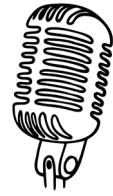
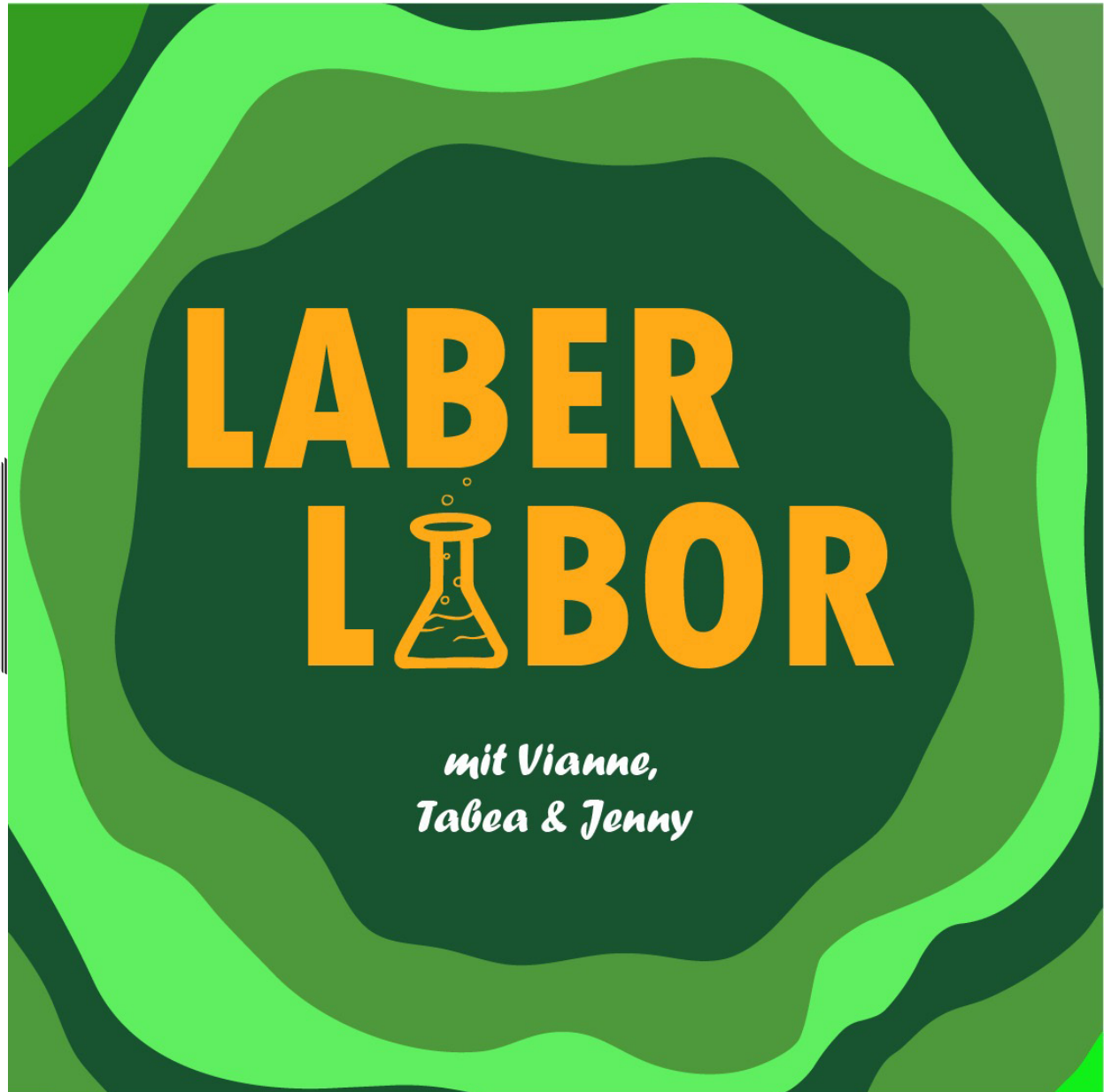


Laberlabor



Das Konzept zum Podcast



3:49  5:05



Idee und Umsetzung:

01 Name und Bedeutung:

Unser Name, Laberlabor, bringt den Inhalt unseres Podcasts auf den Punkt: Bei uns dreht sich alles um Selbstexperimente. Experimente finden üblicherweise in Laboren statt – und unser Labor ist das Radiostudio. Dort wird nicht nur geforscht, sondern vor allem viel gelabert.

02 So funktioniert es:

Im Laberlabor führen wir verschiedene Selbstexperimente durch, berichten von unseren Erlebnissen und erklären, was sich dabei für uns verändert hat. Unsere Erfahrungen ergänzen wir durch sorgfältige Recherchen und lassen jeweils eine Expertin oder einen Experten zu Wort kommen. Der Podcast informiert also nicht nur über unterschiedliche Themen, sondern unterhält zugleich – perfekt für neugierige Menschen wie uns.

03 Dauer der Experimente:

Die Länge der Selbstexperimente variiert je nach Thema und vorheriger Recherche. Manche Veränderungen sind bereits nach kurzer Zeit spürbar, andere benötigen mehr Geduld. Als Richtwert haben wir festgelegt, dass ein Experiment in der Regel drei bis fünf Wochen dauert.

Strategie:

01 Zielgruppe:

Der Podcast richtet sich in erster Linie an junge, medienaffine Menschen – also dieselbe Zielgruppe wie die Plattform Digezz. Darüber hinaus möchten wir aber auch allgemein interessierte und wissbegierige Hörer:innen ansprechen.

02 Upload-Frequenz:

Bezüglich der Upload-Frequenz haben wir uns bewusst gegen einen wöchentlichen Rhythmus entschieden. Auch wenn wöchentliche Veröffentlichungen ideal für das Wachstum der Reichweite wären, setzen wir auf Qualität statt Quantität. Die Experimente, Interviewvorbereitungen und insbesondere die Recherchen benötigen Zeit. Unser Ziel ist es, alle 1,5 bis 2 Monate eine neue Folge zu veröffentlichen – so bleibt auch Raum für andere kreative Projekte.

Vorerst wird der Podcast ausschliesslich auf Spotify veröffentlicht. In der Episodenbeschreibung wird dann jeweils unser Behind-the-Scenes-YouTubevideo verlinkt. Zudem werden wir gegebenenfalls später, wenn wir uns etwas sattelfester fühlen und den Podcast auch vermarkten möchten, ein zusätzliches Instagram-Profil erstellen.

03 Episodenlänge:

Zu Beginn waren wir uns noch unsicher, wie lange eine Folge dauern sollte – denn das hängt stark vom Umfang unserer Recherchen und der Beiträge unserer Expert:innen ab. Unsere erste Episode hatte eine Laufzeit von etwa 25 Minuten, und wir gehen davon aus, dass künftige Folgen zwischen 20 und 30 Minuten lang sein werden.

Branding:

01 Logo, Fonts und Farben:

Wir haben zwei Varianten unseres Logos entworfen. Eine Version zeigt die Outlines unserer drei Gesichter, um den Hörer:innen eine visuelle Vorstellung von uns zu geben. Da der Fokus des Podcasts jedoch auf den Experimenten und nicht auf uns als Personen liegt, haben wir bewusst darauf verzichtet, echte Bilder zu verwenden.

Grün steht im Zentrum unseres Farbkonzepts – passend zu den Themen Lifestyle und Gesundheit, aber auch, weil Grün häufig mit Forschung, Natur und Experimenten assoziiert wird (z. B. bei der Darstellung von Bakterien oder Giftstoffen). Als Kontrastfarbe haben wir Orange für die Schrift gewählt – sie sorgt für Dynamik und hebt sich gut ab.

Als Titelschrift haben wir den Font Tw Cen MT (Condensed Extra Bold) gewählt. Als Kontrast hierzu haben wir für die Namen der drei Hosts den Font Forte (Regular) ausgesucht.



#185430

#4e993c

#60ef61

#f7fef7

#ffab17