Abstimmen mit der Play-Taste

Autor(en): **Pritlove, Tim / Riedener, Corinne**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin**

Band (Jahr): **29 (2022)**

Heft 320

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1035618

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Abstimmen mit der Play-Taste

Tim Pritlove gehört zu den Podcastern der ersten Stunde im deutschsprachigen Raum. Ein Gespräch über Werbefuzzis, fröhliches Nerd-Radio, die Lust an der Nische und die Versäumnisse des öffentlichen Rundfunks.
Interview: Corinne Riedener

Saiten: Von Christian Drosten bis «Zeit Verbrechen» – gefühlt alle haben mittlerweile einen Podcast. Freut dich dieser Hype?

Tim Pritlove: Ich bin da vergleichsweise emotionslos, es ist ja nicht der erste Hype. Aber es bestätigt meine These, die ich seit Jahren vertrete: dass der Podcast zu einem etablierten Internetformat wird, mit dem sich auch Geld verdienen lässt. Schön ist, dass der neuerliche Hype die Tür geöffnet hat für viele kompetente Leute, die schon länger im Podcastsegment sind, und dass sie sich nun zunehmend entweder mit Auftragsarbeiten oder meinetwegen auch mit Werbung finanzieren können – was jetzt nicht so mein Ding ist.

Was kann denn ein Podcast leisten und worin unterscheidet er sich vom klassischen Radio?

Ein Podcast wirkt vor allem über den Wegfall der Zeitbegrenzung, die man im Radio noch hat. So kann man einem Thema den Raum geben, den es verdient. Zudem sind Podcasts das mit Abstand persönlichste Medium, was das Netz bisher hervorgebracht hat. Im Radio herrscht generell eine grosse Distanz. Es gibt den Sender und den Empfänger und dazwischen ist ein relativ grosser Graben, das zeigt sich schon in der Ausdrucksweise. Und beim Radio wird ständig überlegt, was die Leute annehmen, was angeblich verträglich ist und was angeblich verstanden werden kann. Podcasts machen das nicht, da gibt man sich natürlicher. Genau das ist es, was dann von den Hörer:innen honoriert wird und die Magie ausmacht: Man ist total direkt und nah dran. Und anders als zum Beispiel bei YouTube hat man den Vorteil, dass das Visuelle wegfällt. Ausserdem hören die Leute Podcasts extrem persönlich: Radio ist Lautsprecher, Podcast ist Kopfhörer.

Das Radio wird ja gerne als «Nebenbei-Medium» bezeichnet. Ist das beim Podcast anders?

Ja, schon. Es gibt sicher auch Leute, die so ein bisschen Podcasts beim Arbeiten dudeln lassen und nur halbwegs zuhören, aber so sind Podcasts eigentlich selten gestrickt. Podcasts sind ein Go-to-Medium. Man schaltet bewusst ein, man sucht sich eine bestimmte Episode aus und wenn man grad nicht kann, drückt man auf Pause oder spult noch mal zurück. Das ist ein sehr viel aktiveres und bewussteres Hören. Das merke ich auch selber immer wieder. Es ist teilweise erschreckend, wie gut einem die Leute zuhören.

Hat der Podcast auch Nachteile im Vergleich zum Radio?

Abgesehen davon, dass Podcasts noch nicht so gut finanziert sind wie Radiosendungen? Ich persönlich habe mich nie so mit den Nachteilen aufgehalten. Podcasts bedienen einfach einen anderen Bedarf, Vergleiche sind schwierig.

Ok, und wie stehts um die Gemeinsamkeiten?

Ich kenne viele, die sowohl im Podcastbereich als auch im Radiobereich unterwegs sind, und denen gelingt es mal mehr oder mal weniger, diese zwei Medien zusammen zu bringen. Es gibt beim Radio zum Beispiel das Feature-Konzept, was durchaus auch in der Podcastlandschaft gemacht wird. Und mittlerweile gibt es auch Formate, die das Persönliche des Podcasts mit dem typisch Journalistischen des Radios verbinden. Die «Lage der Nation» ist ein gutes Beispiel für einen solchen Podcast. Aber eben, Vergleiche sind schwierig.

Ich merke, du magst es nicht, wenn Podcasts zu sehr im Radiokontext gesehen werden.

Ja, und ich bin sehr froh darüber, dass Podcasts mittlerweile als eigenständiges Medium anerkannt werden. Ein entscheidender Moment dafür war, als Apple 2005 die Podcasts in iTunes eingebaut hat. Angekündigt wurde das mit «Radio Reborn». Diesen Slogan fand ich ganz angemessen, weil er für den Versuch steht, ein Audiomedium anders, neu zu machen. Podcasts wurden aus dem Internet geboren, werden vom Internet getragen und bringen damit auch ganz andere Rahmenbedingungen mit sich – und einen ganz anderen Style.

Diesbezüglich ist die Podcastpalette ja sehr breit. Es gibt unzählige sogenannte Laberpodcasts. Oder all die Nabelschauen älterer Herren, die mir die Welt erklären wollen und alles besser wissen. Wie halte ich mich da fern?

Indem du abschaltest. Letztlich wird ja mit der Play-Taste abgestimmt. Wenn es den Leuten nicht gefällt, dann hören sies

halt nicht. Aber: Auch Laberpodcasts haben ihre Berechtigung. Letztlich sind sie nichts anderes als die digitale Fortsetzung des Small Talks. Auch über Belanglosigkeiten zu reden, schafft eine soziale Bindung. Gerade in der Pandemie waren Podcasts für viele eine Art gesellschaftlicher Anker.

Welche Arten von Podcasts machst Du?

Mehrere. Vor allem Interviewformate, wo ich mich selber zurücknehme, aber auch News-gestützte Sachen, wo ich mit meinem Gegenüber Pingpong auf Augenhöhe spiele und es im Wesentlichen darum geht, Nachrichten zu vermitteln. Und als Drittes noch offene Nerd-Runden, wo man halt rumsitzt und dummes Zeug erzählt, ohne dass der Informationsgehalt immer bei 100 Prozent Sättigung liegt. Es darf auch einfach mal lustig sein. Das ist ja auch eine Qualität von Podcasts: Sie sind in der Lage, Nischen zu erreichen, die andere so nicht erreichen können, und das auf eine sehr effiziente Art und Weise.

News-Podcasts kann man gut vorbereiten, die Interviews stelle ich mir aufwändiger vor.

Ja, da musste ich mir über die Jahre eine Technik zulegen, die dem hohen Mass an Parallelität gerecht wird. Man ist ja quasi eine One-Man-Show; muss schauen, dass die Technik läuft, dass das Mikro richtig sitzt, dass das Gespräch gut ins Laufen kommt, sich das Gegenüber ernstgenommen fühlt, aber auch Nebenschauplätzen Raum bieten und am Ende das Gesagte wieder zusammenfassen. Das erfordert grosse Konzentration.

Du legst dir also nicht im Vorhinein eine Dramaturgie oder ein Skript zurecht.

So wenig wie möglich. Ich notiere mir nur die Aspekte, die ich unbedingt thematisiert haben will. Ähnlich wie eine Bingo-Karte. Die Reihenfolge ist zweitrangig.

Gibt es, ähnlich wie bei anderen Medien, auch im Podcastbereich einen Gender-Gap?

Ich kanns nicht quantifizieren, aber ja. Vor allem am Anfang war das definitiv der Fall. Wie das so ist bei diesen «Internetsachen»: Die Frauen denken erstmal drüber nach, wie denn das so ist und wie es auch noch sein könnte, und die Männer müssen sich erstmal selbstdarstellen, haben wenig Berührungsängste. Bei mir war das genau so, vor 16 Jahren, als ich angefangen habe. Ich fand Podcast einfach geil, zack, Mikro an und go for it. Da vergingen locker zwanzig oder dreissig Sendungen, bevor ich gewusst habe, was ich eigentlich tue. Heute ist das Geschlechterverhältnis sicherlich besser. Generell glaube ich, dass Podcasts mehr inklusives Potenzial haben als andere Medien. Dazu kommt mir noch eine schöne Anekdote in den Sinn: 2012 habe ich Katrin Rönicke, die aktuelle Chefredakteurin des Podcastlabels «hauseins», für eine Sendung zum Thema Feminismus eingeladen. Sie ging davon aus, dass dieses Thema kontrovers diskutiert wird, aber nein: Nach der Sendung kamen nur positive Kommentare. Das hat sie sehr gefreut.

Erzähl mal genauer, wie deine Anfänge so waren und wie du zum Podcast gekommen bist.

Ich bin ja generell ein gesprächiger Mensch. Und das Prinzip von «selber erklären, um etwas zu verstehen», habe ich schon immer geliebt und auch praktiziert. 1995 lancierte der Chaos Computer Club in Zusammenarbeit mit «Radio Fritz» ein Radioprojekt, an dem ich auch beteiligt war. Wir waren ein Haufen Tech-Nerds und redeten einmal im Monat, wie uns der Schnabel halt gewachsen ist, über Dinge wie Web-Protokolle und -Security. Den Leuten muss das vorgekommen sein wie vom Mond, waren wir doch der Zeit weit voraus. Aber: Es hat die Community und den Chaos Computer Club enorm gestärkt. Und von der Diktion her war es einem Podcast schon sehr ähnlich. Entsprechend Spass hat mir das Ganze gemacht, ich war total angezündet von diesem Kommunikationskanal.

Die Podcasts kamen aber erst zehn Jahre später auf.

Genau, und diese Kombination von Blogosphäre, Web 2.0 und Audio hat mir sofort zugesagt. Ich konnte über nichts anderes mehr nachdenken, und als Apple dann die Podcasts in iTunes integrierte, gabs kein Halten mehr. Innerhalb von einer Woche zog ich das ganze System hoch und bin im November 2005 mit dem Ableger «Chaosradio Express» gestartet, aus dem später mein Interview-Podcast CRE wurde. Von da an hat mich die Podcasterei völlig eingenommen. Drei Jahre lang habe ich dann erstmal «so getan», bis ich eines Tages realisiert habe, dass das längst nicht mehr nur ein Hobby ist, sondern das, was ich hauptberuflich machen will.

Gab es etwas, das dich damals besonders inspiriert hat?

Definitiv! Ich habe damals mit Begeisterung ganz viele Schwulen-Podcasts aus den USA gehört. Die waren alle so verrückt und unfassbar lustig. Das war tatsächlich meine grösste Inspiration. Allgemein haben unterrepräsentierte Gruppen das Medium Podcast schon früh für sich entdeckt, das war ein Freiheitsfaktor.

Du hast dann auch Podcast-Treffen und Tech-Workshops organisiert. Wie muss man sich diesen Groove in der Szene damals vorstellen?

Die Community war sehr heterogen. Man kannte sich so ein bisschen, aber die Leute hatten alle sehr unterschiedliche Vorstellungen. Die Treffen waren immer geil: 300 Podcaster, alle mit ihrer offenherzigen Art, kommen zusammen, und innert Sekunden hast du ein einziges Gewusel, Gerede und Ausgetausche. Da summt die Luft. Publishing war damals zum Beispiel ein grosses Thema, also Podcasts zu veröffentlichen. Das braucht technische Expertise. Aus dieser Not heraus habe ich dann 2011 «Podlove» gegründet, eine Veröffentlichungsplattform für selbsthostende Podcaster.

Mittlerweile ist der Professionalisierungsgrad im Podcastbereich recht hoch. Geht da auch ein bisschen die anarchistische Komponente, die du so schätzt, verloren?

Ja klar. Wir sehen momentan einen ähnlichen Trend wie bei den anderen Medienformaten. Heute wird immer weniger selbstgehostet. Die grossen Plattformen wie Spotify, Audible und andere diktieren die Regeln, machen die Kohle und sagen, was stattfinden darf und was nicht. Das hat Vor- und Nachteile. Ich persönlich habe mich immer ferngehalten von den grossen Plattformen, weil mir meine Unabhängigkeit wichtig ist und ich auch technische Fortschritte pushen können will, die das Businessmodell einer gewissen Plattform vielleicht gefährden könnten.

Machen dir diese Monopolisierungstendenzen Sorge?

Mir persönlich nicht. Spotify und Audible haben bei mir auch schon vor Jahren angeklopft, aber ich habe kein Interesse an einer Zusammenarbeit. Da bin ich vielleicht ein bisschen eigen. Ich mache nur schon deshalb keine Werbung in meinen Podcasts, weil ich null Bock habe, mich mit irgendwelchen Werbefuzzis zu unterhalten. Dafür ist mir meine Zeit einfach zu schade. Davon abgesehen möchte ich mein Business-Modell nicht so gestalten, dass ich quasi meine Zielgruppe verkaufe. Ich möchte, dass meine Hörer:innen entscheiden, was das Richtige für sie ist. Diese Freiheit bezahle ich gern mit ein

bisschen weniger Reichweite. Mir ist es wichtiger, die Hörer:innen langfristig an mich zu binden und ihnen einen «Ort der Vertrautheit» zu geben.

Siehst du dich auch als moralische Instanz?

Nein, das ginge jetzt zu weit. Aber vieles hat mit Haltung zu tun. Ich bemühe mich stets, eine Haltung einzunehmen, über die ich zumindest nachgedacht habe und bin auch bereit, meine Positionen zu verteidigen oder gegebenenfalls aufzugeben, wenn sie nicht zu verteidigen sind – egal, ob es um Kryptogeld, Corona-Lockdown oder Feminismus geht. Das ist die Essenz meiner Podcasts: Wir – meine Gegenübers und ich – bemühen uns stets, Stellung zu beziehen und diese auch adäquat zu begründen.

Viele können heute von ihren Podcasts leben, ob nun durch Werbung oder Spenden oder mit beidem. Wohin geht die Reise noch? Siehst du Tendenzen?

Also die Werbefinanzierung wird bleiben. Werbung funktioniert, glaube ich, sogar relativ gut im Podcast, wenn mans richtig macht. Etwa, wenn der Podcast-Host die Werbung selber vorliest, wenn die vertrauten Stimmen die Botschaft verkünden. Ein weiterer Grund, warum ich das nicht mache. Meine Stimme soll ausschliesslich mit meiner persönlichen Meinung assoziiert sein. Ich will einfach nicht anderer Leute Lied singen für Geld.

Du als Podcast-Institution mit eigener Plattform hast da auch leicht reden …

Ja, ich habe zugegeben den Segen des frühen Einstiegs. Ich mache seit 16 Jahren Podcast, andere fangen jetzt erst bei Null an, das braucht schon eine gewisse Stamina. Man muss seine Nische finden, sich gegen die Konkurrenz durchsetzen und so weiter. Das ist durchaus auch ohne externe Werbefinanzierung möglich – mit der nötigen Geduld.

Zum Thema Konkurrenz und Nische: Der vorhin angesprochene tagespolitische Podcast «Lage der Nation» von Philip Banse und Ulf Buermeyer ist einer der erfolgreichsten in Deutschland. Politik zieht?

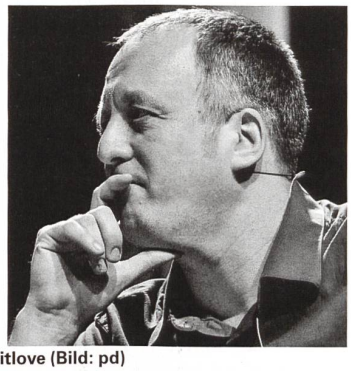
Davon bin ich überzeugt. Er gehört nicht nur zu den populärsten Podcasts, er ist wohl mittlerweile auch einer der einflussreichsten, da er auch zur öffentlichen Debatte beiträgt – und zwar signifikant. Und das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft, glaube ich. Wenn die so weitermachen, wird die «Lage der Nation» noch zu einer richtigen Institution.

Erfolg misst sich auch in Hörer:innenzahlen. Gibt es sowas wie eine Benchmark für Podcasts? Ab sechsstellig ist man Hype?

Diese ganze Quantifizierung über Zahlen ist für mich die falsche Metrik. Da muss mindestens noch ein zweiter Faktor mit rein, der vielleicht ein bisschen schwierig zu greifen ist: Relevanz und Bindung. Wenn ich einen Special-Interest-Podcast mache, den nur 100 Leute hören, diese aber total im Thema drin sind, zu den Meinungsführer:innen dieser Szene gehören, dann hat dieser Podcast einen grossen Wert. Er wird zum Ort für Debatten. Ob man sowas dann monetarisieren kann, hängt sehr von der Wertschätzung dieser Leute ab. Und vom finanziellen Status. Einen Obdachlosen- oder Arbeitslosen-Podcast durch Spenden zu finanzieren, ist sicherlich schwierig, da bräuchte es eher Förderung. Was ich damit sagen will: Die Zahl allein machts nicht, es ist die Relevanz, die man erzielt in einer bestimmten Zielgruppe.

Das gilt auch für die klassischen Medien. Zum Schluss doch nochmal die Frage: Was muss das Radio besser machen?

Das Tragische ist ja, dass die Öffentlich-Rechtlichen in Deutschland den Grossteil der Podcast-Phase mit einer erschreckenden Untätigkeit vertan haben. Dadurch sind sie jetzt in einer geschwächten Position gegenüber den grossen, internationalen Plattformen. Sie haben es zum Beispiel verpasst, eine fähige Podcast-Verbreitungsinfrastruktur aufzubauen. Und sie müssten ihre Archive online stellen. Warum gibt es zum Beispiel nicht alle Sendungen vom «Deutschlandfunk» seit anno dazumal komplett verlinkt mit Metadaten und Transkripten – das volle Programm – im Netz? Gerade in Zeiten der Desinformation wäre ein solcher Fundus mit wohlrecherchiertem Geschichtsmaterial unbedingt erforderlich. Es macht mich fassungslos, dass der öffentliche Rundfunk in Deutschland nicht fähig ist, diesen Aufwand zu leisten. Er macht sich so selber klein. Wir sehen doch, was in den USA und in anderen Ländern passiert, wenn die Privaten Radios fest in evangelikaler und rechter Hand sind. Darum müssen wir auch bei uns aufpassen, dass diese wunderbare Institution des öffentlichen Rundfunks weiterhin stark bleibt.



Tim Pritlove (Bild: pd)

Tim Pritlove, 1967, sammelte seine ersten Radioerfahrungen beim Chaosradio des Chaos Computer Club, das 1995 bei «Radio Fritz» erstmals on-air ging. 2005 lancierte er mit CRE den ersten Interview-Podcast im deutschsprachigen Raum. Mittlerweile produziert er etliche weitere Podcastformate, ausserdem betreibt Pritlove das Podcaststudio Metaebene und hat die Plattform Podlove für selbsthostende Podcaster gegründet. Er lebt in Berlin.

metaebene.me

Corinne Riedener, 1984, ist Saitenredaktorin.