

Podcasts: Knapp 2 Milliarden regelmäßige Hörer bis 2023

Altman Solon Studie zeigt die wachsende Bedeutung der Podcast-Industrie für Werbetreibende, Verlage und Medienunternehmen weltweit

München, 19. April 2021 – Podcasts haben in den vergangenen Jahren verstärkt das Interesse von Nutzern, Werbetreibenden, Verlagen und Medienunternehmen auf sich gezogen. So sind die Podcast-Werbeinnahmen weltweit von 2016 bis 2019 um knapp 67 Prozent angestiegen. Bis 2023 rechnet die Branche mit zwei Milliarden regelmäßigen Hörern und einem Anzeigenvolumen von rund vier Milliarden US-Dollar. Das ergab die Studie „Podcasting Industry Perspectives“ von [Altman Solon](#), der weltweit größten Strategieberatung für Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT).

Neben der Werbung sind (Premium-)Abonnements die wichtigste Einnahmequelle. Reichweite und Werbemaßnahmen sind allerdings stark auf die Top 15 Prozent der Podcasts konzentriert. Daher laufen kleinere Anbieter Gefahr, von den großen Playern verdrängt zu werden.

Die TKPs für Podcasts liegen tendenziell höher als die anderer Medien – einschließlich TV, Radio oder Social. In Deutschland liegen diese durchschnittlich zwischen 55 (30 Sekunden) und 80 Euro (60 Sekunden), in den USA im Vergleich durchschnittlich zwischen 16 und 25 US-Dollar. Insbesondere Personalisierungsoptionen sowie die insgesamt wachsende Beliebtheit und vergleichbar niedrigen Eintrittshürden z.B. für Verlage machen Podcasts zu einem vielversprechenden Medium.

„Der Podcast-Markt ist hart umkämpft, denn mit steigenden Hörerzahlen und Umsätzen wächst auch der Wettbewerb unter den Anbietern. Nicht nur globale Streaming-Plattformen wie Spotify, Apple und Deezer konkurrieren um Hörer, sondern auch etablierte Verlage und TV-Häuser wie die New York Times, BBC oder ProSiebenSat1. Hier kommt es künftig also nicht nur auf qualitativ hochwertigen und relevanten Content an, sondern auch auf gutes Channel-Management und geschickte Cross-Media Flüsse, um sich die Gunst der Hörer zu sichern“, sagt Christian Esser, Partner bei Altman Solon.

Das Nutzerverhalten im Vergleich

In Europa nutzen Podcast-Hörer am liebsten Spotify zum Beispiel mit 39 Prozent Anteil an den Podcastnutzern in Deutschland und 29 Prozent in Großbritannien. In den Vereinigten Staaten dominiert Apple mit Apple Podcasts den Markt (47 Prozent). Inhaltlich präferieren jüngere Hörer (unter 25 Jahren) dabei Comedy, ältere Hörer ab 55 Jahren eher Nachrichten. Podcast-Hörer unterscheiden sich insgesamt demografisch vom traditionellen Fernseh- oder Musikpublikum. Sie sind tendenziell jünger, gebildet und nutzen meist ihr Smartphone für das Hören von Podcasts. Diese Demographie macht sie natürlich besonders attraktiv, insbesondere für etablierte Medienhäuser, denen es schwerfällt, jüngere Konsumenten anzusprechen.

Entgegen der verbreiteten Befürchtung, dass der Rückgang des Berufsverkehrs nach Ausbruch der Corona-Pandemie die Podcast-Nutzung dämpfen würde, hat sie dieser einen zusätzlichen Aufschwung beschert: Mehr als 40 Prozent der Befragten in den USA, Deutschland und Großbritannien gaben an, seit dem Beginn der Pandemie mehr Zeit mit dem Hören von Podcasts zu verbringen als zuvor.

Über Altman Solon

Altman Solon ist das global führende Strategieberatungsunternehmen mit Fokus auf die Bereiche Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT). Dabei unterstützt Altman Solon führende Unternehmen bei der Identifikation, Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien, bei digitaler Innovation sowie bei Transaktionen (M&A). Führende Investoren weltweit vertrauen auf die Expertise von Altman Solon bei der Entwicklung von Investitions- und Wachstumsstrategien, im Rahmen von Due-Diligences und bei Investitionsentscheidungen. Altman Solon entstand durch die Fusion von Altman Vilandrie & Company und Solon Management Consulting im Jahr 2020. Mit Büros in Boston, London, Mailand, Mexico City, München, New York, Paris, San Francisco und Warschau ist das Unternehmen weltweit aktiv und hat erfolgreich Projekte in über 100 Ländern durchgeführt.

Weitere Informationen unter: www.altmansolon.com/de