

Themenforum Podcasting

Peter Löser und Daniel Peters

Podcaster | www.podspektiven.de | www.themencast.de

Podcasting: Aus der Nische an die Öffentlichkeit

Podcasting ist eine Wortschöpfung aus den Begriffen "iPod" und "Broadcasting". Zum technischen Hintergrund der Podcasts: Ein Podcaster produziert einen Audiobeitrag und stellt diesen als MP3 File ins Internet. Mittels des *RSS feeds (Rich Site Summary)* werden die Dateien via *Podcatcher* oder *iTunes* automatisch auf den Computer des Hörers übertragen – von dort aus gelangen sie schließlich auf den transportablen MP3 Player. Benötigt werden zum Podcasten folgende Produktionsutensilien: Mikrophone, Computer und Aufnahmesoftware (*Wavepad* oder *Audacity*).

Chronologie eines Booms – von Adam Curry zu *iTunes*: Adam Curry hatte die Idee für den automatisierten Download von MP3 Dateien auf den Rechner bzw. MP3 Player. *iPodder* war der erste Podcatcher und entstand als OpenSource-Projekt; weitere Podcatcher wie *Nimiq* und andere folgten. Seit Juli 2005 unterstützt *iTunes 4.9* Podcasts.

Von 0 auf ??? in einem Jahr – die Anzahl an Downloads hat sich durch die Podcast-Unterstützung in *iTunes 4.9* enorm gesteigert: Auf *netzwelt.de* haben sich die Downloads durch *iTunes 4.9* beispielsweise verzehnfacht. Der Verband deutschsprachiger Podcaster geht von durchschnittlich 500 Downloads pro Podcast aus. Deutsche „Top-Podcaster“ haben Downloadzahlen von ca. 4.000 Hörern pro Sendung (Stand 14. Juli 2005).

Zur Nutzung und Funktion eines Podcasts: Podcasting stellt eine Alternative zum Radio dar, denn im Gegensatz zum Radio als Masseninformativ- und Unterhaltungsmedium sind Podcasts *Special Interest Medien*, die eine schier unendliche Themen- bzw. Spartenbreite bieten. Podcasting eröffnet eine Vielzahl an Möglichkeiten: Einfache, tragbare Aufnahmegeräte ermöglichen z.B. den Mitschnitt von Vorträgen, Interviews oder Fast-Live Reportagen für deren spätere Veröffentlichung per Podcast; weitere Podcast-Themen sind Buch-, Theater- und Kinokritiken, Technik-News, Musik-Tipps und verschiedenste andere Beiträge aus den Bereichen Kultur, Politik, Gesellschaft usw.

Exkurs: Thementag zur Bundestagswahl 2005 am 29. August 2005: „Die Produzenten dieses neuen Radioformats zeigen an diesem Tag, was man mit Kreativität und dem Spaß beim Produzieren erreichen kann. Interviews mit Experten, Politikern und Wählern sowie Meinungen sollen aufgegriffen und kritisch hinterfragt werden. Kurzum: Es geht darum, das Thema Bundestagswahl mit dem neuen Medium Podcasting zu bearbeiten und zu zeigen, wie damit auch vermeintlich trockene Themen spannend präsentiert werden können (www.themencast.de).“ Derzeitig angemeldete Teilnehmer sind: *kopfkribbeln.de*, *studentisch.de*, *wissenschaft.wanhoff.de*, *sushiradio.de*, *sebhe.de/podcast*, *sharepointpodcast.de/podcast*, *Maccast.de*, *Simona-online.de*, *die-stimmen-aus-antares.de.vu*, *pedestrian.blogspot.com*, *sauseschritt-travelogue.podspot.de*.

Das Potential von Podcasting: Die einfache Produktionsweise und simple Art der Veröffentlichung ermöglicht es jedem Internetnutzer, Radiosendungen zu produzieren. Aufgrund der wachsenden Popularität von Podcasting innerhalb der letzten Monate hat sich die Entwicklung vom Nischen- zum Alternativ-Medium vollzogen – der Schritt zum Massenmedium könnte bevorstehen. Podcasts sind das optimale Medium für Nischen-Themen, denen damit ein reichweitenstarkes Medium zur Verfügung steht, um Neuigkeiten bzw. Berichte zu veröffentlichen.

Der kostenfreien Produktion eines Podcasts stehen die Traffic-Kosten gegenüber, den die Downloads des Podcasts produzieren und die proportional zum Erfolg eines Podcasts wachsen. Sponsoring ist ein Weg, dieses Problem zu lösen, kann jedoch die Unabhängigkeit bei der Produktion eines Podcasts einschränken. Das Beispiel des Thementages zur Bundestagswahl 2005 zeigt das enorme Potential von Podcasting in Hinsicht auf Reichweite und Verbreitung und deutet daraufhin, dass Podcasting auch langfristig eine feste Größe in der Medienlandschaft werden könnte.

Die Möglichkeit, dass Jedermann sich und seinen privaten bzw. persönlichen Belangen und Meinungen mittels eines Podcasts Gehör verschaffen kann, ist in jedem Falle ein wichtiger und richtiger Schritt. Im Vergleich zum Internet bringt Podcasting in Hinsicht auf freie Meinungsäußerung zwar keinerlei Neuerungen, in Hinblick auf die Form des Konsums dafür jedoch um so mehr. Das Internet wird damit transportabel hörbar. Der neudeutsch so gerne „Content“ genannte Inhalt beschränkt sich nicht mehr auf den Monitor, sondern wird mobil und ist im Gegensatz zum Radio nicht an feste Sendezeiten gebunden.

Die kommerzielle Nutzung von Podcasts ist ein Thema, das nicht außen vor gelassen werden darf. Der ursprünglich privaten Podcast-Szene folgen mehr und mehr kommerzielle bzw. professionelle Angebote: Beispielsweise der seit 16. August 2005 im *IMTS* erscheinende *Harald Schmidt*-Podcast oder die Podcasts der *Tagesschau* und verschiedener Rundfunkanstalten. Auch die Politik hat das Thema Podcast für sich und ihre Zwecke entdeckt: Seit 17. bzw. 18. August 2005 sind die Podcasts von SPD und CDU online.