

De podcastdokter: eerste hulp bij podcasts maken

23-05-2019 11:00



Het aanbod van Nederlandstalige podcasts groeit: *De Brand in het Landhuis, Tante Jos, Waarom?, de Blankenberge Tapes, Bob, Liefdeslessen*. Ook de interesse in het maken van een podcast neemt sterk toe. Maar hoe pak je dat aan? Podcastdokter Marion Oskamp biedt uitkomst. Met haar jarenlange ervaring als programmamaker en eindredacteur bij de NTR helpt zij beginnende podcastmakers op weg.

Een iPhone op tafel leggen en opnemen maar? Nee, zo werkt het dus niet. Bij het maken van een goede podcast komt heel wat meer kijken.

Ideeën voor nieuwe podcasts zijn er genoeg, maar hoe werk je ze uit? Bij wie kun je aankloppen met je plan? Wie zou erin geïnteresseerd kunnen zijn? Is het ook echt een goed idee? "Doordat ik de NTR Podcastprijs organiseer, kwam ik regelmatig in contact met jonge mensen die een plan hadden voor een podcast. Ik merkte dat zij vaak in het duister tasten over hoe je het verder aanpakt," vertelt podcastdokter Marion Oskamp.

"Ze zochten naar iemand die hun idee kritisch kon doorlichten, met wie ze ruggenspraak konden hebben. Dat zag ik wel zitten. Bij de NTR zijn wij juist weer op zoek naar nieuw talent. We hebben die twee belangen met elkaar gecombineerd en riepen de podcastdokter in het leven."

Technisch en inhoudelijk

Een dag per week heeft Oskamp gereserveerd om jonge makers persoonlijk of schriftelijk te adviseren. “Soms zijn dat technische vragen, bijvoorbeeld over goede opnameapparatuur en montageprogramma’s, opnametechnieken en of hulp bij het monteren. Maar ik krijg per mail bijvoorbeeld ook pilots van enkele afleveringen van een serie. De maker vraagt dan om advies. Het kan blijven bij één afspraak, maar het komt ook voor dat ik iemand gedurende een langere periode begeleid tot aan het eindproduct.”

Oskamp vraagt de makers altijd of zij haar op de hoogte willen houden, omdat ze benieuwd is wat er van de podcast terecht komt. “Van een deel hoor ik nooit meer iets. Die bedanken voor de informatie, maar doen er verder niks mee. Makers die wél aan de slag gaan, sturen mij later een linkje naar de podcast. Zo hielp ik twee docenten die een podcast voor hun collega’s wilden maken. Een tijd later ontving ik de hele serie met bijbehorende website. Een jonge maakster, die om advies vroeg, gaat nu een podcastserie voor NPO Radio 1 ontwikkelen.”

Hoewel veel makers al enige affiniteit met radio of media hebben, melden zich ook mensen die daar volledig buiten staan. “Er klopte bijvoorbeeld een makelaar bij me aan. Aanvankelijk twijfelde ik, omdat die podcast misschien wel heel commercieel zou worden. Maar hij wilde het breder trekken en een podcast maken over het belang van wonen en een thuis hebben. Een vroedvrouw wilde in een podcast over gespecialiseerde problemen vertellen en vroeg mij daarbij om hulp.”

Ook acteur Simon Heijmans wist podcastdokter Oskamp te vinden. Niet veel later ging hij aan de slag met de succesvolle podcast *De brand in het landhuis*. Omdat hij nooit eerder een podcast had gemaakt, vroeg hij Oskamp om ondersteuning. Dat werd uiteindelijk meer dan een advies alleen. Zij deed ook de eindredactie en research voor de serie.

Niet elke podcast eindigt zoals *De brand in het landhuis* met meer dan een half miljoen downloads in de hitlijst. Sommigen plannen stranden nog voordat ze zijn uitgewerkt.

Van idee naar product

Een veel gemaakte beginnersfout is volgens Oskamp dat mensen het verschil niet goed zien tussen het hebben van een idee en dat ook echt uitwerken en groter maken. “Je kunt bedenken om iets over het weer te gaan maken. Maar wat wil je dan vertellen over het weer? Hoe ga je dat doen? Wat is je tone of voice? Hoe creëer je een goede chemie met de luisteraar? Tussen een idee en de daadwerkelijke podcastserie zit bij de meeste mensen een gat. Het is het moeilijkste onderdeel.”

Ook zijn makers soms nog te veel geneigd om ‘radiootje te spelen’. Oskamp beluistert veel podcasts en dan valt haar op dat ze vaak wel goed voorbereid en geproduceerd zijn, maar dat de relatie met de luisteraar niet goed is. “In een podcast praat je niet tegen vele luisteraars, maar ga je een band aan met één persoon. Het is een intiem medium. Dat moet je je goed realiseren. En daar gaan makers nog wel eens de mist mee in. Het is belangrijk om een goede presentator te hebben. Iemand zijn die de luisteraar erbij betreft, die een prettige stem heeft, goed kan lezen, dat wil zeggen: niet op een voorleestoontje.”

Oskamp wijst nieuwe makers ook altijd op de spanningsboog. Die voorkomt dat luisteraars afhaken. “Veel podcasts maken gebruik van een zoektocht of een centrale vraag waar je antwoorden op probeert te vinden.”

En nee, dus zeker niet je iPhone gebruiken voor opnames. “Die is ongeschikt. Voor honderd euro kun je al professionele opnameapparatuur aanschaffen. In het verlengde daarvan moet je je natuurlijk verdiepen in de opnametechniek. Houd de microfoon heel dicht bij de persoon die aan het woord is. Check omgevingsgeluiden zoals airconditioning die meedraait of een verbouwing in de straat. In een gesprek filteren je oren die

achtergrondgeluiden, maar het apparaat doet dat niet.”

De podcast breekt door

Aan hulpvragen heeft Oskamp geen gebrek. “Het was meteen al druk. De podcast breekt echt door. Steeds meer mensen willen er iets mee. Hierdoor neemt ook het aanbod Nederlandse podcasts toe. Wel is er nog weinig overzicht. Binnen de NPO wordt het platform Podcaststart ontwikkeld. Daarmee kunnen luisteraars straks beter hun weg vinden in het woud van podcasts.”

Marloes de Moor