

## **MP3-Player statt Radio?**

**Jeder kann seine Töne der weiten Welt anbieten. Und jede kann sich Audiobeiträge aus einem riesigen Angebot holen. Podcast: Radio in neuer Form.**

Von Patrik Tschudin

Was hat Podcast noch mit dem herkömmlichen Radio zu tun? Weiterhin einiges, wenn wir Technik (Tonqualität) und Form (Dramaturgie) betrachten. Inhaltlich eröffnet sich ein neues Universum, weil in einen Podcast alles (ALLES) passt, was sich akustisch darstellen lässt. Es gibt in Podcastland Radioähnliches und es gibt Dinge, die so nie einen Sender gefunden hätten. Und was die Hörsituation betrifft, erinnert nicht mehr viel an Radio: Sie ist nicht mehr live und sehr individuell.

Sie sind überall anzutreffen. Auf der Strasse, in Tram und Zug und beim Joggen sowieso: Die mit den Stöpseln in – oder Kopfhörern auf – den Ohren. Und täglich werden es mehr. Die Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und die Publica Data, die Medienforschungsfirma der SRG SSR, haben die Zahlen erhoben. Heraus kam, dass neun von zehn Befragten ein «Musikabspielgerät» besitzen. Davon sind 20 % MP3-Player. 20 % von 90 % von sieben Millionen sind: über eine Million Menschen, die hierzulande einen MP3-Player ihr eigen nennen. Die Zahl mag etwas zu hoch sein. Einige Hunderttausend sind es aber ganz sicher.

Sie besitzen ein kleines Kästchen, das mit Tönen gefüttert sein will; Musik ist es in der Mehrheit der Fälle, legal – ab CD beispielsweise – in ein playergängiges Format übergeführt, oder aus dem Netz beschafft gegen Bezahlung – oder auch ohne. Die IGEM/SRG-Studie besagt, dass vier von zehn aus der jüngeren Generation (14-25) ihren Soundnachschatz aus dem Internet beziehen. Und genau von dort kommt der jüngste Trend in Sachen Audio und MP3: Podcasting. Eine Wortneuschöpfung. iPod plus broadcasting, MP3-Abspielgerät und Rundfunk. Es ist, als ob plötzlich die ganze Welt auf Kurzwelle Radiosender betreiben dürfte. Und dann setzt du dich des Nachts an deinen Empfänger und drehst ganz langsam am grossen Rad. Und da findet man nicht nur Musik. Viel Rauschen, viel Ramsch, viel Peinliches – aber mitten drin hat's auch Perlen, die dir im wahrsten Sinne des Wortes Unerhörtes zu Ohren bringen. Wildwuchs! und Dschungel! und Chaos! rufen die einen. Neuland! und Befreiung! und Revolution! rufen die anderen. Und beide haben Recht.

### **Sendungen abonnieren**

Podcasts sind also abonnierbare Tonproduktionen, hergestellt von Radioprofis oder Amateuren, ausgeliefert via Internet, gedacht primär zum Hören via portable Abspielgeräte. Ein kleiner Kreis von Softwareentwicklern rund um Internetpionier Dave Winer und Radioprofi Adam Curry tüftelte in den letzten Jahren das «Podcasting» genannte Verfahren aus, mit dem sich Ton- und Filmdokumente im Internet per «Abo» verbreiten lassen (siehe Kasten). In den letzten 12 Monaten explodierte diese Szene. Inzwischen sind es Tausende, die Podcasts anbieten, auf diesem Weg also Tonproduktionen veröffentlichen. podcastalley.com, eines der grösseren, englischsprachigen Verzeichnisse, listet rund 10 000 Podcasts aus aller Welt. Das deutschsprachige podster.de kennt knapp 900, davon drei Dutzend aus der Schweiz. Die meistgehörten Podcasts zählen mehrere zehntausend Abonnenten. Das Publikum weltweit geht in die Millionen. Zu hören bekommt es – alles. Querbeet. Das intime akustische Tagebuch einer Münchner Studentin, Fachdiskussionen von IT-Spezialisten im Silicon Valley, Klatsch und Tratsch aus New Delhi, Kinotipps aus Berlin, Features von SWR 2, sehr frei lizenzierte Musikproduktionen aller Genres, das «Echo der Zeit» von SR DRS und CD-Besprechungen von Virus. Alleine das «Echo» zählte im zweiten Monat seiner Existenz als Podcast, im Oktober

2005, bereits 13 000 Nutzer! Wochenlang befand es sich in der Hitparade der 100 beliebtesten Schweizer Podcasts, wie dargestellt in Apples Programm iTunes, auf Platz eins. Ende November ist es auf Platz 2 gerutscht, überholt vom Videopodcast von MTW, der Wissenschaftssendung von SF DRS! Intimste Geständnisse, heftige Debatten, reine Geräusche (genannt «Soundseeing»-Tours), Vorträge, Musik, Interviews, ausgewachsene Features: Die Bühne ist frei. Keine Lizenbehörde reguliert, wer was in einem MP3-File ins Netz stellen darf. Es tummeln sich dort Müttergruppen, Wissenschaftsjournalisten, Computerfreaks, Künstler, Arbeitslose, alle. Die einen hantieren ungelenkt an ihren Aufnahmegegeräten und es klingt wie aus der Blechdose, die anderen liefern erstklassige Produktionen, von denen auch Radioprofis was lernen könnten.

Immer schnell dabei beim neusten Trend, hat die PR-Branche den Podcast bereits entdeckt: IBM Investor Relations bietet in diesem Format Interviews mit Forschern an. Und sogar die FDP Dietikon verbreitet per Podcast «die wichtigsten lokalpolitischen Ereignisse aus Dietikon, regionale Kurzinforos aus dem Limmattal sowie Analysen und Hintergründe zu politischen Aktualitäten und Grundsätzlichem», wie sie schreibt.

### **Im Untergrund produziert**

Das Verführerische am Prinzip Podcast ist nicht, dass ich – als Konsument – damit Files downloade, sondern wie einfach es geht. Und – als Produzent – dass ich mittels Podcast, in der Form von wohldefinierten, abonnierbaren Angeboten, auf einfachste Art und Weise neue Verbreitungskanäle bauen kann. Kanäle, in die ich regelmässig (oder sporadisch) Neues einspeise, welches das Publikum dann und dort hört/sieht, wie's ihm gerade passt.

In einem Podcast über das Thema Urheberrecht habe ich von einem Marketingfachmann aus Silicon Valley auf die Frage, warum so viel Musik über Tauschbörsen heruntergeladen werde, gehört, der einzige Grund dafür sei «unmet demand», also etwa: «ungestillte Nachfrage». Darum solle die Musikindustrie ihren Kampf für eine Kriminalisierung der Musikauscher aufgeben und sich statt dessen Geschäftsmodelle überlegen, wie sie diese Chance nutzen, diese Nachfrage stillen könne. Eine vielleicht etwas enge Erklärung. Trotzdem: Angewendet auf das Thema «Podcast» liesse sich auf dieser Linie dessen Boom ähnlich erklären: Es gibt offensichtlich eine ungestillte Nachfrage nach Tonmaterial, das das Hinhören lohnt, sei es produziert von «traditionellen» Quellen wie SR DRS oder von «Wilden». Und es existiert – auf der anderen Seite – offenbar ein «Audiountergrund» von Enthusiasten, die in Fronarbeit Tönendes als Wort und oder als Musik auf Teufel komm raus produzieren, von dem die vereinigten privaten und öffentlich-rechtlichen Radiomenschen dieses Landes sich nie hätten träumen lassen.

Aber sie ziehen nach. So bietet beispielsweise Radio 32 seit September bereits 18 Podcasts an, über die Rubriken des Senders nachzuhören sind. SR DRS hat ähnlich lange das «Echo der Zeit» im Angebot und Programmelemente von Virus, plant aber mehr. Anfang Januar 2006 fällt der Entscheid, «wie sich Podcasting möglichst rasch und in geordneten Bahnen in allen Programmen entwickeln kann», hiess es in einer internen Mitteilung. Bestehende Produktionen als Podcast anzubieten ist dabei das Naheliegendste, weil auch Billigste. Eigene Formen spezifisch für diesen neuen Kanal – wir wollen mal nicht gleich von einem neuen Medium sprechen – zu entwickeln, das bleibt wohl den «Wilden», dem «Audiountergrund», überlassen. Denn Geld verdient mit Podcasts bisher kaum jemand. Das kann sich allerdings schon in den nächsten Monaten ändern. Podcast-Pionier Adam Curry hat diesen Sommer für seine Firma podshow.com, die ein kommerzielles Podcast-Netzwerk errichten will, rund 12 Millionen Franken Risikokapital aufgetrieben. Und der Hörbuchhändler audible.com lancierte Anfang November an der Fachmesse «Portable Media Expo» in Kalifornien seinen Dienst «WordCast» zur Kommerzialisierung von Podcasts. Gut möglich, dass damit bereits das Ende der Experimentierphase eingeläutet ist. < Patrik Tschudin ist Redaktor bei DRS 2