

# Mehr als eine akustische Modewelle

Das Angebot sowie das Publikum von Podcasts wachsen rasant. Vier Schweizer Pioniere schildern ihre Erfahrungen mit dem jungen Medium.

Von Roger Zedi

Markus Koller aus Bern beschreibt sein Projekt als «Musik im Abo». Fragt jemand Barbara Strelbel aus Basel, was sie eigentlich tut, antwortet sie: «Ich produziere ein Kulturmagazin.» «Eine Sendung zum Runterladen» machen Gustavo Salami aus Zürich oder der Luzerner Roger Lévy. Die Rede ist von Podcasts – und wenn jemand weiss, was das ist, dann diese vier Leute. Sie alle gehören diesbezüglich zu den Pionieren in der Schweiz.

So unterschiedlich ihre spontanen Beschreibungen ausfallen, so verschieden sind auch die von ihnen publizierten Podcasts (siehe Kurzporträts unten). Vielstimmigkeit gehört zum Grundprinzip, von daher ist keine der Beschreibungen korrekter als die andere.

Noch vor einem Jahr kannte kaum jemand den Begriff «Podcasting», heute bieten nebst unzähligen unabhängigen Pionieren auch zahlreiche traditionelle Medien Podcasts an. Selbst die wöchentliche Radioansprache von George W. Bush gibt es als Podcast, und auch die Kirchen haben das Medium bereits entdeckt und betreiben so genannte Godcasts. Das amerikanische Podcast-Verzeichnis [www.podcast-alley.com](http://www.podcast-alley.com) listet mittlerweile über 6000 Podcasts auf: vom Seelenstrip-tease über Kochrezepte bis zu politischen Manifesten ist alles dabei. Und auch die Hörschaft wächst rasant. Wie viele es genau sind, weiss wohl niemand genau, aber selbst die bisher noch überschaubare Schweizer Podcaster-Szene freut sich über Tausende von Zuhörern, Tendenz steigend.

## Echt, direkt und inspirierend

Mag es auch nicht ganz einfach sein, zu erklären, was ein Podcast ist, so herrscht bei der Frage nach dem, was einen guten Podcast ausmacht, rasch Einigkeit: Authentizität. «Echtheit ist das Wichtigste», sagt Markus Koller. Barbara Strelbel sucht zudem «etwas, das inspiriert». «Wir alle hier machen ein Original», sagt Roger Lévy, «das unterscheidet uns von den grossen Radiostationen, die laufend noch mehr ihrer Sendungen als Podcasts verurteilen.»

Das tun tatsächlich zahlreiche amerikanische Radiostationen, auch in Deutschland gibt es immer mehr derartige Podcasts. Gustavo Salami findet es gut, dass dadurch der Begriff einem breiteren Publikum bekannt wird, und fürchtet deren Konkurrenz eigentlich nicht.

## Andere Hörgewohnheiten

Vielmehr hat er durch die Podcasts das Zuhören für sich wieder entdeckt und damit auch das Radio. Seit Roger Lévy intensiv Podcasting macht und viele der Arbeiten von Kollegen und Kolleginnen hört, sieht er zudem viel weniger fern. «Vor allem mit dem MP3-Player ist man sehr konzentriert dabei», schwärmt der Ex-TV-Junkie.

«Die Leute sind die Mainstream-Medien immer mehr müde. Ich denke, es gibt ein wachsendes Interesse an direkten, unabhängigen Medien wie Podcasts oder Weblogs», sagt Barbara Strelbel. Sie sieht den grossen Vorteil von Podcasts darin, dass sich das Publikum nicht einfach beirreseln lassen kann, es muss sie sich suchen, auswählen und holen, sie spricht von «pflücken». Von dieser aktiveren Haltung des Publikums verspricht sie sich auch mehr Treue. Sie kann sich sogar vorstellen, sich dereinst mit ihrem Publikum zu treffen, um die «zeit- und raumlose Anonymität des Internets» zu überbrücken.

Die meisten Podcaster sehen ihre per Internet vertriebenen Audioshows gerne



BILDER SOPHIE STEIGER

Die Gesichter hinter den Stimmen von «Kultpavillon», «Artcast Basel», «Starfrosch» und «Swisspodcast».

als Zweiwegkommunikation. Das Publikum kann und soll Feedback liefern. Noch sind es zwar erst wenige Hörer, die sich melden. «Wir bekommen zwar ab und zu allgemeines Lob per Mail, aber alles in allem nur wenig direktes Feedback», erzählt Gustavo Salami.

Über Reaktionen aus aller Welt freut sich hingegen Roger Lévy, insbesondere seine Podcasts über das Hochwasser in Luzern bescherten ihm diverse Anfragen anderer Medien sowie Mails aus «allen Kontinenten mit Ausnahme Australiens». Das motiviert enorm, weiterzumachen. Nichts ist schlimmer, als «einfach ins Leere zu reden».

## Apples zweideutige Rolle

Podcasting ist so unabhängig, wie ein Medium fast nur sein kann. Die Technologie gehört keiner bestimmten Firma, jeder kann publizieren und hören, was er möchte. Ein Unternehmen allerdings profitiert vom Phänomen mehr als alle anderen: Apple. Nicht nur macht es den Namen ihres MP3-Players noch bekannter, als er es schon ist, Apple hat das Potenzial der Podcasts erkannt und in ihrer Musiksoftware iTunes ein Podcast-Verzeichnis integriert. So kommen zahlreiche Audioshows

gratis auf die Player ihrer Kunden. Apple kann somit auf den Einbau eines Radios in den iPod verzichten, und noch mehr Leute entdecken iTunes und den darin ebenfalls enthaltenen Music Shop.

Seit der Integration in iTunes Ende Juni sind die Hörerzahlen, aber auch jene der angebotenen Podcasts, nochmals sprunghaft angestiegen, haben sich vervielfacht, wie auch die vier befragten Schweizer Podcaster bestätigen. Dennoch löst Apples Initiative nicht nur Freude aus. Markus Koller vermisst eine Möglichkeit, den durch die vielen iTunes-Hörer entstehenden Datenverkehr auf die Server anders zu verteilen, etwa via Bit Torrent. «Apple hat gratis Content. Die Netlabels haben zwar dreimal mehr Zuhörer, dafür aber auch höhere Hosting-Kosten», sagt Koller. «Wer mehr profitiert, ist mir noch nicht ganz klar.»

In iTunes gibt es zudem eine Liste der meistabonnierten Podcasts, quasi die Hitparade der Podcasts. Wer dort aufgelistet ist, dessen Bekanntheitsgrad steigt enorm. Doch seit immer mehr Radiostationen und sogar Fernsehsender wie die ARD ihre Sendungen mit bekannten Namen als Podcasts anbieten, werden die kleinen, unabhängigen Podcaster zunehmend auf die hinteren Plätze verdrängt. «Das hat di-

verse kleinere Podcasts Hörer gekostet», beanstandet Roger Lévy. «Schliessendlich geht es aber um die Inhalte, nicht um die Anzahl Hörer», denkt hingegen Gustavo Salami.

## Davon leben können

«Ich verfolge meinen Podcast professionell, ich will davon leben können», sagt Barbara Strelbel. Sie hat bereits öffentliche Kulturfördergelder beantragt, ist aber abgeblitzt. «Was wir tun, kann man durchaus als Service public auffassen, doch das wird noch nicht anerkannt.» Also sind andere Strategien gefragt, wobei sie gegenüber Sponsoren Vorbehalte hat, da sie inhaltliche Einflussnahme befürchtet. Hingegen kann sie sich vorstellen, als Podcasting-Expertin oder -Beraterin für andere zu arbeiten. Etwa für Firmen, die intern so etwas für ihre Angestellten produzieren möchten.

Amerikanische Podcasts sind bereits weitgehend gesponsert oder bauen Werbung ein, schliesslich erreichen die Werbekunden mit diesem Medium thematisch klar umrissene Zielgruppen. Auch hier zu Lande entdecken die Werber die Podcasts. Koller's Starfrosch hat bereits Angebote für eine Kooperation, die allerdings noch nicht spruchreif ist. Zuversichtlich, einen Sponsor zu finden, ist auch Swisspodcast. Der Kultpavillon ist ebenfalls schon angefragt worden, allerdings will Lévy auf jeden Fall werbe- und sponsorenfrei, also unabhängig bleiben.

Eine andere Möglichkeit, an Geld zu kommen, wäre, die Podcasts nicht länger gratis zu verteilen, sondern für das Abo oder pro Beitrag Geld zu verlangen, was technisch – beispielsweise in iTunes – absolut machbar wäre. Gefallen würde das den Pionieren allerdings nicht.

## Podcasting ist kein Gag

Auch wenn die von Idealismus und unbezahlter Arbeit geprägte Pionierphase sich vielleicht bald dem Ende zuneigt und niemand so genau weiss, wie sich Podcasts in einigen Jahren anhören werden, eines steht fest: Alle vier befragten Podcaster werden weitermachen. Barbara Strelbel bringt es auf den Punkt: «Podcasting ist kein Gag, es ist eine ernst gemeinte und ernst zu nehmende Bewegung.»

## Hören, was, wann und wo man will

Einfach gesagt, handelt es sich bei Podcasts um Tonaufnahmen, die man aus dem Internet herunterladen kann. Podcasts lassen sich zudem abonnieren: Der eigene Computer wird benachrichtigt, wann immer eine neue Aufnahme bereitsteht, und holt sich diese automatisch. Podcasts kann man am PC hören oder unterwegs mit einem MP3-Player (der Begriff «Podcast» kommt von «iPod» und «Broadcasting»).

Als Zuhörer ist man so frei von fixen Sendezeiten und kann sich thematisch jene Sachen herauspicken, die einen besonders interessieren.

Eine weitere Besonderheit der Podcasts ist, dass praktisch jeder und jede auch eigene Aufnahmen produzieren und einem breiten Publikum anbieten

kann. Der Themenvielfalt sind keine Grenzen gesetzt, bisher ist das gesamte Angebot zudem kostenlos. Auch traditionelle Medien, unter anderem die BBC, bieten Sendungen nachträglich als Podcasts an (in der Schweiz allerdings noch kaum). Selbst die «Tagesschau» der ARD gibt es schon als Podcast (der beweist, wie gut Fernsehen ohne Bilder funktioniert).

Podcasting hat sich innert nur einem Jahr zu einem bedeutenden Phänomen entwickelt, das mehr als eine Modewelle ist und sich langfristig als ernsthafter Medienzweig etablieren dürfte.

Podcasts findet man mit der Software iTunes (gratis für Windows und Mac) oder bei [www.podcastalley.com](http://www.podcastalley.com) oder [www.podster.de](http://www.podster.de) (rcz)



**Roger M. Lévy** aus Luzern berät kleine Firmen bei «Problemen aller Art» und macht daneben den «Kultpavillon». Er berichtet in seinem Podcast frei von der Leber weg über aktuelle Ereignisse, wie kürzlich über das Hochwasser in seiner Heimatstadt, macht Reportagen zu gesellschaftlichen Themen oder kommentiert Zeitungsberichte.  
[www.kultpavillon.ch](http://www.kultpavillon.ch)



**Barbara Strelbel** ist Kunstschaffende und eine der Stimmen von «Artcast Basel», einem mit dem Radiojournalisten Patric Tschudin gemeinsam produzierten Kulturmagazin. Darin berichtet sie in drei Sprachen von Kulturveranstaltungen (nicht nur aus Basel) und interviewt Künstler. 1995 gründete sie den ersten Schweizer Internetprovider.  
<http://artcast.info>



**Markus Koller** aus Bern arbeitet als Informatiker und betreibt mit «Starfrosch» den ältesten Podcast der Schweiz. Mit computergenerierter Musik beschäftigt er sich schon seit Jahren. Starfrosch begann als Homepage einer Band, heute vertreibt Koller darüber Songs zahlreicher Musiker und Netlabels in Form von Podcasts.  
[www.starfrosch.ch](http://www.starfrosch.ch)



**Gustavo Salami** ist IT-Supporter bei einer Werbefirma in Zürich. Zusammen mit seiner Freundin Tanja Danker, die moderiert, produziert er den «Swisspodcast». Dieser berichtet mit Interviews und Reportagen vor Ort aus der Schweizer Musik- und Partyszene. Gustavo und Tanja sind offen für weitere Moderatoren, die mitmachen möchten.  
[www.swisspodcast.ch](http://www.swisspodcast.ch)

## Zotob-Autor gefasst

Ein 18-jähriger Russe wurde in Marokko verhaftet. Ihm wird vorgeworfen, den Wurm Zotob geschrieben zu haben. Dieser legte unter anderem die Computer bei CNN und der «New York Times» lahm. Ein Komplize wurde in der Türkei verhaftet. Dort wurden zudem 16 Verdächtige festgenommen, denen Kreditkartenbetrug vorgeworfen wird. Sie sollen jedoch nicht direkt mit Zotob in Verbindung stehen.

## Musikbranche möchte iTunes-Preise heben

Apple bietet bisher Songs zu einem Fixpreis von 99 Cent (1.50 Franken) an. Den grossen Musikverlagen ist das zu günstig, sie möchten neue Hits teurer verkaufen können und Oldies dafür günstiger. Momentan laufen Verhandlungen über die künftige Zusammenarbeit mit Apples Online-Musikshop.

## Der Rio ist Geschichte

Ein Pionier unter den MP3-Playern verschwindet vom Markt. Den ersten Rio-Player gab es 1998. Die neuen Eigentümer wollen sich auf hochwertige, nicht portable UE-Geräte konzentrieren.

## Creative erhält Patent, iPod betroffen?

Ein US-Patent für das Software-Interface auf MP3-Playern wurde kürzlich Creative zugesprochen. Dieses könnte auch Apple und andere Hersteller betreffen; noch hat Creative aber keine Forderungen gestellt. Ein Patentantrag von Apple wurde kürzlich abgelehnt, da ein Mitarbeiter von Microsoft bereits früher einen ähnlichen Antrag gestellt hatte. Derjenige von Creative war noch früher, er stammt vom September 2000.

## Creative liefert MP3-Player mit Virus aus

Einzelne Zeon-Player wurden in Japan versehentlich mit einem Windows-Wurm auf der Festplatte ausgeliefert. Das Problem ist mittlerweile behoben.

## Warten auf das iPhone

Apple wird am Mittwoch in San Francisco eine wichtige Neuheit im Bereich iPod vorstellen. Allgemein erwartet wird das längst angekündigte iTunes-Handy von Motorola sowie verbesserte iPods. Eher unwahrscheinlich ist die Vorstellung eines Video-iPod, auch wenn dies das wohl hartnäckigste Gerücht rund um den populären Musikplayer ist.

## Erstes Handyvirus in «freier Wildbahn»

Eine nicht näher bezeichnete skandinavische Firma wurde gemäss Angaben der finnischen Sicherheitsfirma F-Secure von einem Virus getroffen, das ein Mitarbeiter via Handy eingeschleppt hat. Betroffen waren die Handys der anderen Angestellten. Das Virus verbreitete sich via Bluetooth und als MMS-Nachricht, beschädigte aber die Mobiltelefone nicht.

## Amazon verkauft nun auch Sextoys

Im US-Store von Amazon finden sich unter «Health & Personal Care» seit kurzem auch Sextoys, Verhütungsmittel und Stimulanzpillen: rund 15 000 verschiedene Artikel. Der Einstieg des grössten Onlineshops ins Erotikgeschäft verlief still und ohne Aufsehen. Nackte Haut ist tabu, ebenso zu direkte Sprache in den Kundenrezensionen. (TA)

## «Digital-Sushi»



Im Gadget-Weblog des «Tages-Anzeigers» schildern Redaktoren aus verschiedenen Ressorts ihre Erfahrungen mit diversen Gadgets. Leserkommentare und Anregungen sind willkommen.  
[www.tagesanzeiger.ch/digitalsushi](http://www.tagesanzeiger.ch/digitalsushi)