

Martin Forster

Podcasting für Bibliotheken – Hintergründe und Bericht zum Universitätslehrgangs-Abschlussprojekt „Research Library Podcast“ der Universitätsbibliothek Wien

Zusammenfassung: Dieser Beitrag beschäftigt sich mit dem Thema Podcasting im bibliothekarischen Umfeld. Dafür geht er zunächst zum einen auf das Phänomen Podcast im Allgemeinen ein, und liefert andererseits auch einen praxisnahen Einblick am Beispiel des Research Library Podcast der Universitätsbibliothek Wien, an dem der Autor im Rahmen seines Abschlussprojektes des Universitätslehrgangs Library and Information Studies mitgearbeitet hat – und auch weiterhin dafür tätig ist.

Schlüsselwörter: Podcast, Bibliothek, Forschung, Wissenstransfer

Podcasting for Libraries – Context and Recount in Regard to the “Research Library Podcast” of the Library of the University of Vienna

Abstract: This paper deals with podcasting in the context of the librarian domain. After a more overall look at the phenomenon of podcasts, it also takes a more practical approach by a recount of the authors work on the Research Library Podcast of the Library of the University of Vienna, as part of his final assignment of the Library and Information Studies programme.

Keywords: Podcast, library, research, knowledge-transfer

1. Das Phänomen Podcasts – Storytelling und Verfertigung der Gedanken

Auf einmal waren sie da, und sie waren viele ... so oder zumindest so ähnlich haben wahrscheinlich viele Menschen das Phänomen Podcasts wahrgenommen. Tatsächlich handelt es sich aber eigentlich mehr um ein Comeback. Bereits seit den frühen 2000er-Jahren fanden Podcasts – allerdings noch nicht unter dieser Bezeichnung – ihr zunächst quantitativ überschaubares Publikum. Eine Reihe von technologischen Neuerungen, wie RSS-Feeds und vor allem auch das Hinzufügen von Podcasts zu Apple’s iTunes-Plattform, führten in Folge aber zu einer beachtenswerten Steigerung der Nutzungszahlen. Frühe Podcasts wurden noch als Audio-Blogs bezeichnet. Die nun nicht mehr

wegzudenkende Bezeichnung Podcast ist ein kurze Zeit später entstandenes Kunstwort, welches sich aus dem englischen „Broadcast“ (Rundfunkausstrahlung) und dem Namen des mobilen Abspielgeräts von Apple – dem iPod – zusammensetzt.¹

Spätestens seit der flächendeckenden Nutzung von Smartphones – die auch den iPod und andere mp3-player fortan obsolet machten – fanden Podcasts auch außerhalb von „Early Adopter“-Kreisen ihr Publikum und die aktuell weiterhin anhaltende Hochphase für Podcasts wurde eingeläutet. Befeuert wurde diese Entwicklung außerdem durch die immer größeren Bandbreiten für die Internetnutzung auf Consumer-Ebene und dem damit verbundenen Wechsel vom download der Beiträge hin zur Streaming-Technik. Podcasts werden nun u.a. auf Plattformen wie Spotify, Audible, Apple Music oder auch Youtube ausgespielt und konsumiert. Gleichzeitig wurde in den letzten 10-20 Jahren (semi-)professionelles Produzieren von Audio-Material durch immer bessere Software und günstigeres Equipment für immer mehr Menschen möglich, so dass auch das thematische Angebot immer stärker wuchs.

Allgemein lässt sich daher der Appeal dieser Form von auditiver Vermittlung auf drei Hauptebenen erklären: die niederschwellige, räumlich und zeitlich mobile Konsumationsmöglichkeit², die ebenfalls niederschwellige Möglichkeit zur Produktion auch für „special interest“-Themen, und die über die Zeit entstandenen Charakteristika von Podcasts in Bezug auf ihre „Tonalität“.

Die räumlich und zeitlich uneingeschränkte Verfügbarkeit machen Podcasts für viele Menschen vor allem zu einer optimalen „Nebenbeschäftigung“ – d.h. sie werden von den Hörer*innen etwa dann konsumiert, wenn sie z.B. im eigenen Auto oder in öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind, während dem Aufräumen oder Kochen in den eigenen vier Wänden, oder auch beim „chillen“ am Strand oder im Freibad. Verglichen mit einem klassischen linearen Radiosender müssen die Konsument*innen keine Angst haben, eine Ausstrahlung der Lieblingssendung zu verpassen – man kann sie ja nach Belieben jederzeit streamen.

Das thematische Angebot von Podcasts speist sich mittlerweile aus scheinbar unendlichen vielen Wissensgebieten und Unterhaltungsgenres. Es reicht von wissenschaftlichen Podcasts über „True Crime“-Podcasts bis hin zu Comedy-Podcasts. Vor allem auch Podcasts von bereits aus anderen Kulturbereichen oder aus der Politik bekannten Persönlichkeiten erreichen hohe Nutzungszahlen. Dazu zählen auch Podcasts die nicht z.B. in einem Spotify-Abo etc. integriert sind, sondern nochmal gesondert hinter einer „paywall“ – also eigens zu erwerben sind (aktuelles Beispiel wäre hier z.B. „Absolutely Mental“ vom britischen Comedian Ricky Gervais).

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_podcasting

² Graier (2009) 45.

Ein nicht zu vernachlässigender Faktor für den Erfolg von Podcasts ist auch die gefühlt informelle Gesprächssituation – z.B. im Vergleich zu „offiziellen“ Interviews im Radio oder Fernsehen oder auch verschriftlichten Ausfertigungen. Man kann das Format getrost als „Storytelling“-Format bezeichnen und es generell in der Tradition der mündlichen Wissensweitergabe verorten. Bei Gesprächen in Podcasts hat man oft eher das Gefühl, einer Unterhaltung im Kaffeehaus zu lauschen – man kann den Sprechenden sozusagen beim Denken zuhören, nicht unähnlich von Kleists Beobachtung über die „Verfertigung der Gedanken beim Reden“.³ Kleist beschreibt in diesem Essay Situationen, in denen er brütend am Schreibtisch sitzt und bei einer Denkaufgabe nicht zum gewünschten Ergebnis kommt, bis er darüber mit seiner hinter ihm sitzenden Schwester darüber spricht:

„Und siehe da, [...] so erfahre ich, was ich durch ein vielleicht stundenlanges Brüten nicht herausgebracht haben würde. Nicht, als ob sie es mir, im eigentlichen Sinne, sagte; den sie kennt weder das Gesetzbuch, noch hat sie den Euler, oder den Kästner studiert. Auch nicht, als ob sie mich durch geschickte Fragen auf den Punkt hinführte, auf welchen es ankommt, wenn schon dies letzte häufig der Fall sein mag.“⁴

Kleist führt in der Folge weiter aus, dass die Interaktion mit Gesprächspartner*innen das Gemüt auf eine Art beflügeln würde, welche zum Anfang der Rede auch ein Ende zu finden wolle – und dass dieses Ende eben erstaunlich oft die Lösung des ursprünglichen Problems wäre:

„Es liegt ein sonderbarer Quell der Begeisterung für denjenigen, der spricht, in einem menschlichen Antlitz, das ihm gegenübersteht; und ein Blick, der uns einen halb ausgedrückten Gedanken schon als begriffen ankündigt, schenkt uns oft den Ausdruck für die ganz andere Hälfte desselben. [...] Ein solches Reden ist wahrhaft lautes Denken.“⁵

Kleist argumentiert also den Gedanken so, dass bei einer derartigen Form des Sprechens die Sprache kein Hemmschuh für den Geist – sondern ein parallellaufendes „Rad an seiner Achse“⁶ sei.

Dass die von Kleist hier beschriebene Art des Sprechens – im besten Fall – bei Unterhaltungen bzw. Interviews in Podcasts vorkommt und sie zumindest einer der Mitgründe ist, warum das Format solchen Anklang findet, liegt also nahe. Vor allem im Gegensatz z.B. zu der endlosen Anzahl an Politiker*innen-Interviews im TV oder Radio, in denen zwar viel gesprochen, aber wenig gesagt wird, um nur ja nicht auf eine Aussage „festgenagelt“ werden zu können.

Im Gegensatz dazu können im Podcast auch Expert*innen-Gespräche persönliche Hintergründe preisgeben, bzw. kann man auch in die Tiefe gehen, weil man nicht an zeitliche Vorgaben,

³ <https://www.projekt-gutenberg.org/kleist/gedanken/Kapitel1.html>

⁴ ebenda

⁵ ebenda

⁶ ebenda

Werbeblöcke, etc. gebunden ist. Man muss also nicht zwischen einer meinungsbezogenen oder tatsachenbezogenen Stilistik wählen, man kann einen geeigneten Standpunkt in diesem Spektrum suchen. Zusammenfassend kann man jedenfalls sagen, dass gut funktionierende Podcasts im wissenschaftlichen Bereich sich an einer Schnittstelle zwischen Unterhaltung und Wissenstransfer positionieren – und im Idealfall sogar beides schaffen.

2. Podcasts in Bibliotheken

Warum nun also Podcasts in Bibliotheken, in diesen Burgen des Schriftguts? Nun, dass auch das bibliothekarische Umfeld sich im Wandel befindet - aufgrund von technischen Neuerungen, geändertem Nutzer*innenverhalten, etc. - ist unbestritten. Es gilt unsere aktuellen und vor allem auch unsere zukünftigen Leser*innen dort abzuholen, wo sie sich ihre Informationen tatsächlich holen - das Web 2.0 mit all seinen neuen Möglichkeiten bringt hier einen Paradigmenwechsel mit sich. Podcasts können für Bibliotheken nicht zuletzt deshalb spannend sein, weil sie genau diesen Paradigmenwechsel diskursiv begleiten könn(t)en.

Die Implementierung von Podcasts in den Bibliotheksalltag ist im deutschsprachigen Raum noch relativ jung, es finden sich aber bereits einige ambitionierte und gut gelungene Versuche. Im englischsprachigen Raum ist die Bandbreite bereits deutlich höher. Im Anhang zu diesem Artikel finden sich einige Beispiele, von eher nüchtern-wissenschaftlichen Varianten bis hin zum humorvollen „Drunk Librarians“-Podcast. Bisher lassen sich grob gesagt zwei Bereiche erkennen, für die Podcasts an Bibliotheken eingesetzt werden: Wissenstransfer und Öffentlichkeitsarbeit. Wenn man sich als Institution also an das Thema Podcast heranwagen möchte, sollte man sich zunächst ein klares Bild über die eigenen Nutzer*innen machen und mögliche Zielgruppen definieren, um so festzustellen, wo in diesem Spektrum man sich positionieren möchte.

Die thematischen Möglichkeiten sind jedenfalls sehr breit gefächert, der Podcast kann als „Companion“-Piece für alles, was im Haus passiert gesehen werden: von der Begleitung von Veranstaltungen im Haus, Vorstellung der Bibliotheksservices, Hintergrundgespräche zu aktueller Forschung, Faktenchecks zu aktuellen Themen, historisches zur Institution selbst, bis hin zum oben angesprochenen Paradigmenwechsel in den Bibliotheken scheinen die Möglichkeiten schier unendlich und können sowohl für Nutzer*innen, als auch für Bibliothekar*innen und Forschende spannend und informativ sein.

Gerade in Bezug auf aktuelle Maßnahmen wie z.B. Positionierung der Bibliotheken als moderne, zukunftsorientierte „Teaching Libraries“ können Podcasts eine unterstützende Funktion haben. Sie können wesentlich dazu beitragen, bestehenden Nutzer*innen eine persönlichere Bindung an die jeweilige Institution zu ermöglichen, und auch neue Zielgruppen durch inspirierende Inhalte, die

spannend präsentiert werden zu erreichen – was wiederum zu einer Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Institution beiträgt, zu höheren Entlehnzahlen und eventuell sogar auch zu mehr eigenem Einbringen der so entstandenen „Community“ (z.B. im Rahmen von Crowdsourcing-Projekten) führen kann.

3. Konzeption und Positionierung

Der Ressourcen-Aufwand für einen Podcast ist sicher in den meisten Institutionen ein schwieriges Thema. Wenn man sich aber dafür entschließt, dann sollte man auch möglichst alles dafür tun, ein gut ausgearbeitetes Format in guter Audioqualität zu produzieren. Die Aufmerksamkeit der Hörer*innen zu gewinnen – und zu halten – ist schließlich kein einfaches Unterfangen, dafür sollte man zunächst auch selbst beantworten können, ob man dieses Format wirklich in Angriff nehmen möchte, was einen daran interessiert und was beim Publikum ankommen soll.

Wenn die Ressourcen-Frage geklärt ist, ist die nächste und wichtigste Frage die sich stellt, sicher jene nach dem Zielpublikum und den Themenkreisen die sich für diese Gruppe eignen. Je nachdem welche Antworten sich hier finden, kann man sich danach entscheiden wie man den Podcast ausrichten möchte, nicht nur inhaltlich, sondern auch in Bezug auf die Erscheinungsfrequenz. Allgemein gilt sicher, dass das Format gut funktioniert, wenn es so regelmäßig wie möglich erscheint: die Hörer*innen sollen wissen, wann sie mit neuem Content rechnen können. Das stärkt die Bindung und das Vertrauen in die jeweilige Institution. Gegen zusätzlichen anlassbezogenen Content ist natürlich nichts einzuwenden.

Für die redaktionelle Betreuung des Blogs könnte ein abteilungsübergreifendes Team aus bestehenden MitarbeiterInnen gebildet werden, die sich aus den Bereichen Kommunikation und Marketing einerseits, sowie natürlich auch wissenschaftlichen MitarbeiterInnen andererseits zusammensetzt. Falls das technische Know-How für die Aufzeichnung und Bearbeitung von Audiomaterial nicht vorhanden ist, könnte man interessierte MitarbeiterInnen dafür schulen lassen – oder eventuell auch eine neue Arbeitskraft dafür einstellen. Schulungen werden z.B. vom Forum Journalismus und Medien Wien angeboten.⁷ Auf die technischen Aspekte der Produktion und Bearbeitung von Audiomaterial wird im nächsten Punkt noch genauer eingegangen.

In der Initiierungsphase sollte man vor allem auch Geduld haben – ein gutes Format erfordert die entsprechende Vorbereitungszeit. Nicht nur redaktionelle Abläufe, sondern auch ein auditives „Look & Feel“ des Podcast – wie z.B. die Signation - sowie die Einbettung der Webpräsenz in die Corporate Identity des eigenen Hauses muss überlegt werden. Möglicherweise kann man zunächst eine

⁷ <https://www.fjum-wien.at/kurse/podcast-institut-grundkurs-02-2021-2-2/>

Testfolge produzieren, mit Kolleg*innen des Hauses als Interviewgäste – so kann sich das Projektteam ohne Veröffentlichungsdruck an den verschiedenen Arbeitsschritten ausprobieren. Im Falle eines gelungenen Ergebnisses hat man eine Pilotfolge gewonnen und auch ohne Veröffentlichung kann man das Ergebnis einer Analyse unterziehen und mögliche Verbesserungen vornehmen.

Generell ist sicher der Initialaufwand – also Konzeption sowie Setup der redaktionellen und technischen Prozesse bis hin zur Fertigstellung von ersten Pilot-Folgen/Beiträgen – sicher sehr hoch und man tut gut daran, eine entsprechende Vorlaufzeit einplanen.

Im laufenden Prozess ist dann vor allem wichtig, dass die redaktionelle Vorbereitung und die technische Nachbereitung, aber auch die organisatorische und inhaltliche Abstimmung mit GesprächspartnerInnen etc. (Terminplanung, Kommunikation zur Gesprächsfreigabe im Nachhinein, etc.) möglichst geordnet abläuft und die Arbeitsschritte im Projektteam sich so gut einspielen können. Der Idealfall wäre hier sicher, wenn eine Person dezidiert als Chefredakteur*in/Moderator*in firmiert und für die Inhalte, Terminorganisation und auch für die technische Betreuung und Nachbearbeitung der Aufzeichnungen, sowie der Betreuung einer auszuwählenden Host-Site. Einen gesondertern Punkt stellt noch die Monetarisierung über die Ausspielkanäle dar, diese Frage stellt sich allerdings nur bei entsprechend vielen Abonnent*innen und hohen Nutzungszahlen und ist ein Spezialthema für sich.

Grob lassen sich die regelmäßigen Arbeitsschritte – nach erfolgter Konzeption – in folgende Bereiche untergliedern:

- Redaktionelle Vorbereitung der Themen
- Kontaktaufnahme und Terminkoordination mit Interviewpartner*innen
- Recherche und Interviewvorbereitung („Drehbuch“ + technische Vorbereitung)
- Durchführung der Interviews
- Redaktionelle Nachbearbeitung
- Aufnahme von Intro/Outro zur jeweiligen Episode
- Audioschnitt des Interviews + Einbetten in den Rahmen der Episode
- Veröffentlichung/Channelbetreuung (+ eventuell Monetarisierung)
- Eventuell Archivierung der Audiodateien und anderer Materialien im hauseigenen Repository

4. Recording & Editing - Tools, Auspielkanäle

Besonderes Augenmerk bei der Erstellung von Podcasts muss natürlich auf die technische Umsetzung gelegt werden. Das reicht vom notwendigen Know-How auf seitens der Mitarbeiter*innen, über die Anschaffung von technischem Equipment und Software-Lizenzen für das Recording/Editing, bis hin zur Betreuung der Auspielkanäle.

Während man einzelne Punkte wie z.B. die Erstellung von Signations eventuell auch extern vergeben kann, gibt es aber im laufenden Betrieb eine Reihe von Arbeitsschritten, die von den Mitarbeiter*innen beherrscht werden müssen.

Im Wesentlichen kann man dabei folgende Punkte unterscheiden:

- Recording (Interviews, Anmoderationen, Signations, ...)
- Editing und Soundshaping
- Betreuung der Auspielkanäle

Während für die beiden letzteren eine Standard-Workstation (Laptop, Desktop-PC) mit der entsprechenden Software reicht, ist das Recording sicher jener Punkt, wo man in Bezug auf die Ausstattung den größten Unterschied zwischen professionellem Equipment und Consumer-Equipment auch hörbar merken wird. Hier sollte man wenn möglich nicht sparen, und zumindest in semi-professionelles Equipment - also Mikrofone, ein mehrkanaliges Recording-Interface, ein gutes Paar Kopfhörer für das Monitoring/Editing und auch ein gutes mobiles Recording-Device - investieren.

Wenn man ein Interview für einen Podcast plant, sollte man dabei zunächst vor allem das Ziel verfolgen, die Audioaufnahme an die jeweilige Gesprächssituation anpassen zu können. Es empfiehlt sich daher, eine gewisse Auswahl an technischen Equipment zur Verfügung zu haben, um einerseits eine angenehme Gesprächssituation zu erzeugen, und andererseits um das Gespräch auditiv in möglichst hoher Qualität aufzuzeichnen. Bezüglich der Aufnahmequalität wäre das im Idealfall mit einer Samplerate von 48kHz mit 24bit Tiefe (zum Vergleich: CDs arbeiten mit einer Samplerate von 44kHz und 16bit), da am Ende der Bearbeitung die Audiofiles auf jeden Fall komprimiert werden und daher eine möglichst hohe Ausgangsqualität wünschenswert ist. Hier ein Beispiel zur besseren Veranschaulichung: wenn man weiß, das Gespräch findet in einem großen Raum mit einer dementsprechenden Hallentwicklung statt, sollte man versuchen die Mikrofone möglichst nah an den Schallquellen – also den Gesprächsteilnehmern – zu positionieren (z.B. durch den Einsatz von Ansteckmikrofonen), so dass man möglichst wenig vom Störsignal und möglichst viel vom gewünschten Signal aufzeichnet. Für mobiles Recording kann man auch „handheld“-Devices (z.B.

Zoom H2) verwenden, wobei diese leider auch immer einen gewissen Kompromiss bei der Aufnahmequalität und den Möglichkeiten der Nachbearbeitung darstellen. Die wesentlich vorteilhaftere Aufnahme-Situation ist sicher, je ein eigenes Mikrofon für jede sprechende Person zur Verfügung zu haben, das über ein Recording-Interface mit dem Computer und einer DAW-Software (Digital Audio Workstation).



Abb. 1: Interview für den Research Library Podcast mit zwei Mikrofonen + Verkabelung zum Audiointerface, Kopfhörer für Soundcheck, Laptop mit Recording-Software Logic X Pro (links im Bild: Martin Forster, rechts: Paul Sommersguter; Foto: Ingrid Oentrich)

Für die Aufnahme von „Remote-Interviews“ über eine Internetverbindung wäre auch ein Abo von RingR oder ähnlichen Apps anzudenken. Das ist eine Software, die das Audiosignal der zwei (oder mehrerer) Gesprächspartner*innen jeweils am eigenen Computer aufnimmt und dann dem Host des Gesprächs als getrennte, und somit gut nachzubearbeitende Audiosignale zur Verfügung stellt.

Professionelle DAW-Software für das Recording, Editing und Soundshaping gibt es von vielen verschiedenen Anbietern (z.B. Adobe Audition, Apple Logic X Pro, Magix Samplitude, Cubase, Pro Tools, ...) wobei der Leistungsumfang natürlich etwas variiert. Teilweise wird natürlich auch die Budget-Situation bei dieser Entscheidung zum Tragen kommen. Es gibt hier sowohl Möglichkeiten von monatlichen Abonnements als auch von einem einmaligen Kaufpreis. Von der Arbeit mit frei zugänglicher Software wie Audacity ist für ein professionell klingendes Format eher abzuraten. Einige der oben genannten Hersteller bieten ihre Software aber auch in „educational“-Varianten gratis oder stark im Preis reduziert an.

Im Editing-Prozess geht es dann im Wesentlichen darum, das Gespräch durch möglichst unhörbar gesetzte Schnitte zu verschönern, also z.B. „äh's“ und Wiederholungen zu entfernen, ohne dabei die Sprechrhythmik der Gesprächsteilnehmer*innen zu zerstören. Im anschließenden Soundshaping (oder Mixdown) versucht man, die Tonqualität durch verschiedene Tools (Noise Gate, Equalizer, De-Esser, Kompressor, etc.) zu verbessern. Ziel ist es, die Hintergrundgeräusche zu minimieren und die Sprachverständlichkeit zu erhöhen – was sich vor allem auch direkt auf die Aufmerksamkeitsspanne der Hörer*innen auswirken kann: wenn etwas nicht gut oder angenehm klingt, wird niemand gerne zuhören.

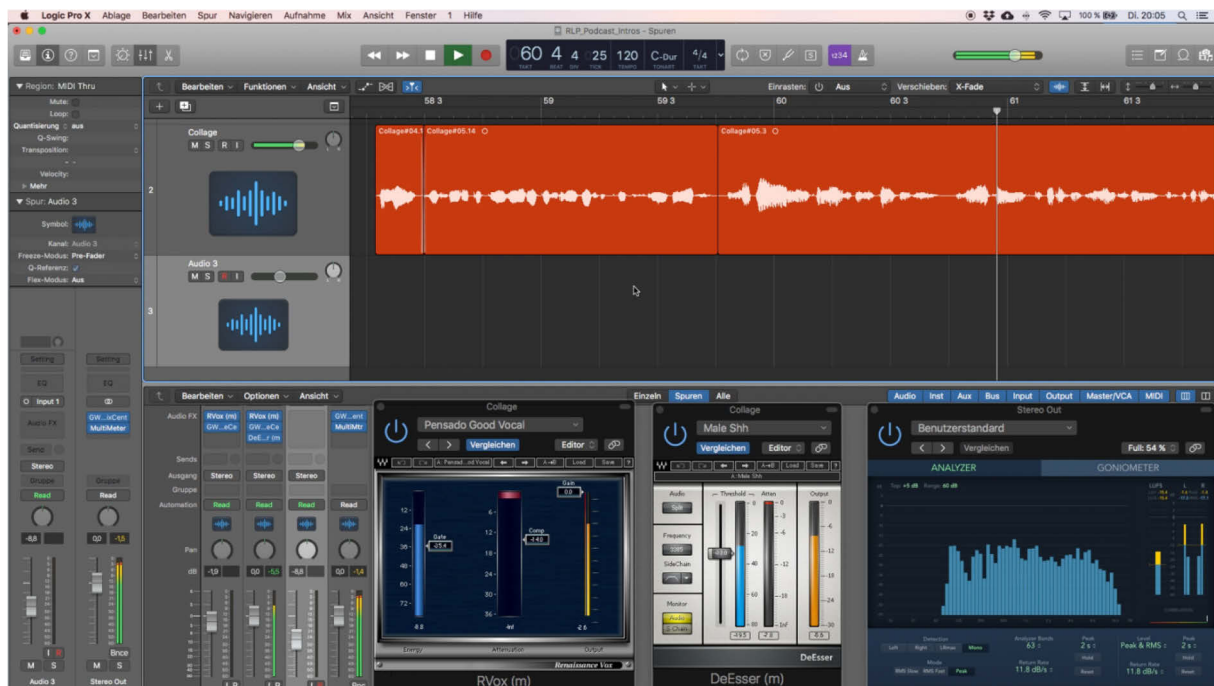


Abb. 2: Editing und Soundshaping in Logic X Pro (Screenshot)

Für eine etwa zweiwöchige Frequenz (oder auch dreiwöchig + anlassbezogen) wird man eigentlich laufend am Produzieren sein - man muss dabei vor allem auch berücksichtigen, dass die Nachbereitung der aufgenommenen Materialien im Durchschnitt ca. ein dreifaches der aufgenommenen Zeit benötigen (also z.B. für ein Interview mit 30min. Laufzeit benötigt man etwa 90min in der Editing-Phase) – das kann natürlich etwas variieren je nach know-how und Übung.

Wenn man den Podcast auf einer eigenen Webpräsenz hostet, empfiehlt es sich auf jeden Fall auch den RSS-Feed auf anderen Ausspielkanälen wie z.B. Spotify einzutragen. Anleitungen wie genau das funktioniert, finden sich bei den jeweiligen Anbietern. Man kann aber auch Plattformen wie z.B. Podigee, Podbean, uvm. als Vertriebsportale nutzen. Mit einem Account bei einer solchen Plattform lassen sich Ausspielportale wie Spotify, iTunes, etc. zentral beliefern. Die Nutzung einer solchen Plattform würde auch statistische Auswertungen und die Analyse der Nutzungszahlen durch eine

gesammelte Darstellung erleichtern. Ein speziell auf Podcasts zugeschnittenes neues Tool ist die App Auphonic, die viele Arbeitsschritte, die sonst von Hand zu erledigen wären automatisiert erledigt und auch Features wie Transkription und Belieferung der Ausspielchannels integriert. Das wäre aber in jedem Fall eine zusätzliche Software, also kein Ersatz für die oben Genannten sondern ein Add-on. Generell ist der Markt hier im Moment sehr dynamisch, durch den Hype und die noch immer steigende Popularität von Podcasts entstehen hier laufend neue Tools.

5. Aus der Praxis: Bericht zum ULG-Abschlußprojekt „Research Library Podcast“

Im Rahmen meiner Projektarbeit für den Universitätslehrgang „Library and Information Studies“ habe ich, gemeinsam mit meinen Studienkolleginnen Barbara Laimer und Patricia Zeindl, am Research Library Podcast der Universitätsbibliothek Wien mitgearbeitet:

„Der Podcast, der von Martin Gasteiner produziert wird, verfolgt das Ziel Services der Universitätsbibliothek (UB) vorzustellen und zu diskutieren. Darüber hinaus versucht das Format die Verschränkungen von Forschung und Bibliotheken an der Universität Wien genauer zu beleuchten und diesen Prozess zu befördern. In den Gesprächen und Interviews mit ForscherInnen geht es daher im Zentrum um deren Forschung und Forschungsprojekte und was daraus für die Services und Infrastrukturen der Universitätsbibliothek abgeleitet werden kann.“⁸

Die erste Folge des Podcast ging am 8. Mai 2020 online, gefolgt von bisher 10 weiteren Folgen. Der Podcast wird auf der Webpräsenz der UB Wien gehostet, ist aber auch auf Auspielkanälen wie Spotify, Apple Podcast, audible, etc. verfügbar.

Das Projektziel für das Team war dementsprechend, dass jedes Mitglied der Projektgruppe eine eigene Folge des Podcast konzipieren und produzieren soll – d.h. von der Ideenfindung und konzeptionellen/redaktionellen Vorarbeiten, über die Gesprächsvorbereitung und Gesprächsführung, die komplette technische Umsetzung bis hin zur Veröffentlichung. Das Projektteam konnte dabei frei die Themen wählen.

Die Terminplanung sowie die generelle Form der Zusammenarbeit war natürlich ab März 2020 sehr stark durch die Corona-Pandemie geprägt und musste mehrere Male adaptiert werden. Die Kommunikation des Projektteams wurde in dieser Zeit über diverse Plattformen zur eCollaboration (vor allem Zoom, Jitsi u. Slack) abgewickelt. In mehreren Treffen mit dem Projektleiter wurden sowohl alle notwendigen Unterlagen für die Projektplanung für die Lehrgangsführung, als auch die Herangehensweise an das Thema Podcast erarbeitet – was aufgrund des recht unterschiedlichen

⁸ <https://www.univie.ac.at/rlp/2020/06/17/rlp-research-library-podcast/>

Vorwissens vor allem in Hinblick auf technisches Equipment und Software sehr wichtig war. Doch auch mit Themen wie Interviewführung, Sprachrhythmik und redaktionelle Vorbereitung wurden vertieft, zum Teil wurden sogar gegenseitige Übungsinterviews durchgeführt um für die Gesprächssituation zu proben. Außerdem wurde beschlossen, für die von der Projektgruppe produzierten Episoden eine eigene Signation zu produzieren. Diesen Part habe ich gerne übernommen – eine willkommene Gelegenheit ein paar Takte Musik einzuspielen!

Für meine Episode des Podcast wollte ich mich mit dem Thema „User Experience Design“ auseinandersetzen, da an der Österreichischen Nationalbibliothek kurz zuvor eine Crowdsourcing-Initiative namens „#ichteilwissen“ mit der ersten Kampagne („Österreich aus der Luft“)⁹ online ging. Ich fragte daher bei meinem damaligen Kollegen und Projektleiter der Initiative, Paul Sommersguter, um ein Interview an, für das ich mich mit Literaturstudium und Ausarbeitung eines Fragenkataloges vorbereitet habe.

Durch die erwähnte Kollegenschaft, ergab sich trotz Corona die Möglichkeit, das Interview in einem Sozialraum in der ÖNB durchzuführen. So konnte auf den Einsatz von Remote-Aufnahmelösungen wie RingR verzichtet werden und eine direkte Aufnahme beider Gesprächspartner vor Ort erstellt werden. Das Aufnahmesetting bestand aus zwei Kleinmembran-Kondensatormikrofonen, die auf Tischstativen positioniert waren und mit XLR-Kabeln mit dem Audiointerface verbunden wurden. Als Interface kam ein Arturia Audiofuse zum Einsatz, dass via USB-Schnittstelle an ein Apple MacBook Pro angeschlossen war. Das Recording erfolgte schließlich mit der Audiosoftware Logic X Pro, die ich in weiterer Folge auch für den Schnitt bzw. tontechnische Aufbereitung (Noise Gate, EQ, De-Esser, Kompression, etc.) der Episode verwendet habe.

Zur Einstimmung bzw. als „warm-up“ wurde zunächst ein für einige Minuten informell geplaudert - bevor zum Thema übergeleitet und die Aufnahme gestartet wurde. In Folge fand ein ca. 50-minütiges Gespräch bzw. Interview statt, dass einerseits durch die vorbereiteten Fragen strukturiert war, andererseits aber auch dem Gesprächsfluss folgte. Der Rohschnitt des Gesprächs umfasste 42 Minuten und wurde Paul Sommersguter natürlich für eventuelle Fragen oder Wünsche einige Wochen vor der Veröffentlichung zur Freigabe vorgelegt.

Die fertige Episode wurde mit folgendem Begleittext versehen:

„Die Österreichische Nationalbibliothek hat im Herbst 2018 ihre Crowdsourcing-Initiative namens ‚#ichteilwissen‘ mit der ersten Kampagne ‚Österreich aus der Luft‘ gestartet. Die Initiative verfolgt das Ziel, die interessierte Öffentlichkeit in die Erschließung von Bildbeständen einzubinden. In dieser Episode des RLP spricht Martin Forster mit Paul

⁹ <https://crowdsourcing.onb.ac.at/blog/>

Sommersguter über die Aufgaben des Projektteams Crowdsourcing, über die Entstehung der Crowdsourcing-Webplattform an der Österreichischen Nationalbibliothek und warum Crowdsourcing eine Bereicherung für wissenschaftliche Bibliotheken ist.“¹⁰

Die Arbeit am Research Library Podcast war definitiv eine sehr spannende Erfahrung, gerade weil ich generell sehr gerne mit Audiomaterial arbeite. Die Zusammenarbeit sowohl im Projektteam, wo jede*r die jeweiligen Kompetenzen zum Erfolg der ganzen Gruppe eingesetzt hat, als auch die volle Unterstützung durch unseren Projektleiter Martin Gasteiner haben zu einer sehr entspannten Arbeitsatmosphäre und einem vollends positiven Projektergebnis geführt – wofür ich mich auch in diesem Rahmen nochmals bedanken möchte. Ganz besonders freue ich mich, dass ich auch weiterhin – neben meiner Tätigkeit an der Österreichischen Nationalbibliothek – den Research Library Podcast der Universitätsbibliothek Wien mitgestalten darf.

6. Mögliche Gefahren verhindern

Abschließend möchte ich nochmal in aller Kürze noch einige Gedanken formulieren, die die wichtigsten Punkte für einen gelungenen Podcast zusammenfassen - und zum Verhindern eines möglichen Scheiterns eines solchen Formates beitragen sollen.

Wie bei allen Vermittlungsformaten ist das wichtigste sicher das bewusste Gestalten des Podcast für die eigene Zielgruppe und den richtigen Ton für diese zu treffen, ohne dabei auch die diesbezüglichen Vorgaben des eigenen Hauses aus dem Auge – respektive dem Ohr – zu verlieren. Gleich wichtig ist die bewusste und realistische Einplanung von Ressourcen. Wenn beim Budget für das technische Equipment/Software und bei den personellen Ressourcen zu sehr gespart wird, wird sich das zwangsläufig auf das Ergebnis auswirken. Ein Format, das schlecht klingt und/oder formal und inhaltlich unausgereift wirkt, wird sich schwer tun Hörer*innen zu finden und vor allem auch zu halten. Bei entsprechender Recherche im Internet findet man auch genügend – teils auch humoriges - Material zu den Gründen für Podcast-„Fails“.¹¹

Ich hoffe, dass dieser Artikel einigen Leser*innen Lust darauf gemacht hat, ein Podcast-Projekt zu starten – und auch dabei hilft einige der möglichen Gefahren zu vermeiden bzw. ein Bewusstsein dafür zu schaffen.

¹⁰ <https://www.univie.ac.at/rlp/2021/01/20/rlp-007-ulg-podcast-01-martin-forster-im-gespraech-mit-paul-sommersguter/>

¹¹ <https://www.weeditpodcasts.com/the-top-10-reasons-why-podcasts-fail/>

7. Anhang

Literaturverzeichnis

Graier, Melanie Christel (2009): Bildung über den Äther. Vom Schulfunk bis zum Podcast.

Diplomarbeit, Universität Wien.

History of Podcasting. https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_podcasting

Kleist, Heinrich von (1805): Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden.

<https://www.projekt-gutenberg.org/kleist/gedanken/Kapitel1.html>

The Top 10 reasons why podcasts fail. <https://www.weeditpodcasts.com/the-top-10-reasons-why-podcasts-fail/>

Beispiele für bibliothekarische Podcasts:

RESEARCH LIBRARY PODCAST der Universitätsbibliothek Wien:

<https://www.univie.ac.at/rlp/2020/06/17/rlp-research-library-podcast/>

BÜCHEREICAST der Büchereien Wien: [https://buechereien.wien.gv.at/B%C3%BChereien-](https://buechereien.wien.gv.at/B%C3%BChereien-Wien/Veranstaltungen/b%C3%BChereicast-unser-Podcast)

[Wien/Veranstaltungen/b%C3%BChereicast-unser-Podcast](https://buechereien.wien.gv.at/B%C3%BChereien-Wien/Veranstaltungen/b%C3%BChereicast-unser-Podcast)

STIMMEN DER BIBLIOTHEK der Staatsbibliothek zu Berlin: [https://blog.sbb.berlin/stimmen-der-](https://blog.sbb.berlin/stimmen-der-bibliothek-der-neue-podcast-der-staatsbibliothek)

[bibliothek-der-neue-podcast-der-staatsbibliothek](https://blog.sbb.berlin/stimmen-der-bibliothek-der-neue-podcast-der-staatsbibliothek)

Auflistung von Podcasts von Stadtbibliotheken in Deutschland:

<https://bibliotheksportal.de/bibliothekarische-podcasts/>

CYBERPUNK LIBRARIAN: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/cyberpunk-librarian/id510825688>

DEWEY DECIBEL PODCAS by American Libraries Magazine: <https://soundcloud.com/dewey-decibel-703453552>

THE LIBRARIAN IS IN by the New York Public Library: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/the-librarian-is-in/id1070595177?mt=2>

THE LIBRARIANS GUIDE TO TEACHING: <https://anchor.fm/librariansguidetoteaching>

DRUNK LIBRARIANS PODCAST: <https://www.drunklibrarianspodcast.com/>

LIBRARY FIGURES: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/library-figures/id1450570057>



(Foto: Ingrid Oentrich)

Mag. Martin Forster

Hauptabteilung Benützung und Information

Informationsservices und Schulungsmanagement

Österreichische Nationalbibliothek

Josefsplatz 1

A-1015 Wien

Österreich

martin.forster@onb.ac.at

Bibliotheks-und Archivwesen

Universitätsbibliothek Wien

Universitätsring 1

A-1010 Wien

Österreich

martin.forster@univie.ac.at