

# Platzhirsch im Podcastwald

SRF ist der grösste Podcast-Produzent der Schweiz und bietet rund 150 Podcasts an. Der grösste Teil davon sind Sendungspodcasts, zeitversetzt hörbare Radiosendungen. Auf sie will SRF weiter setzen, daneben aber auch originäre Podcasts entwickeln, die neue Zielgruppen erreichen.

VON BETTINA BÜSSER

Das gab zu reden: Anfang Jahr wurde bekannt, dass der Erfolgs-Podcast «Zivildiliring» nicht mehr von SRF produziert und distribuiert wird. Die Verträge mit den Hosts Gülsha Adilji, Yvonne Eisenring und Maja Zivadinovic, die mit Live-Auftritten erfolgreich waren und deren geplante Live-Show im Hallenstadion im Oktober bereits seit längerem ausverkauft ist, wurden nicht verlängert.

Es sei SRF «eine Freude» gewesen, den Podcast zu entwickeln, das Unternehmen sehe sich jedoch auch in der Rolle als Förderin von innovativen Angeboten, sagte die SRF-Angebotsverantwortliche Anita Richner zum Ende der Zusammenarbeit: «Wir unterstützen dabei, Angebote aufzubauen, damit sie sich anschliessend im Markt entfalten können. Bei «Zivildiliring» sehen wir ein grosses Marktpotenzial.» Ausserdem enthielten die publizistischen Leitlinien von SRF «äusserst restriktive Vorgaben» in Bezug auf kommerzielle Aktivitäten und öffentliche Auftritte von Mitarbeitenden: «Die Werbeaktivitäten und öffentlichen Auftritte des Trios liessen sich nicht mit dem publizistischen Engagement von SRF vereinen.»

## «Podcasts sind ein wichtiger Pfeiler im Audio-Angebot.»

### Keine offiziellen Podcast-Zahlen

SRF ist der grösste Podcast-Produzent in der Deutschschweiz. Und beim beliebtesten SRF-Podcast, dem «Echo der Zeit», besteht das Risiko von «kommerziellen Aktivitäten» nicht. Die Radiosendung, die im Medienqualitäts-Ranking\* regelmässig an der Spitze liegt, ist online jederzeit verfügbar. Sendung und Podcast zusammen erreichen laut SRF täglich mehr als 550 000 Personen. Wie viele von ihnen das «Echo» als Podcast hören, gibt SRF nicht bekannt. Laut Daniela Püntener, Redaktionsleiterin SRF 4 News, erhebt SRF zwar Nutzungszahlen – mit direkten Messungen auf den eigenen Plattformen, etwa der SRF-Website oder der SRF-App, sowie mit den Statistiken, die Drittplattformen wie Spotify oder Apple Podcasts zur Verfügung stellen. Doch, so Püntener: «Es gibt

grundsätzlich keine offiziellen Angaben zum Konsum der Podcasts in der Deutschschweiz.» Denn die Nutzungsdaten der Drittplattformen lägen SRF in unterschiedlicher Qualität vor und könnten daher nicht plattformübergreifend in einer aggregierten Zuhörerzahl ausgewiesen werden.

### Vom «Echo» bis zur «Zytlupe»

Es gibt also keine einsehbare Hitparade der SRF-Podcasts. Klar ist, dass Info-Hintergrundsendungen und News viel genutzt werden. Von den insgesamt 150 SRF-Podcasts machen den allergrössten Teil laut Püntener Sendungspodcasts aus – von «Echo der Zeit», «Focus» und «Tagesgespräch» über «Kultur kompakt» und «Medientalk» bis hin zu «Zytlupe» und «Maloney». Ausserdem bietet SRF 15 originäre Podcasts an: «Diese Formate werden in der Regel nach den Gesetzmässigkeiten des digitalen Mediums konzipiert und produziert. Sie sind primär für die digitale Nutzung gedacht und werden teilweise im Radio zweitverwertet.»

Nach der Rolle von Podcasts bei SRF gefragt, nennt Püntener sie einen «wichtigen Pfeiler» im SRF-Audioangebot. Gerade für Hintergrundsendungen wie das «Echo der Zeit» sei es wichtig, dass die Hörerinnen und Hörer die Sendung dann hören könnten, wann sie wollen. «Podcasts öffnen aber auch die Tür für neue Erzählformen und akustische Abenteuer. Denn sie werden bewusst gehört, also nicht bloss nebenbei, sondern aktiv.» Dieses Nutzungsbedürfnis könne SRF mit originären Podcasts wie etwa dem Nachrichten-podcast «News Plus», dem Ski-Alpin-Angebot «Podcast am Pistenrand» oder dem «Zwei am Morgen»-Nachfolgeprojekt «Debriefing 404» bedienen. Im Mai neu dazugekommen ist der Talk-Podcast «Sternstunde Philosophie: Zimmer 42» mit Barbara Bleisch.

Auf welche Form – Sendungspodcasts oder originäre Podcasts – will SRF künftig stärker setzen? Beide werden eine wichtige Rolle spielen, so Püntener, da die zeitversetzte Nutzung weiter zunehmen werde. «Daher ist es für SRF zentral, dass Radiosendungen nach wie vor als Podcast zeit- und ortsunabhängig gehört werden können», sagt sie. Nicht zuletzt wolle man dem Publikum, insbesondere den

Radiohörerinnen und Radiohörern, den Einstieg in die Podcast-Nutzung erleichtern.

Originäre Podcasts bleiben für SRF ebenfalls wichtig: Sie entsprechen, so Püntener, dem Bedürfnis nach «Streamable Content», und mit ihnen kann SRF «oft ein jüngeres und digital-affines Publikum» ansprechen: «Plattformen wie Play SRF, Apple Podcasts oder Spotify werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen.» Originäre Podcasts sollen dann entwickelt werden, wenn sie «aus strategischen und inhaltlichen Gründen Sinn machen» und SRF erlauben, neue Zielgruppen zu erreichen. Allerdings: «SRF produziert grundsätzlich keine Podcasts, die exklusiv auf kleine Zielgruppen zugeschnitten sind.»

Dafür gibt es bei SRF Podcasts, die nach Pünteners Einschätzung «hochwertig» sind, etwa «SRF Geschichte», «News Plus» und «News Plus Hintergründe». Letzterer sei «unser Serienkanal»: «Unsere Hörerinnen und Hörer können dort über mehrere Folgen in aufwändig recherchierte Geschichten eintauchen, die in der Schweiz zu reden geben.» Dabei seien Storytelling und Produktion so aufgebaut, dass das Publikum mehrere Folgen am Stück hören kann: «Diese Art der Podcast-Produktion ist aufwändig, erfordert besondere Kenntnisse im Bereich Storytelling und Hosting und ist mit Blick auf den Erfolg von Streamingplattformen im Audibereich zukunftsweisend.»

SRF bietet den Mitarbeitenden denn auch gezielte Weiterbildungen für die Produktion von digitalen Audioformaten an, im Bereich Storytelling und Postproduktion etwa, dazu kommen Sprechcoachings und Hostworkshops. «Da Podcasts ein immer noch relativ junges Medium sind», so Püntener, «geben die Podcast-Teams ihre Erfahrungen untereinander weiter.» Einen Austausch gebe es ebenfalls mit anderen oder freien Podcast-Produzenten. Für eine

Co-Produktion brauche es «ein inhaltlich überzeugendes Konzept, das den publizistischen Leitlinien von SRF entspricht und in das Podcast-Portfolio von SRF passt».

Die Podcasts von anderen Medien sieht SRF laut Püntener nicht als Konkurrenz: «Wir sind überzeugt, dass alle Podcast-Produzenten und Medienhäuser von einem vielfältigen Podcast-Markt in der Schweiz profitieren können. Von daher: Wir befruchten uns gegenseitig.»

### Brüele mit Bosshard&Birri

Nicht vom SRF gehostet wird übrigens auch ein Podcast, der im Zusammenhang mit SRF zu reden gibt: Unter «B&B abgesetzt» plaudern seit Ende April Jennifer Bosshard und Michel Birri. Die beiden moderieren die Sendung «Gesichter und Geschichten» (G&G) von Fernsehen SRF, die Ende Juni aus Spargründen eingestellt wird. Bis dahin lassen Bosshard und Birri ihre Hörerinnen und Hörer wöchentlich an ihrem Schicksal als bald abgesetzte Moderator:innen teilhaben – quasi als Privatpersonen. «Wir machen den Podcast in unserer Freizeit und verdienen nichts daran. Es soll ein Rückblick und eine Art Hommage an unsere G&G-Zeit sein und ein Ausblick in die Zukunft», so Birri. Und was meint SRF dazu? «SRF hat die Angelegenheit intern besprochen, aus personalrechtlichen Gründen wird darüber keine Auskunft gegeben», antwortet die SRF-Medienstelle. «SRF hält jedoch fest, dass öffentlich gemachte Privatsachen keine Privatsache mehr sind.»

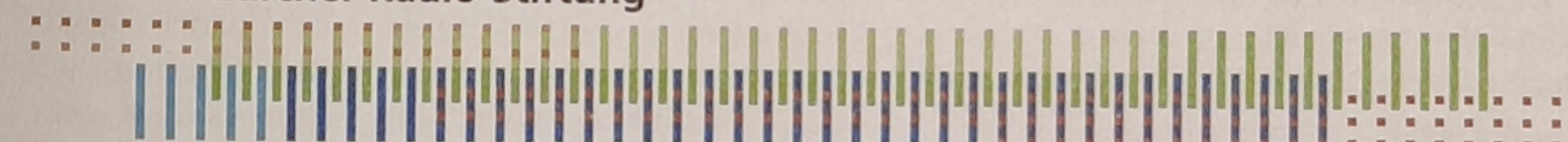
\*<https://medienqualitaet-schweiz.ch>



Daniela Püntener

Anzeige

## Zürcher Radio-Stiftung



## Zürcher Medienpreis 2025

Die Zürcher Radio-Stiftung schreibt einen Wettbewerb aus zur Vergabe eines Radio- und eines Fernsehpreises in der Höhe von je CHF 25'000.-.

Die beiden Preise sind die bedeutendsten Radio- und Fernsehzeichnungen der deutschsprachigen Schweiz. Sie haben die Förderung herausragender, qualitativ wegleitender Medienleistungen zum Ziel.

Für den Wettbewerb können angemeldet werden:

Audio- und Videobeiträge, Einzelsendungen und Sendereihen für publizistische Anbieter in deutscher Sprache oder Mundart, Koproduktionen und rätoromanische Fernsehsendungen in einer deutschsprachigen Bearbeitung.

Die Beiträge müssen von einer schweizerischen Radio- oder Fernsehstation oder im Internet im Zeitraum vom 1. Oktober 2023 bis 30. September 2025 publiziert worden sein.

Die Anmeldung muss spätestens bis zum 30. September 2025 erfolgen. Anmeldeformulare und weitere Informationen unter: [www.zuerchermedienpreis.ch](http://www.zuerchermedienpreis.ch)

Die Feier der Preisverleihung findet am Montag, 24. November 2025, im Zunfthaus zur Meisen in Zürich statt.

Für den Stiftungsrat der Zürcher Radio-Stiftung: Colette Gradwohl, Präsidentin