

» „Hier geht es um dich und wie du mit ganz viel Leichtigkeit und Energie Mama sein kannst“, spricht Ruth Theuermann-Bernhardt in ihr Mikro und zeichnet damit eine neue Folge ihres Podcasts auf. Die Kinesiologin und Mentaltrainerin hat ihren Podcast „raw and real – wie du als Mama wirklich erfüllt leben kannst“ vor einem halben Jahr gestartet: „Ich wollte Frauen interviewen und ihre Lebensgeschichten sichtbar und hörbar machen, um andere damit zu inspirieren.“ Für Ruth ein leidenschaftliches Hobby, das ihre Marke als Expertin stärkt. Geld verdient die zweifache Mutter damit keines. „Aber mein Bekanntheitsgrad ist dadurch maßgeblich gestiegen.“

8722 Kilometer weiter sitzt Regina Larko in ihrem Arbeitszimmer am Stadtrand von Hongkong und schneidet die aktuelle Folge ihres Podcasts „#impact“. „Ich interviewe Leute, die in einem nachhaltigen Unternehmen oder einer Non-Profit-Organisation arbeiten und teile ihre Vision von einer besseren Welt.“ Auch die gebürtige Österreicherin hat aus purer Leidenschaft heraus vor drei Jahren einen eigenen Podcast gestartet – mit dem Unterschied, dass sie das hauptberuflich macht und damit bereits Geld verdient.

**Podcasts**, also abonmierbare, meist kostenlose Audiodateien, gibt es seit Mitte der 2000er-Jahre, in Österreich sind sie erst in den letzten Jahren beliebt geworden. Laut einer Studie des Reuters Institute for the Study of Journalism haben im Jänner und Februar des Vorjahres 32 Prozent der befragten Österreicher einen Podcast gehört. Vor allem die Themen in den Bereichen Gesellschaft, Kultur und Lifestyle werden gerne geklickt. Häufig entstehen Podcasts (wie auch Blogs) aus einem Hobby heraus, um eigenes Wissen weiterzugeben. Doch auch Unternehmen können von dem Audioformat profitieren und Podcasts als zusätzlichen Marketingkanal nutzen. „Wir stehen hier allerdings erst am Anfang. In vielen Unternehmen hat man das Potenzial von Podcasts noch nicht erkannt“, sagt Uwe Wollgramm. Er ist Geschäftsführer der deutschen Podcastfabrik, eine Agentur, die Podcasts für Unternehmer und Private konzipiert und produziert. „Audio boomt momentan. Durch diverse Sprachassistenten oder Smart-Speaker wie Amazons Alexa konsumieren wir immer mehr Audio-Formate im Alltag. Bei einem Podcast kann ich entscheiden, wann ich ihn wo nutze. Podcasthörer sind darum sehr bewusste Zuhörer, im Gegensatz zum Radio, das meist nur nebenbei läuft“, sagt Wollgramm. Für viele Entscheider in

österreichischen Unternehmen sind Podcasts immer noch ein Nischenmedium, mit dem sich keine Masse erreichen lässt. Dabei könnten Podcasts die Kundenbindung stärken. Zudem können Führungskräfte oder Mitarbeiter des Unternehmens vorgestellt und nahbar gemacht werden. Das schafft Sympathie und wirkt sich positiv auf die Marke aus. Podcasts lassen sich außerdem zum Recruiting oder zum verlängerten Kundenservice nutzen, indem beispielsweise häufig auftretende Fragen geklärt werden. „Aber vor allem erreicht man seine Zielgruppe viel besser“, ist Wollgramm überzeugt.

**Ein Blick nach Deutschland** zeigt, Unternehmen wie Hornbach, Audi oder die Deutsche Telekom betreiben schon seit längerem einen eigenen Pod-



**„Ich habe lange überlegt, ob ich einen eigenen Podcast starten soll. Mir hat der Mut gefehlt. Dabei ist es so einfach und macht so viel Spaß.“**

Regina Larko von #impact

cast. Während Hornbach seine Kunden miteinander bezieht und im „Macher-Podcast“ die Projekte von Hobbyhandwerkern präsentiert, setzen der Audi-Podcast auf das Thema Elektromobilität und die Telekom auf Digitalisierung.

**Und in Österreich?** Der österreichische Medienbeobachter META Communication International hat in seiner jüngsten Erhebung (2019) die heimische Podcast-Szene vermessen und dabei fast 400 aktive Podcasts erfasst. Demnach machen unter den erfassten Podcasts unabhängige Betreiber mit rund 48 Prozent den Großteil der österreichischen Szene aus. Darunter fallen neben Privatpersonen auch die Feeds der freien Radios. 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 Prozent werden von Redaktionen aus Print, Radio und TV betrieben. Alleine die Kanäle des ORF machen mehr als 16 Prozent des heimischen Angebots aus. Aber auch Unternehmen, Parteien, Kirchen und Bildungsinstitutionen sind nun „on air“ (12 Prozent). Darunter etwa die ÖBB, Coca Cola Österreich oder die Wiener Linien. Bei REWE heißt es: „Wir denken einen internen Podcast an, jedoch sind wir hier aktuell noch in der Konzeptionsphase“, sagt Karin Dorfner von der REWE International AG. Und bei IKEA Österreich setzt man lieber auf Videos und Social Media, um die Zielgruppe zu erreichen. „Wir haben aktuell nicht die personellen Ressourcen für einen Podcast“, sagt Barbara Riedl von IKEA. Obwohl der australische Ableger des schwedischen Möbelhauses einen eigenen Podcast hat, wo unter anderem ein Mitarbeiter aus dem IKEA-Katalog vorliest – die etwas andere Art der Gutenachtgeschichte quasi. Dabei braucht man nicht viel, um einen Podcast zu starten: Eine Idee, ein Mikrofon, eine App/Software zum Aufzeichnen und Schneiden und einen Host, der den Podcast in das richtige Format umwandelt und auf diversen Streamingdiensten verbreitet. „Das Problem ist, die meisten Unternehmer haben keine Vorstellung davon, wie sie den Podcast für sich nutzen sollen“, sagt Wollgramm. Werblich und aufgesetzt dürfe es nicht rüberkommen, unterhaltsam und informativ müssten die Inhalte sein. „Und professionell gemacht natürlich.“

**Geld verdienen** mit einem Podcast ist hingegen schwer. Streamingdienste wie Spotify, Apple oder Google Podcast bezahlen nichts. „Das Problem ist auch, dass es bei Podcasts noch keine offizielle Währung für die Reichweite gibt“, sagt Wollgramm. Sprich, man weiß nicht, wie viel ein Podcast-Hörer wert ist. Findet man allerdings einen Sponsor, kann das Einnahmen bringen. Genau den sucht Regina Larko derzeit für ihren Podcast. Geld verdienen tut sie aber jetzt schon mit ihrem Baby #impact: „Über meine Website kann man Kurse buchen, in denen ich in Videotutorials erkläre, wie man einen Podcast startet und erfolgreich führt oder Fehler vermeidet. So kann ich meine Leidenschaft weitergeben und andere dafür begeistern.“ Auch Ruth gibt bereits ihre Erfahrungen in einem eignen Podcast-Tutorial weiter: „Für mich ist der Podcast absolut das Medium der Zukunft – weil er zeitgemäß ist, alltagstauglich konsumierbar und so viele Möglichkeiten bietet.“ ■

# Hört zu, ich bin jetzt on air

Hundehaltungstipps, Meditieren lernen, sich informieren oder einfach nur unterhalten: Immer mehr Podcasts kommen auf den Markt. Aber gehören sie auch zum guten Ton eines Unternehmens? **VON CLAUDIA WEBER**



## Kennen Sie den schon?

### → Drama Carbonara.

Die drei Freundinnen Asta, Jasna & Tatjana lesen und kommentieren in ihrem Comedy-Podcast dramatische Kurzgeschichten aus Hefromanen oder Leserbriefen. In 40-minütigen Sessions nehmen sie ihre Hörer mit zu den skurrilsten Begebenheiten, die das Leben so schreibt.



### → 1000 Antworten.

Wie entsteht ein Schwarzes Loch? Was ist eine Stammzelle? Gibt es Ufos? Was versteht man unter dem Geburtstagsparadoxon? Ist grüner Tee wirklich gesund? Wie ökologisch ist ein Raketenstart? Jede Woche beantworten Wissenschaftler Hörerfragen in SWR2 Impuls.



### → Verbrechen.

Warum lässt eine Frau ihren Mann erschießen? Wie kommt ein Kommissar an ein Geständnis? Warum lügen Zeugen manchmal? Und was, wenn Unschuldige in die Mühlen der Strafjustiz geraten – und niemand ihnen glaubt? Kriminalfälle und was hinter ihnen steckt, hört man im „Verbrechen“-Podcast der Zeit.



### → Sternengeschichten.

Das Universum ist voll mit Sternen, Galaxien, Planeten und jeder Menge anderer cooler Dinge sowie vieler Fragen. Zu jedem davon gibt es eine Geschichte und die Sternengeschichten erzählen sie. Jeden Freitag gibt es eine neue Folge – denn das Universum bietet genug Material für immer neue Geschichten.



### → Meditation für jeden Tag.

Kurze, kraftvolle Meditationen, die man leicht in den Alltag integrieren kann. Durch den Podcast möchte der Coach Paulina Thurm den Zugang zu regelmäßiger Meditation so leicht wie möglich machen – als 10 Minuten Meditation für die Morgenroutine oder als kurze Traumreise zur Entspannung.

