

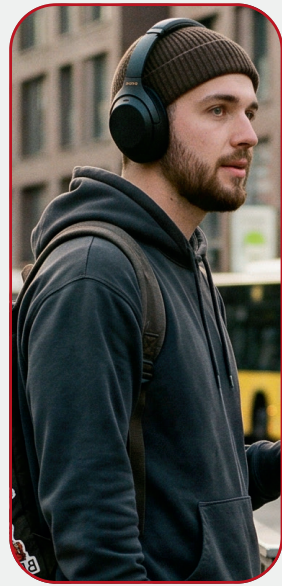
## URBAN EXPLORERS (Gen Z)

2,12 Mio. Podcast Nutzende/täglich

Knapp **40%** fahren fast täglich im Auto (mit).

**23 %** nutzen fast täglich Bus & Bahn.

**5 %** stehen mehrmals die Woche auf einem E-Scooter.



Podcast-Werbung führt bei **15 %** oft zu Produkt-Interesse.

**16%** trinken häufig Energy Drinks.

# RMS Podcast-Studie 2026

# 34%

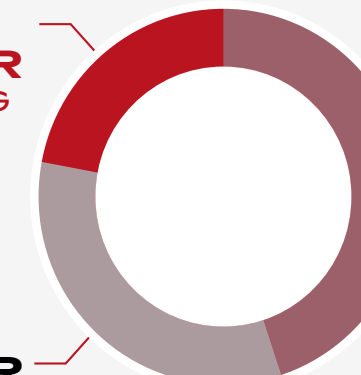
der Deutschen hören regelmäßig Podcast.

## Podcast Nutzertypen

**23%**  
HEAVY USER  
MIND. 1x PRO TAG

**33%**  
LIGHT USER  
MIND. 1x PRO MONAT

**45%**  
MEDIUM USER  
MIND. 1x PRO WOCHE

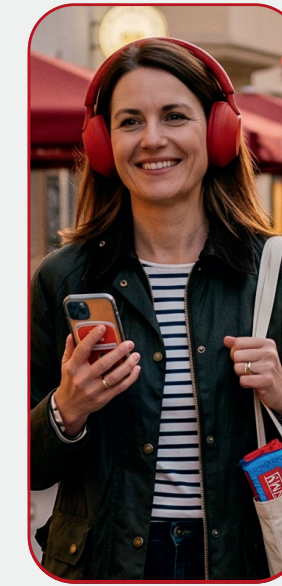


## LIFE MANAGERS ♀ (35-45 Jahre)

rund **0,61 Mio.** Podcast Nutzende/täglich

**88%** haben einen Führerschein.

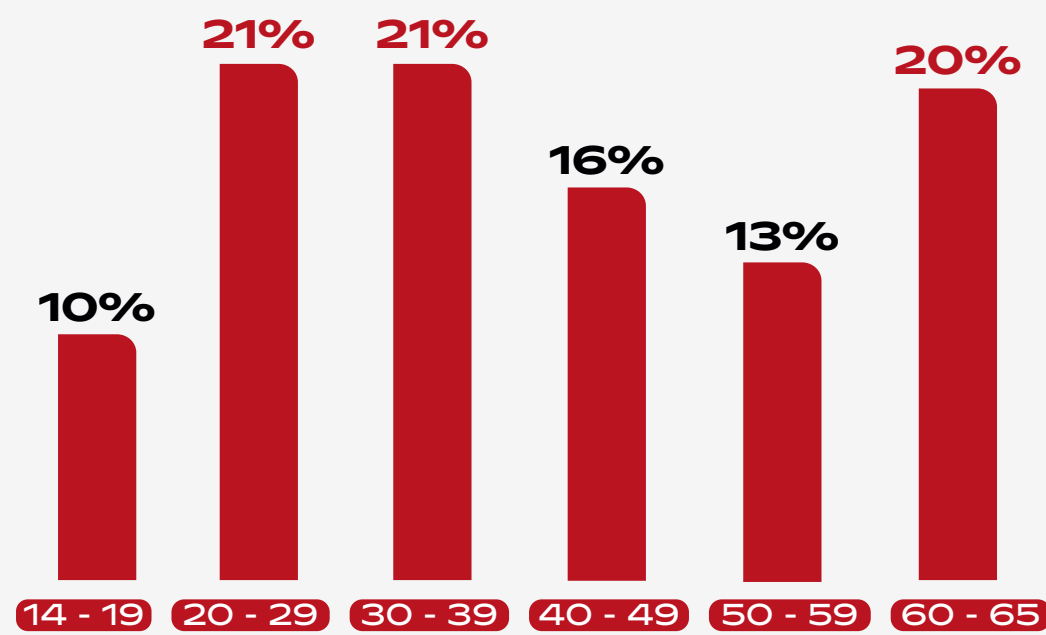
Vorproduzierter Radiospot stört **16% nicht.**



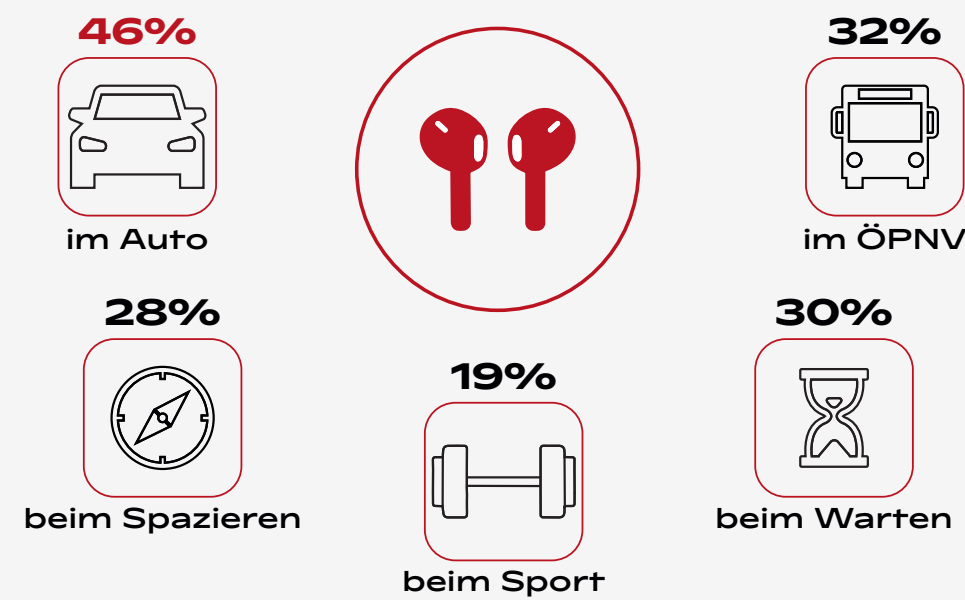
Haustierliebe: **34%** haben Katzen zu Hause.

**23%** snacken gerne Süßes.

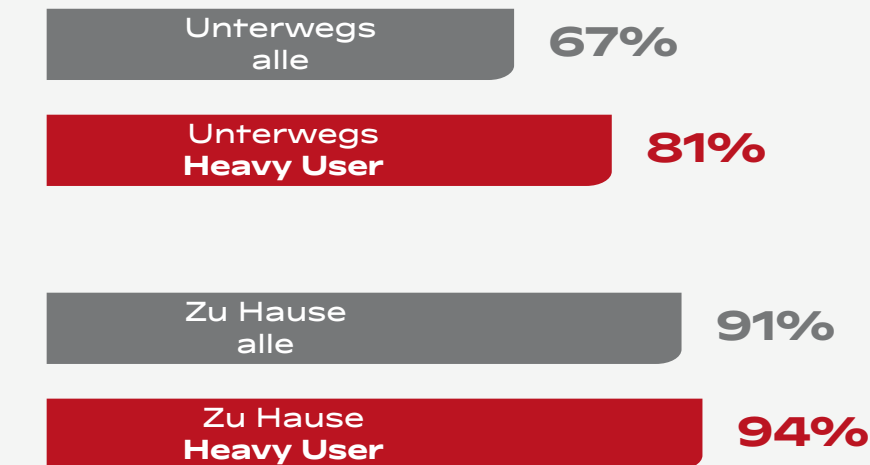
## Top 3 Altersgruppen



## Top 5: Wo werden Podcasts unterwegs gehört?



## Heavy User sind im Verhältnis mehr unterwegs.



## Werbung im Podcast?



akzeptieren Podcast-Werbung als Gegenleistung für kostenfreie Nutzung.

## LIFESTYLE PROFESSIONALS ♂ (30-45 Jahre)

rund **0,95 Mio.** Podcast Nutzende/täglich

**47%** „Ich kenne mich gut mit Technik aus“.

Werbung in Podcasts wirkt bei **33%**, solange sie interessant ist.

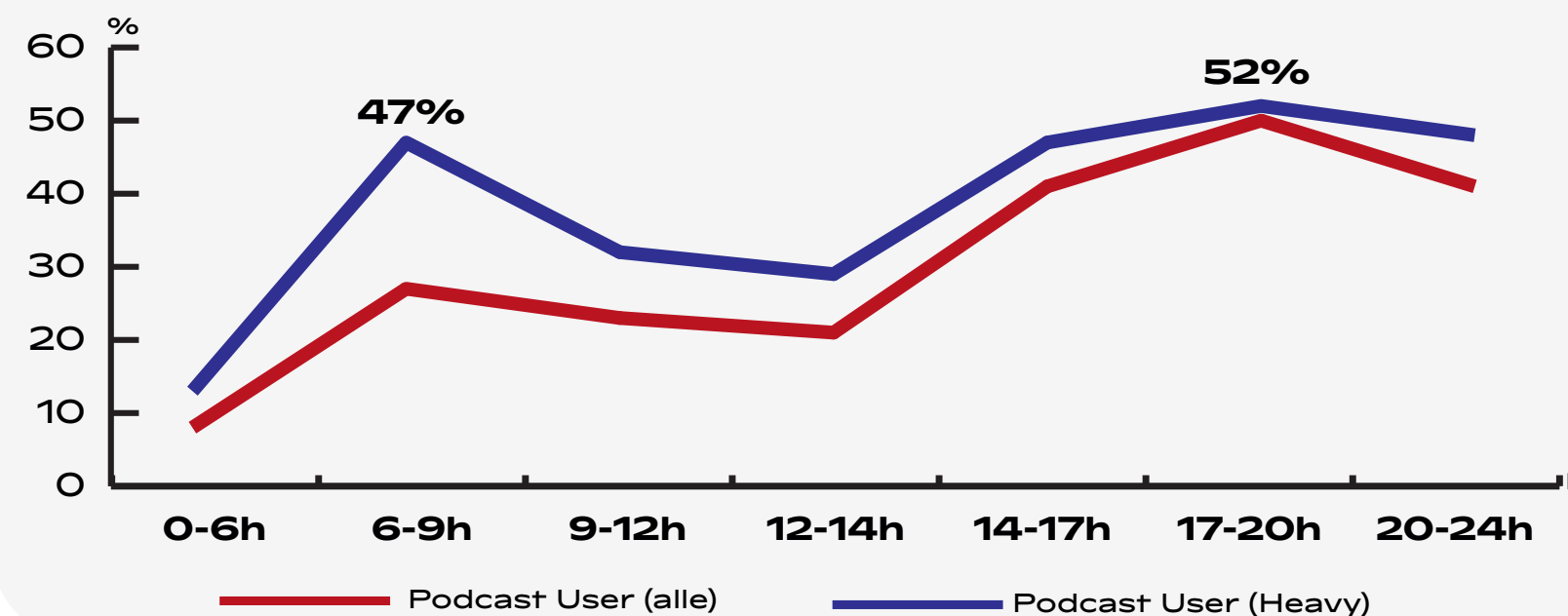
**30%** sind sportinteressiert.



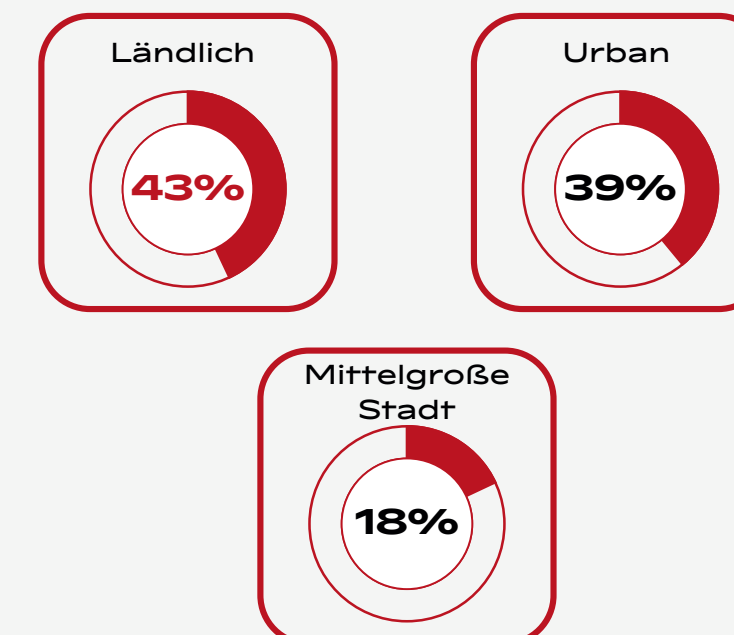
Zukunfts orientierte Investitionen (z.B. Photovoltaik-Anlage) planen vage **21%**.

Mehrmals im Monat trinken **15%** Bier.

## Zu welcher Tageszeit werden Podcasts gehört?



## Je ländlicher, desto mehr werden Podcast gehört.

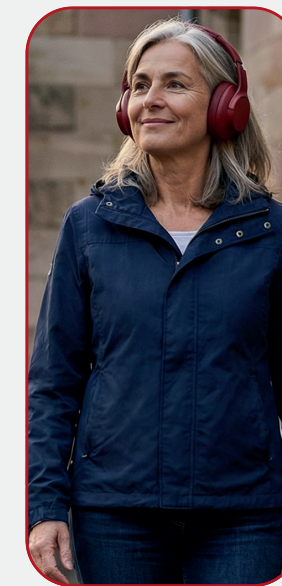


## EXPERIENCED LISTENERS (50+)

**1,23 Mio.** Podcast Nutzende/täglich

Über die Hälfte (**53%**) sind regelmäßig zu Fuß unterwegs

**16 %** interessieren sich sehr für Wissenschaft und Wissen (Medizin & Pharma)



**35%** haben eine hohe Affinität zu Nachrichten und Einordnung (Kommentare zu Nachrichten)

**42%** leben häufig in einem eigenen Haus