



Audiowalks

Leitfaden für Einsteiger:innen

Inhalt

Vorwort.....	3
1. Was unterscheidet Audiowalks von Audioguides?	4
2. Anwendungsbeispiele aus dem Kulturbereich.....	5
3. Rahmenbedingungen im Überblick.....	7
4. Die wichtigsten Schritte	8
5. Ausgewählte Phasen im Detail.....	9
Planen.....	9
Schreiben	10
Testen.....	12
Produzieren.....	14
Veröffentlichen.....	15
6. Audiowalk-Logistik.....	18
Impressum	20



Vorwort

„Audio-was?“ – so lautete bis vor wenigen Monaten oft die Nachfrage, wenn ich erzählte, dass ich Audiowalks schreibe und produziere. Doch mittlerweile kennen immer mehr Menschen Audiowalks. Mit Corona hatte das Medium ein Comeback: Es war während der Lockdown-Monate eines der wenigen Formate, das Kultur- und Bildungsinstitutionen mit ihrem Publikum verband. Denn bei Audiowalks sind Bühne und Publikumsraum ins Freie verlegt. Nutzer:innen spielen Audiodateien über ein portables Gerät ab und hören sie beim Gehen entlang einer vorgegebenen Route. Sie bewegen sich dabei buchstäblich durch die Erzählung hindurch und befinden sich stets am Ort des Geschehens.

Audiowalks, auch Hörspaziergänge genannt, gibt es zwar schon seit der Erfindung des Walkmans in den 1980er Jahren. Doch erst Smartphone, Open Source Software und günstiges Aufnahmeequipment haben das Format sowohl in der Produktion als auch für die Hörer:innen zugänglich gemacht.

Mit diesem Leitfaden möchte ich euch Werkzeuge zur Hand geben, mit denen ihr das Medium entdecken und in der Praxis einsetzen könnt.



Autorin: Sophie Burger

Die Autorin ist Theater-, Film- und Medienwissenschaftlerin und Betreiberin der Audiowalk-App [Storydive](#). Sie hat mehr als 10 Jahre Erfahrung mit der Produktion von Audiowalks und begleitet Bildungs- und Kulturinstitutionen von der Konzeption bis zur Veröffentlichung.

1. Was unterscheidet Audiowalks von Audioguides?

Ist ein Audiowalk ein Audioguide?

Anders als einen Audioguide hören die Zuhörer:innen einen Audiowalk nicht an einzelnen Stationen, sondern während des Laufens. Audiowalks erzählen nicht zwingend über die Orte, an denen sie zu hören sind, immer aber mit ihnen. Sie spielen oft an alltäglichen Orten, wo sie Altbekanntes mit neuen Bedeutungsebenen überlagern.

Was fügt das Laufen dem Hören hinzu?

Audiowalks leiten und begleiten Hörer:innen auf einem Spaziergang. Obwohl sie vordergründig ein auditives Medium sind, ermöglichen sie dabei eine Erfahrung, die alle Sinne anspricht, denn sie lassen Hörer:innen über die eigene Bewegung mit einer Erzählung interagieren.

Wie finden Hörer:innen den Weg?

Damit die Zuhörer:innen gut folgen können, ist es wichtig, dass sich der Audiowalk beständig auf die Umgebung bezieht und alle Weganweisungen Teil der Erzählung sind. Bei der Konzeption sollten ihr daher die Hörsituation und die Möglichkeiten, auf verschiedenen Ebenen mit der Umgebung zu interagieren, immer mitdenken.

Warum ist das Timing wichtig?

Im Idealfall synchronisiert ein Audiowalk die Bewegungen der Hörer:innen mit ihrer Umgebung: die Hörzeit ist dann gleich der Wegzeit. Das Abgleichen von erzählter und erfahrener Umgebung gibt den Hörer:innen Sicherheit, dass sie sich auf dem richtigen Weg befinden und erlaubt dadurch das Eintauchen in die Erzählung.

Welche Rolle spielt die Stimme im Ohr?

Audiowalks werden in der Regel über Kopfhörer gehört und sprechen die Hörer:innen direkt an oder weisen ihnen auf andere Art eine Rolle innerhalb der Erzählung zu. Die Hörsituation ist dadurch sehr intim. Viele Hörer:innen genießen das nach außen nicht erkennbare Eingeweihtheitsein. Die Stimme im Ohr übernimmt dabei verschiedene Funktionen – sie erzählt oder ist selbst Figur, bezeugt die Erfahrung und führt gleichzeitig Regie, indem sie den Blick und die Bewegungen der Hörer:innen lenkt.

2. Anwendungsbeispiele aus dem Kulturbereich



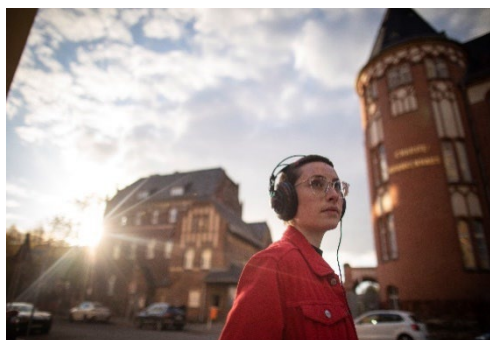
“Kolbe außer Haus” - Ein Projekt als Brücke zwischen Stadtraum und Onlinearchiv

Georg Kolbe Museum (GKM), Berlin

Das Georg Kolbe Museum verzahnt im Projekt „Kolbe außer Haus“ die eigene Onlinesammlung des Museums mit einer stadtgeschichtlichen Erkundung des Berliner Westends. Inspiriert ist das Audioangebot „Kolbes Kiez“ von der engen

Beziehung des Bildhauers Kolbe zur Baukunst: Die Touren führen durch das von vielen markanten Architekturen geprägte Umfeld des Museums und vermitteln städtebauliche Konzepte und Wohnmodelle. „Kolbe on the Map“ hingegen lädt zur Erkundung von Arbeiten Georg Kolbes im öffentlichen Raum ein. Komplementiert wird das Gehörte durch redaktionell aufbereitete, digitalisierte Materialien aus dem Archiv des Museums: „Endlich lassen sich viele Quellen, die bisher für ein breites Publikum nicht so zugänglich waren, in unsere Vermittlungsarbeit integrieren“, erklärt Anna Sinofzik vom GKM. Wer einzelne Aspekte vertiefen möchte, erhält gleich die richtigen Fährten zurück zur Onlinesammlung.

- [„Kolbe außer Haus“](#)
- [Zum Interview mit dem GKM](#)



“Der Tod in Venedig” und “Brecht stirbt” - Audiowalks als Erweiterungen der Spielstätte

RAUM+ZEIT & Berliner Ensemble (BE), Berlin

Das Kollektiv RAUM+ZEIT hat Audio-Spaziergänge entwickelt, in denen Zuhörer:innen z.B. in einer Produktion des BE ausgehend von bisher unbekanntem Notizen Brechts seiner Spur

durch Berlin folgen oder, in einer Eigenproduktion von RAUM+ZEIT, die Perspektive des Protagonisten aus Thomas Manns berühmter Novelle entlang der Spree einnehmen können. Für Karolin Trachte vom BE stellen Audiowalks damit eine dauerhafte Bühnenerweiterung dar: „Wir können den urbanen Raum als Spielstätte erschließen. Und wir bekommen ein Format, das wir dauerhaft anbieten können - auch in Spielplanpausen“.

- [„Der Tod in Venedig“](#)
- [„Brecht stirbt“](#)
- [„Rendezvous - Audiowalk für Zwei“](#)



„Zerstreuung überall!“ - Ein Audioformat als alternative Veranstaltungsform und Mittel zur Grenzüberwindung

LIGNA

Im Juli 2021 lud das Kollektiv LIGNA in seinem Radioballett 14 internationale Choreograf:innen und Performer:innen dazu ein, das Publikum gleichzeitig, aber zerstreut an einem zentralen öffentlichen Ort mit ihren Anweisungen über Kopfhörer zu leiten und so die Veränderungen und Auswirkungen der Pandemie auf den öffentlichen Raum sowie auf den individuellen Körper zu reflektieren. Mit diesem Audioformat schafft das Kollektiv eine Alternative zu abgesagten Veranstaltungen und (Tanz)-Festivals für Künstler:innen über Ländergrenzen und Kontinente hinweg.

- 🔗 **„Zerstreuung überall!“**
- 🔗 **Szenen aus „Zerstreuung überall!“**



„Betonwalks“ - Audiowalks als partizipatives Vermittlungsformat

Haus der Kulturen der Welt (HKW), Berlin

Im Zuge des Ausstellungs- und Forschungsprojekts „Bildungsschock“ thematisierte das HKW die Architektur und Entwicklung von Lernräumen in den 1960er & 70er Jahren. Begleitend zur Ausstellung ging das Projekt „Bildung in Beton“ an acht Berliner Schulen, deren Gebäude aus dieser Zeit stammen. Dort setzten sich Künstler:innen und Schüler:innen gemeinsam mit der Schularchitektur auseinander. Gezwungen durch die Pandemie entschieden sich die Projektleiterin Eva Stein und die Projektkoordinatorin Anna Bartels dazu, die Ergebnisse - statt in den geplanten Präsentationsterminen & Führungen vor Ort - in einem digitalen Format zugänglich zu machen. Daraus entstanden sind, in erneuter Zusammenarbeit der Schüler:innen und Künstler:innen, insgesamt vier Audiowalks, in denen die Architektur und Umgebung der Schulen mithilfe von O-Tönen, Soundinstallationen und Videos der Schüler:innen zu erkunden sind.

- 🔗 **„Betonwalks“**
- 🔗 **„Bildung in Beton“**

3. Rahmenbedingungen im Überblick

Wie lang sollte ein Audiowalk sein?

Die Länge des Audiowalks orientiert sich häufig an der Route. 30 bis 45 Minuten Wegzeit sind hier ein guter Rahmen. Ihr solltet aber auch andere Faktoren in Betracht ziehen: Wie gut ist euer Zielpublikum zu Fuß? Liegen Start- und Endpunkt nah beieinander, oder kommen jenseits des eigentlichen Audiowalks noch lange Laufwege auf die Hörer:innen zu? Auch die Aufmerksamkeitsspanne der Zielgruppe kann eine Rolle spielen.

Was benötigt das Publikum?

Das kommt darauf an, ob ihr euch für Leihgeräte oder die Wiedergabe auf dem eigenen Endgerät entscheidet. Besaßen vor 10 Jahren nur 18% der Deutschen ein Smartphone, sind es heute über 86% – bei den unter 50-Jährigen sogar 97% (Quelle: Statista). Ihr braucht euch also keine allzu großen Sorgen machen, dass eure Zielgruppe kein mobiles Endgerät zur Verfügung hat. Die Hürden liegen an anderer Stelle: Wie einfach sind Zugang und Nutzung? Müssen Termine oder Öffnungszeiten eingeplant werden oder können Hörer:innen jederzeit loslegen? Wo erfahren die Hörer:innen von eurem Angebot? Und wie kommuniziert ihr es so, dass sich die Hörer:innen etwas unter der Erfahrung vorstellen können, auch wenn sie noch nie einen Audiowalk gemacht haben?

Zeitaufwand für Audioaufnahmen

Profisprecher:innen haben folgende Faustregel: finale Audiolänge x 3 = Aufnahmezeit im Studio. Soll der Audiowalk also 30 Minuten lang werden, dauert die Aufnahme ca. 1½ Stunden.

Zeitaufwand für den Schnitt

Wenn ihr für euren halbstündigen Audiowalk 1½ Stunden Tonmaterial habt, benötigt die Nachbearbeitung mindestens 4½ Stunden. Der Aufwand hängt hier aber von verschiedenen Faktoren ab: Je mehr Takes, umso länger braucht es, das Material zu sichten und auszuwählen. Wenn viele Sprecher:innen beteiligt sind oder mit Hintergrundgeräuschen und Musik gearbeitet wird, müsst ihr ebenfalls mehr Zeit für die Postproduktion einrechnen. Hörspiele sind beispielsweise viel aufwändiger, als Hörbücher - Audiowalks können in beide Richtungen gehen.

4. Die wichtigsten Schritte

Bevor ich genauer auf die einzelnen Arbeitsschritte eingehe, möchte ich euch hier einen Überblick über die fünf Arbeitsschritte geben, die ihr gehen solltet, um von einer ersten Idee bis zur erfolgreichen Veröffentlichung zu gelangen.

	Was ist hier zu tun?	Beteiligte Rollen	Anteil am Gesamtaufwand
Planen	<ul style="list-style-type: none"> • Konzept • Route • Auslösepunkte wählen • Timing vorbereiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Projektleitung • Autor:in • Dramaturg:in 	10%
Schreiben	<ul style="list-style-type: none"> • Dramaturgie entwickeln • Skript verfassen • Lektorat 	<ul style="list-style-type: none"> • Autor:in • Dramaturg:in • Lektor:in 	30%
Testen	<ul style="list-style-type: none"> • Testaufnahme • internes Testing • Testing mit Beta-Tester:innen • Skript finalisieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Autor:in • Beta-Tester:innen • evtl. Distributor:in 	10%
Produzieren	<ul style="list-style-type: none"> • Casting Sprecher:innen • evtl. Buchung Tonstudio • Audioaufnahme • Erstellung oder Lizenzierung von Musik und Geräuschen • Postproduktion 	<ul style="list-style-type: none"> • Projektleitung • Regie • Sprecher:innen • Tontechniker:in • Soundkünstler:in • Postproduzent:in 	35%*
Veröffentlichen	<ul style="list-style-type: none"> • Wahl des Vertriebswegs • Erstellung Metadaten • Pressearbeit und Marketing • ggf. Bereitstellung von GPS-Daten an Distribution 	<ul style="list-style-type: none"> • Projektleitung • Graphiker:in • Distributor:in • Öffentlichkeitsarbeit 	15%

* variiert mit der Länge des Audiowalks, der Anzahl der Rollen sowie der Komplexität der Postproduktion

5. Ausgewählte Phasen im Detail

Planen

Die passende Route finden

Ihr könnt aus unterschiedlichen Richtungen an die Konzeption eures Audiowalks herangehen. Meist stehen entweder ein Stadtviertel, ein Thema oder eine Figur am Anfang und geben erste Hinweise, worauf bei der Routenfindung zu achten ist. Oft sind auch Start- und Endpunkt durch äußere Bedingungen vorgegeben. Macht euch auf die Suche nach einer abwechslungsreichen, für Fußgänger:innen geeigneten und möglichst barrierefreien oder barrierearmen Route.

Was brauche ich für die Erkundung?

Nehmt euer Smartphone mit, um Fotos oder kurze Videos zu machen. Hilfreich sind außerdem etwas zu Schreiben sowie eine vergrößerte Karte des erkundeten Gebiets, in die ihr euren Weg und die interessantesten Details direkt eintragen könnt.

Alle Sinne mit einbeziehen

Besondere Aufmerksamkeit solltet ihr eurer eigenen Wahrnehmung und der Interaktion mit der Umgebung schenken. Wie riecht es? Was hört ihr? Welche Farben dominieren, welche Stimmung herrscht an dem Ort? Wie fühlt sich der Untergrund an? Wo gibt es etwas zu ertasten, erspüren, aufzuheben und genauer anzusehen, zu begehen? Wo sind viele andere Menschen und wo ist es ruhig?

Die Ergebnisse der Ortserkundung festhalten

Dokumentiert die Erkundung mit Fotos, (Sprach-)Notizen oder Skizzen. Die Idee, welche Rolle ein Detail innerhalb der Erzählung spielen soll, kommt meist erst später. Ihr werdet bei der Storyentwicklung aber merken, dass diese Details ganz selbstverständlich mit einfließen. Außerdem sind sie für die Weganweisungen hilfreich.

Mapping-Tools für die Routenplanung einsetzen

Wenn ihr eure Ortserkundung direkt online dokumentiert, könnt ihr die Route auch remote im Team erarbeiten und später die GPS-Koordinaten der Auslösepunkte direkt auslesen. Besonders einfach geht dies mit Google My Maps, wo ihr Orte und Routen anlegen, mit Fotos, Videos und Texten verknüpfen, speichern und teilen könnt. Dafür benötigt ihr einen kostenlosen Google Account.

Das Timing vorbereiten

Während des Schreibens müsst ihr immer wieder Wegzeit und Hörzeit miteinander abgleichen, um sicherzugehen, dass die Synchronisation zwischen Ort und Erzählung funktioniert. Wie macht ihr das, ohne vor Ort zu sein? Nachdem ihr die Route festgelegt habt, lauft ihr sie noch einmal vollständig ab. Wenn ihr schon wisst, an welchen Orten Kapitel starten sollen, messt und notiert euch die Wegzeit kapitelweise. Alternativ könnt ihr die Route auch einfach abfilmen. Das hat den Vorteil, dass ihr das Video auch nutzen könnt, um Details in der Umgebung direkt einzubeziehen und die Weganweisungen intuitiv zu gestalten.


Schreiben

Für Audio schreiben

Sätze für Audio sollten einfach formuliert und kurz sein. Sie enthalten immer nur eine wichtige Information, die möglichst zu Anfang genannt wird. Orientiert euch beim Schreiben an der gesprochenen Sprache. Nehmt euch dafür nach einer ersten Rohfassung euren Text Stück für Stück vor und formuliert ihn frei beim Sprechen. Ihr werdet merken, wie ihr dabei die Informationsdichte und -reihenfolge intuitiv anpasst.

Beim Schreiben solltet ihr außerdem immer im Hinterkopf behalten, dass das Gehörte nur einen Teil der Erfahrung ausmacht. Während sich die Hörer:innen durch den öffentlichen Raum bewegen und dort orientieren müssen, werden sie von Passant:innen, dem Straßenverkehr und Außengeräuschen abgelenkt. Diese Situation kann schnell überfordern. Hörer:innen sorgen sich, dass sie den Anschluss an die Erzählung verlieren und sich verlaufen. Ein guter Audiowalk denkt die Hörsituation mit und lässt immer wieder Zeit für Erholungspausen.

Der beste Test, ob ein Text als Audiowalk funktioniert, ist immer ein Hörtest vor Ort. Doch bereits beim Schreiben solltet ihr euch den Text hin und wieder selbst laut



vorlesen, um zu sehen, an welchen Stellen ihr stolpert oder den Faden verliert - an diesen Stellen setzt ihr an, um zu kürzen und zu vereinfachen.

Mehr zum Thema findet ihr hier im Beitrag [🔗 „Ohren auf beim Schreiben“](#) auf der Seite von Storydive.

Weganweisungen einbinden

Die Nennung von Straßennamen zur Orientierung erscheint naheliegend, doch dabei passiert Folgendes: Während die Hörer:innen noch versuchen, sich den Namen zu merken und nach dem Straßenschild Ausschau halten, entgeht ihnen, wie es weitergeht - sie verlieren den Faden und sind verunsichert. Weganweisungen wie "gehe nach links" oder "biege an der nächsten Kreuzung nach rechts ab" funktionieren schon besser, sind aber ungenau und können dadurch ebenfalls zu Unsicherheit führen.

Denkt die Weganweisungen nicht als ein von der Erzählung getrenntes Element. Nehmt stattdessen innerhalb der Erzählung laufend Bezug auf die Umgebung. Das Detail, auf das ihr Bezug nehmt, sollte zu diesem Zeitpunkt bereits wahrnehmbar sein. Um den Hörer:innen mehr Sicherheit zu geben, könnt ihr außerdem etwas weiter entfernte Zwischenziele stecken. Damit muss die Frage, wo es als nächstes langgeht, nicht ständig neu beantwortet werden.

Um die Weganweisungen auf diese Art einzubinden, solltet ihr euch Gedanken darüber machen, wie die Figur, aus deren Perspektive ihr erzählt, die Umgebung wahrnimmt. Wie gut kennt sie sich vor Ort aus? Hat sie ein Ziel, das sie erreichen möchte, oder streift sie ziellos umher?

Mehr zum Thema erfahrt ihr im Beitrag [🔗 „Folge dem weißen Kaninchen“](#).

Das Skript

Das Skript bereitet die nächsten Produktionsschritte vor. Stimmbeschreibungen helfen beim Casting der Sprecher:innen; Regieanweisungen sowie die eindeutige Kennzeichnung unterschiedlicher Sprechparts sorgen für Klarheit bei der Audioproduktion; und Angaben dazu, wo welche Geräusche oder Musik eingefügt werden sollen, sind unerlässliche Informationen für die Postproduktion. Besteht der Audiowalk aus mehr als einem Soundfile, kennzeichnet das Skript außerdem die einzelnen Kapitel sowie die GPS-Koordinaten, an denen das jeweilige Kapitel gestartet werden soll.

Testen

Phase 1	Wann?	begleitend zum Schreiben, spätestens vor der Audioproduktion
	Wer?	erst Autor:in, dann Beta-Tester:innen aus dem Team
	Was?	Timing, Wegbeschreibungen, allgemeine Verständlichkeit
	Wie?	selbst eingesprochene Testaufnahme, manuell abgespielt

Je umfassender vor der Audioproduktion getestet wird, umso unwahrscheinlicher ist es, dass nach der Produktion noch Anpassungen nötig sind. Das ist besonders wichtig, wenn die Produktion extern erfolgt. Wer die Produktion inhouse macht, kann leichter einzelne Passagen neu einsprechen lassen und nachträglich einfügen.

Beim Testen mit Beta-Tester:innen könnt ihr herausfinden, ob alles gut verständlich ist und das Timing auch bei unterschiedlichen Gehgeschwindigkeiten funktioniert. Autor:innen können dies nur bedingt selbst testen, da sie Route und Inhalt kennen und ihre Gehgeschwindigkeit automatisch daran anpassen.

Tip

Für optimale Testergebnisse sollten Beta-Tester:innen nur im Notfall auf eine Orientierungskarte schauen und ihre Erfahrung direkt im Anschluss dokumentieren.

Phase 2	Wann?	vor der Veröffentlichung
	Wer?	erst teamintern, dann externe Beta-Tester:innen
	Was?	Spielen alle Kapitel am richtigen Ort? Kommen die Hörer:innen mit der Technik zurecht? Welche Informationen benötigen sie vorab?
	Wie?	finaler Distributionsweg, also z.B. per App oder Web Player, wenn möglich in einem passwortgeschützten Bereich

Welche Technik benötigen Beta-Tester:innen?

Zum Testen des Audiowalks benötigen Tester:innen meist nur ihr Smartphone und Kopfhörer. Je nach Distributionsweg müssen die Audiodateien manuell abgespielt werden oder starten automatisch, wenn der entsprechende Ort erreicht ist.

Checkliste Autor:innen

- Stimmen Hörzeit und Wegzeit überein? Wo muss ich kürzen? Wo fehlt noch etwas?
- Sind die geplanten Umgebungsinteraktionen umsetzbar? (Zugang, Öffnungszeiten,...)
- Lösen die Kapitel am richtigen Ort aus?
- Beziehen sich die Weganweisungen auf meine direkte Umgebung?
- Wo gibt es Barrieren? Gibt es eine barrierefreie Alternative?
- Ist die Wegführung sicher? (Straßenüberquerung an Ampeln, Pause im Audio)

Checkliste für Beta-Tester:innen

- Kann ich der Erzählung gut folgen oder fühle ich mich von der Situation überfordert?
- Sind die Weganweisungen verständlich und eindeutig?
- Funktioniert die Synchronisation von Umgebung und Audio? Bin ich dort, wo ich sein sollte? Wenn nicht: liegt das beschriebene Detail vor oder hinter mir?
- Verstehe ich, welche Handlungsoptionen ich habe? (z.B. bei Audiowalks mit Wegentscheidungen)

Tipp

Plant zum Prüfen der Barrierefreiheit eures Audiowalks einen eigenen Test ein, am besten mit Expert:innen! Menschen, deren Bewegungsfreiheit nicht eingeschränkt ist, bemerken Barrieren häufig nicht.

Produzieren

Benötigtes Equipment

Gute Aufnahmetechnik ist in den letzten Jahren erschwinglich geworden. Auch einfaches Equipment kann daher gute Ergebnisse erzielen.

	einfaches Equipment	semiprofessionelles Equipment	professionelles Equipment
Aufnahmeort für Sprechparts	Besenkammer*	Sprecherkabine inkl. Popschutz und Stativ (ca. 100,-€)	Tonstudio (Miete ab 80,-/h plus Tontechniker:in)
Mikrofon + Aufnahmegerät	USB-Mikrofon (ab 60,-€) mit Laptop oder einfaches Aufnahmegerät mit integriertem Mikro, z.B. Zoom H1 (ab 90,-€)	Studiomikrofon mit Aufnahmegerät, z.B. Zoom H4/H6 (zusammen ca. 550,-€)	im Tonstudio inklusive
Soundscapes vor Ort	einfaches Aufnahmegerät	Originalkopfmikrofon (ca. 100,-€)	Kunstkopfmikrofon (Miete ab 75,-€/Tag)
Schnitt	Audacity (kostenfrei)	z.B. Reaper (ca. 60,-€)	Soundingenieur:in
Mastering	Online Mastering Service, z.B. LANDR (ab 8,50 pro Projekt)	Reaper / andere DAW-Software** + VST-Plugins*** (ca. 150,-€)	Soundingenieur:in

* ein möglichst kleiner, ruhiger Raum, der gern vollgestellt sein darf, damit es dort nicht hallt

** Digital Audio Workstation

*** Virtual Studio Technology, Grundausstattung: Kompressor, Equalizer und Gate

Was ihr für die Produktion eines Audiowalks benötigt, unterscheidet sich nicht groß von der Aufnahmetechnik für andere Audioproduktionen wie Podcasts oder Hörbücher.

Ausnahme: Binaurale Aufnahmetechniken ermöglichen Aufnahmen, die für die Wiedergabe auf Kopfhörern optimiert sind und bieten ein immersives, räumliches Klangbild. Hier unterscheidet man zwischen Originalkopfmikrofonen, die von einer Person im Ohr getragen werden und Kunstkopfmikrofonen, die der Anatomie des

menschlichen Schädels nachempfunden sind.

Plant ihr eine einmalige Audioproduktion, ist die Anschaffung von eigenem semiprofessionellem Equipment in der Regel teurer als die Miete eines Tonstudios und die professionelle Nachbearbeitung. Während auch Laien gut mit Schnittprogrammen wie Audacity zurechtkommen, braucht es für das Mastering Expertise. Bevor ihr euch ohne Vorkenntnisse selbst daran versucht, nutzt lieber Online-Services wie LANDR. Es gilt: ohne gute Aufnahme kein gutes Ergebnis. Mastering und Effekte können den Klang nur optimieren, nicht retten. Investiert daher besser in eine gute Aufnahmesituation und professionelle Sprecher:innen.

Tipp - Musik und Geräusche online finden

Die englischen Seiten [Freesound.org](https://freesound.org) für Geräusche und [Freemusicarchive.org](https://freemusicarchive.org) für Musik bieten eine gute Auswahl. Eine deutsche Seite ist die [Hörspielbox.de](https://hoerspielbox.de). Bitte achtet unbedingt auf die Lizenzbedingungen!

Veröffentlichen

Leihgerät oder eigenes Endgerät?

Die erste Frage, die sich stellt, wenn ihr über den Distributionsweg nachdenkt, ist, ob ihr Leihgeräte ausgeben möchtet oder die Hörer:innen den Audiowalk über ihr eigenes Smartphone anhören können.

	Leihgerät	eigenes Endgerät
keine Anschaffungs- und Wartungskosten	✗	✓
zeitlich unabhängig verfügbar	✗	✓
unbegrenzte Kapazität	✗	✓
Ticketing über die eigene Kasse	✓	je nach Lösung
Reporting Anzahl Nutzungen	✓	je nach Lösung
Inhalte können nicht kopiert oder weitergegeben werden	✓	je nach Lösung
kompatibel mit Lizenzen Dritter	✓	je nach Lösung

Die Tabelle zeigt: Während Leihgeräte klare Vor- und Nachteile mit sich bringen, hängen bei einer Nutzung über das eigene Endgerät viele Aspekte von der gewählten Lösung ab. Welche Möglichkeiten gibt es hier und wie unterscheiden sie sich?

Distributionswege für das eigene Endgerät

Hier habt ihr die Wahl zwischen Webdownload, Web-Player (oder Web App) und einer nativen Audiowalk App:

	Download	Web Player/ Web App	native App
Kontrolle über Verbreitung der Dateien	✗	✓	✓
Kontrolle über die Nutzungssituation	✗	bedingt	✓
einfache Handhabung	bedingt	✓	✓
standortabhängige Wiedergabe	✗	✓	✓
GPS-Autoplay	✗	✗	✓
hohe Immersion (keine Interaktion über Display nötig)	✗	✗	✓
ohne mobile Daten nutzbar	ja	✗	bedingt
mit integrierter Karte	✗	möglich	✓
niedrigschwelliger Zugang	bedingt	✓	bedingt
Kosten	€	€€	€-€€€

Kontrolle über Verbreitung und Nutzungssituation

Während ihr beim Download einfach die Audiodateien zur Verfügung stellt und keine Kontrolle darüber habt, wie und von wem diese genutzt werden, erlauben Web Player und Apps es, den Zugang nur für einzelne Geräte und/oder zum Beispiel nur vor Ort freizuschalten.

Immersives Erleben

Beim Webplayer muss der Standort des Geräts bei einer standortabhängigen Wiedergabe aktiv mitgeteilt werden. Viele native Apps bieten ein sogenanntes GPS-Autoplay. Das bedeutet, dass Audiotracks automatisch abgespielt werden, wenn der richtige Standort erreicht wird. Einige native Apps (wie zum Beispiel Storydive) ermöglichen diese automatische Wiedergabe auch dann, wenn der Bildschirm ausgeschaltet ist. Dadurch können die Hörer:innen das Handy nach dem Start einfach in die Tasche stecken.

Kosten

Während ihr den Download relativ einfach auf eurer eigenen Website einbinden und dadurch kostengünstig umsetzen könnt, braucht es für den Web Player schon etwas mehr technisches Know-how, so dass ihr hier ggf. auf eine:n Fremdanbieter:in zurückgreifen müsst. Bei nativen Apps ist die preisliche Bandbreite groß: Manche Anbieter:innen erlauben ein kostenfreies Einstellen, sofern der Audiowalk ebenfalls kostenfrei angeboten wird, verlangen dann aber, dass ihr die Integration in die App komplett selbständig umsetzt.

Die/den richtigen App Anbieter:in finden

Bei nativen Apps gibt es mittlerweile ein großes Angebot - wenn auch nur wenige Anbieter:innen, die sich auf Audiowalks spezialisiert haben und nicht parallel auch Stadtführungen oder klassische Audioguides anbieten. Vergleicht verschiedene Anbieter:innen und lasst euch eine Featureliste geben, denn nicht jede App bietet alle Möglichkeiten. Die Apps könnt ihr in der Regel kostenfrei auf euer Smartphone laden und euch in Ruhe ansehen - erst der Download einzelner Audiowalks kostet dann. Welche App spricht euch am meisten an und passt am besten zu eurer Zielgruppe? Am aktuellen Angebot und den thematischen Schwerpunkten seht ihr meist schon, ob euer Audiowalk in der App gut aufgehoben wäre.

6. Audiowalk-Logistik

Verkehrssicherheit

Wenn ihr die Route plant und Weganweisungen formuliert, achtet auf Sicherheit:

- Fordert Hörer:innen z.B. nur an Ampeln / Zebrastreifen dazu auf, die Straße zu überqueren.
- Weist darauf hin, wenn der Straßenverkehr besondere Aufmerksamkeit verlangt.
- An größeren Kreuzungen kann es sinnvoll sein, einen neuen Auslösepunkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite anzulegen.

Barrierefreiheit

Der öffentliche Raum ist leider noch weit davon entfernt, barrierefrei zu sein. Damit euer Audiowalk trotzdem möglichst zugänglich ist, achtet bereits bei der Routenplanung auf potentielle Problemstellen.

- Barrieren können zum Beispiel zu enge Durchgängen, hohe Bordsteinkanten, Treppen oder unbefestigte Wege sein.
- Ist eine barrierefreie Zusatzroute hilfreich? Manche Apps ermöglichen das Anlegen von alternativen Routen.

Kartenansicht

Auch wenn alle Weganweisungen in die Erzählung integriert sind, kann es sinnvoll sein, zusätzlich eine Karte zur Orientierung anzubieten.

- Diese Karte muss beim Webdownload als eigene Datei mitgeliefert werden, auf der dann die gesamte Route einsehbar ist.
- Apps bieten interaktive Karten an, auf denen der eigene Standort mit angezeigt wird.
- Meist könnt ihr zudem wählen, ob die ganze Route oder jeweils nur der nächste Auslösepunkt angezeigt werden soll.



Mobile Daten

Während ältere Zielgruppen den Download oft dem Streaming vorziehen, haben Jüngere meist keine Bedenken, mobile Daten zu nutzen.

- Auch wenn Audiofiles vorab heruntergeladen wurden, benötigen Apps in der Regel in geringem Maße mobile Daten, um die interaktive Kartendarstellung zu aktualisieren.
- GPS braucht keine Internetverbindung, mobile Daten oder WLAN können die Standortgenauigkeit jedoch erhöhen.

Impressum

Titel

Audiowalks - Leitfaden für Einsteiger:innen

Autorin

Sophie Burger, Storydive / SBAE GmbH
www.storydive.de

Herausgegeben von

Technologiestiftung Berlin im Rahmen des Projekts kulturBdigital – Digitale Entwicklung im Kulturbereich

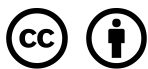
Grunewaldstraße 61-62, 10825 Berlin
kultur@ts.berlin
www.kultur-b-digital.de

Redaktion

Silvia Faulstich, Lara Schulte (Technologiestiftung Berlin / kulturBdigital)

Abbildungen

Titelbild: Ross Sneddon via Unsplash
Bilder im Abschnitt ‚Stimmen aus der Praxis‘:
Georg Kolbe Museum – Grafik: ungroup.group
RAUM+ZEIT & Berliner Ensemble – ©Moritz Haase
LIGNA – ©Dajana Lothert
Haus der Kulturen der Welt – ©Anna Bartels



Dieser Leitfaden ist freigegeben unter der Creative Commons-Lizenz *Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)*. Unter der Bedingung, dass die Autorin und Herausgeberin sowie die Lizenz einschließlich der folgenden URL genannt werden, darf dieser Text vervielfältigt, weitergereicht und auf beliebige Weise genutzt werden, auch kommerziell – online wie auch in gedruckter oder anderer Form. Details zur Lizenzbedingungen unter: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Die Rechte an zitierten Abbildungen liegen bei den jeweiligen Urheber:innen, die oben genannt sind.

Stand

Februar 2022

