

Wien, 29. Jänner 2019

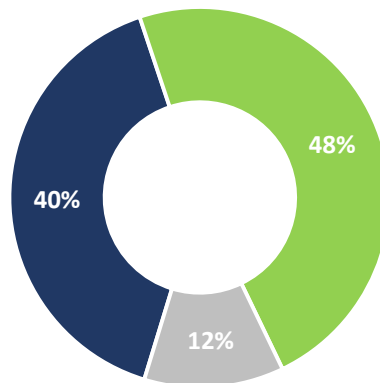
Podcasts: Ein Medium ist erwachsen geworden

Sie gehören mittlerweile zum guten Ton: Podcasts.

Anfang der 2000er-Jahre fand das Konzept von online gespeicherten und jederzeit abrufbaren Audiobeiträgen mit Plaudersendungen einzelner Experten und Enthusiasten erste Verbreitung. Der Schritt zum weltweiten Trend erfolgte mit dem großen Erfolg des namensgebenden iPod von Apple. Der Siegeszug des Smartphones und Ausbau des mobilen Internets führten schließlich zu einer bis heute zunehmenden Popularität und Entfaltung des Genres.

Mit dem starken Wachstum ging auch eine enorme Professionalisierung einher. Noch nie war die inhaltliche wie technische Qualität so gut und das Angebot für freie Audioinhalte so groß. Der österreichische Medienbeobachter META Communication International hat in seiner jüngsten Erhebung die heimische Podcast-Szene vermessen und dabei fast 400 aktive Podcasts erfasst.

Anbieter österreichischer Podcasts



■ Medien ■ Unabhängige ■ Unternehmen & Organisationen

Starke Quantitäten durch private Podcasts und freie Radios

Unter den erfassten Podcasts machen unabhängige Betreiber mit rund 48% den Großteil der österreichischen Szene aus. Darunter fallen neben Privatpersonen auch die Feeds der freien Radios. Diese stellen ihre Sendungen auch auf der Plattform [Cultural Broadcasting Archive](#) zur Verfügung. Das macht die Seite zum größten Podcast-Provider des Landes. Die von den freien Radios angebotenen Inhalte ließen sich wiederum in mehr als 800 aktive Sendungen unterteilen.

Daneben existiert eine bunte, vielfältige Podcast-Szene. Die meisten davon sind Einzelkämpfer, Blogger oder kleine Teams, die ihre Leidenschaft für ein Thema mit der Welt teilen.



Weitere 40% werden von Redaktionen aus Print, Radio und TV betrieben. Alleine die Kanäle des ORF machen mehr als 16% des heimischen Angebots aus. Aber auch Unternehmen, Parteien, Kirchen und Bildungsinstitutionen sind nun „ON Air“ (12%). Darunter etwa auch die [ÖBB](#) und die [Wiener Linien](#).

Neue Potenziale für Print- und Radio

[Der Standard](#) hat einen über Fernsehserien. Die Rechercheplattform [Addendum](#) lässt ihre Texte vorlesen. Der Chefredakteur der [Vorarlberger Nachrichten](#) spricht jeden Morgen selbst ins Mikro. Der [Falter](#) lädt wöchentlich zur Gesprächsrunde ein. Und auch zahlreiche Radiosender - allen voran jene des [ORF](#) - stellen ihre Inhalte als abonnierbare Feeds bereit.

Für die etablierten Medien ergibt sich dadurch der Vorteil, dass ihre Inhalte außerhalb der angestammten Kanäle zusätzliche Reichweiten generieren. Damit erreichen sie auch Zielgruppen, welche keine Printzeitungen konsumieren und das Radioprogramm nicht linear verfolgen.

Politische Podcasts boomen - auch bei den Parteien

In der österreichischen Innenpolitik ist bereits seit einigen Jahren ein Trend zur Finanzierung und Gestaltung eigener Medienkanäle erkennbar. Insbesondere die FPÖ hat von ihrem frühen Fokus auf Social Media sowie dem Aufbau eines eigenen „[FPÖ-TV](#)“ zuletzt stark profitieren können. Die anderen Großparteien sind nachgezogen, auch erste Podcasts wurden bereits gegründet.

Darunter etwa der „[Rotfunk](#)“ des Dr. Karl Renner Instituts oder der am 22. Jänner erstmals veröffentlichte „[Grundsatz](#)“-Podcast der Politischen Akademie der ÖVP.

Nischen und Nanoinfluencer

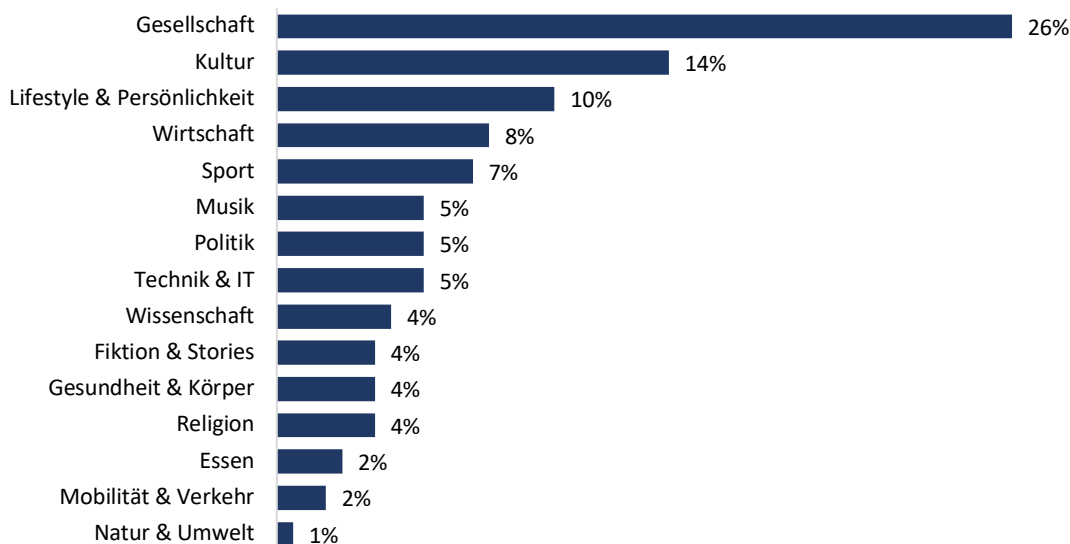
Angeln, Datenschutz, Feminismus, Formel 1, Linguistik oder Yoga. Die Erhebung zeigt, dass sich heute schon zu fast jedem Thema ein passender österreichischer Podcast findet. Wöchentlich starten neue Projekte, ein Gesamtüberblick wird zusehends schwierig. Die inhaltlichen Schwerpunkte geben dabei Einblick in die Themen des Mainstreams wie auch bedeutsame Nischen der unabhängigen Podcasts.

So nimmt der Bereich Gesellschaft (26%) mit vielfältigen Ansätzen den größten Raum ein. Im Zentrum stehen Gespräche über alltägliche und doch unbekannte Lebenswelten, etwa bei „[Jeannes Heldinnen](#)“, „[Dali's Mentor Talk](#)“ oder „[Lieblings-Plätzchen](#)“.

Der Bereich Kunst und Kultur (14%) ist ebenfalls stark vertreten. Film, Literatur und Videospiele (z.B. „[Bildnachwirkung](#)“, „[Mission Bestseller](#)“, „[SHOCK2](#)“) dominieren, daneben finden sich aber auch Podcasts zu Theater, Comics oder Rollenspielen (z.B. „[Vierte Wand](#)“, „[3W6](#)“).

Podcasts über Lifestyle & Persönlichkeit machen aktuell weitere 10% aus, darunter etwa der populäre Podcast „[a mindful mess](#)“ von DariaDaria. Wirtschaft (8%, z.B. „[Gründer und Zünder](#)“), Technik & IT (5%, z.B. „[Monowelle](#)“) und Politik (5%, z.B. „[Ganz offen gesagt](#)“) stellen ebenfalls einen beliebten Schwerpunkt dar. Sport (7%) wird wenig überraschend von Fußball dominiert (z.B. „[BlackFM](#)“). Und auch für Themen wie Essen (2%, z.B. „[Kostverfechter](#)“) oder Mobilität (2%, z.B. „[Reich durch Radeln](#)“) finden sich spezialisierte Shows aus Österreich.

Themen unabhängiger Podcasts



Einerlei, ob persönliche Meinung oder fachlicher Einblick: die meisten Beiträge sind Ergebnis langjähriger Erfahrung, ausführlicher Recherchen oder tiefgehender Interviews mit versierten Gästen. Mit ihren Inhalten zeichnen Podcaster damit ein direktes, eindringliches Bild von Sachverhalten und wirken damit stark meinungsbildend.

„Durch die intensive Beschäftigung mit einem Thema wachsen viele Podcaster zu Experten und [Nanoinfluencern](#) ihres Faches heran“, sagt Harald List, Projektleiter bei META. „Für Kommunikatoren ergeben sich dadurch neue Chancen: Zum einen ist die österreichische Podcast-Landschaft noch relativ werbefrei. Und weil sich Podcaster die Zeit nehmen, ein Thema in mehr als 1.000 Zeichen oder zwei Minuten zu behandeln, schaffen sie ein qualitatives Umfeld, in dem ihre Botschaft Platz finden und wirken kann. Es lohnt sich, genau hinzuhören“, so List abschließend.

Zur Erhebung: META Communication International hat im Rahmen einer mehrwöchigen Analyse alle aktiven (und inaktiven) Podcasts Österreichs erhoben und ausgewertet. Projektleiter Harald List ist auch selbst in der Szene aktiv. Zusammen mit zwei Mitstreitern betreibt er seit 2016 den Podcast [„Bruttofilmlandsprodukt“](#) mit Fokus auf das österreichische Film- und Fernsehchaffen.

Rückfragehinweis:

Christoph Luke

presse@metacommunication.com | +43-6506677332