

## «Die Basis ist und bleibt die Qualität.»



«Beziehungskosmos» ist zwar ein Gespräch, es ist aber kein «Laberpodcast» und auch keine öffentliche Psychotherapie. Was ist es denn?

Es ist ein Gespräch zwischen zwei Fachleuten. Wir haben beide eine klare Funktion, wir sind aber auch sehr vertraut miteinander. Wir sind spürbar als Menschen in unseren Fachkompetenzen. Wir vertrauen uns. Es ist wie ein gemeinsamer Tanz, wir haben eine Choreografie, aber es ist trotzdem vieles improvisiert.

Gibt es eine Folge, die dir besonders in Erinnerung geblieben ist?

Nein. Schön ist, wenn ich nach der Aufnahme das Gefühl habe: Hei, war das schön. Das habe ich nicht bei jeder Folge. Aber das ist mein Ziel, nach der Aufnahme das Gefühl zu haben: Das war ein gutes Gespräch. Unser Austausch ist ja kein Theater. Es ist ein echtes Gespräch, bei dem wir im besten Fall beide auch immer etwas Neues lernen.

Wie gross ist der Anteil von «Beziehungskosmos» an deiner Arbeit?

Nur der Podcast macht etwa 40 Prozent aus. Darin ist das Bücherlesen für die Podcastfolgen nicht mitgezählt. Mit den Bühnenauftritten und allem Drum und Dran ist es nochmals mehr. Insgesamt habe ich für den «Beziehungskosmos» in meinem Jahresplan 60 Prozent reserviert.

Wie finanziert Ihr euch?

Wir finanzieren uns mit Beiträgen aus der Community, aber auch durch die Bühnenauftritte und den Verkauf unseres Buches. Zu Beginn machten wir das ganz simpel. Nach vielleicht einem halben Jahr haben wir damit begonnen, zu Beiträgen über Twint aufzurufen. Wir haben transparent gemacht, dass wir für unsere Arbeit Unterstützung brauchen. Heute haben wir auf der Website ein Formular für Spenden aufgeschaltet, da kann man einmalig oder wiederholend per Bank oder Twint einen Beitrag leisten. Natürlich gibt es Dienstleister wie Patreon, aber die haben immer auch viel Kleingedrucktes. Ich wollte, dass es für die Leute unkompliziert ist und dass sie ohne Probleme ihr Abo beenden können, wenn sie das wollen. Anfragen für Werbepartnerschaften haben wir immer wieder, aber das wollen wir ganz bewusst nicht. Wir wollen unabhängig bleiben.

Die Finanzierung von Podcasts in der Schweiz ist ein Problem. Es gibt kaum Geld für gute, journalistische Podcasts. Bei der Kulturförderung von Stadt und Kanton Zürich beispielsweise werden keine journalistischen Audioarbeiten finanziert. Für den JournaFonds muss es investigativ sein und bei Stiftungen genau ins Konzept passen. Es bleibt extrem schwierig, Geld aufzutreiben.

Spannend ist, dass die meisten grossen Medienhäuser, inklusive SRG, zunehmend auf Kurzfutter setzen, gleichzeitig aber lange Podcasts boomen. Warum?

Das sind eigentlich zwei Fragen. Warum setzen die grossen Medienhäuser auf Kurzfutter? Das ist sicher auch eine Kostenfrage oder der Glaube an das 20-Minuten-Format für Pendler:innen. Dass lange Formate boomen, stelle ich persönlich nicht fest. Was mir aber auffällt, ist, dass die langen Formate in der Schweiz oft freie Formate sind. Die sind stärker auf eine Community ausgerichtet und die will so viel Inhalt wie möglich und fragt auch danach. Ich glaube übrigens nicht, dass 20 Minuten die Limite für das Hören auf dem Arbeitsweg sind – man kann ja auf der Rückfahrt einfach weiterhören.

## «Die Finanzierung von Podcasts in der Schweiz ist ein Problem.»

Warum boomen Podcasts plötzlich? Podcast ist ja alles andere als eine neue Technik ...

Ich vergleiche mich selten mit der ganzen Branche. Einzelne Trends sind für mich persönlich nicht so wichtig. Ich versuche den Fokus bei mir zu haben. Die klassische Erklärung ist: Die Corona-Zeit, als viele Leute alleine zu Hause waren, hat Podcasts gross gemacht. Heute hat es sicher auch damit zu tun, dass die Technik einfacher geworden ist. Es braucht keine Fachleute und kein Studio mehr. Viele junge Menschen sind zudem sehr affin, was das Reden am Mikrofon angeht. Die haben eine ganz andere Kommunikationskompetenz.



«Zentral für den Erfolg ist die Stimmung im Podcast»; Sabine Meyer in ihrem Büro in Zürich.

## «Ein Problem ist, dass Medien so zahlengetrieben sind.»

Gibt es ein Rezept für einen erfolgreichen Podcast?

Die Basis ist und bleibt die Qualität, inhaltlich wie auch vom Sound her. Man hört Podcasts mit Kopfhörern, da hört man die Stimmen sehr präzise. Dann ist die Frage, ob der Podcast eine Lücke füllt und ein Publikum findet. Das ist keine Frage der absoluten Zahl von Nutzer:innen. Die Frage ist, ob es eine Gruppe von Menschen gibt, für die dieser eine Podcast wichtig ist. Das ist die Lücke. Wenn ich von unserem Podcast ausgehe: Zentral für den Erfolg sind unsere Verbindung zur Community und die Stimmung im Podcast. Das kann man nicht am Reissbrett berechnen, das ist eine Mischung aus der Chemie zwischen mir und meiner Gesprächspartnerin, dem passenden Inhalt und dem Bedürfnis danach. Ein Punkt, der oft unterschätzt wird, ist die Dynamik. Hat der Podcast eine Dramaturgie? Nimmt er mich mit? Hat er einen eigenen Rhythmus? Das spielt eine grosse Rolle, ob man zuhören mag. Und schliesslich: Wir alle hören sehr oft mit dem Bauch. Und der Bauch muss sich beim Zuhören wohlfühlen.

Ein Problem ist, dass Medien so zahlengetrieben sind. Da zerstört sich die Branche selbst. Das führt dazu, dass erfolgreiche Formate x-mal kopiert werden – und das ist wenig inspirierend. Gespräche sind ein kostengünstiges Format, deshalb gibt es fast nur noch Gesprächspodcasts. Das Audiopotenzial verarmt, es wird nicht mehr ausgeschöpft. Es hat zu wenig Raum für neue Dinge, die langsam wachsen können. Verlage wagen sich nicht an Themen, die vielleicht auch etwas nischig sind. Man muss aber auch sagen: Die Zahl potenzieller Hörer:innen in der Deutschschweiz ist im Vergleich zu Deutschland zum Beispiel sehr begrenzt. Das macht es schwieriger, einen Podcast zu finanzieren.

Welche Inhalte eignen sich für einen Podcast, welche eher nicht?

Man sagt, intime Themen sind besonders geeignet, weil man Podcasts allein und mit Kopfhörern hört. Deshalb waren zu Beginn zum Beispiel Sexpodcasts so beliebt. Aber das heisst nicht,

dass man nicht auch über Film oder Architektur reden kann. Ich glaube, man kann aus fast allen einen Podcast machen. Die Frage ist für mich dann vielmehr: Ist Podcast das richtige Format für jeden Inhalt?

Was sind die häufigsten Fehler?

Ich zähle mal fünf Fehler auf:

- 1) Dass man vor lauter Konzepten nie ins Machen kommt.
- 2) Dass man es allen recht machen will.
- 3) Dass man sich schlecht organisiert und nach drei Folgen merkt, dass man es nicht stemmen kann.
- 4) Dass man Inhalte macht, von denen man glaubt, dass sie auf Interesse stossen, die man aber selbst gar nicht gut findet.
- 5) Dass man zu viel will und zu kompliziert, zu verknipst wird.

Was unterscheidet einen Podcast von einer Radiosendung?

Ich bin da nicht so streng: Ich glaube nicht, dass man das heute noch so scharf unterscheiden muss. Viele Leute hören ja Radiosendungen als Podcasts. Aber es gibt schon Eigenheiten. Wenn ich Radio mache, stehe ich auf einem Balkon und richte mich an die Menge. Also muss ich laut schreien und mich deutlich artikulieren. Im Podcast sitzt du als Zuhörer neben mir auf dem Sofa. Ich kann deshalb ruhiger und persönlicher sein und eine Geschichte ganz anders erzählen. Und ich kann die Community einbeziehen und sie direkt ansprechen.

Was unterscheidet einen Podcast von einem vorgelesenen Artikel?

Technisch wahrscheinlich wenig. Aber ein schriftlicher Text hat einen ganz anderen Rhythmus als das gesprochene Wort. Das sind zwei verschiedene Dinge.

Was heisst Erfolg für Schweizer Podcaster in Zahlen?

Ich frage meine Kund:innen immer: Wann bist du zufrieden? Möchtest du einen bestimmten Kreis von Leuten erreichen oder möchtest du möglichst viele erreichen, so dass du in den Charts auftauchst? Erst muss man also Erfolg definieren.

Ist die Schweiz zu klein für erfolgreiche Podcasts?

Wenn Erfolg bedeutet, sich finanzieren zu können, ja. Es ist sehr anspruchsvoll, von einem Podcast leben zu wollen. Das ist fast nur Einzelmasken möglich – und auch da oft ergänzt durch Bühnenauftritte und anderes.

Wie wichtig ist die akustische Qualität?

Ich glaube, die akustische Qualität ist sehr wichtig. Die Leute hören mit hochwertigen Kopfhörern, da hört man jedes Ploppen und man ist den Stimmen sehr nahe. Aber die heutigen Mikrofone und Programme sind so gut, dass sich extrem viel nachkorrigieren lässt. Interessanterweise tolerieren die Leute auch eine mässige Qualität, wenn der Inhalt gut ist. Schlechter Inhalt und schlechte Qualität geht allerdings gar nicht. ▷

## «Es ist sehr anspruchsvoll, von einem Podcast leben zu wollen.»