

Wochenkommentar 16/2021 von Matthias Zehnder

# Alles, was Sie schon immer über Podcasts wissen wollten



Bild: © Stavros - stock.adobe.com

**Letzte Woche hat Apple eine neue App für Podcasts und ein neues Podcast-Abo-Modell angekündigt. Das ist ein untrügliches Zeichen dafür, dass Podcasts bös im Trend sind. Dabei gibt es Podcasts schon seit 20 Jahren. Jetzt sind sie aber in der breiten Bevölkerung angekommen. Und führen in der Medienwelt zu Konflikten, wie wir sie aus anderen Bereichen der Digitalisierung schon kennen. Diese Woche biete ich Ihnen deshalb mein Podcast-Update: Alles, was Sie schon immer über Podcasts wissen wollten, aber sich nicht zu fragen getrauten. Als Bonus dazu: Meine persönliche Podcast-Bestenliste.**

Vor ziemlich genau 20 Jahren, am 23. Oktober 2001, stellte der damalige Apple-Chef Steve Jobs den iPod vor. Heute muss man nicht mehr nur Jugendlichen erklären, wie umwerfend das damals war. Dieser iPod revolutionierte das Musikhören: Weil das Gerät die Musik auf einer kleinen Festplatte speicherte, war es plötzlich möglich, seine ganze CD-Sammlung mit sich herumzutragen. Sechs Jahre später kombinierte Steve Jobs den iPod mit dem Mobiltelefon und mit dem Internet – dabei kam das iPhone heraus. Deshalb gibt es heute kaum mehr iPods: Das iPhone hat sie geschluckt.

Dieser iPod wurde zum Namensgeber für ein neues Audioformat: Das Wort «Podcast» bezieht sich auf den iPod und auf «Broadcast» – auf Deutsch also «Sendung». Ein Podcast meint also eine Sendung für den iPod. Man könnte auch sagen: Ein Podcast ist ein Mittelding zwischen Radio und Dateidownload. Anders als bei einer Radiosendung wird bei einem Podcast nämlich technisch immer eine Datei heruntergeladen.

Dieser Download erfolgt aber automatisch: Der Benutzer abonniert den Podcast über das Internet. Die Datei wird ihm also quasi zugesendet. Wie beim Radio muss ich als Benutzer nicht selbst die neue Sendung suchen, wie jede andere Datei auf meinem Computer oder meinem Mobiltelefon kann ich die Sendung mir aber dann anhören, wann ich will.

### **Fünf Podcast-Kategorien**

Podcasts gibt es seit fast 20 Jahren. Schon vor 16 Jahren hat Apple das Musikprogramm iTunes um Podcasts erweitert. Die Technik ist also alles andere als neu. Weil es heute möglich ist, mit jedem Smartphone Podcasts zu empfangen und abzuspielen, hat sich die Technik in den letzten Jahren enorm verbreitet. Heute gibt es ein extrem breites Angebot von Podcasts. Es lässt sich grob in fünf Kategorien einteilen:

**1) Radiosendungen als Podcasts:** Die meisten klassischen Radiosendungen lassen sich heute als Podcasts abonnieren. Es handelt sich dabei um dieselben Sendungen, wie sie am Radio zu hören sind, nur kann man sie bequem zeitversetzt anhören. Beispiele: [«Echo der Zeit»](#) oder das [«Taggespräch»](#) von Radio SRF.

**2) Podcastangebote von Radiostationen:** Dazu kommen neuerdings immer mehr speziell als Podcast produzierte Hörstücke von Radiostationen. Sie sind in der Länge und in der Ausgestaltung freier als die Radiosendungen. Beispiel: [«Das Corona Update»](#) des NDR oder der Wissenschaftspodcast [«Kopf voran»](#) von Radio SRF.

**3) Podcastangebote von Verlagen:** Immer mehr Zeitungsverlage produzieren Podcasts. Das können Nachrichtensendungen sein, Reportagen und Features oder Gespräche und Diskussionen. Beispiel: [«Die dritte Halbzeit»](#), der Fussball-Podcast von Tamedia, oder [«Vermisst: Ursula Koch»](#) der «NZZ am Sonntag». Dieser Podcast hat soeben den Swiss Press Award Audio gewonnen.

**4) (Werbe-) Podcasts von Firmen:** Immer mehr Firmen entdecken das Format Podcast für sich. Manchmal sind es gut gemachte, publizistische Angebote, manchmal ist es unverhohlene Werbung. So thematisiert [«Energy Voices»](#) von Axpo etwa Energiefragen. In [«Rembrandt, habibi!»](#) setzte sich Amina Aziz im Auftrag des Kunstmuseum Basel mit der Rembrandt-Ausstellung auseinander.

**5) Freie Podcasts:** Und dann gibt es jede Menge «freier» Podcasts: Menschen, die gemeinsam Hörstücke produzieren. Oft sind es Tech-Journalisten wie Jean-Claude Frick und Malte Kirchner, die jede Woche im [«Apfelfunk»](#) über Apple-Themen reden. Im Prinzip kann aber jeder Autor seinen eigenen Podcast aufsetzen und über ein Thema reden. So macht das Cordula Nussbaum in ihrem [Podcast über Kreatives Zeitmanagement](#).

### **Drei Unterschiede zum Radio**

Auf den ersten Blick unterscheiden sich viele dieser Angebote nicht von einer ganz normalen Radiosendung. Doch einen guten Podcast erkennen Sie an drei wesentlichen Punkten.

**Der erste Unterschied: die Länge.** Radiosendungen müssen sich immer in ein Senderaster einpassen. Die Beschränkung mag manchmal fruchtbar sein. Gerade bei Gesprächssendungen wie [«Persönlich»](#) auf SRF1, [«Musik für einen Gast»](#) auf SRF2 Kultur oder [«Focus»](#) auf SRF3 ist der Senderaster manchmal ärgerlich. Es kommt vor, dass die Sendung

spürbar auf die Länge gespreizt wird – öfter aber kommt das Gespräch erst richtig in Fahrt, wenn es sich dem Ende entgegen neigt und muss dann mehr oder weniger abrupt beendet werden. Dazu kommt: Radiosender müssen ein Zufallspublikum bei Laune halten. Sie unterbrechen Gespräche deshalb regelmässig mit Musik. Das ist etwa bei «Focus» manchmal richtig ärgerlich. Podcasts haben diese Beschränkungen nicht. Sie können so lange dauern, wie sie wollen und sie müssen keinen Musiktappich einziehen. Extrembeispiel dafür ist der Podcast [«Alles gesagt»](#) der Wochenzeitung «Die Zeit». Die Interviewer, «Zeit Magazin»-Chefredakteur Christoph Amend und Jochen Wegner, der Chefredakteur von «Zeit Online» reden so lange mit einem Gast, bis der sagt, es sei genug. Und das kann dauern: Der Rekord liegt bei 8 Stunden und 40 Minuten...

**Der zweite Unterschied: das Hörsetting.** Radiosendungen sind so produziert, dass sie am Radio funktionieren. Das klingt banal, hat aber gravierende Konsequenzen. Es meint nämlich, dass eine Sendung sich auch über Lautsprecher im Auto oder beim Kochen hören lassen muss. Eine Radiosendung muss deshalb einerseits gewisse Qualitätskriterien erfüllen und andererseits tonmässig relativ simpel gestaltet sein. Podcasts werden dagegen meistens per Kopfhörer gehört. Ein Podcast kann also ein intimeres Hörsetting herstellen. Podcasts können richtig schön klingen und aufwändig produziert sein, es können sich aber auch zwei Internetbenutzer über Skype zusammenschalten und quasi in Telefonqualität miteinander quasseln.

**Der dritte Unterschied: Serienfutter.** Ein Podcast ist immer eine Serie. Eine einzelne Sendung macht noch keinen Podcast. Damit Sendungen zur Serie werden, brauchen sie hörbare Gemeinsamkeiten. Der Extremfall sind «Laberpodcasts»: Die gleichen zwei oder drei Menschen reden jede Woche über ein Thema. Nach diesem Prinzip funktionieren Tech-Podcasts wie «Apfelfunk» oder [«GeekWeek»](#). Oder ein Host (also ein Gastgeber) empfängt jede Woche interessante Menschen zum Gespräch. Bekanntestes Beispiel dafür ist wohl [«WTF»](#) mit Marc Maron, aber auch «Alles gesagt» funktioniert nach diesem Prinzip. Die Klammer muss nicht immer so eng sein. Hinter dem Wissenschaftspodcast «Kopf voran» steht die ganze Wissenschaftsredaktion von Radio SRF. Der Podcast funktioniert aber nur als Serie, weil er sich ein klares Konzept gegeben hat, eine hörbare Identität. Ein Podcast ist also nicht bloss eine Ausliefertchnik für irgendwelche Audiodateien. Es geht darum, dass sich Hörer:innen mit der Zeit bei einem Podcast zu Hause fühlen.

### **Konflikte unter den Akteuren**

Die Digitalisierung von Medien führt dazu, dass sich ganz unterschiedliche Medienakteure plötzlich in derselben, digitalen Welt treffen – und konkurrenzieren. So ist das auch bei Podcasts: Radiosender, Verleger, Firmen und unabhängige Kreative buhlen mit derselben Technik um dasselbe Publikum. Ausgang ungewiss. Radiosender haben dabei ihren grossen Vorteil verloren. Wer einen Radiosender betreiben will, braucht aufwändige Technik, teure Sendeanlagen und Fachpersonal. Für die Produktion eines Podcasts reicht im Prinzip eine Idee, ein Computer und ein Mikrofon. Am wichtigsten dabei ist nicht die Technik, sondern die Idee. Das setzt die grossen Radiosender unter Druck.

Sie sind es sich gewohnt, neue Produkte aufwändig zu entwickeln mit Markt- und Publikumsanalysen – und langen Sitzungen mit vielen Teilnehmer:innen. Im klassischen Broadcast-Markt macht das Sinn, weil ein neues Produkt hohe Vorinvestitionen erfordert. Das Internet funktioniert

anders. Da sind vor allem Kreativität und Schnelligkeit gefragt. Eine Idee lässt sich rasch und einfach ausprobieren. Wenn es nicht funktioniert, hat man nicht viel verloren, aber vielleicht einiges gelernt. Grosse Firmen tun sich mit diesem *Trial and Error* schwer – auch deshalb, weil die Zahl der Bedenkenträger proportional zur Grösse eines Unternehmens wächst. Für Radiosender ist, wie für Verlage, ihre Grösse deshalb zunächst einmal ein Handicap.

### Vorteil Publikum

Das Publikum aber sitzt auf der Seite der Gewinner:innen. Noch nie waren so viele gute Audioinhalte so einfach verfügbar. Die technischen Voraussetzungen sind bescheiden. Podcasts hört man meistens per Handy mit einer App, die es ermöglicht, Podcasts zu abonnieren, die Sendungen herunterzuladen und anzuhören. Auf dem iPhone ist die Podcast-App von Apple am beliebtesten. Apple hat soeben eine neue Version der App vorgestellt. Ich persönlich nutze lieber Pocket Cast. Der Vorteil dieser App ist, dass sie nicht nur auf allen Handy-Betriebssystemen funktioniert, sondern sich auch im Browser am Computer bedienen lässt. Zudem gibt es auch eine App für das Soundsystem Sonos. Wer unverbindlich in Podcasts herumschnuppern möchte, findet auf der [Google-Podcast-Plattform](#) Podcasts zum Anklicken. Die Plattform eignet sich auch gut für die Suche nach interessanten Podcasts. Abonnent:innen von [Spotify](#) finden zudem immer mehr Podcasts, zum Teil auch exklusive Angebote, auf dieser Audioplattform.

Also alles wunderbar? Nicht ganz. Ähnlich wie bei anderen Onlinehalten ist die grosse Frage, wie man auf lange Sicht mit Podcasts Geld verdienen kann. Dem Publikum ist es zwar herzlich egal, ob ein Podcast von SRF, NDR oder WDR produziert wird, oder von ein paar Enthusiasten in einem Heimstudio. Hauptsache, der Podcast ist gut. Für die Macher:innen aber ist es ein riesiger Unterschied. In den USA ist der Markt so gross, dass auch eine verhältnismässig kleine Community einen Podcast mit Spenden oder kleinen Abobeiträgen finanzieren kann. In der Schweiz ist der Markt dafür viel zu klein. Zwei Entwicklungen machen Kreativen derzeit Hoffnung. Das eine ist die erwähnte Apple Podcast-App: Ab Mai wird es möglich sein, über Apple Geld für einen Podcast zu verlangen. Zudem entdecken Firmen langsam aber sicher Podcasts als Werbeträger. Klassische Werbung ist in Podcasts eher verpönt. Aber Sponsoring könnte interessant sein. Denn Podcasts haben, wie andere Internetformate auch, oft eine eingefleischte Community. Leider ist hierzulande diese Form des Sponsorings noch nicht so üblich.

Podcasts ersetzen also nicht einfach das herkömmliche Radio. Wie in anderen Bereichen auch verschmelzt das digitale Format verschiedene bestehende Medienformen und führt dazu, dass bisher getrennte Akteure miteinander kollidieren. Vor allem aber führt die Technik zu einer riesigen Fülle von Angeboten und zu neuen Möglichkeiten, sich auf hohem Niveau zu informieren.

Basel, 30. April 2021, Matthias Zehnder [mz@matthiaszehnder.ch](mailto:mz@matthiaszehnder.ch)

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Kostet nichts, bringt jede Woche ein Mail mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar und einen Buchtipp. Einfach [hier klicken](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.



## Meine persönliche Podcast-Bestenliste

Ich höre jeden Tag zwischen fünf und zehn Podcasts. Möglich ist das, weil ich die Podcasts im 2,5-fachen Tempo höre. Ich kann mich besser auf den Inhalt konzentrieren, wenn die Menschen in meinen Kopfhörern schneller reden. Ich beginne am Morgen beim Joggen mit «Echo der Zeit», dem «Regionaljournal Basel», «100 Sekunden Wissen» und «Kultur Kompakt», dann folgen beim Workout Podcasts, die gerade aktuell sind. Auf dem Weg ins Büro auf dem Velo oder im Tram höre ich dann «Heute morgen», «Tagesgespräch» und, je nach Wochentag, das «Corona Update» des NDR, den «Alpen Podcast» der «Zeit», «Die Korrespondenten» von NDR, die «Samstagsrundschau», «Trend», das «Wissenschaftsmagazin» und «Perspektiven» von Radio SRF oder einer der Tech-Podcasts, die ich abonniert habe und verschiedene News- und Politik-Podcasts aus England und den USA.

Für die folgenden zwölf Podcast-Tipps habe ich bewusst diese eher speziellen Podcasts weggelassen und mich auf zwölf Tipps konzentriert, die einen guten Überblick geben.

### «Echo der Zeit»

Das ist kein Podcast im eigentlichen Sinn, aber mein täglich Nachrichtenbrot. Die Mischung aus News und Hintergrundinformation ist zeitlos gut. Auch als Podcast. Das «Echo» steht hier stellvertretend für viele SRF-Podcasts, die ich jede Woche höre.

<https://www.srf.ch/audio/echo-der-zeit>

### «Das Coronavirus-Update»

Dieser Podcast des NDR hat zeitweise halb Europa mit Fachwissen über das Coronavirus versorgt. Die Gespräche mit Christian Drosten, Leiter der Virologie in der Berliner Charité, und mit Sandra Ciesek, Leiterin des Instituts für Medizinische Virologie am Universitätsklinikum Frankfurt, sind die perfekte Mischung aus Medizinvorlesung und allgemeinverständlicher Information.

<https://www.ndr.de/nachrichten/info/podcast4684.html>

### «Zeit: Alles gesagt?»

Der «unendliche Interviewpodcast» bringt einmal im Monat ein wirklich ausführliches Gespräch mit einem interessanten Gast. Am spannendsten in letzter Zeit fand ich die Gespräche mit Alice Schwarzer, Julie Zeh und mit Heiko Maas.

<https://www.zeit.de/serie/alles-gesagt>

### «Zeit: Servus. Grüezi. Hallo.»

Im «transalpinen Podcast» der Wochenzeitung «Die Zeit» reden Lenz Jacobsen, Politikredakteur der «Zeit online» in Berlin, Matthias Daum, Leiter des «Zeit»-Büros in Zürich und Florian Gasser von der «Zeit» in Österreich, meist aus Innsbruck über Gemeinsamkeiten und Unterschiede ihrer Länder.

<https://www.zeit.de/serie/servus-gruezi-hallo>

### «eat.READ.sleep. Bücher für dich»

Podcasts über Bücher und Literatur höre ich eine Menge. Dieser Podcast der NDR-Literaturredaktion finde ich erfrischend, weil nicht nur von den ach so wichtigen Neuerscheinungen die Rede ist, sondern auch von profanen Bestsellern und von All-Time-Lieblingsbüchern.

[https://www.ndr.de/kultur/sendungen/eat\\_read\\_sleep/index.html](https://www.ndr.de/kultur/sendungen/eat_read_sleep/index.html)

**«Renegades: Born in the USA»**

Der Hammer: Bruce Springsteen und Barack Obama reden über Amerika, wie sie es erlebt haben und erleben, durchsetzt mit viel Musik und zeitgeschichtlichen O-Tönen.

<https://open.spotify.com/show/42xagXCUDsFO6a0lcHoTlv>

**«Hotel Matze»**

Matze Hielscher, der Gründer der Berliner Plattform «Mit Vergnügen», versteht es wie kein Zweiter, ein Gespräch so zu führen, dass man als Zuhörer das Gefühl hat, man sei mit den Künstler:innen und Unternehmer:innen, mit denen er spricht, schon länger befreundet.

<https://mitvergnuegen.com/hotelmätze/>

**«Die Ali Mahlodji Show»**

Jede Woche ein Gespräch mit einer spannenden und inspirierenden Persönlichkeit.

<https://diealimahlodjishow.com/>

**«Die dritte Halbzeit»**

Jeden Montag diskutieren hier die Sportredakteure aus Zürich, Basel, Bern und dem Wallis über die Spiele der Schweizer Super League. Das ist lustig, weil die Männer (!) immer auch ein etwas Lokalpatriotismus mitbringen.

<https://www.tagesanzeiger.ch/dritte-halbzeit-411691338278>

**«No Stupid Questions»**

Autor Stephen Dubner und Psychologin Angela Duckworth sind zum Schluss gekommen, dass es keine dummen Fragen gibt. Deshalb stellen sie sich in diesem Podcast jede Frage, so dumm sie auch klingen mag. Hinter dem Podcast steht das Freakonomics Radio Network.

<https://freakonomics.com/nsq/>

**«NDR: Die Korrespondenten»**

Die Auslandskorrespondenten des NDR in London respektive Washington, Singapur und Neu Delhi reden einmal pro Woche miteinander. Dabei geht es nie nur um die aktuellen Themen, sondern auch um die Berichterstattung darüber. Ich höre vor allem «London» und «Washington» jede Woche.

<https://www.ndr.de/nachrichten/info/podcast4398.html>

<https://www.ndr.de/nachrichten/info/podcast4396.html>

**«Geschichten aus der Geschichte»**

Die Historiker Daniel Messner und Richard Hemmer erzählen sich jede Woche eine Geschichte aus der Geschichte. Dabei weiss der eine nie, was der andere ihm erzählen wird.

<https://www.geschichte.fm/>

**«Writers Ink»**

US-Bestseller-Autor J.D. Barker und Autor J. Thorn reden jede Woche mit einer Schriftstellerin oder einem Schriftsteller über einen Aspekt des Schreibhandwerks. Unter den Gästen finden sich etwa Tess Gerritsen, David Baldacci oder James Patterson.

<https://writersinkpodcast.com/>