

# Pressemitteilung

Hannover/Berlin 02.12.2009

## Generation Podcast

- Podcasting ist bei den Nutzern ein etabliertes Medium und fester Bestandteil im Tagesablauf.
- Im zweiten Erhebungsjahr liefert die Langzeit-Studie von BlueSky Media und podcast.de grundlegende Daten über die Zielgruppe der Podcaster, über Nutzungsverhalten und Nutzungsmotive.
- Die Ergebnisse aus 2008 werden weitestgehend bestätigt: Podcast-Nutzer werden über klassische Medien kaum erreicht, akzeptieren aber Podcasts als Werbeträger.

**Hannover/Berlin. Podcast-Nutzer sind jung, zumeist männlich, voll berufstätig und gut gebildet. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Podcast-Studie von der hannoverschen Agentur BlueSky Media und dem Berliner Unternehmen podcast.de. Demnach ist der durchschnittliche Podcast-User 34 Jahre alt. Fast drei Viertel der Podcast-Rezipienten haben Abitur oder einen Hochschulabschluss, 82% sind männlich.**

Im Fokus der empirischen Untersuchung standen das Nutzungsverhalten, die Nutzungsmotive und die allgemeine Mediennutzung der Podcast-User sowie ihre Akzeptanz gegenüber Kosten und Werbung im Umfeld von Podcast-Angeboten. Deshalb wurden die Nutzer von Audio- und Video-Podcasts gezielt auf dem Portal [www.podcast.de](http://www.podcast.de) und auf den Webseiten von weiteren 36 Podcast-Anbietern zu einer Online-Befragung eingeladen.

Die Studie attestiert dem jungen Medium Podcast bereits eine feste, treue Nutzerschaft: 55 Prozent der Befragten hören und sehen Podcast-Angebote schon seit mehr als zwei Jahren. Die Nutzung von Podcasts findet dabei vor allem zu Hause (90%), aber auch mobil als Tagesbegleiter, z.B. in öffentlichen Verkehrsmitteln (55%), im Auto (38%), auf Reisen (35%) oder beim Spaziergehen (33%) statt. Es werden also sowohl stationärer PC als auch transportabler iPod (bzw. mp3-/mp4-Player) als Podcast-Abspielgerät genutzt.

Podcasts werden primär als Informationsmedium genutzt, weniger zur Unterhaltung. So stehen bei den Nutzungsmotiven Information (87%), neue Denkanstöße (77%) und die Weiterbildung (76%) im Vordergrund. Unterhaltung (68%), Entspannung (57%) und Spaß (55%) werden deutlich seltener genannt. Dieses Ergebnis fällt noch klarer aus als 2008.

Insgesamt lassen sich Podcast-User der Web 2.0-Zielgruppe, besser noch: der „Generation Podcast“ zuordnen. Denn neben Podcasts werden auch Videoportale wie youtube, Blogs und Communities wie studiVZ oder MySpace von der Mehrzahl der Podcast-User genutzt. Auch das im Aufschwung befindliche Mikro-Blogger-Netzwerk Twitter wird, im Gegensatz zu klassischen Medien, von einer Großzahl der Podcast-Nutzer regelmäßig frequentiert. Radio und Fernsehen werden hingegen gerade einmal rund eine Stunde am Tag eingeschaltet.

Podcast-Nutzer akzeptieren mehrheitlich (68%) ausschließlich kostenfreie Podcast-Angebote. Nur knapp jeder vierte User wäre bereit, für einzelne Inhalte Geld zu zahlen. Werbung im Umfeld von Podcast-Angeboten wird hingegen toleriert - wenn der Podcast dafür kostenfrei angeboten wird. Wichtig ist den Podcast-Nutzern allerdings, dass Werbespots „unterhaltsam“ und „interessant“ präsentiert werden, nicht länger als 20 Sekunden dauern und am Anfang oder am Ende der Podcast-Episode geschaltet werden, nicht aber diese unterbrechen.

An die Qualität der Video-Podcasts wird ein hoher Anspruch gestellt: Sie müssen äußerst professionell produziert sein. Von den Usern werden „hochwertige Trickanimationen“ oder „Filme in Fernsehqualität“ erwartet, keine wackeligen, privaten Videoaufnahmen.

Die vorliegende Podcast-Untersuchung ist als Langzeit-Studie angelegt, die die jährlichen Veränderungen in der Podcast-Nutzung aufzeigen soll. In der diesjährigen Erhebungswelle, im zweiten Untersuchungsjahr, wurden per Online-Erhebung 800 Podcast-Nutzer befragt. Die Studie ist ein Gemeinschaftsprojekt des Unternehmens *podcast.de* aus Berlin und der Medianagentur für Marktforschung, Marketing und Kommunikation *BlueSky Media* aus Hannover ([www.blueskymedia.de](http://www.blueskymedia.de)). Die nächste Feldphase ist für Herbst 2010 geplant.

Anzahl Zeichen (mit Leerzeichen): 3.930

#### **Ansprechpartner für die Redaktion:**

Björn Stack  
BlueSky Media  
Kriegerstr. 40  
30161 Hannover  
Tel: 0511 – 123 32 69 – 20  
Fax: 0511 – 123 32 69 – 15  
[stack@blueskymedia.de](mailto:stack@blueskymedia.de)  
[www.blueskymedia.de](http://www.blueskymedia.de)