



# POD-RATINGS.COM 2020

PODCAST-NUTZUNG IN DEUTSCHLAND, JULI 2020

Goldmedia GmbH Strategy Consulting  
info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com | www.POD-Ratings.com

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin  
Tel: 004930-246 266-0 | Fax: 004930-246 266-66

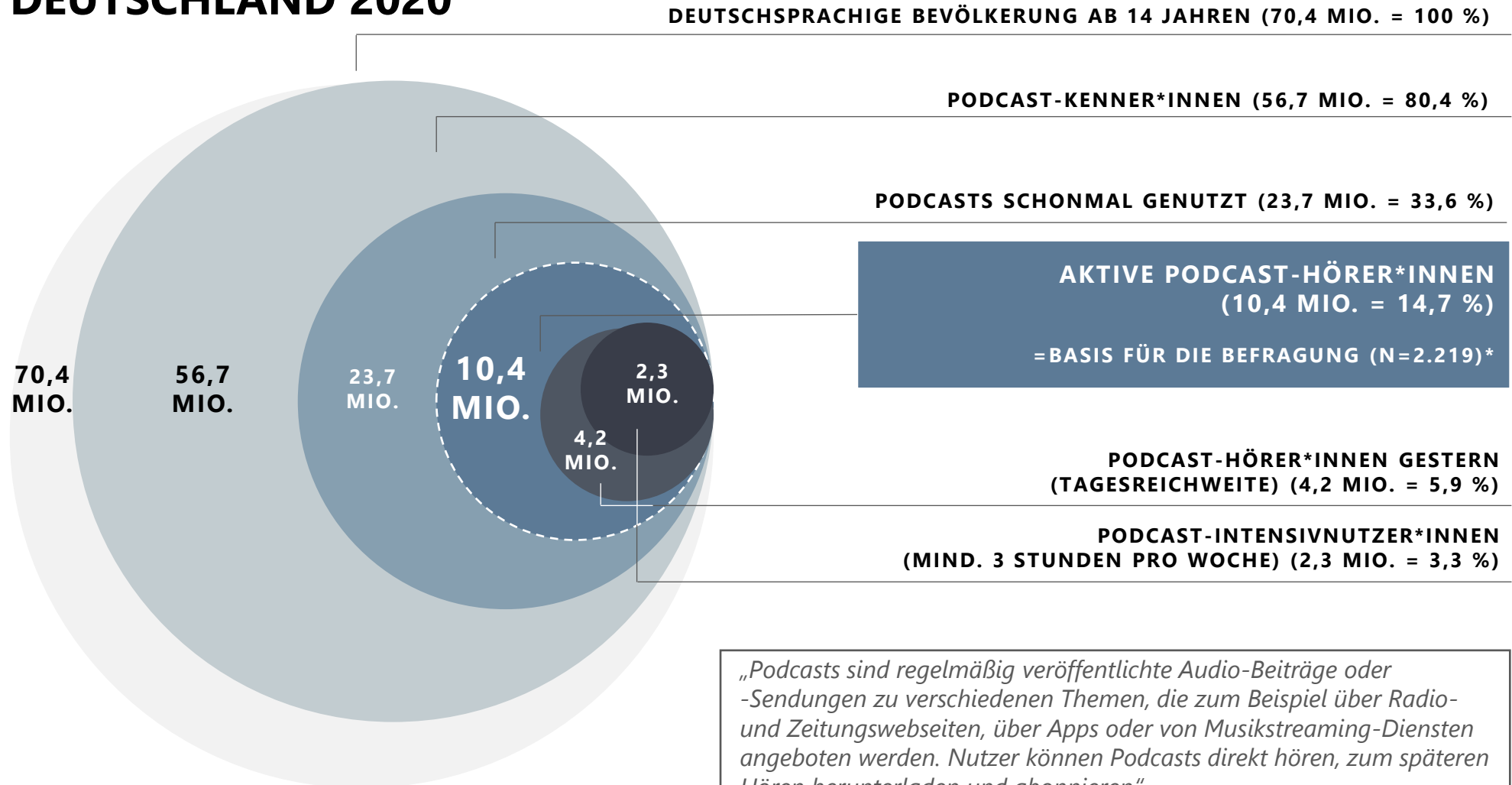
**POD**  
RATINGS

unterstützt u. a. von:



GOLDMEDIA

# PODCAST-NUTZERGRUPPEN UND -POTENZIALE IN DEUTSCHLAND 2020

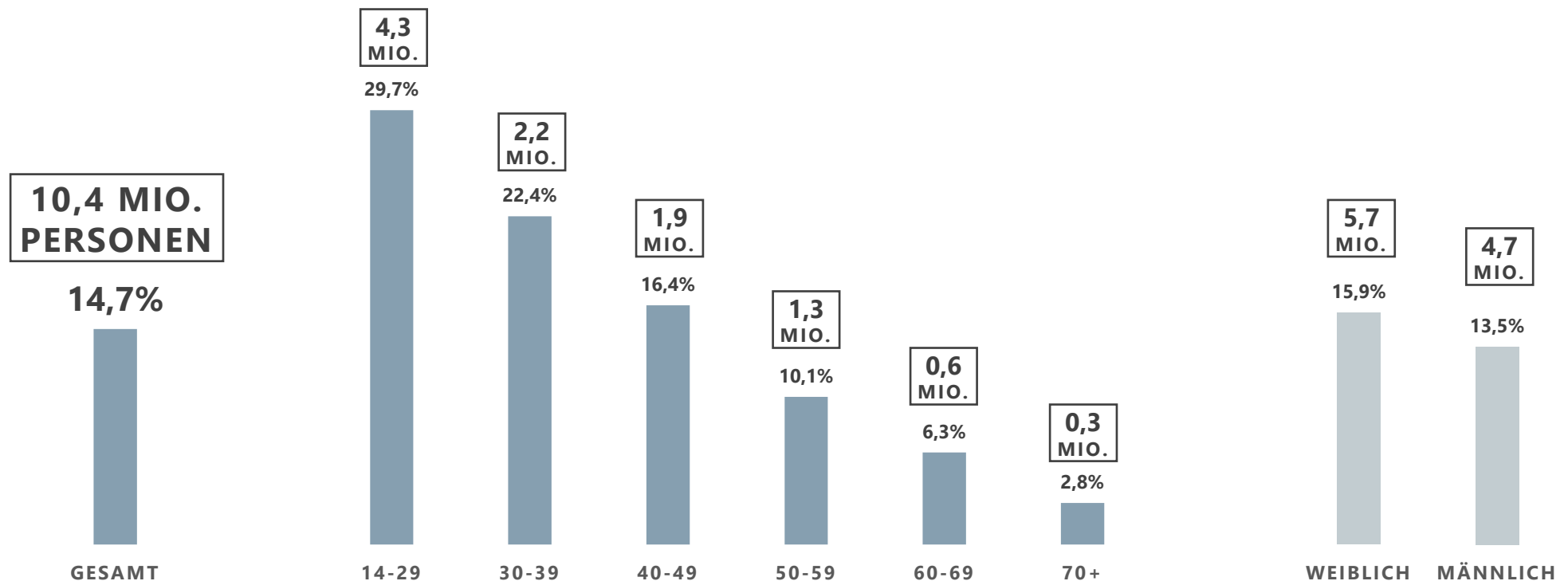


„Podcasts sind regelmäßig veröffentlichte Audio-Beiträge oder -Sendungen zu verschiedenen Themen, die zum Beispiel über Radio- und Zeitungswebseiten, über Apps oder von Musikstreaming-Diensten angeboten werden. Nutzer können Podcasts direkt hören, zum späteren Hören herunterladen und abonnieren.“

# AKTIVE PODCAST-HÖRER\*INNEN

15 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen Podcasts aktiv. Dies entspricht rund 10,4 Mio. Personen. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist der Anteil der aktiven Podcast-Hörer\*innen mit 30 Prozent doppelt so hoch. Frauen nutzen Podcasts etwas häufiger als Männer.

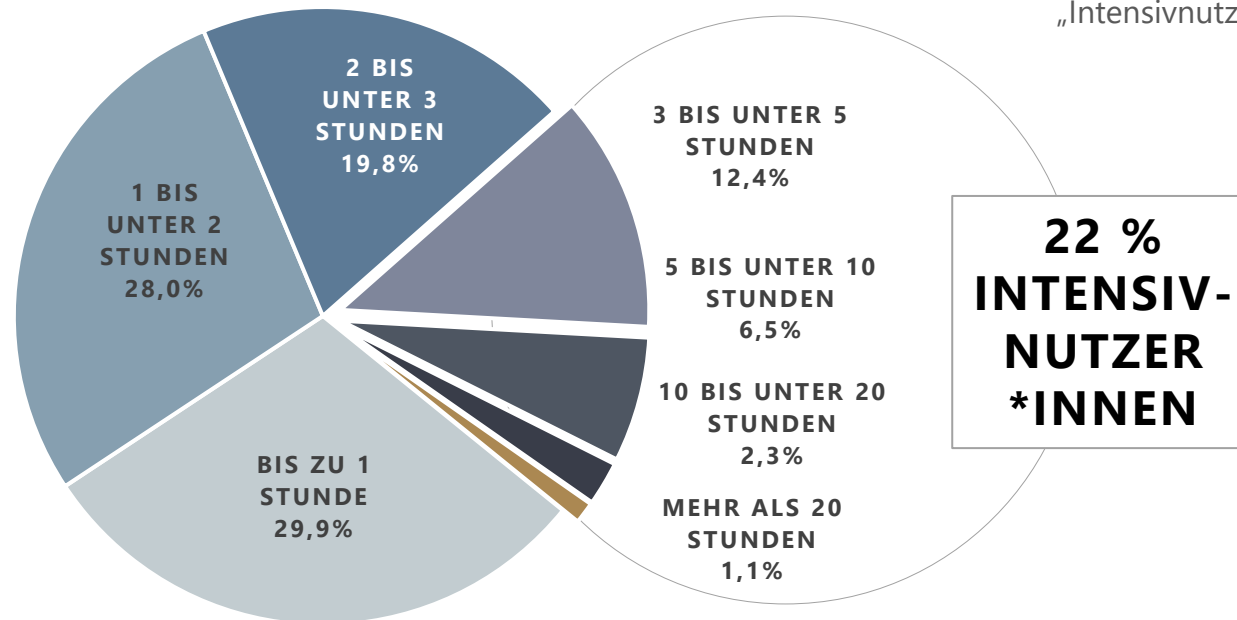
ANTEIL DER AKTIVEN PODCAST-HÖRER\*INNEN IN DEUTSCHLAND IN DEN JEWEILIGEN ALTERSGRUPPEN UND NACH GESCHLECHT, ZUMINDEST SELTENE NUTZUNG 2020



## DURCHSCHNITTLICHE PODCAST-NUTZUNGSDAUER PRO WOCHE, 2020

## PODCAST-NUTZUNGSDAUER

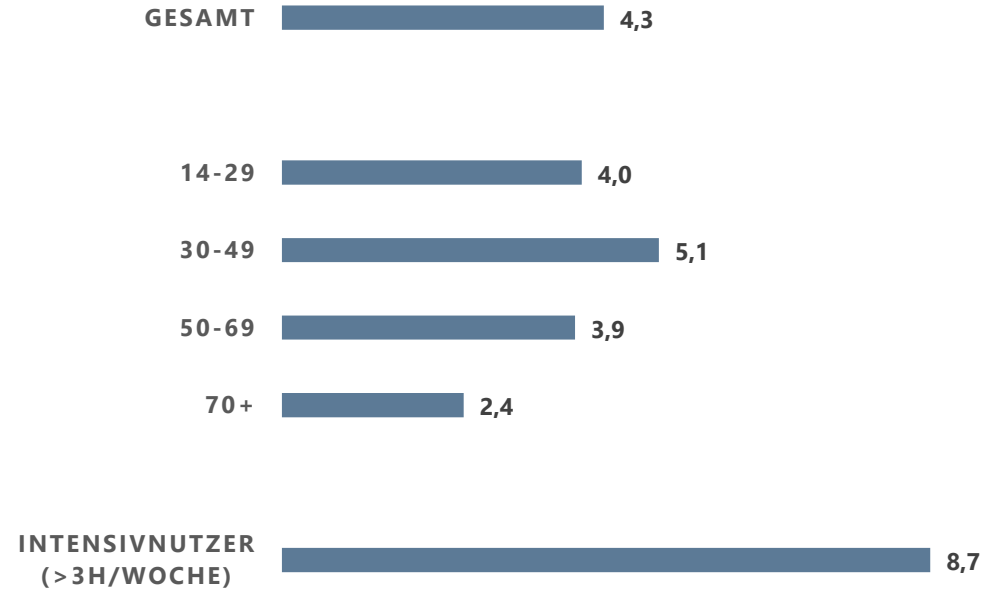
Der Großteil der Podcast-Nutzer\*innen (78 Prozent) hört maximal 3 Stunden Podcasts pro Woche. Die 22 Prozent der Hörer\*innen mit einer höheren wöchentlichen Nutzungsdauer werden im Rahmen dieser Untersuchung als „Intensivnutzer\*innen“ definiert.



# GEHÖRTE PODCAST-FOLGEN PRO WOCHE

Im Durchschnitt nutzen Podcast-Hörer\*innen rund 4,3 einzelne Podcast-Folgen pro Woche, bei den 30- bis 49-Jährigen liegt die Zahl mit 5,1 leicht darüber. Ältere Zielgruppen hören weniger Folgen. Bei den Intensivnutzer\*innen liegt der Wert mit 8,7 doppelt so hoch wie der Durchschnitt.

## DURCHSCHNITTLICHE ZAHL GEHÖRTER PODCAST-FOLGEN PRO WOCHE, 2020

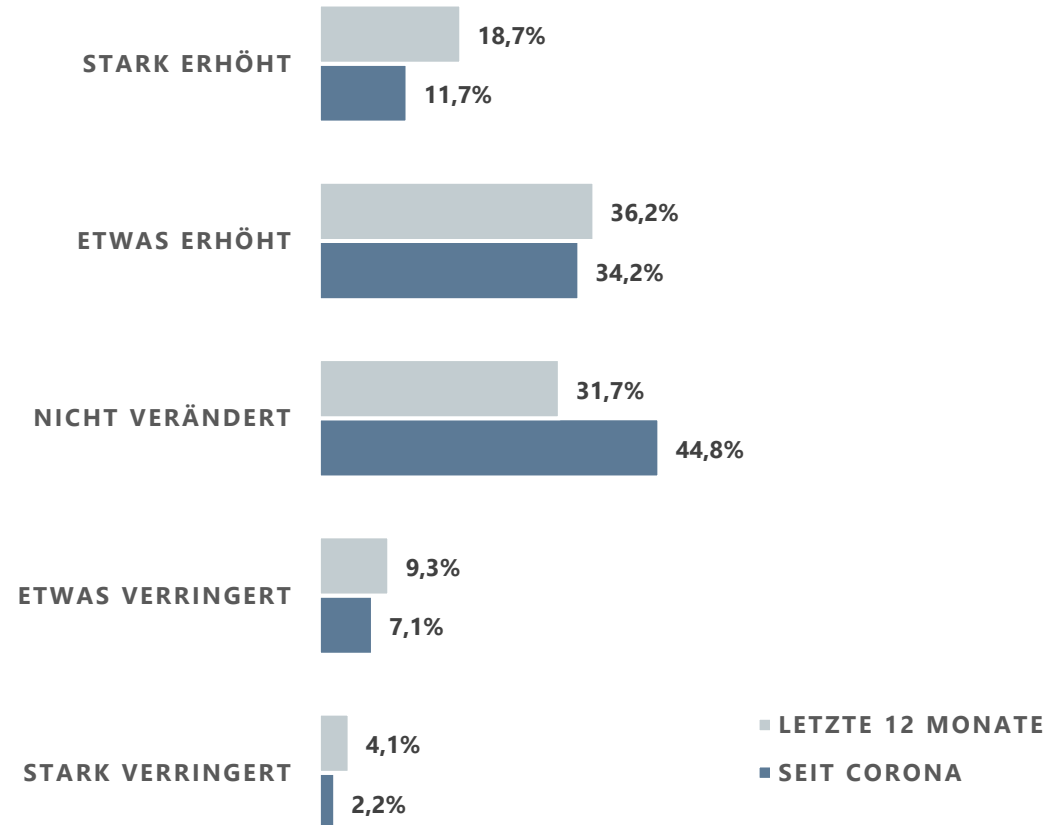


# ENTWICKLUNG DER PODCAST-NUTZUNG

Mehr als die Hälfte der Podcast-Hörer\*innen nutzte Podcasts in den letzten 12 Monaten intensiver als zuvor. Seit der Corona-Situation hat sich für 46 Prozent der Hörer\*innen eine erhöhte Nutzung ergeben. Weniger als 10 Prozent nutzen durch Corona weniger häufig Podcasts.

Vor allem bei Frauen hat sich die Podcast-Nutzung seit der Corona-Situation erhöht. Insgesamt geben 50 Prozent der Hörerinnen an, dass sich die Nutzung erhöht hat, 15 Prozent geben sogar eine starke Erhöhung an. Bei den Männern sind es insgesamt 43 Prozent, davon nur 8 Prozent mit einer stark erhöhten Nutzung.

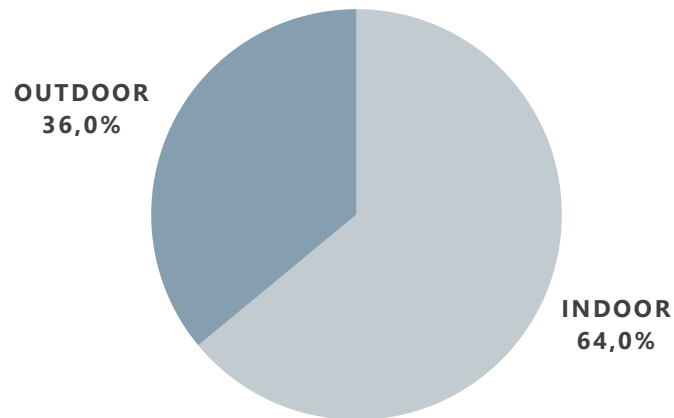
ENTWICKLUNG DER PODCAST-NUTZUNG IN DEN LETZTEN 12 MONATEN UND SEIT DER CORONA-SITUATION, STAND: JULI 2020



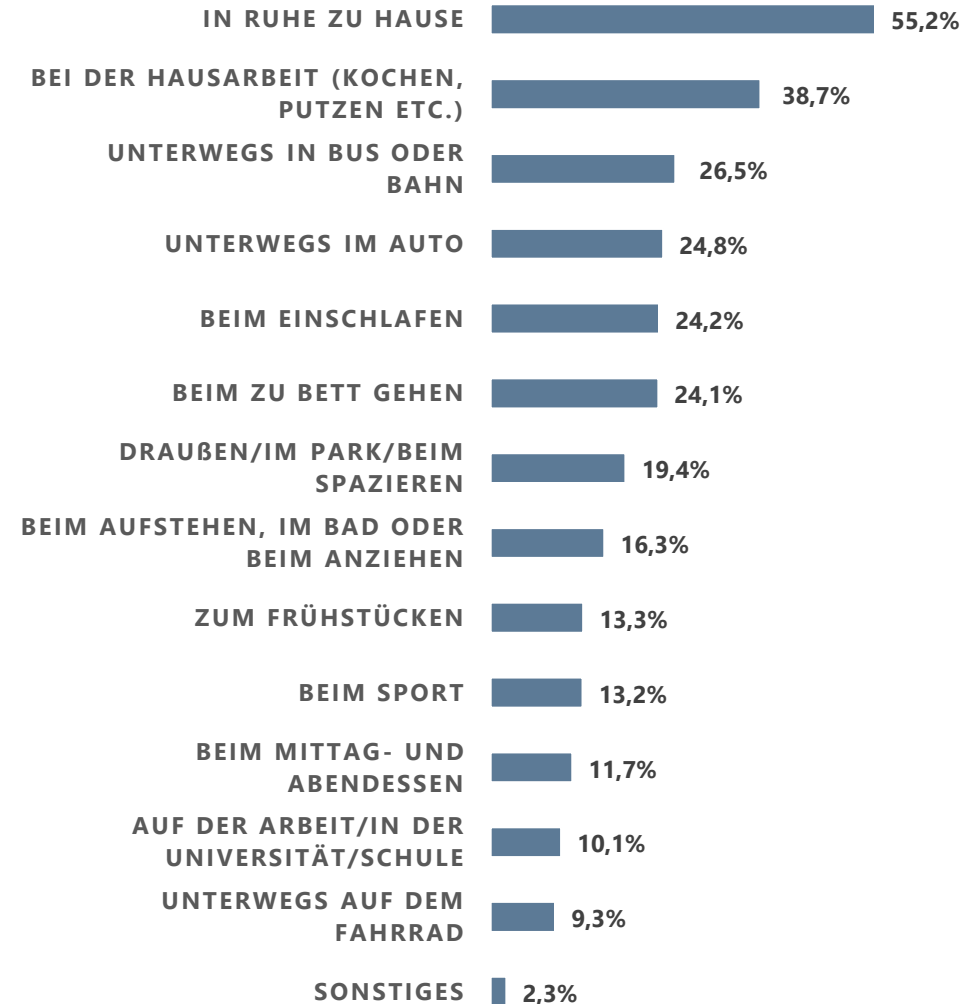
# PODCAST- NUTZUNGSSITUATIONEN

Insgesamt werden Podcasts am häufigsten zu Hause gehört. Die Zahl der Nutzungssituationen ist sehr vielfältig und reicht vom Aufwachen über die Drive-time und zahlreiche Nebenbei-Situationen drinnen und draußen bis zum Einschlafen.

ANTEIL DER NUTZUNGSSITUATIONEN INDOOR/  
OUTDOOR, 2020



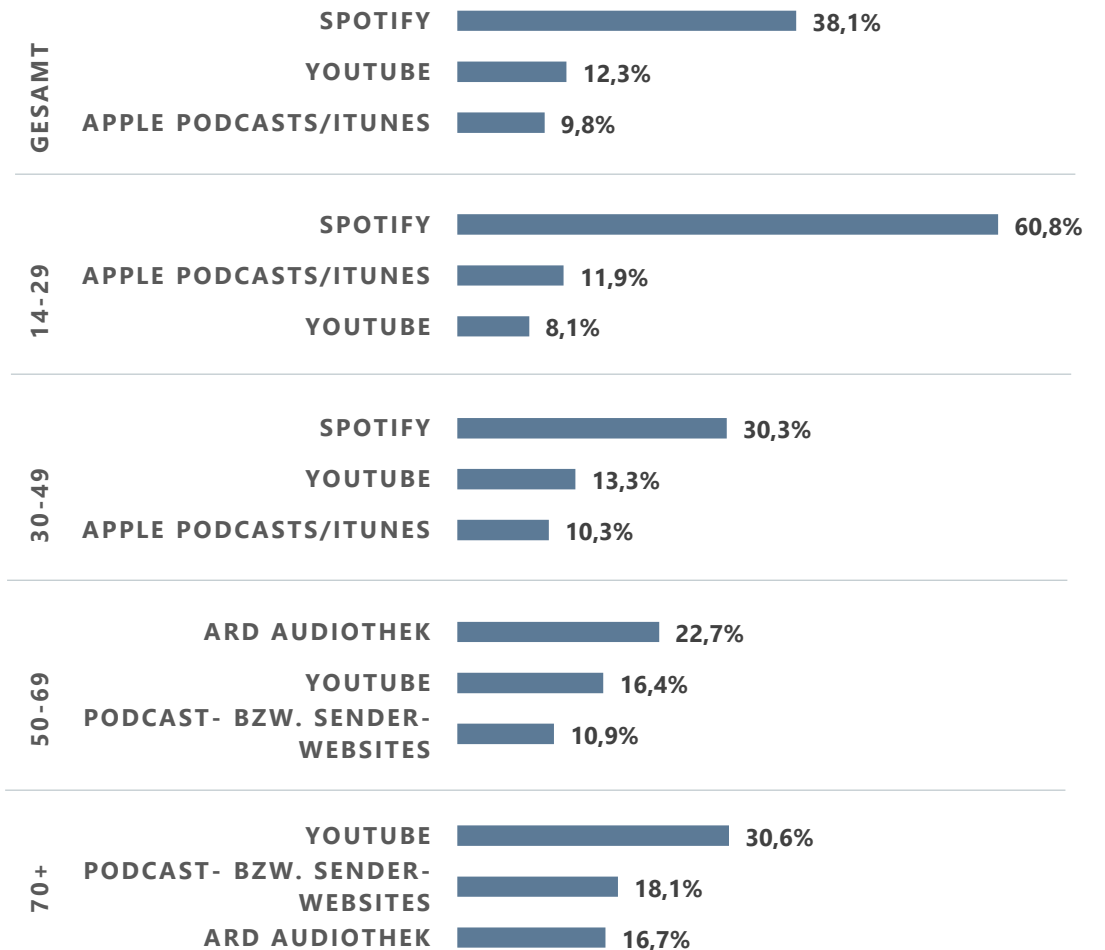
NUTZUNGSSITUATIONEN FÜR PODCASTS, 2020



# MEISTGENUTZTE PLATTFORMEN/APPS

Die starke Stellung von Spotify erklärt sich vor allem durch dessen Bedeutung bei den 14- bis 29-Jährigen – hier ist Spotify mit über 60 Prozent die für Podcasts meistgenutzte Plattform. In der Zielgruppe der 50- bis 69-Jährigen ist die ARD Audiothek meistgenutzt, bei den über-70-Jährigen ist es YouTube, das jedoch auch in allen anderen Altersgruppen eine bedeutsame Plattform ist. Apple Podcasts/iTunes ist eher eine Plattform für Zielgruppen bis 49 Jahre, während Ältere auch häufig die direkten Angebote der Macher bzw. Sender nutzen.

MEISTGENUTZTE PODCAST-PLATTFORMEN UND -APPS NACH ALTERSGRUPPEN, 2020



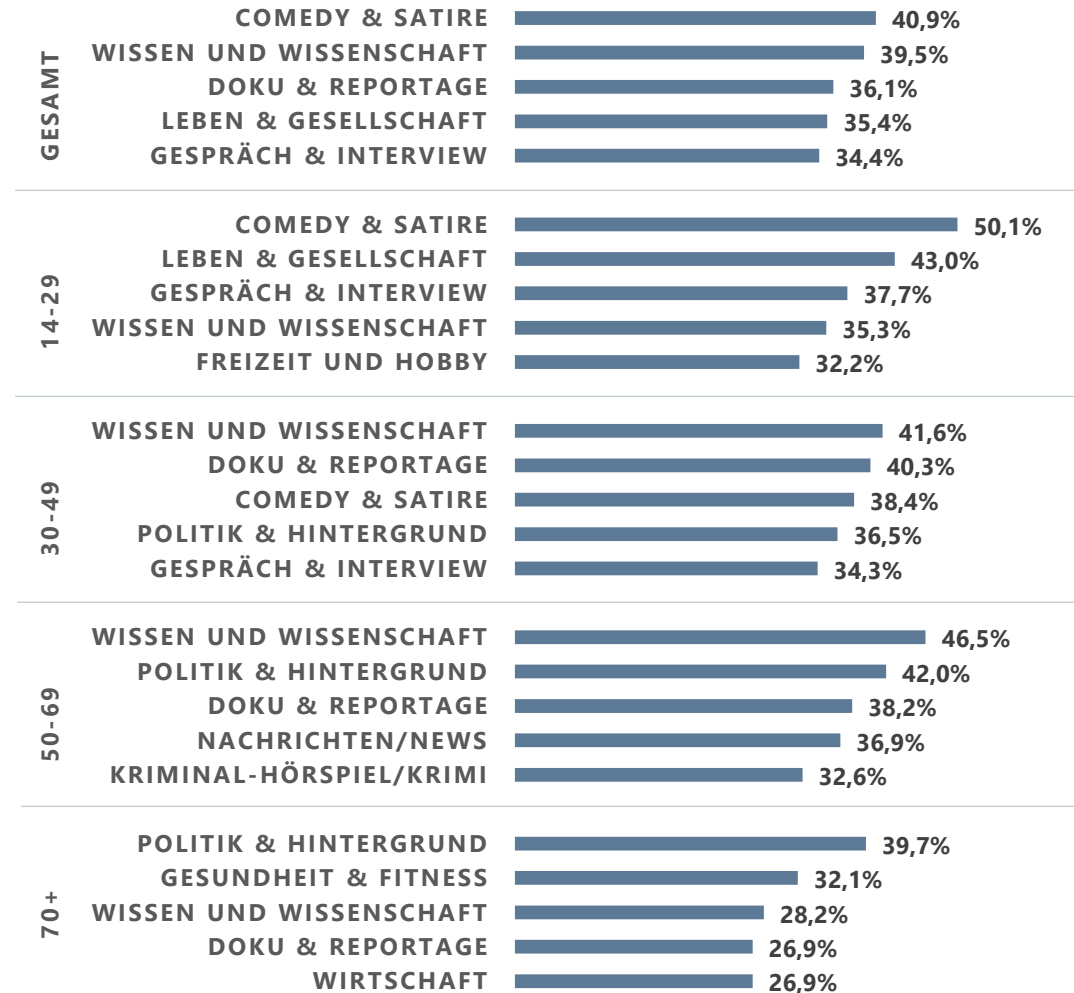


# MEISTGENUTZTE GENRES

Comedy & Satire ist in der Gesamtschau das meistgenutzte Genre, vor allem durch die starke Nutzung bei den 14- bis 29-Jährigen, bei denen die Hälfte der Hörer\*innen am häufigsten unterhaltsame Podcasts hört. Die junge Zielgruppe hört zudem gern Podcasts aus dem Lifestyle-Bereich.

Bei den 30- bis 59-Jährigen sind hingegen Podcasts aus dem Wissen- und Wissenschafts-Genre am beliebtesten, zudem werden Dokumentationen und Reportagen gern gehört. Die Zielgruppe ab 70 bevorzugt vor allem Podcasts aus den Bereichen Politik & Hintergrund sowie Gesundheit & Fitness.

MEISTGENUTZTE PODCAST-GENRES NACH ALTERSGRUPPEN, 2020



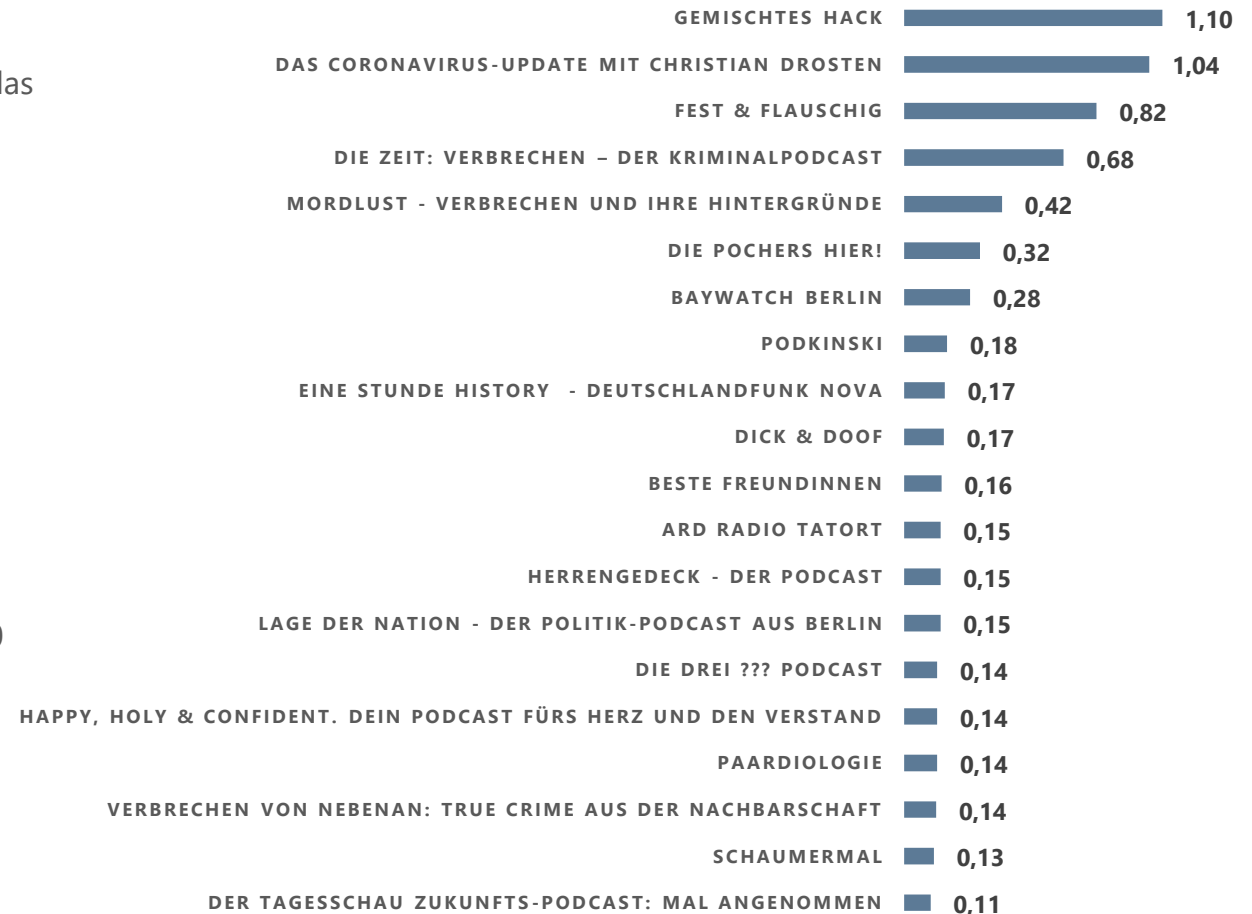
# TOP 20 MEISTGENUTZTE PODCASTS

Die meistgenutzten Podcasts in Deutschland sind das Spotify-Original „Gemischtes Hack“, gefolgt von „Das Coronavirus-Update mit Christian Drosten“ (NDR) sowie „Fest & Flauschig“ (ebenfalls Spotify). Die beiden Top-Podcasts werden von etwas über 10 Prozent aller Podcast-Nutzer\*innen in Deutschland gehört, dies entspricht über 1 Mio. Hörer\*innen.

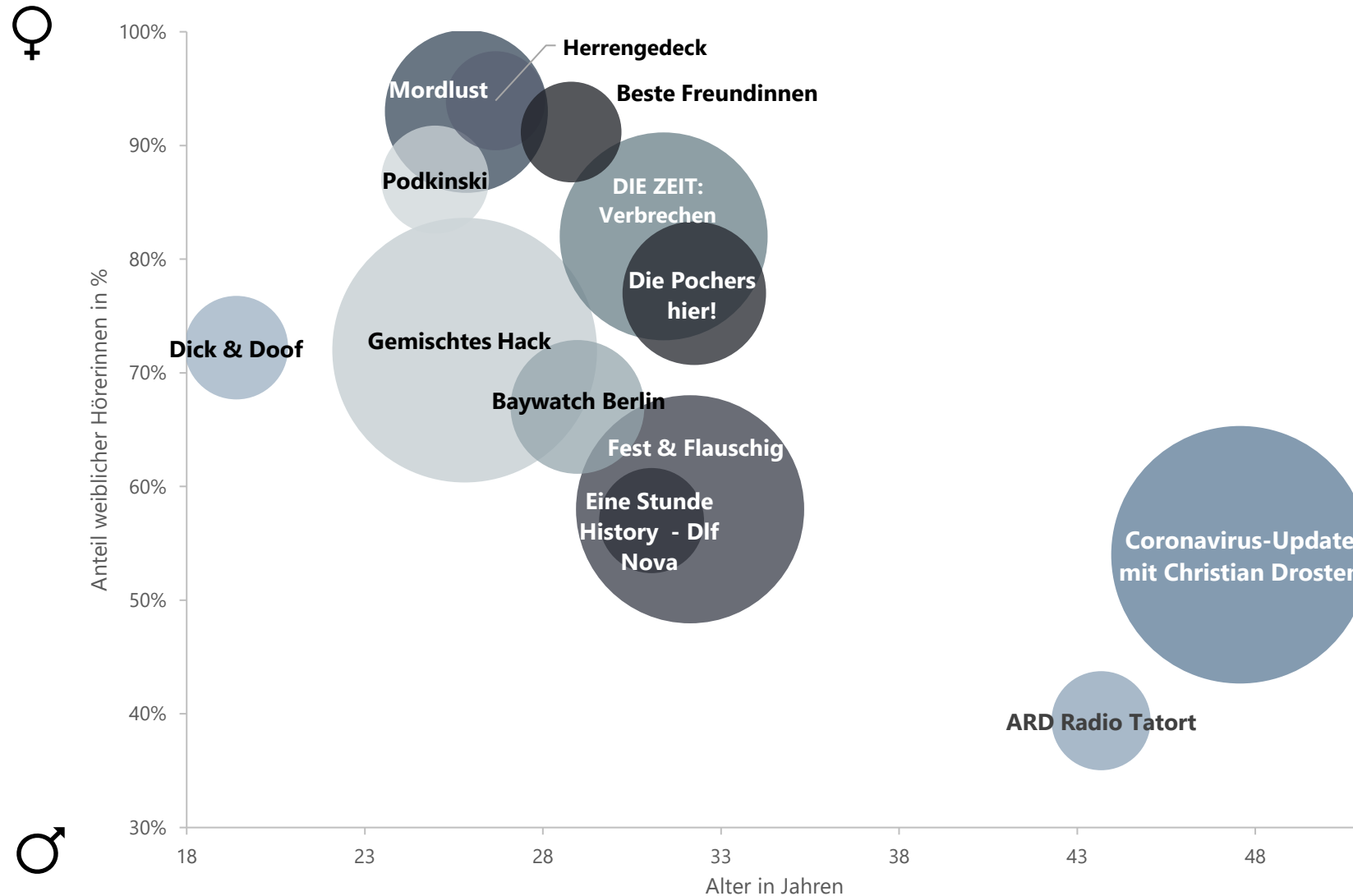
Nach einigen reichweitenstarken Podcasts werden die Hörerzahlen schnell deutlich geringer. Nur 7 Podcasts in Deutschland kommen in der Hochrechnung auf mehr als 200.000 Hörer. Platz 20 hat nur noch ein Zehntel der Hörerschaft des reichweitenstärksten Podcasts.

## TOP 20 MEISTGENUTZTE PODCASTS IN MIO. HÖRERN, JULI 2020

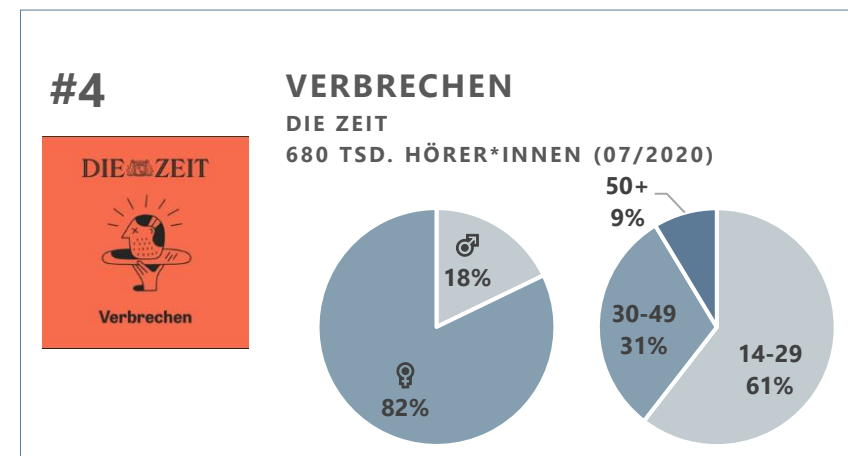
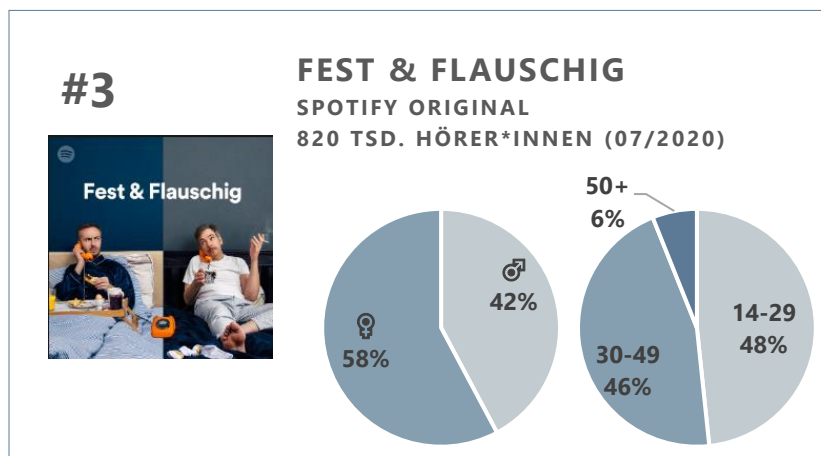
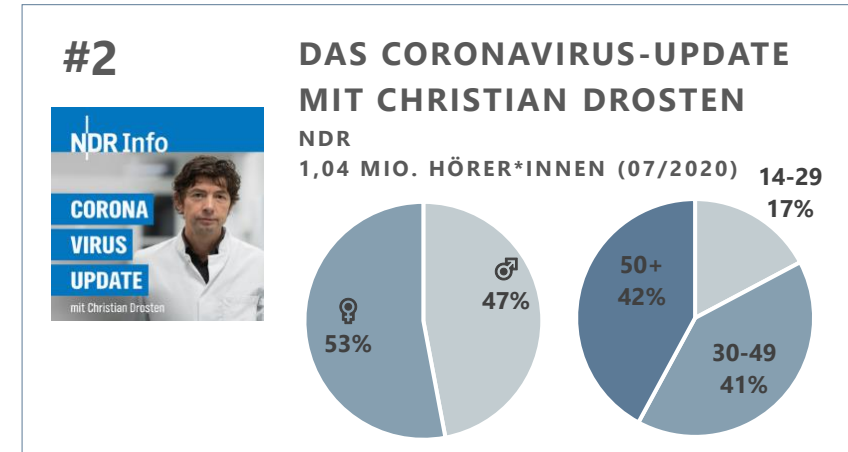
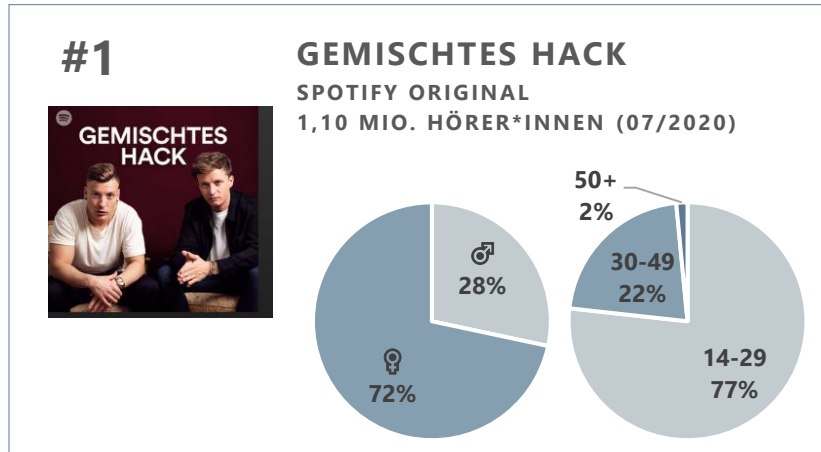
### GESAMT (10,4 MIO. HÖRERINNEN UND HÖRER)



# TOP 15-PODCASTS NACH GESCHLECHT UND DURCHSCHNITTSALTER



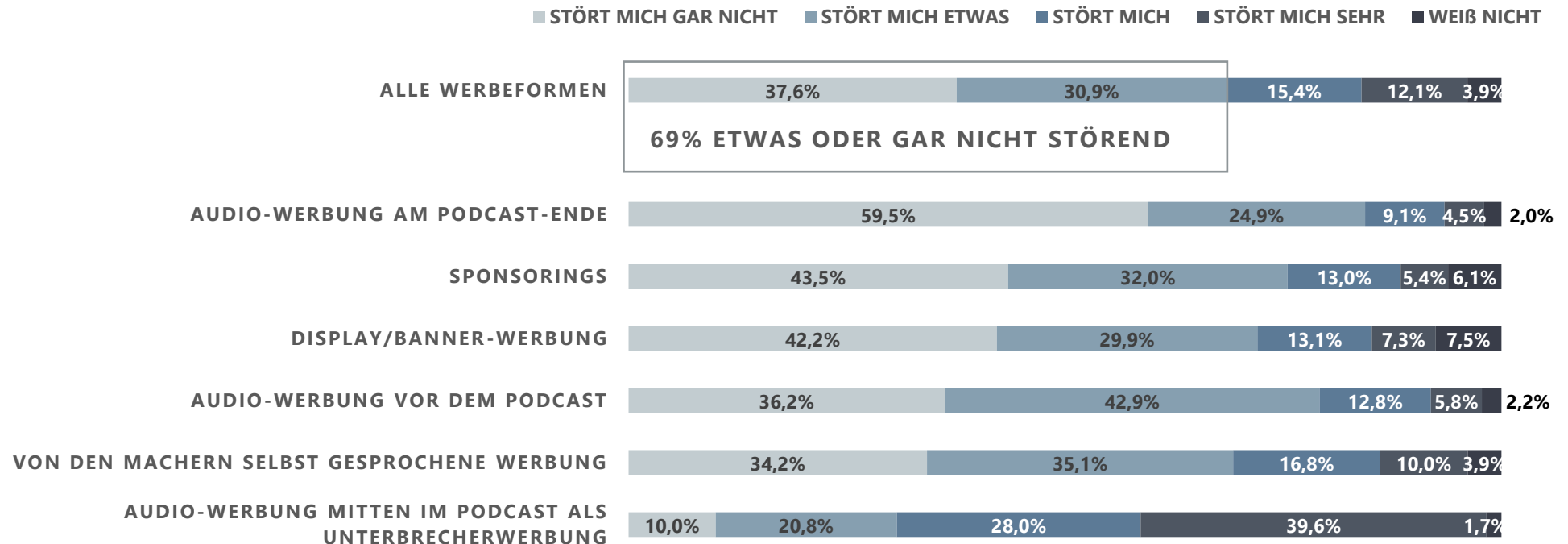
# TOP 4-PODCASTS: ZIELGRUPPEN



# AKZEPTANZ VON PODCAST-WERBUNG

Insgesamt werden die meisten Podcast-Werbeformate vorwiegend nur als „etwas störend“ oder „gar nicht störend“ empfunden, insbesondere gilt dies für Audio-werbung nach oder vor dem Podcast, Sponsorings oder auch Displaywerbung. Ausnahme bildet Unterbrechung im Podcast, von der sich zwei Drittel der Hörer\*innen gestört fühlen. 17,4 Prozent der Podcast-Hörer\*innen nutzen einen Ad Blocker, um Podcast-Werbung zu unterdrücken.

## AKZEPTANZ VERSCHIEDENER PODCAST-WERBEFORMEN, 2020



# METHODE UND VORGEHENSWEISE

# 1

## METHODE

CAWI-Befragung mittels Online Access Panel (gem. ISO 26362). Für Teilnahme über Browser und Mobile optimiert.  
Statistischer Fehler: e=2 %,  
Konfidenzniveau: 99 %

# 3

## GEWICHTUNG

Hochrechnungen gewichtet nach ARD/ZDF-Onlinestudie 2019

# 5

## BEFRAGUNGSDAUER

ca. 15 Minuten

# 2

## STICHPROBE

Geschichtete Stichprobe  
n=13.448 online repräsentativ in Deutschland (quotiert nach Alter, Geschlecht und Wohnort),  
Subsample Podcast-Hörer\*innen  
n= 2.219 (Inzidenz: 16,5 % ungewichtet).

# 4

## GRUNDGESAMTHEIT

Deutschsprachige  
Wohnbevölkerung ab 14 Jahren  
(70,445 Mio. Personen 2019)

# 6

## FELDZEIT

26. Juni bis 07. Juli 2020



# POD RATINGS

## KONTAKT

Goldmedia GmbH Strategy Consulting  
info@Goldmedia.de | www.Goldmedia.com | www.POD-Ratings.com

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin  
Tel: 004930-246 266-0 | Fax: 004930-246 266-66

unterstützt u. a. von:



GOLDMEDIA