

Ranking | 04.10.2018 | Lesezeit 1 Min.

Welche Podcasts die Deutschen hören

Gut jeder siebte Bundesbürger ruft mindestens einmal pro Woche einen Podcast ab. Besonders beliebt bei den Hörern ist die „Tagesschau“. Für die Werbewirtschaft bietet das Format des Podcasts neue Möglichkeiten, die eigenen Botschaften zu transportieren.

Podcast – dieses Kunstwort setzt sich zusammen aus dem englischen Broadcasting (Rundfunk) und dem Namen für jenen tragbaren MP3-Player, der in den Anfangszeiten des Podcastings den Markt beherrschte: iPod. Podcasts sind Audio- oder Videodateien, die man über das Internet kostenlos abonnieren kann, um sie dann jederzeit hören oder sehen zu können, also auf Abruf.

Immerhin 15 Prozent der Bundesbürger nutzen dieses Angebot mindestens einmal pro Woche, rund eine Million sogar täglich. Von den rund 6.000 Podcasts in Deutschland ist nach Angaben des Marktforschungsinstituts Splendid Research derzeit die „Tagesschau“ der beliebteste. Auf den Plätzen zwei und drei folgen das Wissenschaftsmagazin „Quarks“ und die ebenfalls lehrreiche „Sendung mit der Maus“ (Grafik).

Die beliebtesten Podcasts

So viel Prozent der Podcast-Nutzer in Deutschland haben folgende Hörfunk- oder Videosendung schon einmal gehört



Mehrfachnennungen; repräsentative Befragung von 544 Podcast-Hörern zwischen 18 und 69 Jahren Anfang 2018 in Deutschland

Quelle: Marktforschungsinstitut Splendid Research
© 2018 IW Medien / iwd

iwd

15 Prozent der Bundesbürger hören mindestens einmal pro Woche einen Podcast.

Für die Werbewirtschaft sind Podcasts besonders interessant: Denn anders als beim Radio, das meist nebenbei läuft, konzentrieren sich Podcast-Hörer stark auf die Inhalte – und fast 90 Prozent von ihnen nehmen entsprechende Werbung positiv an. Zwar steckt die Podcast-Werbung noch in den Anfängen, doch die Zuwachsraten zeigen, welches Potenzial darin steckt: Allein von 2016 auf 2017 legte das Werbevolumen um 85 Prozent zu. Der Audiovermarkter RMS schätzt das diesjährige Umsatzpotenzial in Deutschland auf 700.000 Euro.

Dass es noch viel Luft nach oben gibt, zeigt ein Vergleich mit den USA: Dort werden 2018 voraussichtlich 256 Millionen Dollar mit Podcast-Werbung umgesetzt - und in zwei Jahren sollen es bereits 395 Millionen Dollar sein.

Mehr zum Thema

[*Splendid Research: Trendmedium Podcast - Eine repräsentative Umfrage unter 1.022 Deutschen zum Thema Podcasts*](#)

Kernaussagen in Kürze:

- Rund 15 Prozent der Bundesbürger nutzen Podcasts mindestens einmal pro Woche.
- Der beliebteste Podcast ist derzeit die „Tagesschau“ der ARD.
- Das Format des Podcasts bietet der Werbewirtschaft viele Möglichkeiten. In den USA werden mit Podcast-Werbung schon Millionenbeträge umgesetzt.