



© Stephan Zenz

„Audio nimmt eine neue Rolle ein“

Im Talk

carpe diem-Moderator Holger Potye (r.) im Gespräch mit YouTuber Michael Buchinger (l.).

Audio hat im 360-Grad Medienmix des Red Bull Media House einen hohen Stellenwert; neue Podcasts kündigen sich an.

... Von Sascha Harold

Schon vor einiger Zeit hat das Red Bull Media House begonnen, im Wachstumsbereich Audio zu investieren. Mehrere Podcast-Formate sind bereits umgesetzt, einige weitere sind in der Pipeline – jeweils in Verbindung mit der jeweiligen Medienmarke. Mesi Tötschinger

ist bereits das sechste Jahr im Konzern und seit einem Jahr als Head of Digital für alle digitalen Auftritte der Red Bull House Publishing-Medienmarken verantwortlich. Sie erläutert, was hinter dem aktuellen Podcast-Hype steckt: „Podcasts waren schon vor einiger Zeit da, der Trend ist damals aber wieder verpufft. Seit ein paar Jahren ist aber klar, dass Audio eine neue Rolle ein-

nimmt. Podcasts funktionieren gut, weil man sie neben anderen Tätigkeiten – etwa dem Laufen oder dem Autofahren – hören kann. Sie ersetzen das Radio zwar nicht, ergänzen es aber um die On-Demand-Funktion“, so Tötschinger.

360-Grad-Auftritt

Für Red Bull Media House Publishing bietet das die Möglich-

keit, den hochwertig produzierten Content auf einem weiteren Kanal auszuspielen, so Tötschinger weiter. Dieser neue Kanal wird derzeit eifrig genutzt. Für die hauseigenen Marken gibt es insgesamt fünf Podcasts, zwei weitere starten noch diesen Monat. „carpe diem“ war der erste. Das Magazin *carpe diem* rund um Ernährung, Bewegung, Erholung und Bewusstsein wurde