

vor gut zwei Jahren gelauncht. „Wir haben *carpe diem* vor zwei Jahren als 360-Grad-Magazin gestartet, das eng verknüpft ist mit einer Website, einem wöchentlichen Newsletter, Social Media-Auftritten und erstmals einem Podcast“, so Tötschinger.

Weil das Konzept des Podcasts gut funktionierte, folgten darauf weitere Marken wie „Innovator Sessions by The Red Bulletin“, der „Servus in Stadt & Land“-Podcast „Servus zum Zuhören“ oder „Bergwelten – Höhen & Tiefen“, der seit dem letzten Sommer staffelweise erscheint. Auch ServusTV bietet Podcasts an. So liefert beispielsweise „Passion“ alle drei Wochen spannende Gespräche mit Insidern und Experten zu den beiden Motorsportserien MotoGP und WorldSBK.

#### Vermarktungsmöglichkeiten

Über einen Mangel an Zuhörern kann sich „carpe diem“ nicht beklagen. „Wir haben wöchentlich etwa 7.000 Zuhörerinnen und Zuhörer – jeder Zweite hört bis zum Ende durch. Das ist schon eine schöne Zahl, die uns stolz macht“, so Tötschinger.

Was die Zahlen betrifft, sei, so die Digitalleiterin weiter, auch

noch einiges an Wachstum möglich. Die Formate der Podcasts sind unterschiedlich. Während „carpe diem“ etwa als wöchentlicher Gesprächspodcast stattfindet, wird der „Bergwelten“-Podcast staffelweise geplant, jeweils mit einer Winter- und Sommer-Staffel. „Bergwelten“ ist eher reportagelastig. Unsere Reporterinnen und Reporter sind draußen, fahren auf Hütten, treffen Experten und beleuchten große Themen wie Mut, Angst, Liebe, Freundschaft und Verantwortung“, führt Tötschinger aus.

Neben den Podcasts, die das Red Bull Media House für die eigenen Medienkanäle umsetzt, produziert das Unternehmen auch Produkte auf Kundenanfragen hin; ein Beispiel dafür ist etwa die Podcast-Reihe „Simon Schwarz on Tour“ für die Deutsche Zentrale für Tourismus, der einer österreichischen Zielgruppe den Urlaub im Nachbarland schmackhaft macht. Einige andere stehen bereits in den Startlöchern. Die hauseigenen Podcasts lassen sich auch werblich in unterschiedlichen Varianten nutzen.

„Eine empfehlenswerte Werbeschaltung ist der sogenannte



© Red Bull Media House

#### Portfolio

Die Zahl der Podcasts in der Red Bull-Welt wächst stetig.



”

*Seit ein paar Jahren ist klar, dass Audio eine neue Rolle einnimmt. Podcasts funktionieren gut, weil man sie neben anderen Tätigkeiten hören kann.*

**Mesi Tötschinger**  
Head of Digital Red  
Bull Media House

“

Host-Read, bei der der Moderator Werbung – etwa für ein Produkt – in seine Erzählung einbaut. Die Akzeptanz von Werbung ist extrem hoch, der Zuhörer baut Vertrauen zum Moderator auf, es wird Authentizität erzeugt“, erklärt Tötschinger. Darüber hinaus sind weitere Werbevarianten, etwa direkte Einschaltungen von Spots oder Presenting-Partner, möglich, gebucht werden kann pro Folge oder, je nach Podcast, auch staffelweise.

#### Kein Ende in Sicht

Der gesamte Digitalbereich im Red Bull Media House Publishing hat sich in den letzten Jahren sehr gut entwickelt.

„Wir wachsen auf allen Kanälen sehr schön, gerade mit unseren Brands ‚Bergwelten‘ und ‚Servus‘ erreichen wir in den jeweiligen Zielgruppen sehr viele Leute, die auch stark mit uns interagieren und wiederkommen.“

Das Thema Audio soll in Zukunft jedenfalls weiter ausgebaut werden. Schon im Mai beginnt eine weitere Staffel des

„Bergwelten“-Podcasts. Auch das *Bühne*-Magazin, das seit etwa einem Jahr vom Red Bull Media House Publishing verlegt wird, bekommt ein eigenes Audio-Produkt, das alle zwei Wochen erscheinen soll. Für den „First Mover“, „carpe diem“ wird es darüber hinaus einen neuen Vertical Podcast geben, der sich mit dem Thema Meditation beschäftigt und zum Mitmachen einlädt.

Für genügend Hörstoff ist auch bei „The Red Bulletin“ gesorgt, auch diese Marke bekommt mit Ende Mai einen eigenen Podcast. Und ServusTV liefert zum Start seines neuen Prime-Time-Formats „Fahndung Österreich“ den gleichnamigen Podcast.

Hochwertig redaktionell aufbereitet, beleuchtet dieser pro Folge einen der TV-Kriminalfälle gemeinsam mit Ermittlern, Psychologen und weiteren Crime-Experten. Der Podcast wird in regelmäßigen Abständen zu den Ausstrahlungen erscheinen. Darüber hinaus sind weitere Formate aus der ServusTV-Sportwelt in Planung.