Podcasts: längst raus aus der Nische - Ergebnisse aus dem Online-Audio-Monitor 2019

von ***Regina Deck*** *am* ***17. September 2019***

Längst sind Podcasts aus der Nische in den Fokus gerückt – und das nicht nur auf Anbieterseite. Das belegen auch die Zahlen des Online-Audio-Monitors 2019. Bei den Nutzern erfreuen sich Podcasts immer größerer Beliebtheit, seit es zahlreiche Apps ermöglichen, die Audio-Dateien gebündelt, strukturiert und kuratiert bequem über das Smartphone abzurufen.

25 Prozent mehr Podcast-Nutzer – häufige Nutzung wächst am stärksten

16,8 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Deutschland hören zumindest gelegentlich Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf. Damit ist die Anzahl der Podcast-Nutzer innerhalb des letzten Jahres um gut 25 Prozent auf 11,8 Millionen gestiegen. Deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung ist der Anteil der Podcast-Nutzer unter den 14- bis 29-Jährigen mit 29,1 Prozent.

Aber auch die 30- bis 40-Jährigen entdecken Podcasting zunehmend für sich. Diese Altersgruppe zeigt mit 37 Prozent den größten relativen Zuwachs auf aktuell 22,1 Prozent. Einzig die ab 50-Jährigen scheinen noch nicht auf den Zug aufspringen zu wollen. Von ihnen hört noch nicht einmal jeder Zehnte zumindest gelegentlich Podcasts.

Podcasts erscheinen in der Regel als Reihe, die abonniert werden kann. Sie sind also auf regelmäßige Nutzung angelegt. 78 Prozent der Podcast-Nutzer tun dies auch, d.h. sie hören mindestens einmal im Monat Podcasts. Damit beläuft sich die Zahl regelmäßiger Podcast-Hörer ab 14 Jahren mittlerweile auf 9,2 Millionen in Deutschland.

Gut jeder zweite Podcast-Nutzer hört entsprechende Angebote sogar ein- bis mehrmals in der Woche oder sogar täglich. Die Gruppe der wöchentlichen Nutzer ab 14 Jahren umfasst damit bereits 6,2 Millionen. Ihre Zahl ist um 57 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und mehr als doppelt so stark wie die der Podcast-Nutzer insgesamt gestiegen.

3,4 Millionen Podcast-Abonnenten – rund 1 Mio. mehr als im Vorjahr

Motor des Erfolgs ist der Zuwachs an regelmäßigen Podcast-Nutzern bei den 14- bis 29-Jährigen und den 30- bis 49-Jährigen. In beiden Altersgruppen steigt ihre Anzahl binnen eines Jahres um gut eine Million auf jeweils rund 3,7 Mio. monatliche Nutzer. Sowohl anteilig als auch absolut klar in Führung liegen die 14-29-Jährigen allerdings bei abonnierten Podcasts. Gut jeder zweite regelmäßige Podcast-Nutzer in dieser Altersgruppe (52,8 Prozent) macht von der Möglichkeit Gebrauch, über die Verfügbarkeit einer neuen Folge informiert zu werden bzw. diese automatisch herunterzuladen.

Unter den 30- bis 49-Jährigen liegt der Anteil der Podcast-Abonnenten mit 31,3 Prozent bereits unter dem Durchschnitt aller ab 14-jährigen regelmäßigen Podcast-Nutzer. Insgesamt geben 36,5 Prozent an, einen oder mehrere Podcasts abonniert zu haben. In absoluten Zahlen beläuft sich die Zahl der Podcast-Abonnenten auf rund 3,4 Mio. Das sind eine Million mehr als noch im Vorjahr, was einen relativen Zuwachs von 42 Prozent bedeutet.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

In der jungen Zielgruppe führt kein Weg an Spotify & Co. vorbei

Immer größer wird der Anteil derjenigen, der über Streamingdienste wie Spotify oder Deezer auf Podcast-Angebote zugreift. Mit 48,7 Prozent ist es bereits fast die Hälfte der regelmäßigen Podcast-Nutzer.

Auch wenn andere Zugänge zu Podcasts – allen voran YouTube, aber auch die Webseiten, Apps und Audiotheken von Radiosendern und anderen Anbietern – ebenfalls von jeweils einem Drittel oder mehr genutzt werden, sticht die herausragende Rolle der Musikstreaming-Dienste bei den 14- bis 29-Jährigen sofort ins Auge. 70,8 Prozent der regelmäßigen Podcast-Nutzer unter ihnen greifen über Spotify, Deezer & Co. auf Podcasts zu.

Kein Wunder also, dass auch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten ebenso wie private Radiosender, Verlage und Fernsehsender ihre Podcasts mittlerweile fast vollständig auch über die Streamingplattformen anbieten, um von deren Reichweite insbesondere in der jüngeren Zielgruppe zu profitieren.

Jeder will vom Wachstumsmarkt profitieren

Die Nutzung von Podcasts nimmt derzeit rasant an Fahrt auf. Damit steigen auch die Aussichten auf gute Geschäfte seitens der Anbieter. Für die Musikstreamingplattformen, aber auch für Amazons Audible sind Podcasts mittlerweile zu einem Wettbewerbsfaktor geworden. Um sich einen USP zu verschaffen, nehmen sie erfolgreiche oder erfolgversprechende Podcaster exklusiv unter Vertrag und produzieren eigene Reihen.

So sind zum Beispiel seit letzter Woche mit *Gemischtes Hack* und *Herrengedeck* zwei der erfolgreichsten Podcasts in Deutschland nur noch über Spotify zu hören. Damit erweitert Spotify sein Exklusivangebot um zwei weitere Top-Titel. Da erscheint es geradezu als logische Konsequenz, dass Apple als letzter der großen Tech-Konzerne Mitte Juli angekündigt hat, sich mit eigenen und exklusiven Podcasts in diesem Wachstumsmarkt zu positionieren.

Weitere Details zur Nutzung von Podcasts sowie den vollständigen Bericht zum Online-Audio-Monitor 2019 finden Sie hier.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien