

Podcast und Videopodcast

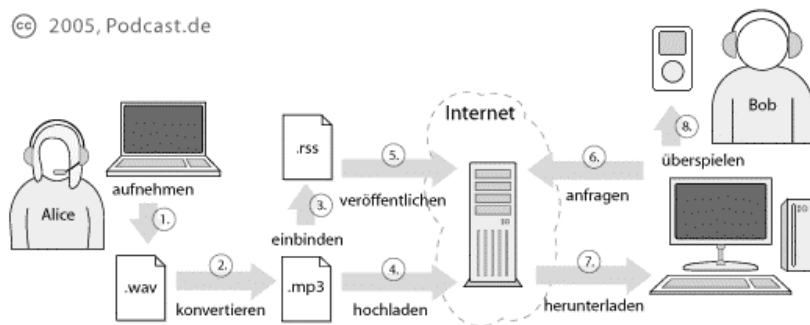
Vorboten des individualisierten Rundfunks?

Entwicklung der Podcast-Technologie - kleine Geschichte des Podcasting

Deutsche Publikationen führen die Erfindung Podcasting maßgeblich auf zwei Personen zurück:

- **Dave Winer** schuf die technischen Grundlagen mit RSS. Er entwickelte 1999 in Zusammenarbeit mit Netscape den **RSS-Standard**. Dieser erlaubt es, „Inhalte einer Webseite nach Aktualisierungen und Updates zu durchsuchen und nur diese Aktualisierungen gezielt auf den PC herunterzuladen.“ RSS basiert auf einer einfachen XML-Dokumenttypdefinition.
- Für Podcasting wurde der **RSS-Feed** im Jahr 2002 interessant. Mit der Version 2.0 war es möglich auch andere Dateielemente in den RSS-Feeds mit einzubinden. Man spricht in diesem Zusammenhang von einem Enclosure-Element. „Es besteht im Wesentlichen aus der Webadresse zu einer beliebigen Datei, die inhaltlich und/oder formal mit dem Text zu tun hat.“ Dieses Enclosure-Element kann ein Verweis auf eine beliebige Datei sein.
- **Adam Curry** war einer der ersten, der Audio-Dateien mit Hilfe des RSS- Standards transferierte. Er stellte erstmals eine Software für seine Blogleser zur Verfügung, mit der es möglich war mp3-Dateien, die auf seinem Blog zum Download bereitgestellt waren, in die Musik-Verwaltungssoftware iTunes automatisch zu übertragen. Er nannte diese Software **RSStoipod**. Daraus wurde iPodder und später Juice.
- Der Begriff „**Podcasting**“ wurde zum ersten Mal vom britischen Journalisten Ben Hammersley am **12. Februar 2004** in der britischen Zeitung „**The Guardian**“ verwendet. Er fügte die Begriffe iPod und Broadcasting zu Podcasting zusammen.
- Die „Endgeräte“ zum Empfang von Podcasts waren spätestens mit der Integration eines **Podcatchers** in der Musikverwaltungssoftware von Apple iTunes im Juni 2005 auch einem breiten Publikum zugänglich.

Schematische Darstellung des Podcast Prinzips - Definition



Podcasting ist ein dezentrales, internetbasiertes Medienkonzept. Über das Podcasting lassen sich individuell Programme gestalten, die unabhängig von festen Sendezeiten konsumiert werden können.

Podcast besteht aus zwei Komponenten: Zum Einen wird damit eine Datei (ein RSS-Feed) bezeichnet, die sich mit Hilfe von Software mittels eines Abonnements automatisiert aus dem Internet herunterladen lässt. Zum Anderen werden damit die Mediendateien (v.a. Audio, Video) bezeichnet, die im RSS-Feed verlinkt sind. (Meist *.mp3, *.AAC bzw. *.MP4-Dateien)

Videopodcast funktioniert mit der gleichen Technologie mit der sich Audiodateien für ein automatisches Abonnement zur Verfügung stellen lassen. Diese Art von RSS-Feed wird Vodcast, Videocast oder Videopodcast genannt. (Bildgröße 320x240 Pixel; MPEG4; H.264)

Deutschsprachige Portale

- www.podster.de** - Deutsches Podcastportal, sehr User-Generated-Content lastig
- www.podcast.de** - Das deutschsprachige Podcast-Portal mit viel Werbung
- www.dopcast.de** - Portal rund ums Thema Podcasting - sehr gut sortiert
- www.phonostar.de** - Radio-Portal, das auch eine Podcast-Datenbank enthält
- www.podcastzentrale.de** - Podcastverzeichnis
- www.podlog.de** - Deutsches und internationales Podcastverzeichnis
- iTunes** - Software und größtes Portal

Podcasttypologie - User-Generated-Content

Meta-Podcasts Sie sind naturgemäß die ersten Vertreter ihrer Gattung: Podcasts über das Podcasting. Zunächst ging es ja primär um das Erforschen der technischen Möglichkeiten; zudem bekamen die ersten Podcastler zahlreiche E-Mails, in denen sie gefragt wurden, wie sie das Podcasten technisch umsetzen. So beherrschte die Meta-Thematik anfangs die gesamte Szene, bis sich nach einigen Wochen zeigte, dass man mit reiner Selbstreferenzialität niemanden dauerhaft fesseln kann.

Reine Musikcasts Das kommentarloses Anbieten von MP3-Dateien in regelmäßiger Form wurde schon recht früh von *Starfrosch Podcast* aus der Schweiz, sowie dem Magazin *DE:BUG* etabliert. Es handelt sich dabei selbstverständlich um GEMA-freie Musik, die im Netz legal und kostenlos getauscht werden darf.

Klassische Radioshows Diese recht aufwändig produzierten Sendungen vermischen Musik mit Moderation, verwenden meist eine Hintergrundmusik als Soundteppich und orientieren sich formal am klassischen Pop-Radio, wie es vor etwa 15 bis 20 Jahren üblich war: Ein Moderator führt durch die Sendung, spielt Musik, die ihm gefällt und berichtet knapp über aktuelle Geschehnisse. Als Beispiel kann man hier den *Normcast* von *Norman Osthus* oder die Sendung vom *Kaiserfranz* nennen.

Personality-Shows Diese machen wohl den größten Teil der Podcasting-Gemeinde aus: Man redet über sich und die Welt, alltägliche Ereignisse, Fundstücke im Netz und vielleicht die eine oder andere improvisierte Kinokritik. Hierbei lassen sich auch die meisten Fehler machen, und folgerichtig sind die meisten dieser Sendungen für eine breitere Hörerschaft irrelevant. Wenn man jedoch eine gewisse Stringenz an den Tag legt und in der Lage ist, seine Gedanken kompakt auf den Punkt zu bringen, kann auch der Nabelschau-Podcast erfolgreich sein. Prominentestes Beispiel ist sicherlich die Journalistin *Annik Rubens*, die mit *Schlaflos in München* eine tägliche, private Audio-Kolumne veröffentlicht und auf Anhieb eine begeisterte Fangemeinde gewinnen konnte.

Themen-Podcasts Glaubt man dem Podcasting-Pionier *Thomas Wanhoff*, so liegt die Zukunft des Podcasting in der Spezialisierung auf bestimmte Themen. Seit Anfang des Jahres produziert er wöchentlich die Sendung *Wanhoffs Wunderbare Welt der Wissenschaft*, in der er Neuigkeiten aus Forschung und Technik verständlich erklärt. Der große Erfolg gibt ihm Recht. Mit all jenen speziellen Themen, die man in den Mainstream-Medien nicht finden kann, lassen sich hervorragende Podcast-Sendungen konzipieren. Ein weiterer Vorteil: Es gibt keine Streuverluste. Niemand wird sich freiwillig den *SharePointPodcast* des Informatikers *Michael Greth* abonnieren, wenn er nicht hochgradig an Servertechnologien von Microsoft interessiert ist. Doch auch diese Sendung hat eine Handvoll begeisterte Hörer.

Inhalte kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Anbieter

TV- und Radioprogramm Einzelne Sendungen kann der Hörer gezielt auswählen und konsumieren. Es werden ausschließlich Eigenproduktionen der Sendeanstalten bzw. Privatsender angeboten, die bereits im Radio bzw. Fernsehen zu sehen waren. Diese Kategorie umfasst wiederum mehrere Genre.

Werbesendungen Neue Produkte werden in Form von Videopodcast präsentiert. Bsp. Mercedes, BMW, etc.

Begleitsendungen Es wird ein redaktioneller Podcast als Ergänzung zur Printausgabe eines Magazins, zu einem Kinofilm, etc. veröffentlicht. Einzelne Themen werden hier vertieft. Ziel: Bindung der Leserschaft bzw. Fangemeinde.

Information und Bildungspodcasts

Individualisierungsprozess

• **Zeitsouveräne Nutzung:** Podcasting löst sich vom Prinzip der linearen Ausstrahlung der klassischen elektronischen Medien, wie Fernsehen und Hörfunk. Die Sendung ist verfügbar, wenn der Konsument es wünscht. Der User ist nicht mehr dem Zeitdiktat des klassischen Rundfunks unterworfen.

• **Individualisierung des Contents:** Der Konsument stellt sich Inhalte selbst zusammen. Im Gegensatz zum Umgang mit den klassischen Medien erfordert dies eine aktive Nutzerhaltung, Investition von Zeit und Erfahrung. Der User muss ein Bewusstsein für seine Bedürfnisse haben.

Das Bewusstsein für eigene Bedürfnisse vorausgesetzt, muss der User nur einmalig ein Podcast-Portfolio gemäß seinen Interessen zusammenstellen, in der Folge werden ihm kontinuierlich aktuelle Inhalte automatisch zugeliefert.