

# **Der/die Hörer[in], das unbekannte Wesen?**

WAS WIR ÜBER PODCASTNUTZUNG WISSEN

# Recap #ppw15a

- Podcasting als »Netz-Medium« kaum adressiert → das vergessene Medium?
- wenige (aktuelle) Studien zur Nutzung von Podcasts

# WAS GEHT BEI DER PODCASTNUTZUNG?



# ARD/ZDF-Onlinestudie: Seltene Nutzung

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nettowert Audio inkl. Radio live	44	44	43	51	52	51	51	54	54	60
<i>davon</i>										
Musikdateien aus dem Internet	-	-	27	27	26	24	24	29	28	31
Radioprogramme live im Internet	24	22	23	25	27	27	27	28	28	28
Musik-Streamingdienste	-	-	-	-	-	-	-	7	11	15
Audios von Radiosendungen zeitversetzt	13	11	9	11	9	10	12	12	12	15
Audio-Podcasts aus dem Internet*	7	8	4	6	4	4	4	5	7	13
Musikportale	-	-	-	5	7	7	7	7	8	10
andere Audiodateien	-	-	17	12	9	10	13	12	14	15

\* Geänderte Abfrage: 2015 ohne den Zusatz "die sie abonniert haben".

Basis: Bis 2009: Deutsche Onlinenutzer ab 14 Jahren (2006: n=1 084; 2007: n=1 142; 2008: n=1 186; 2009: n=1 212).

Ab 2010: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2010: n=1 252; 2011: n=1 319; 2012: n= 1 366; 2013: n=1 389; 2014: n=1 434; 2015: n=1 432).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2006 bis 2015.

# Edison Research 2015: Letzter Monat

% Who Have Listened to a Podcast in the Last Month



% listened to a podcast in the last month

Base: U.S. Population 12+



Vergleich zu D: »seltene Nutzung« bei 13%

# ARD/ZDF-OS: Wöchentliche Nutzung

	ab 14 J.				14-29J.			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Nettowert Audio inkl. Radio live	27	29	30	33	53	60	57	59
<i>davon:</i>								
Musikdateien aus dem Internet	12	14	13	13	29	33	34	29
Radioprogramme live im Internet	10	13	12	11	12	22	16	12
Musik-Streamingdienste	-	5	6	11	-	11	18	29
Audios von Radiosendungen zeitversetzt	3	2	3	4	2	2	4	4
Audio-Podcasts aus dem Internet*	2	2	4	5	2	5	10	9
Musikportale	3	2	3	4	4	4	9	7
andere Audiodateien aus dem Internet	4	5	4	6	8	12	10	14

\*Geänderte Abfrage: 2015 ohne den Zusatz "die sie abonniert haben".

Basis: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (2015: n=1 432).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2012-2015.

# Edison Research 2015: Letzte Woche

% Who Have Listened to a Podcast in the Last Week



% listened to a podcast in the last week

Base: U.S. Population 12+



Vergleich zu D: »wöchentliche Nutzung« bei 5%

# ARD/ZDF-OS: Tägliche Nutzung

	ab 14 J.		14-29 J.	
	2014	2015	2014	2015
Audio netto inkl. Radio live	8	13	24	35
davon:				
Musikdateien aus dem Internet	3	4	11	13
Radioprogramme live im Internet	2	4	3	4
Musik-Streamingdienste	2	4	9	15
Audios von Radiosendungen zeitversetzt	0	0	1	0
Audio-Podcasts aus dem Internet*	1	2	3	5
Musikportale	1	1	3	2
andere Audiodateien	1	2	4	6

\* Geänderte Abfrage: 2015 ohne den Zusatz "die sie abonniert haben".

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2014: n=1 814; 2015: n=1 800).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 und 2015.

**1,3 Millionen Menschen**



# ARD/ZDF-OS: Podcast-Abos

Podcast-Abonnements der Onliner 2015  
in %

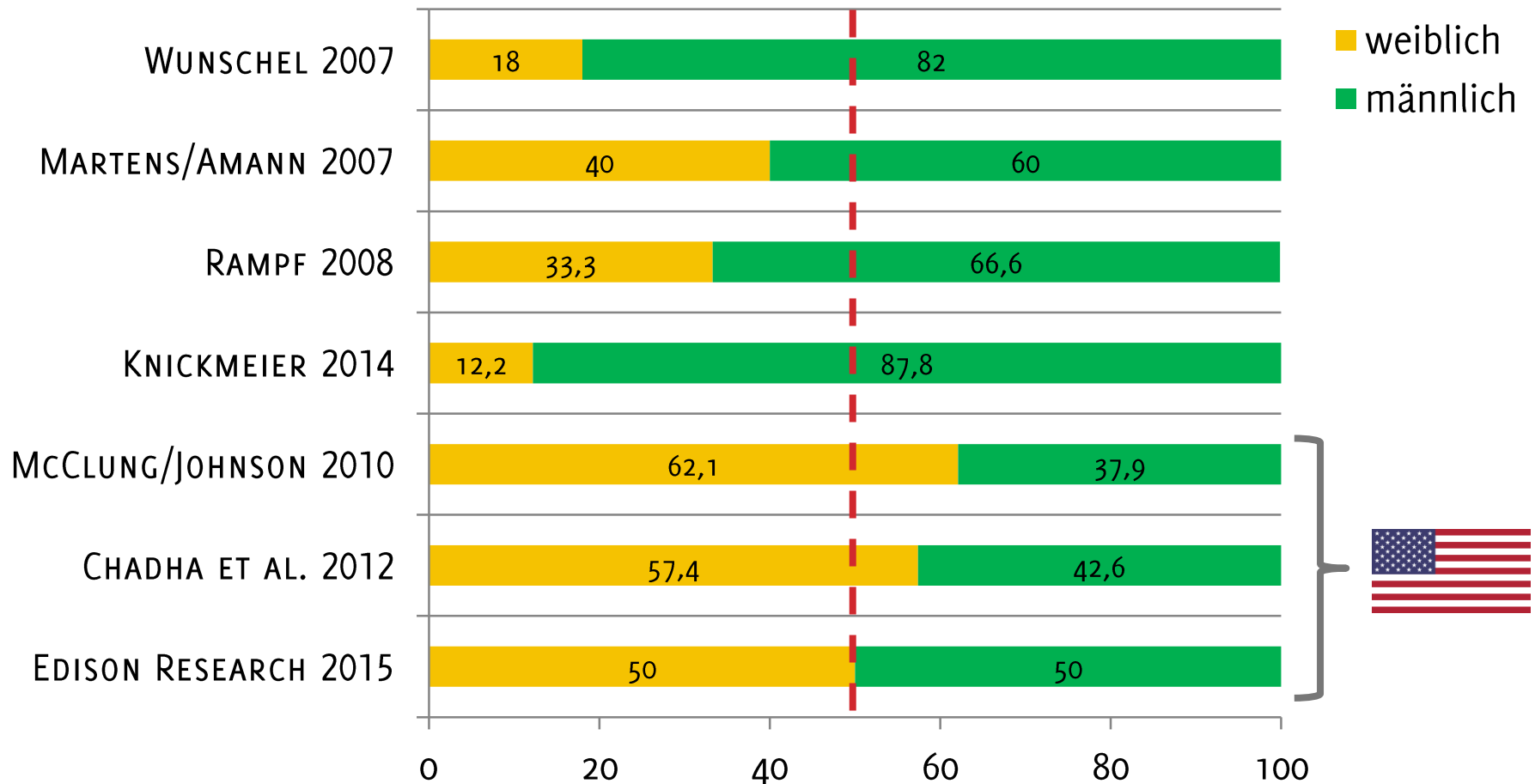
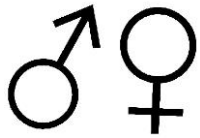
[Drucken](#)

	ab 14 J.	14-29 J.
zumindest seltene Nutzung von Audio-Podcasts	13	20
davon		
abonniert	2	2
nicht abonniert	10	16
teils/teils	1	2

Basis: Deutschspr. Onlinenutzer ab 14 Jahren (n=1 432).

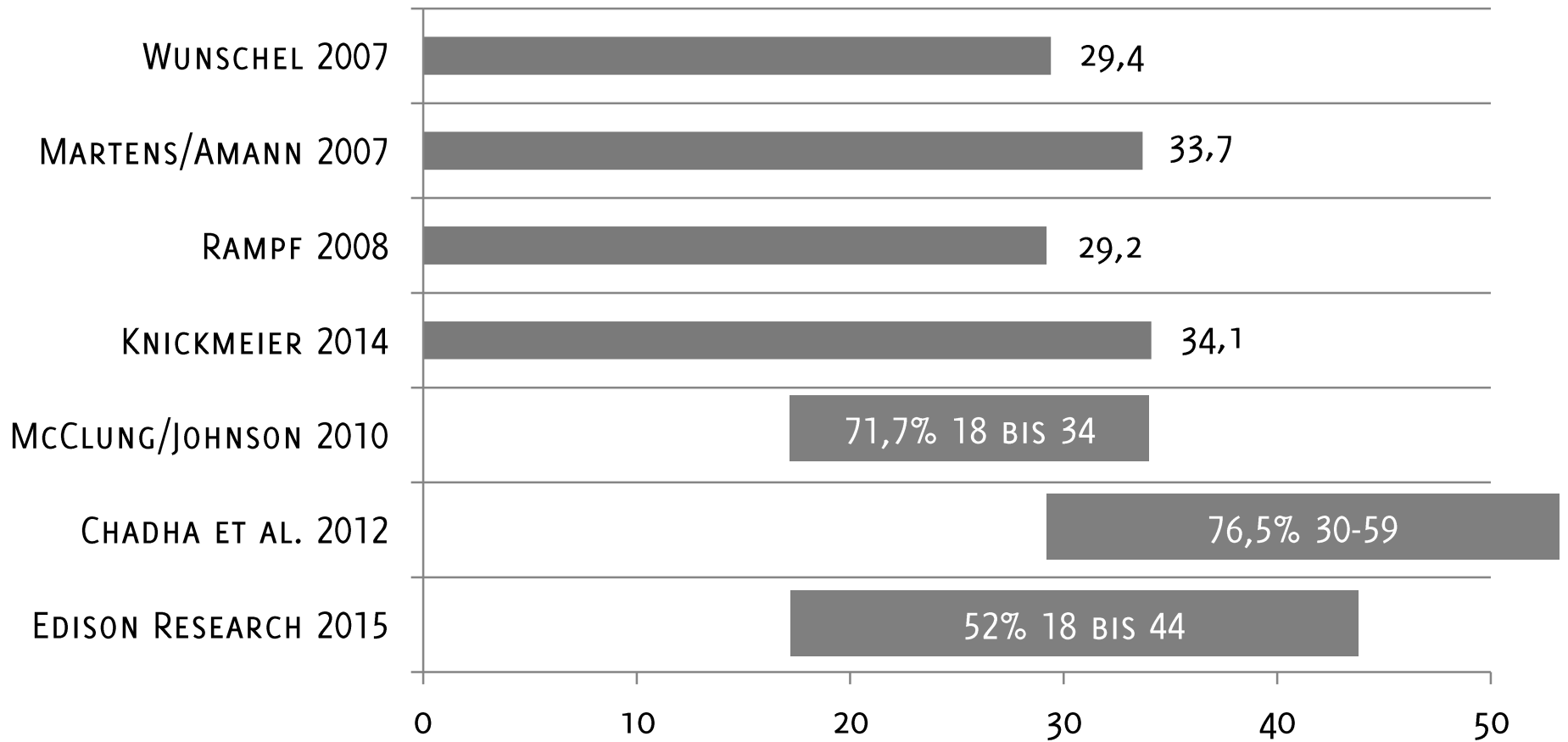
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015.





Weitere U.S.-Studien [2006-2009]: Geschlechterverteilung meistens Zwei-zu-Eins

# Altersschnitt



# Sozioökonomie

## Hohe Bildung

83% Abi bzw. Hochschule  
 45% Hochschulabschluss  
 45,5% mind. Hochschulabschluss

RAMPF 2008  
 WUNSCHEL 2007  
 KNICKMEIER 2014

73,8% College und höher  
 35,7% mind. four-year college degree  
 56% mind. four-year college degree

MCCLUNG/JOHNSON 2010  
 CHADHA ET AL. 2012  
 EDISON RESEARCH 2015

## Einkommen

bis 2.000,- EUR monatlich (61%)  
 ø 1.474 EUR monatlich

RAMPF 2008  
 WUNSCHEL 2007

Fünftel: über 100.000 \$ jährlich  
 Über die Hälfte: \$70.000+ jährlich  
 36%: \$75.000+ jährlich

MCCLUNG/JOHNSON 2010  
 CHADHA ET AL. 2012  
 EDISON RESARCH 2015

Ledig (ca. 40 % Single); Hälfte bis zwei Drittel berufstätig (Branchen: IT/Medien/Werbung/ öffentl. Dienst), 30 bis 40% in Ausbildung [WUNSCHEL 2007; RAMPF 2008]

Bei U.S.-Studien: 72,2 bis 79,3% ›White‹ [CHADHA ET AL. 2012; MCCLUNG/JOHNSON 2010]

*»highly educated, economically stable, heavily male, and surrounded by technology on a daily basis. [...] race, gender, and income are strong demographic predictors of podcast use.«*

CHADHA ET AL. [2012: 390/397]



Podcasts oh yeah

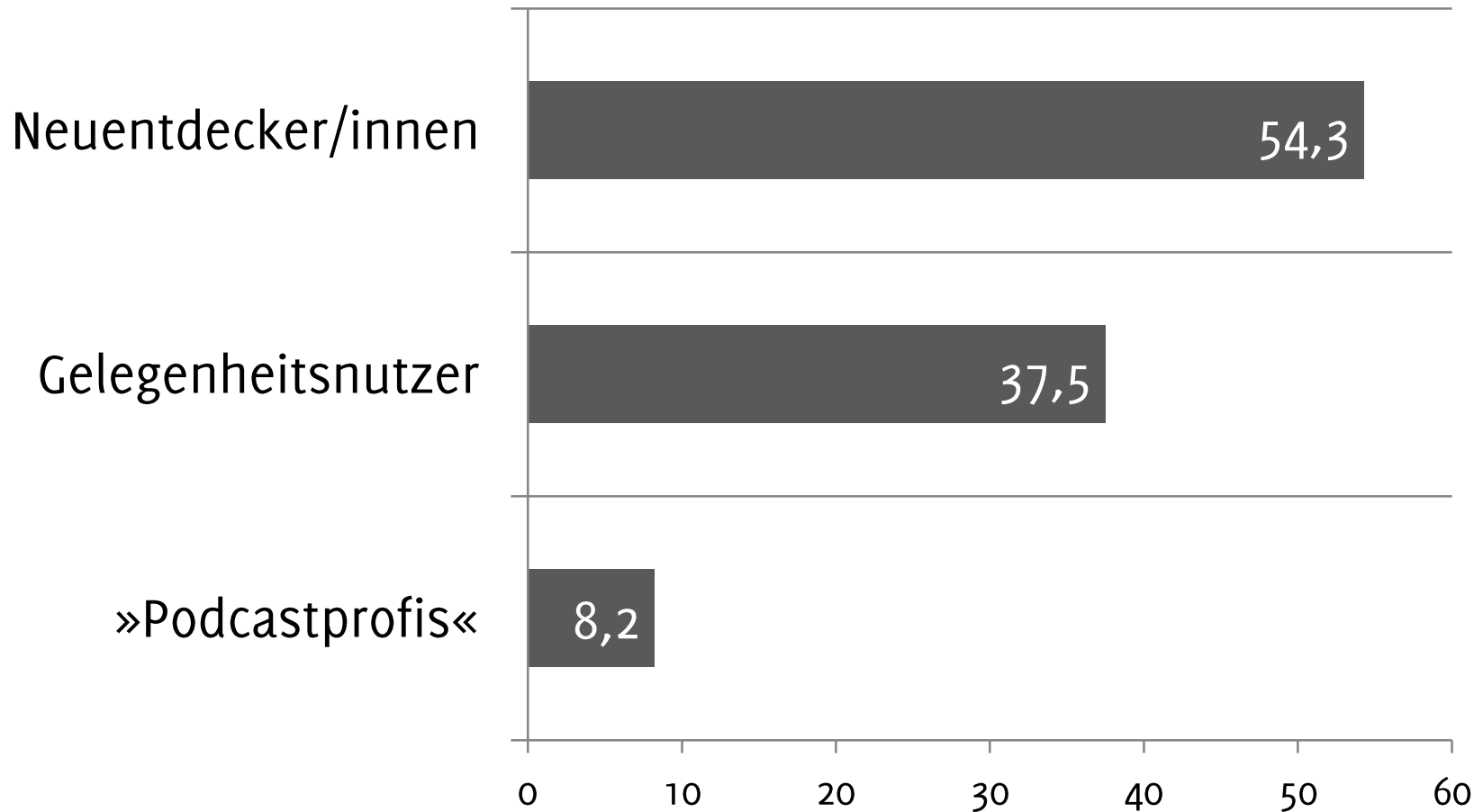
FOX41  
WDRB

# Prototyp: ›Early Adopter‹

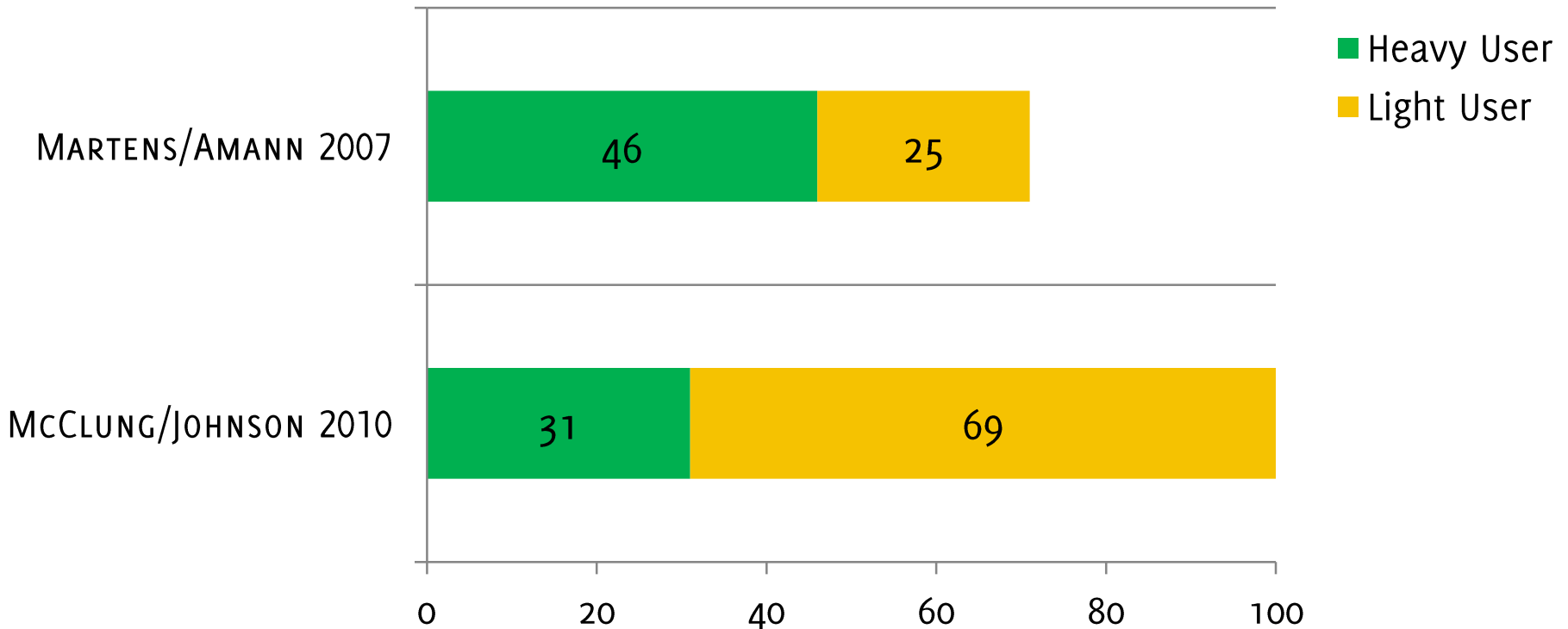
- ausgeprägte Internetnutzung, Technikaffinität, frühe Aneignung neuer (Medien-)Technologien; hohes Bedürfnis nach und Weitergabe von Informationen [RAMPF 2008]
- ›Zielstrebige Trendsetter‹, ›Junge Wilde‹ und ›Berufsorientierte‹ [OEHMICHEN/SCHRÖTER 2009]
- Sehr aktiv in sozialen Medien; tendieren dazu, digitale Medien im Auto zu nutzen [EDISON RESEARCH 2015]



# Nutzer/in $\neq$ Nutzer/in



# Nutzer/in $\neq$ Nutzer/in

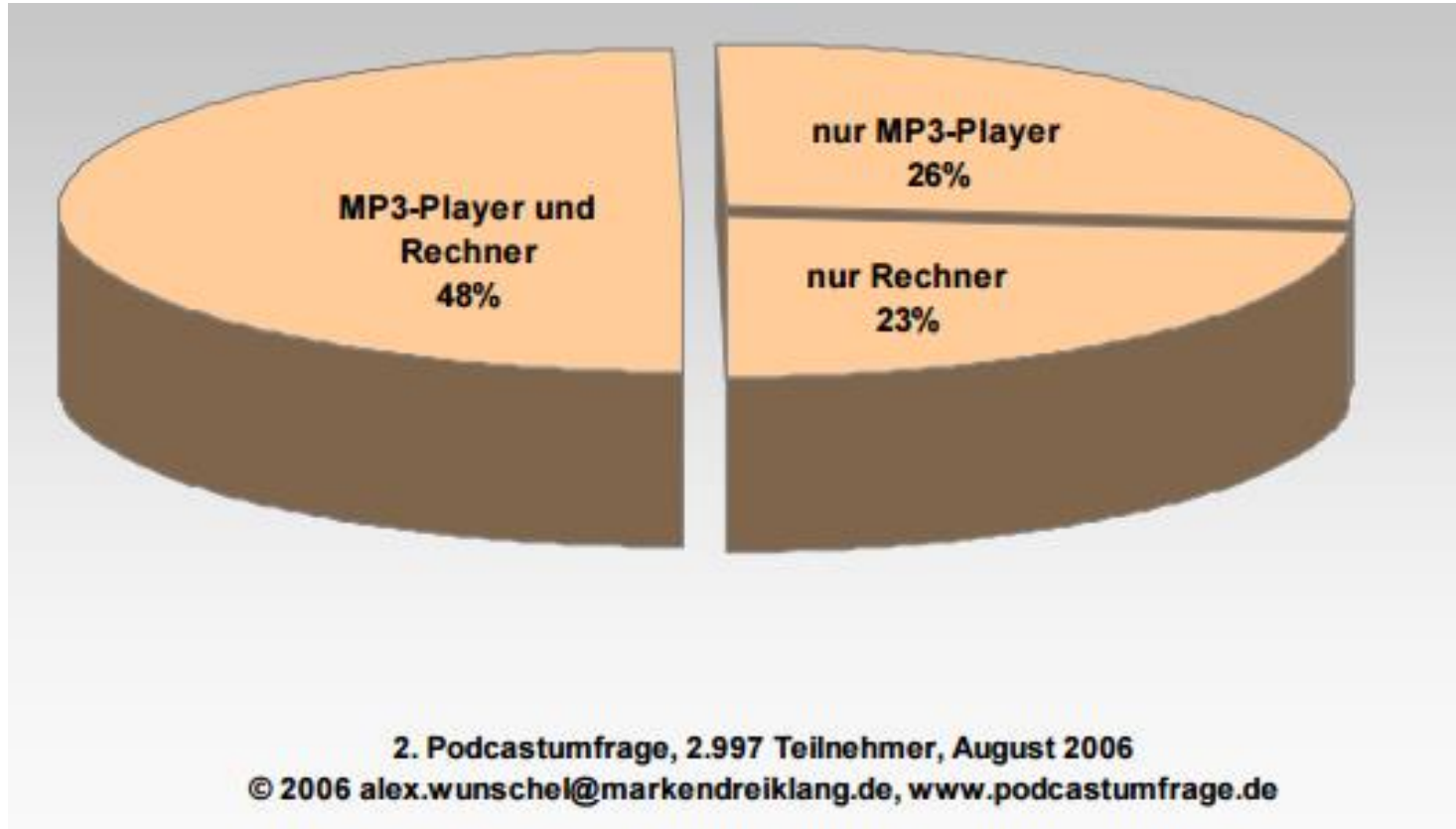


›**Light User**‹: nutzen und abonnieren Podcasts seltener (40% wöchentlich, 36% ein bis mehrmals monatlich), und hören sie weniger auch tatsächlich an; ein Drittel sucht nicht aktiv nach Podcasts [MARTENS/AMANN 2007]

›**Heavy User**‹: hohe Nutzungshäufigkeit (58% täglich, 42% mehrmals pro Woche, akzeptieren längere Formate [MARTENS/AMANN 2007]



# Nutzungskontext

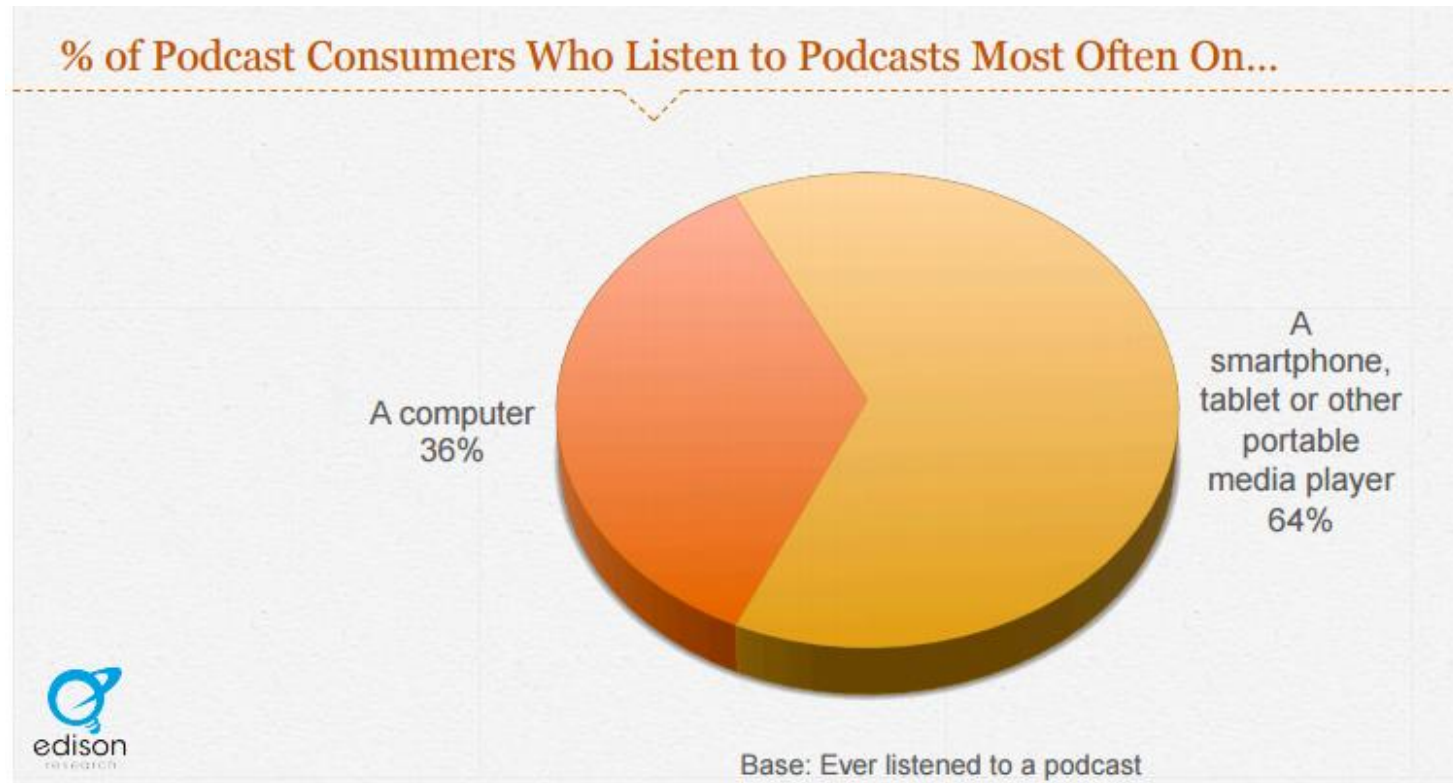


**Wo?** Schreibtisch (78%), Weg zur Arbeit (76%), in öffentlichen Verkehrsmitteln (61%), im Bett (47%) oder im Auto (42%)



# Nutzungskontext

- 68,9% nutzen Podcasts auf tragbaren Geräten [McCLUNG & JOHNSON 2010]

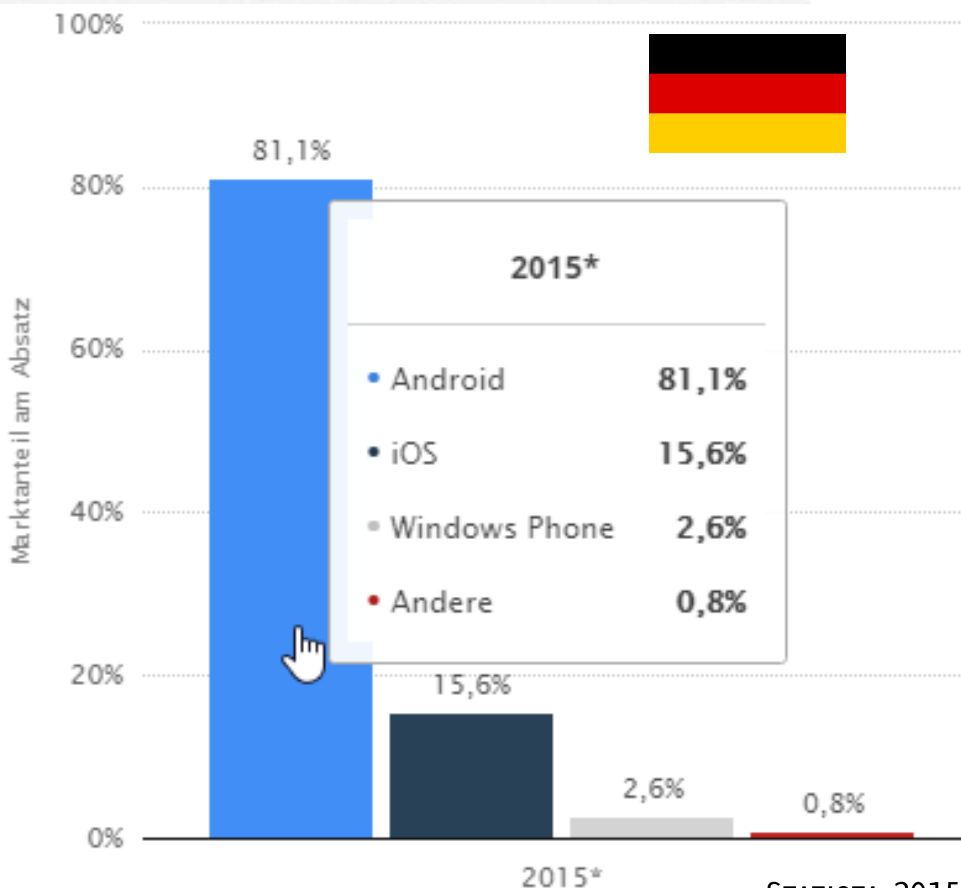
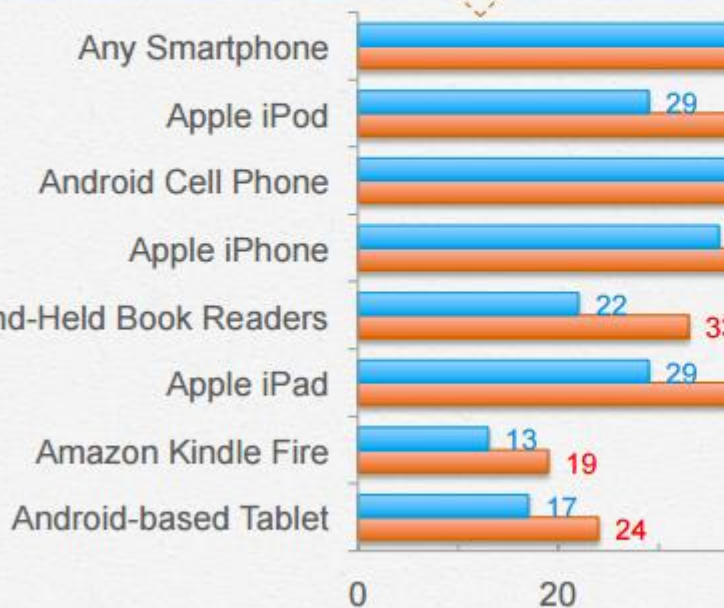


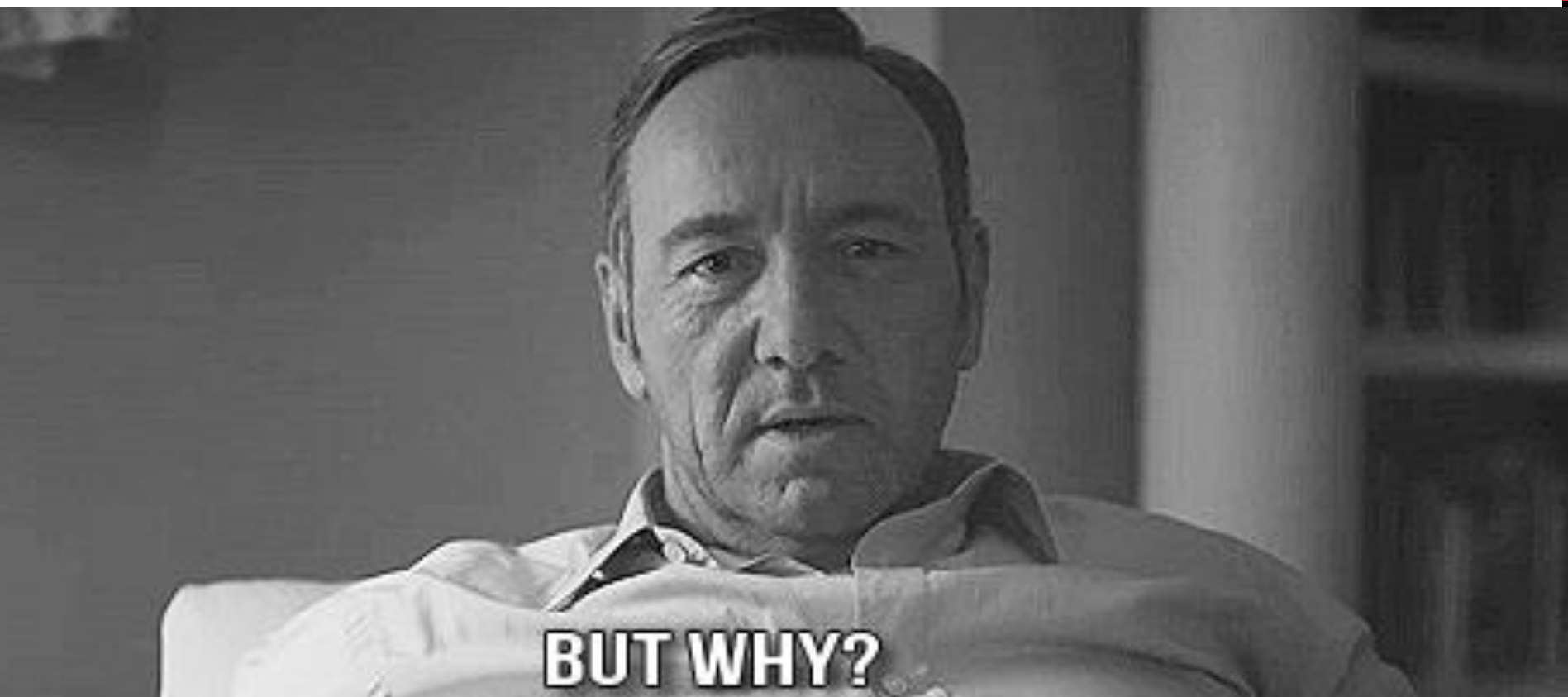
# Gerätevergleich

Podcast Consumers Index Higher for Apple Products Than Android-based Products



*"Do you currently own...?"*





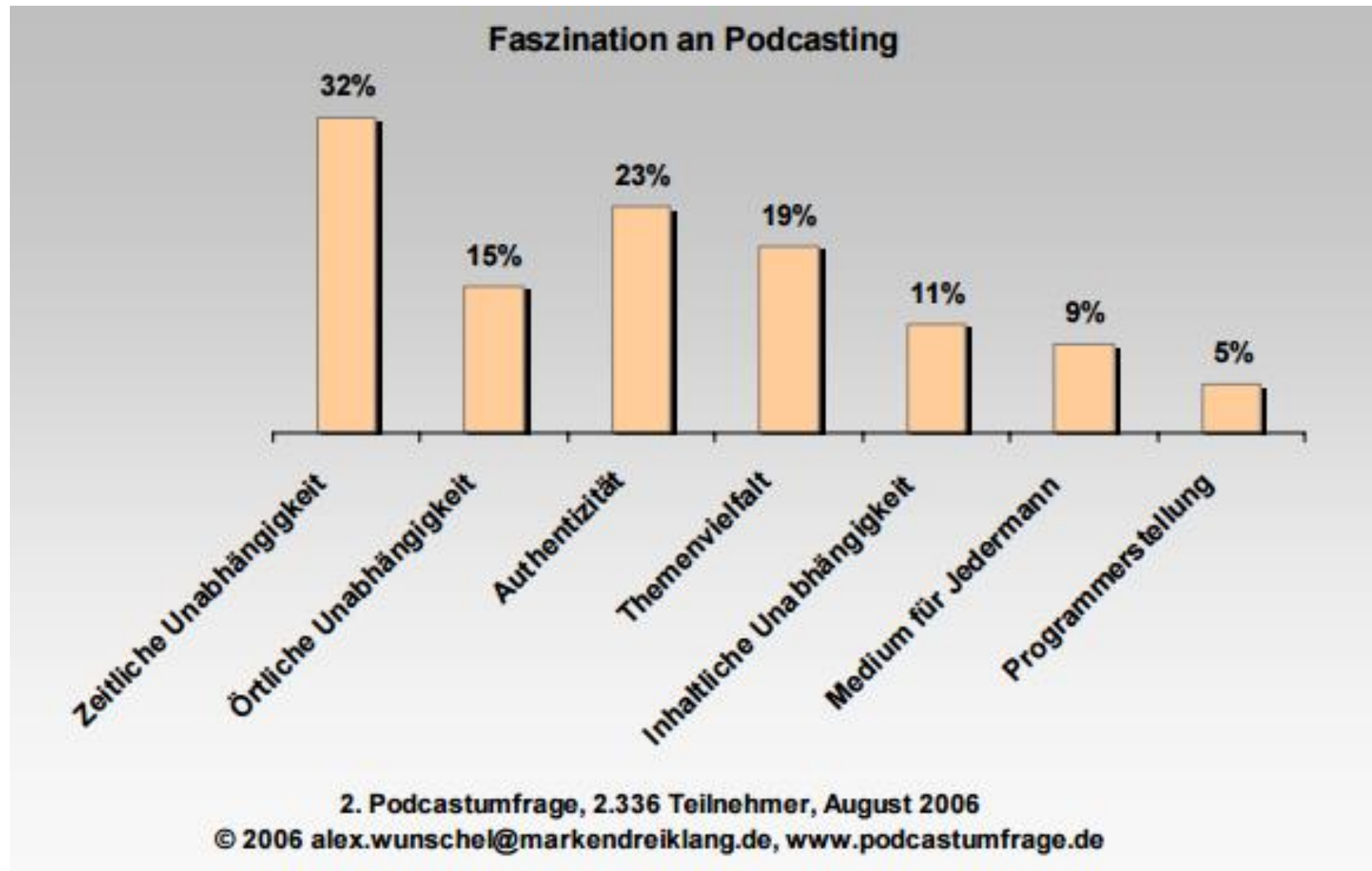


# Nutzungsmotive





# Nutzungsmotive



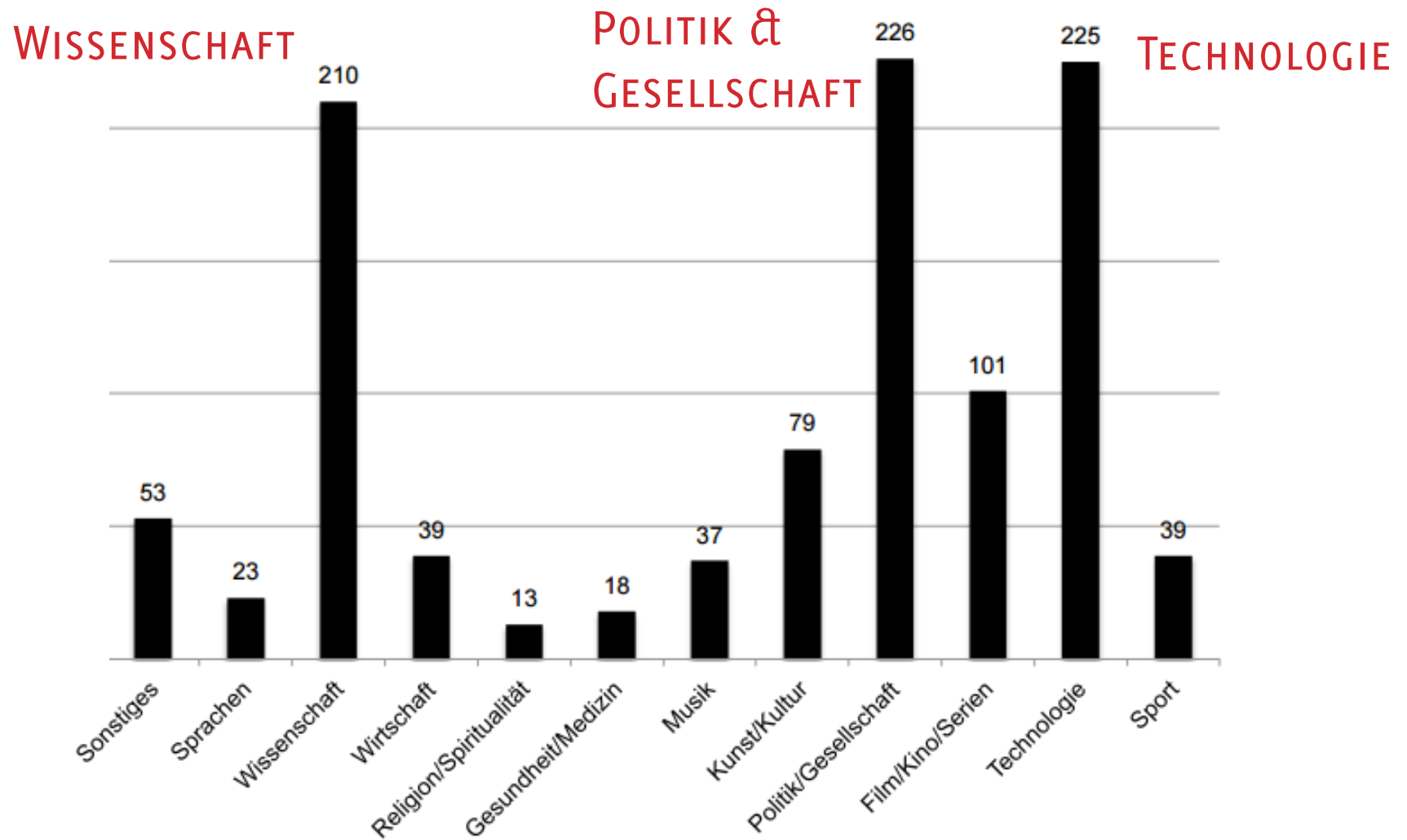




# Nutzungsmotive

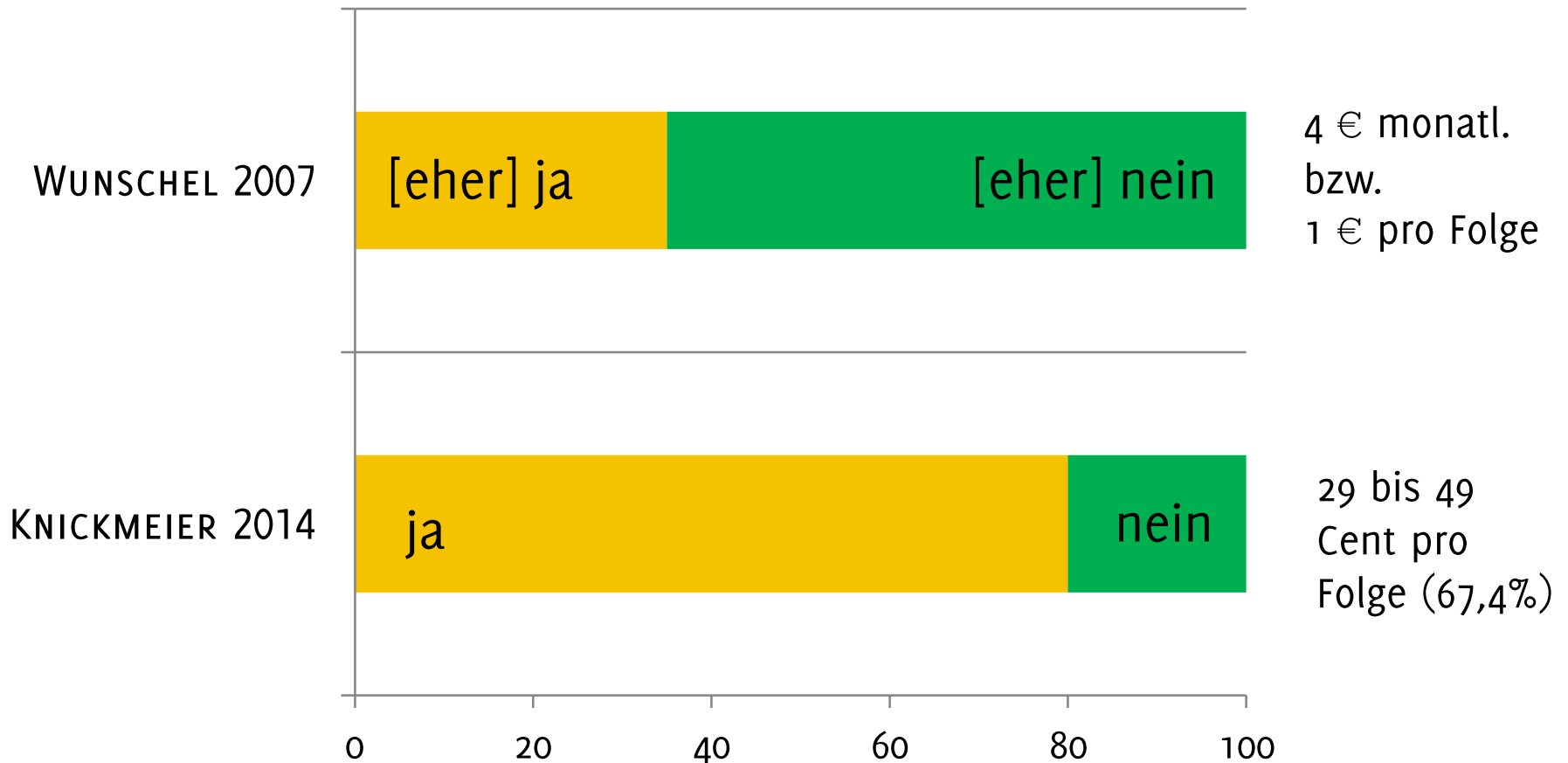
- *Entertainment*: Spaß, Freude
- *Timeshifting*: Nutzungssouveränität
- *Library Building*: persönliche Archive
- *Social Aspects*: Austausch on/offline, mit Freunden und anderen Fans (wichtig!)

# Themen





# Zahlungsbereitschaft



# Werbung: könnte man machen



KNICKMEIER 2014: 30% Werbung als Finanzierungsformat okay

»Podcastangebote setzen an offen  
gebliebenen Bedürfnissen bisheriger  
Audioangebote an [...]: Speichermedien [...]  
**nehmen den Inhalten ihre ›Flüchtigkeit‹, die**  
Möglichkeit der gezielten Angebotsauswahl  
**eröffnet neue Freiheiten. ...**

»Der Zugang zu Podcastangeboten [...], die Vorselektion der Inhalte und deren Katalogisierung werden als **sehr komplex** und damit als **potenziell überfordernd** erlebt. [...] **Auswahlhilfen** können hier Entlastung bieten. Das Abonnement ist derzeit nur bei Intensivnutzern eine Methode der Wahl. Die meisten Nutzer schrecken jedoch vor der **technischen Hürde** zurück.«

OEHMICHEN/SCHRÖTER [2009: 17f.]

# Merci.

 Angehefteter Tweet



**Nele Heise** @neleheise · 1. März

You read/wrote book chapters, research reports etc. about podcasting? Add them to this reference list (via comment):  
[docs.google.com/document/d/1PC...](https://docs.google.com/document/d/1PC...)

Audience?" Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users. *Journal of Radio Studies*, 14(2), pp. 92-101. <http://dx.doi.org/10.1080/10955040701583171>.

- Ang, J. (2011). Innovating communication at Microsoft Services with video podcasts. *Strategic Communication Management*, 15 (7), pp. 18-21.
- Bauer, W. I. (2010). Your Personal Learning Network: Professional Development on Demand. *Music Educators Journal*, 97(2), pp. 37-42.
- Berry, R. (2006). Will the iPod kill the Radio star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 12(2), pp. 143-162.
- Birch, H.; Weitkamp, E. (2010). Podologues: conversations created by science podcasts. *New media & society*.

 @neleheise



# Quellen

CHADHA, M., A. AVILA, & H. GIL DE ZÚÑIGA (2012). Listening In: Building a Profile of Podcast Users and Analyzing Their Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics* 9(4), 388-401.

EDISON RESEARCH (2015). *The Podcast Consumer 2015*. <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2015/06/The-Podcast-Consumer-2015-Final.pdf> (13.11.2015).

MARTENS, D., & R. AMANN (2007). Podcast: Wear-out oder Habitualisierung? Paneluntersuchung zur Podcastnutzung. *Media Perspektiven* 11, 538-551.

KNICKMEIER, A. (2014). *Podcasting in Deutschland – Bürgerfunk 2.0?*. Vortrag auf dem 6. Podlove Podcaster Workshop am 22. November in Berlin: <http://podcasting2014.de/wp-content/uploads/2014/12/140929-Vortrag-Podcast-Berlin-final.pdf> (12.11.2015).

KOCH, W, & C. SCHRÖTER (2015). Audio, Musik und Radio bei Onlinern im Aufwind. *Media Perspektiven* 9, 392-396. [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie\\_2015/0915\\_Koch\\_Schroeter.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2015/0915_Koch_Schroeter.pdf) (12.11.2015).

MARTENS, D., & R. AMANN (2007). Podcast: Wear-out oder Habitualisierung? Paneluntersuchung zur Podcastnutzung. *Media Perspektiven* 11, 538-551. <http://www.media-perspektiven.de/publikationen/fachzeitschrift/2007/artikel/podcast-wear-out-oder-habitualisierung/> (13.11.2015).

OEHMICHEN, E., & E. SCHRÖTER (2009). Podcast und Radio: Wege zu einer neuen Audiokultur? Befunde zur Akzeptanz und Nutzung von Audio-on-Demand und Podcast 2008. *Media Perspektiven* 1(2009), 9-19. <http://www.media-perspektiven.de/publikationen/fachzeitschrift/2009/artikel/podcast-und-radio-wege-zu-einer-neuen-audiokultur/> (13.11.2015).

PEW RESEARCH CENTER (2015). Podcasting Fact Sheet. Published on April 29. <http://www.journalism.org/2015/04/29/podcasting-fact-sheet/> (26.10.2015).

RAMPF, B. (2008). *Podcastnutzer – Gemeinsamkeiten und Unterschiede: Darstellung des deutschen Podcastangebotes und eine Typologisierung seiner Nutzer*. München: Fischer.

WUNSCHER, A. (2007). *Die deutschen Podcast-Hörer*. [http://www.pimpyourbrain.de/downloads/Zweite\\_Podcastumfrage\\_Ergebnisband.pdf](http://www.pimpyourbrain.de/downloads/Zweite_Podcastumfrage_Ergebnisband.pdf) (13.11.2015).

STATISTA STUDIE: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/182363/umfrage/prognostizierte-marktanteile-bei-smartphone-betriebssystemen/>

FLAGGE DEUTSCHLAND: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag\\_of\\_Germany.svg#/media/File:Flag\\_of\\_Germany.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag_of_Germany.svg#/media/File:Flag_of_Germany.svg)

FLAGGE U.S.A.: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag\\_of\\_the\\_United\\_States.svg#/media/File:Flag\\_of\\_the\\_United\\_States.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Flag_of_the_United_States.svg#/media/File:Flag_of_the_United_States.svg)