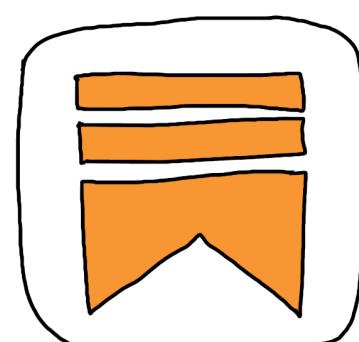
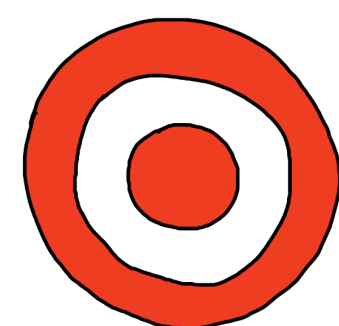


PODCASTEREI.AT @PODCASTEREI

PODCAST-MEETUP #29

Di, 23.4.24, 19⁰⁰, Depot Wien

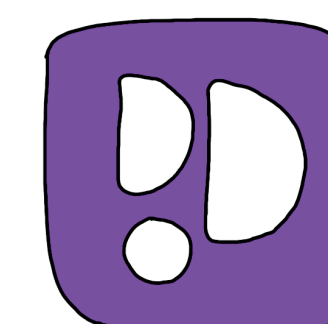




Podcast

vs.

Plattform



29. Podcast-Meetup, 23.04.24, Depot Wien

Erkenntnisse aus meiner MA-Arbeit

„The platformization of the podcasting ecosystem through the lens of podcasters in Austria“



Jana Wiese

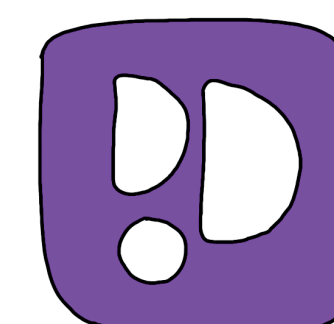




1. Ausgangslage



2. Distributions- und Podcastenden-Typen

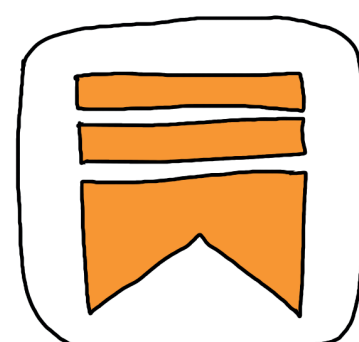
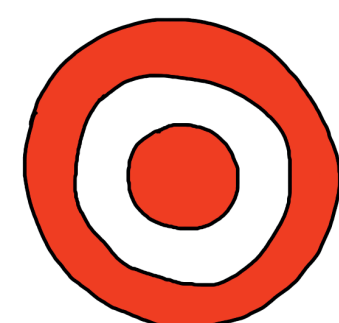


3. Ein bisschen Theorie

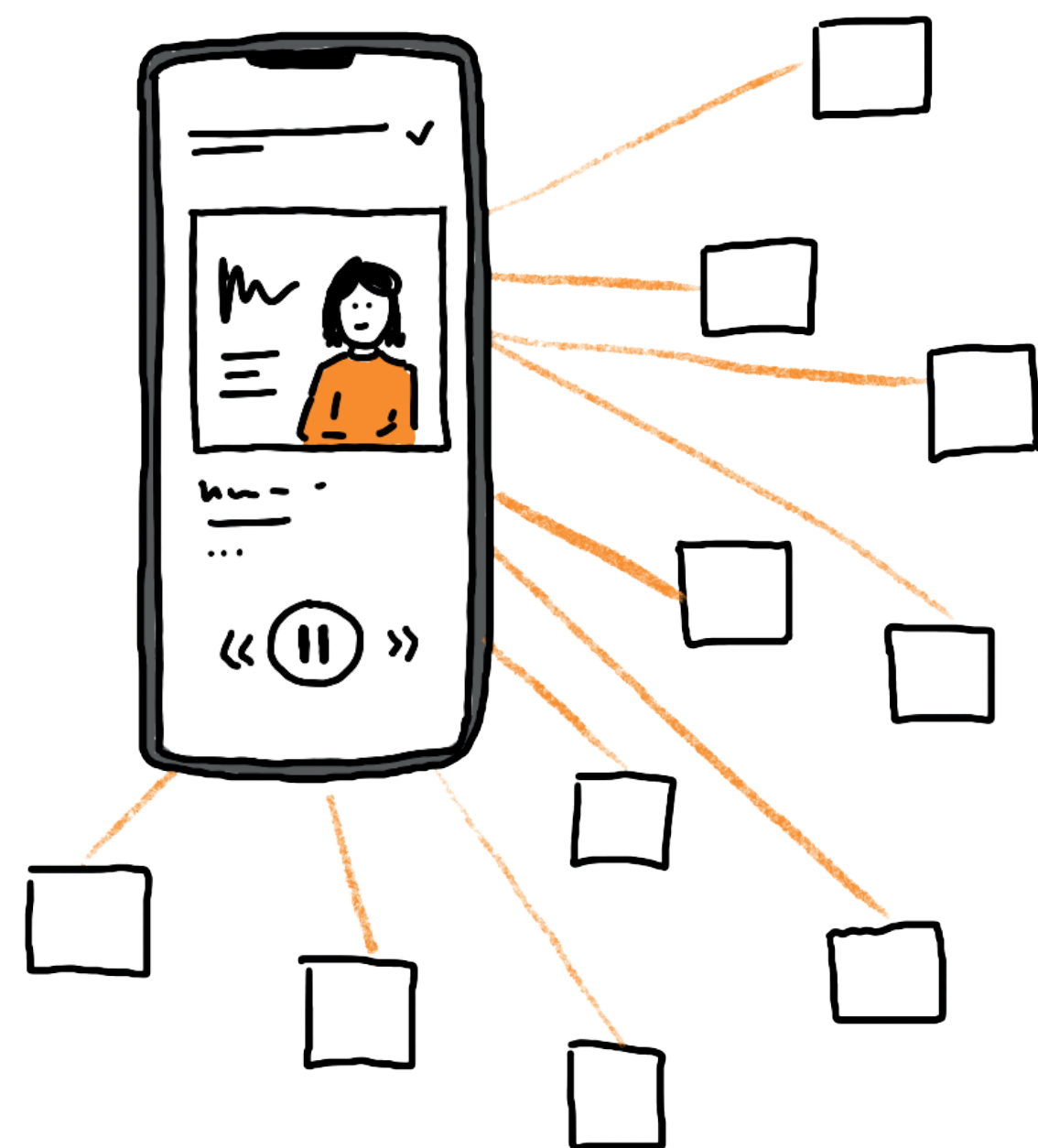
4. Was ich herausgefunden habe...



5. ...und was das jetzt für uns Podcastende bedeutet.

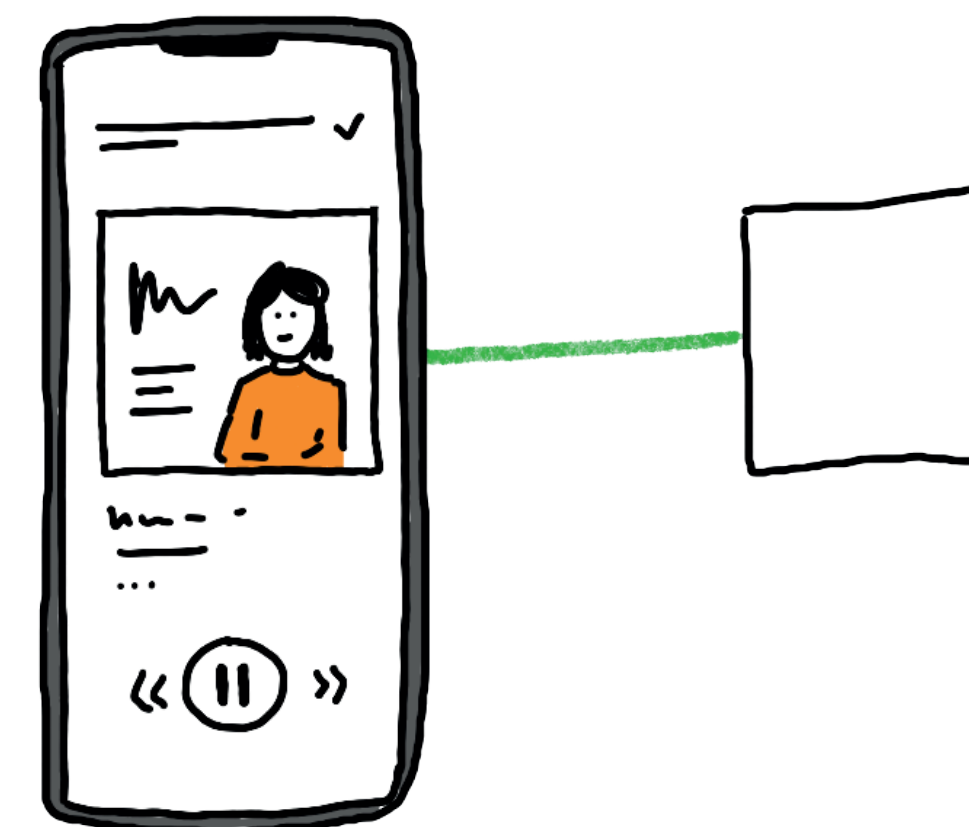
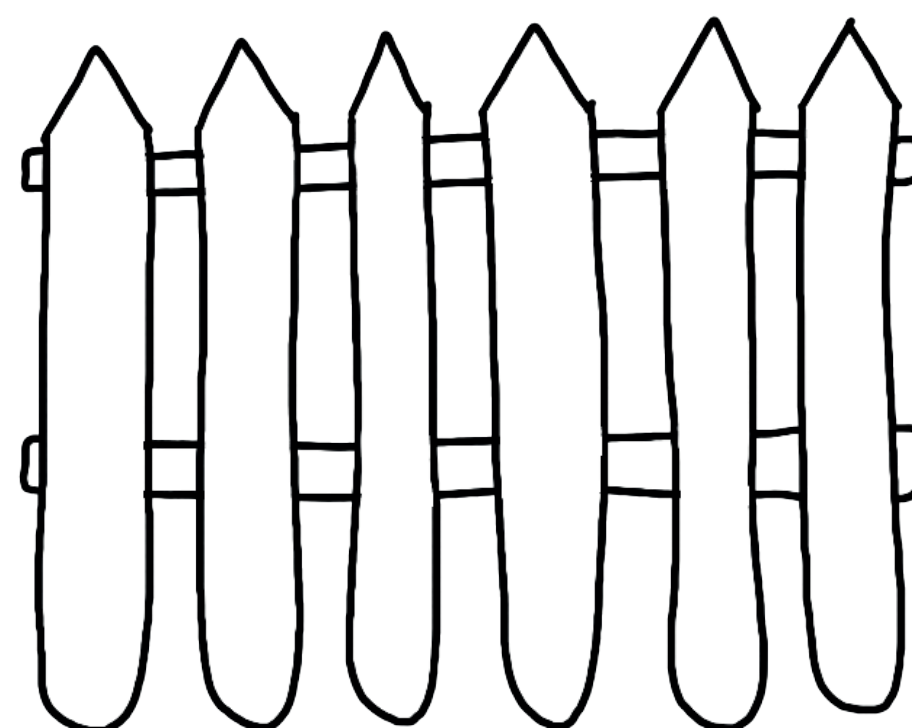


Ausgangslage

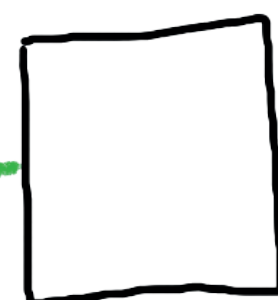


...von der RSS-basierten,
dezentralen
Podcast-Distribution...

...zur plattformisierten,
zentralisierten „walled-garden“-
Podcast-Distribution.

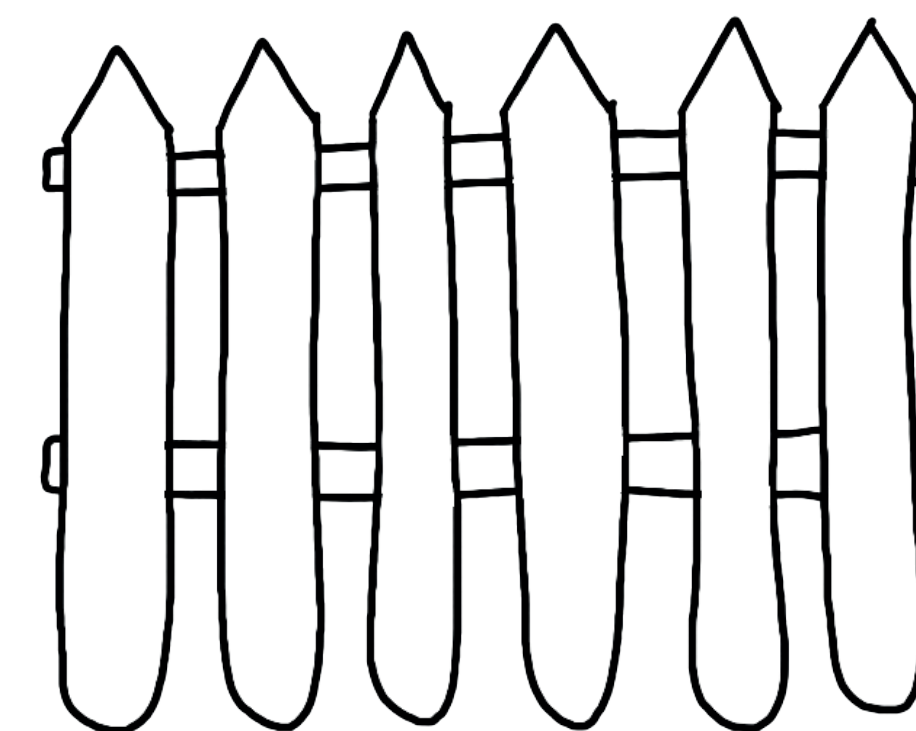


Die Sache mit der Plattformisierung



- verändert die Podcast-Kultur
- verändert das „Wesen“ von Podcasts

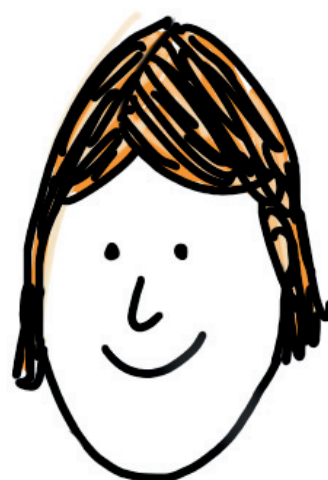
- ungleiche/monopolisierte Marktstrukturen
- Machtkonzentration
- Autonomie-Verlust für Podcastende und Hörende



Wie framen deutschsprachige Podcastende in Österreich das derzeitige Podcast-Ökosystem?



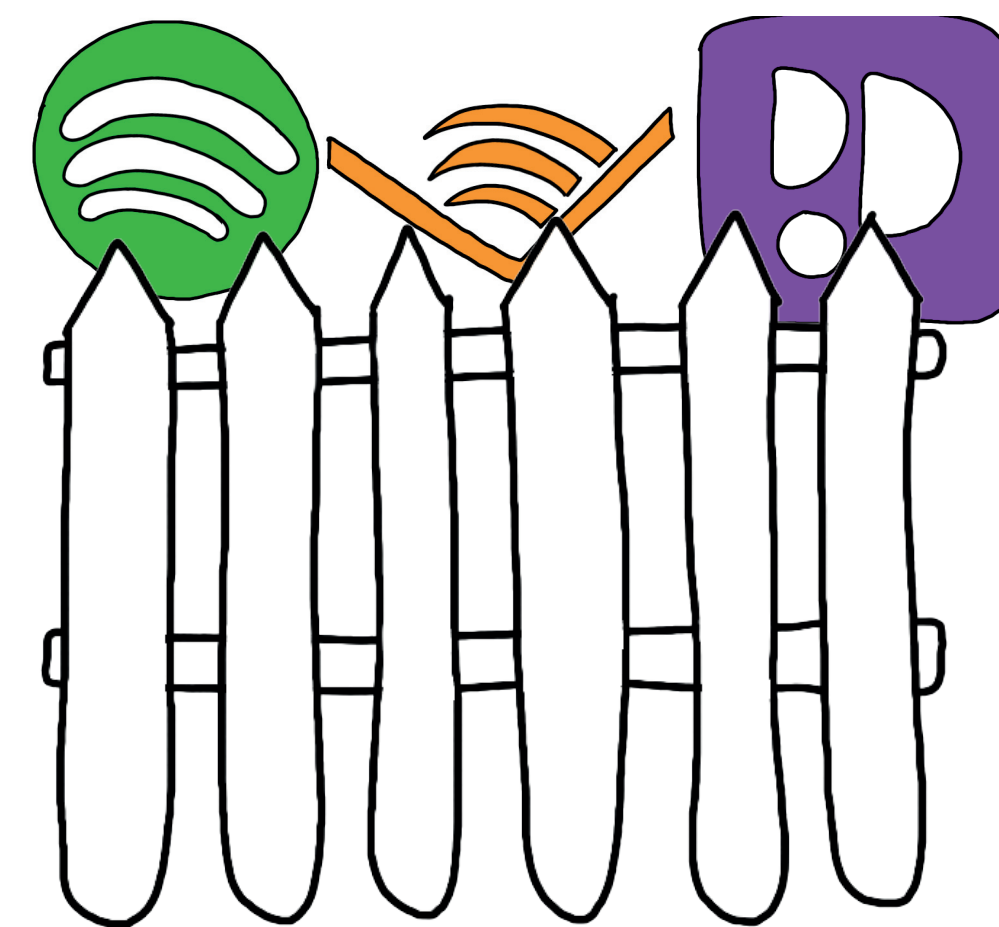
- Distributions-Arten und Motivation
- Relevanz und Auswirkungen von Plattformisierungs-Tendenzen
- Wahrnehmungs-Unterschiede zwischen verschiedenen Typen von Podcastenden (Hobby, Indie, Labels, öffentlich-rechtlicher Rundfunk)



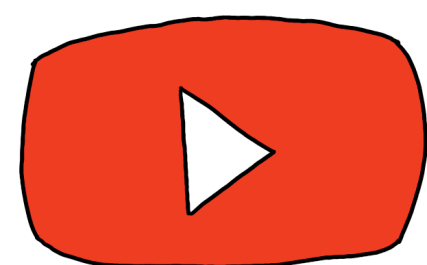
Podcast-Distribution



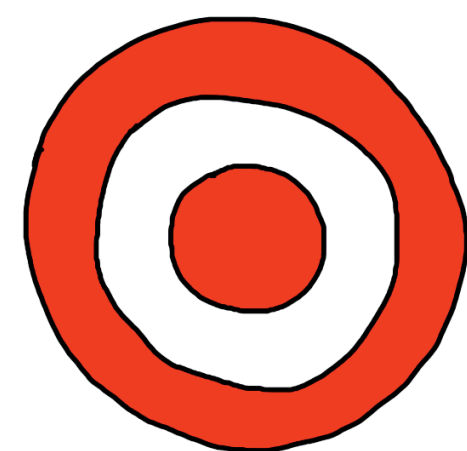
offene „Discovery
Plattformen“ & Podcatcher



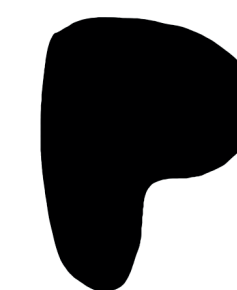
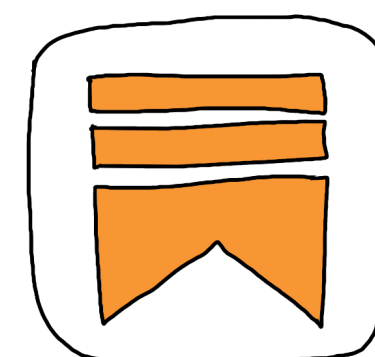
„walled-garden“-Plattformen



ORF Sound



Misch-Plattformen



Crowdfunding-Plattformen

Podcastende



Hobby-
Podcastende

Indie
Podcastende

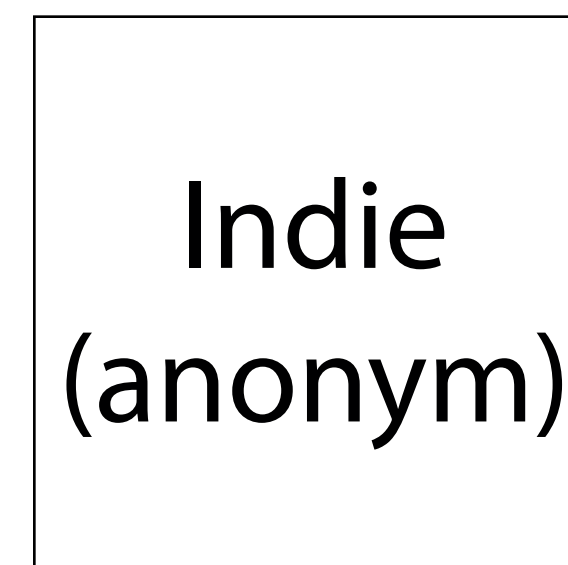


Podcast
Labels

ORF



OH WOW

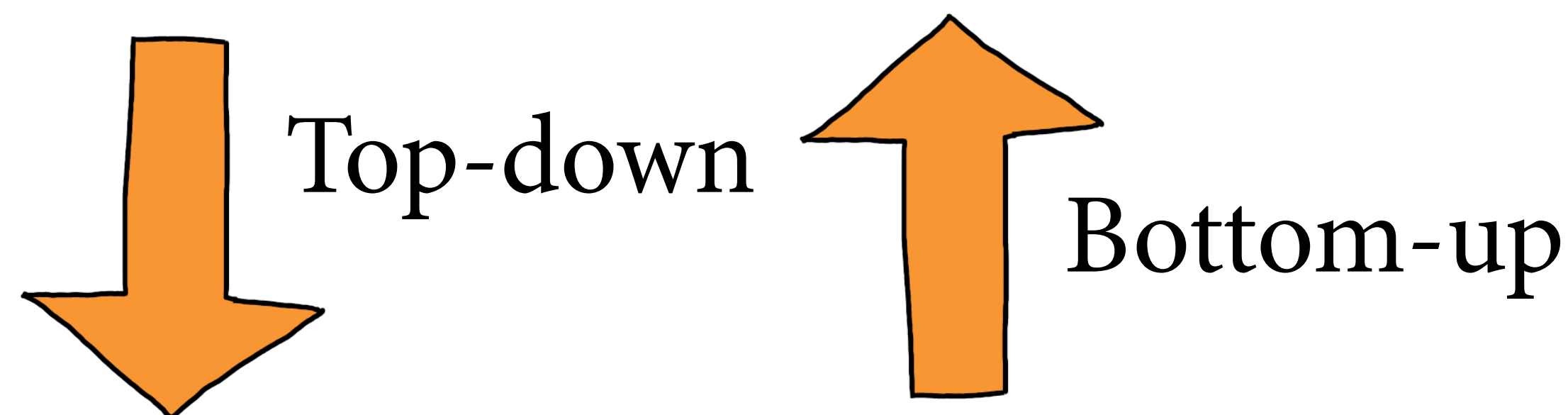


Ein bisschen Theorie

Platformization
 „the penetration of economic, governmental, and infrastructural extensions of digital platforms into the web and app ecosystems, fundamentally affecting the operations of the cultural industries”

(Nieborg & Poell, 2018, p. 4276)

Formalization of Podcasting



- „aspirational“ & „affective labor“
- meritocracy & „Californian Ideology“

(Sullivan, 2021; Duffy, 2016; Barbrook & Cameron, 1996)

→ „contingent cultural commodity“

(Poell et al. 2022; Nieborg & Poell 2018, p. 4282)

Zentrale Themen...

Podcasten als
schwer fassbare Praxis



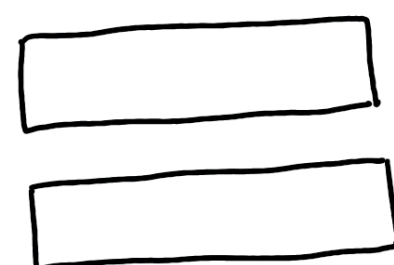
Nostalgie nach RSS



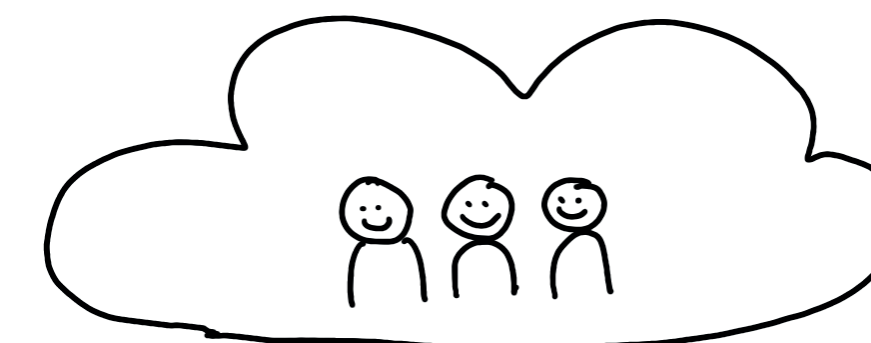
Plattformisierung
als Bedrohung

Plattformisierung
als Chance

Plattform... egal.



Formalisierung

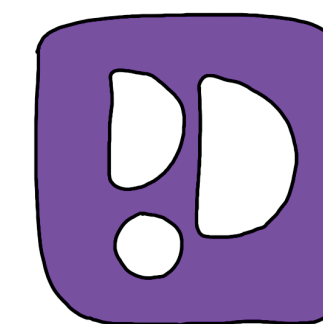


Wahrgenommener (Nicht-)
Einfluss von Plattformen

demokratische Ideale
und Zusammenarbeit

...auf den Punkt gebracht:

I argue that podcasting in Austria is currently **in the process of platformization** (Poell et al., 2022a), and show that the interviewees perceive it as **increasingly commodified** (Nieborg & Poell, 2018) and, above all, **formalized** (Sullivan, 2021).



...und was bedeutet das für uns Podcastende?

€ podcasting is a business,
deal with it

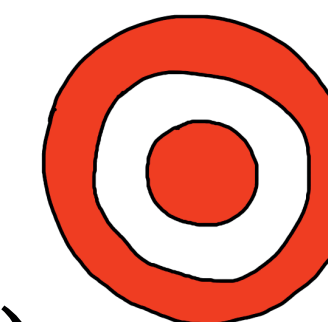


Plattformisierung ist
performativ, veröffentliche
weiter via RSS

nicht gewinnorientiertes,
Hobby-DIY-Podcasten
ist noch immer möglich
und wertvoll



ORF als Vorbild?
(spoiler: derzeit nicht)



Podcasting is a business, deal with it



- Podcasts waren schon immer auch Kommerz!
- Dezentralität und Demokratisierung waren ein Nebeneffekt
- Kommerzialisierung kann auch Hürden senken

nicht gewinnorientiertes Hobby-DIY-Podcasten ist noch immer möglich und wertvoll



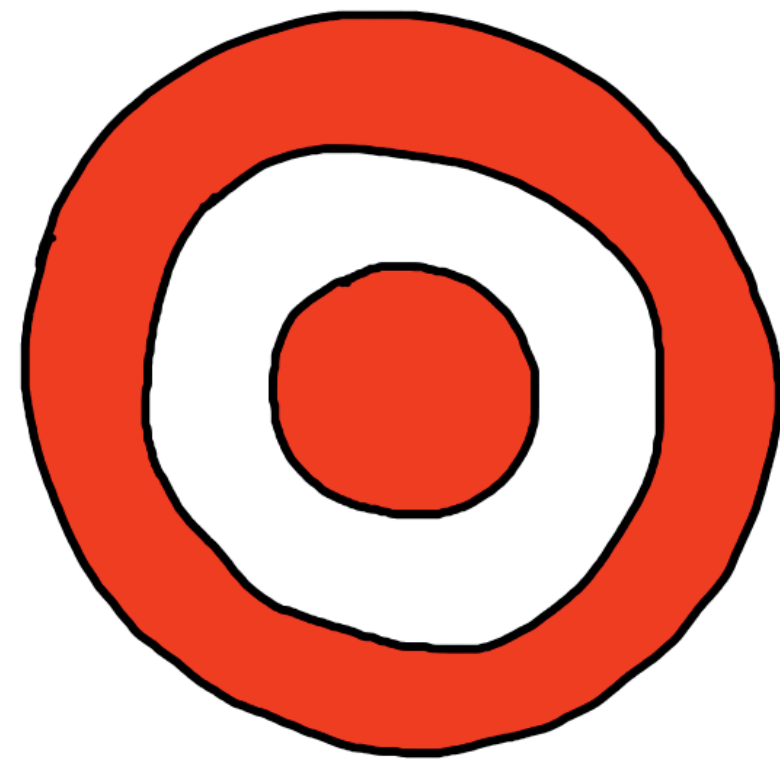
- höhere Ziele: Community, Partizipation und thematische Nischen
- der Plattformisierung (im Kleinen) widerstehen
- Monetarisierung ignorieren

Plattformisierung ist performativ, veröffentliche weiter via RSS



- alle Akteure im Podcast-Ökosystem haben Handlungsmacht
- RSS wird weiter funktionieren

ORF als Vorbild? (spoiler: derzeit nicht)



- Podcast-Produzent und Plattform-Akteur
- öffentlich-rechtlicher Auftrag vs. content auf Drittplattformen
- Strategie und Umgang finden?

Immer noch neugierig?

Volltext meiner Master-Arbeit und
bald eine Audio-Adaption dazu hier:

zuckerbaeckerei.com/podcast-plattformisierung

Schreib mir! jana@zuckerbaeckerei.com

References

Barbrook, R., & Cameron, A. (1996). The Californian ideology. *Science as Culture*, 6(1), 44–72. <https://doi.org/10.1080/09505439609526455>

Duffy, B. E. (2016). The romance of work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies*, 19(4), 441–457. <https://doi.org/10.1177/1367877915572186>

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>

Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2022). *Platforms and cultural production*. Polity Press.

Rivas, C. (2018). Finding themes in qualitative data. In C. Seale (Ed.), *Researching Society and Culture* (pp. 431–453). Sage.

Sullivan, J. L. (2021). “Uber for Radio?” Professionalism and Production Cultures in Podcasting. In B. Dolber, M. Rodino-Colocino, C. Kumanyika, & T. Wolfson (Eds.), *The Gig Economy: Workers and Media in the Age of Convergence* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003140054>