

# Kein Ersatz fürs Radio

Podcasts im Internet sind (noch) wenig bekannt und werden nur von einer Minderheit genutzt.

In Großbritannien wurde es 2005 zum „Wort des Jahres“ gekürt, hierzulande kennt gerade die Hälfte der Surfer den Begriff „Podcast“. Und nur zehn Prozent der Onliner wissen genau, was darunter zu verstehen ist. Von diesen zehn Prozent hat wiederum etwas mehr als die Hälfte eine solche Audiodatei, die sich auch auf mobile Geräte übertragen lässt, heruntergeladen. Das ist ein zentrales Ergebnis einer TNS-Emnid-Umfrage exklusiv für W&V.

Fazit: Nur etwas über fünf Prozent der Internet-Gemeinde sind auch Podcast-Nutzer, wobei die Early Adopter vor allem unter den 14- bis 29-Jährigen mit Breitbandanschluss zu finden sind. Die These, dass die akustischen Schnipsel zu unterschiedlichsten Themen die Radionutzung ablösen, bestätigt sich damit bisher nicht.

Im Gegenteil: Podcast-Nutzer sind eher überdurchschnittliche Radiohörer. Das neue Angebot im Netz ist vielfach eine Ergänzung zum bisherigen Me-

dienkonsum als ein Ersatz. TNS-Emnid befragte auch alle Studienteilnehmer, denen der Begriff zumindest dem Namen nach bekannt ist, welche Themen sie bei Podcasts am meisten interessieren. Am häufigsten werden Nachrichten, Musikclips, Computer- und Internet-Themen genannt. Inhalte also, die klassische Medienhäuser kompetent liefern können.

**Private Podcasts**, etwa in Tagebuchform oder über das Szeneleben, stoßen hingegen auf wenig Interesse. Dabei sind es gerade die privaten Angebote, die den Medientrend „Podcasting“ am stärksten begründet haben und im Netz bisher am häufigsten angeboten werden.

Joachim Scholz ✉ [jsz@wuv.de](mailto:jsz@wuv.de)



W&V  
UMFRAGE

## Digitale Medienformen

TNS Emnid erhebt regelmäßig exklusiv Untersuchungen für W&V. Zu aktuellen Themen und Trends werden jeweils 1000 Online-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren befragt.

Diese und weitere aktuelle Studien finden Sie im Web unter: [www.wuv.de/studien](http://www.wuv.de/studien)

### TRADITIONELLE RADIO-INHALTE GEWÜNSCHT

Interesse an bestimmten Themen in Podcasts (Top-Box-Werte)

Angaben in Prozent	Gesamt	14-19 Jahre	19-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre
Nachrichten allgemein	42,2	58,6	42,6	40,1	44,6
Musikclips	38,4	74,3	44,7	38,4	29,8
Computer/Internet	31,3	31,9	30,7	29,9	33,7
Reportagen zum aktuellen politischen Geschehen	30,7	33,6	33,5	30,4	27,3
Comedy	26,6	40,6	36,0	23,9	16,7
Podcasts von Radiosendungen	25,2	46,8	28,0	27,5	18,9
Podcasts von TV-Sendungen	20,2	49,7	27,8	18,1	12,0
Podcasts als vertonte Zeitungs- o. Zeitschriftenartikel	19,6	29,1	20,3	17,3	21,0
Sportnachrichten	18,9	21,7	19,7	17,2	19,7
Business/Wirtschaftsnachrichten	15,8	8,0	17,6	15,7	13,5
Szeneleben	10,7	39,4	17,6	7,9	4,2
Private Podcasts, wie private Tagebücher	8,0	24,9	11,4	6,2	5,3

Basis: n=1003 Internet-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren in Deutschland. Befragungszeitraum: 17.8.-24.8.2006. Quelle: TNS Emnid Medienforschung, W&V.

© W&V