



Katharina Lührmann

Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation

Tectum

Literatur *und* Medien

Literatur und Medien

Herausgegeben von
Volker Wehdeking
Gunter E. Grimm
Rolf Parr

Band 9

Podcasts als Raum
politisch-medialer
Kommunikation

von

Katharina Lührmann

Tectum Verlag

Katharina Lührmann

Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation
Literatur und Medien; Band 9

E-Book: 978-3-8288-7271-4

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-4324-0 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN: 1867-7479

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019

Umschlagabbildung: © # 182574547 von fotomek | stock.adobe.com

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Inhalt

Vorwort	7
1. Eine neue Form des politischen Gesprächs.....	9
2. Forschungsstand	13
3. Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte	25
3.1 Geburtsstunde eines neuen Mediums	25
3.2 Bedingungen der Möglichkeit von Podcasting.....	29
3.3 The Second Age of Podcasting	32
4. Politik-Podcasts in Deutschland – ein Überblick.....	37
4.1 Institutionelle Podcasts.....	39
4.2 Private Podcasts.....	44
5. Podcasting am Beispiel der <i>Lage der Nation</i>.....	49
5.1 Medientechnologie.....	50
5.2 Sozialsystemische Institutionalisierung	55
5.3 Kommunikationsinstrument	60
5.4 Medienangebot.....	68
6. Podcasts als Netzmedium am Beispiel der <i>Lagebilder</i>	71
7. Fazit: Podcasts als politisch-medialer Kommunikationsraum	75
Literaturverzeichnis	83

Vorwort

Mit dem medialen Format der Politik-Podcasts nimmt die vorliegende Studie einen zumindest in Deutschland noch relativ jungen Gegenstand an der Schnittstelle von ›sozialem Medium‹ und ›politischer Kommunikation‹ und damit auch an derjenigen von Medien- und Politikwissenschaft in den Blick: Aufgezeigt wird, wie politische Inhalte im Medium Podcast präsentiert und verhandelt werden und wie dadurch politische Öffentlichkeit hergestellt wird. Argumentiert wird dabei auf Basis öffentlichkeitstheoretischer Vorüberlegungen, die Politik-Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation mit besonders niedrigen Einstiegshürden verstehen. Dieser Befund ist bereits das Ergebnis eines ersten, genetisch-historischen Zugriffs, der diejenigen Entwicklungen genau nachvollzieht, die zum heutigen Stand des Mediums Podcast und seiner Erforschung geführt haben. Dabei geht die Studie über die übliche akkumulierende Darstellung von Ansätzen, Fragestellungen und Ergebnissen weit hinaus, indem sie zunächst den strukturellen Wandel des Podcastings von den Anfängen bis heute nachvollzieht. Auf dieser Basis gelingt es dann, einen sehr instruktiven, nach Akteuren differenzierten und zudem systematisch angelegten Überblick zum Angebot an Politik-Podcasts in Deutschland zu entwickeln; gelegentliche Blicke auf Podcasts in den USA kontextualisieren die dabei gewonnenen Befunde vergleichend. Mit den konkreten empirischen Analysen zum Podcast »Lage der Nation – der Politik-Podcast aus Berlin« gewinnt die Studie dann noch einmal eine weitere Ebene der theoretisch angelegten Reflexion, nämlich diejenige zum medialen Status von Podcasts als eines komplexen, interaktiven und multimodalen Netzmediums.

Rolf Parr

1. Eine neue Form des politischen Gesprächs

- Buermeyer: Es soll ein neuer Polit-Podcast werden, denn es gibt im Fernsehen merkwürdige Talk-Sendungen, die man dann auf Twitter immer ganz gut verfolgen kann, aber wir haben so den Eindruck, im Fernsehen geht's alles ein bisschen zu schnell. Zwanzig Sekunden sind schon lange im Fernsehen und wir wollen –
- Banse: Überlänge! Zwanzig Sekunden ist schon Überlänge, fünfzehn ist eigentlich angemessen.
- Buermeyer: Ja, ich würde auch sagen. Und wenn man es in zehn Sekunden sagen kann, dann reicht es eigentlich auch. Und wir denken eigentlich, dass es viele Themen gibt, über die man länger als zehn oder zwanzig Sekunden nachdenken kann. Und wir sind beide ja keine Polit-Profis. Wir beobachten den Politikbetrieb.¹

Dieser Gesprächsausschnitt entstammt der ersten Folge des im März 2016 gegründeten Podcasts *Lage der Nation der Politik-Podcast aus Berlin* von Philip Banse und Ulf Buermeyer. Die in dieser Passage leicht spöttelnd vorgebrachte Kritik an den etablierten Medien bzw. am Fernsehen gab für sie u.a. Anlass, der in ihren Augen zu kurzatmigen und oberflächlichen Berichterstattung eine andere Form des politischen Gesprächs entgegen zu halten, das demgegenüber auf Länge und Tiefgang setzt. In den durchschnittlich anderthalbstündigen Folgen lassen der freie Journalist und langjährige Podcaster Philip Banse und der Jurist Ulf Buermeyer einmal wöchentlich die politischen Geschehnisse der vergangenen Woche Revue passieren. Sie diskutieren die aktuellen und für sie relevanten Themen, tragen dabei die zentralen Fakten zusammen und kommentieren und analysieren sie abschließend.

Die *Lage der Nation* ist nur ein Beispiel aus einer Reihe von Politik-Podcasts, die vermehrt seit 2016 und vor allem im Kontext des ‚Superwahljahres‘ 2017 an den Start gegangen sind. Deutschlandfunk-Autor Michael Meyer prognostizierte dem Medium im Frühjahr 2017 dabei eine potenziell bedeutungsschwere Zukunft: „Fachleute halten Podcasts für das boomende Genre im Medienmarkt. Im Superwahljahr 2017 könnten Politik-Podcasts zur wichtigen Quelle für die Entscheidungsfindung der Wähler werden.“² Demgegenüber stellt Meike Laaff in der Deutschlandfunk Kultur-Sendung *Breitband* wenige Monate später verwundert fest, dass das politische Podcast-Angebot trotz Podcast-Hype, Wahljahr und politisch turbulenter Zeiten – insbesondere mit vergleichendem Blick in die USA – in ihren Augen hierzulande vielmehr überschaubar ist.³ Unabhängig von einer

1 LdN001, Kapitel 2 ‚Warum machen wir das?‘ [01:24-02:02].

2 Meyer 2017.

3 Vgl. Laaff 2017.