andere woorden in je podcast? Woorden en 'dingen die gebeuren' brengen de personages en de ideeën tot leven en maken de podcast compleet.

Als je nadenkt over de '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.



### Pieter

Voor waterwetenschapper Marjolein produceerde ik dus in het podcastagency Chase de podcast *Helder*. Het brainstormwerk deden Eva en ik samen vooraf.

Toen Marjolein haar plan voor de eerste keer uit de doeken deed, ontdekten we vrij snel dat vooral de 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 ongelooflijk veel zin om gewapend met een microfoon collega's en concullega'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 podcast line-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 wél 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 papa 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 maar wel over alles een sterke mening heeft. Boeiend!

## 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 wilt vertellen als maker of bedrijf, vertrek je bij de waarom-vraag vanuit je luisteraar. Precies omgekeerd dus.

*Waarom moet mijn luisteraar dit beluisteren? Wat beloof je die?*

*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 onderzoek zijn de meeste Vlaamse podcastluisteraars tussen 25 en 34 jaar oud, hoger opgeleid 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 luisteren hun favoriete podcasts het liefst in hun eigen favoriete podcast-app, voornamelijk

via Spotify, allerhande media-apps en op YouTube. Ze willen liefst van alles bijleren zonder het gevoel te hebben dat hen iets opgelegd wordt. Velen zijn op zoek naar kennis, maar luisteren podcasts ook ter ontspanning, als een soort time-out. Podcasts luisteren laat hen ook deel uitmaken van een community en versterkt het moment dat ze tijdens het luisteren beleven.



#### Pieter

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 waardevolle expertise hebben opgebouwd die ze graag willen delen. Ze hebben ook 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 nochtans heel eenvoudig.

Van mijn collega's bij Chase leerde ik dat de ideale podcast voor bedrijven op het kruispunt van emotie en informatie zit. Dat ben je aan je luisteraar verschuldigd. Als ik dus werk voor banken, universiteiten, recruitmentbureaus of grote holdings zoek ik steeds naar die 'sweetspot'. 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*, een podcast die ik bij het agency Chase maakte voor 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. De belofte was om elke aflevering als een 'cadeautje' te presenteren, met concrete tips die je meteen kunt toepassen op je werksituatie van elke dag. Dat leidde zelfs tot een bonusaflevering met een meditatieoefening.

De ideale podcast boeit, raakt en ontspant op hetzelfde moment. Omdat podcastluisteraars vaak drukbezette en hoger opgeleide 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. Dat is een strakke en heldere belofte, en die moet je aan de luisteraar nakomen.

### **VRAAG 3: WELKE ROL NEEM JE OP IN DEZE PODCAST?**



**Eva**

Heel veel van de podcasts die ik maak, komen uit mijn persoonlijke leven.

Ik maakte een radiodocumentaire over mijn oom in Argentinië (wiens hiv-besmetting lang voor mij werd verdoezeld), ik ging op zoek naar het gevoel in flamencodansen (wat lang mijn hobby was), ik schreef een fictiepodcast 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 ik maakte *Waarom* (over de zelfmoord van mijn jeugdliefje).

In al deze audioverhalen ben ik de verteller én het hoofdpersoon. 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 is 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 trok 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? Past die stem bij de waarden die je als bedrijf wilt tonen?