

MEDIADATEN · STAND OKTOBER 2026

Ein Publikum, das zuhört

Zahlen sind nur so viel wert wie ihre Messung. Alles hier ist erhoben, nicht geschätzt – die Abrufe nach dem IAB-Standard 2.2 zertifiziert.

Vier Zahlen, die zählen



44.000+

Abonent:innen über alle
Kanäle



3.000+

Entscheider:innen hören jede
neue Folge



54,7%

einer Folge werden tatsächlich
gehört



83,8%

tragen Budgetverantwortung

Das Umfeld

Neun neue Folgen im Monat. Ein Wirtschaftspodcast über Wachstum – im Geschäft, und in dem, was es trägt: persönliche Entwicklung und Gesundheit. Fachlich liegt der Schwerpunkt auf drei Feldern.



Künstliche Intelligenz

Werkzeuge, Agenten und was davon
in Unternehmen wirklich ankommt.



Führung

Entscheiden, Teams, Verantwortung
– und was Wachstum an Substanz
verlangt.



Vertrieb & Growth Stories

Wie verkauft wird, und wie
Unternehmen tatsächlich groß
geworden sind.

Warum Hörzeit zählt

54,7%

einer Folge werden gehört

Bei rund 45 Minuten Laufzeit sind das 25 Minuten. Eine
Nennung in der Mitte wird gehört, nicht überblättert.

11,3%

der Abrufe kommen nach dem ersten Monat

Eine Folge ist nach vier Wochen nicht erledigt: Jede
neunte Anhörung passiert später. Fachthemen werden
gesucht und nachgehört, oft Monate danach.



digital kompakt

Joël Kaczmarek

redaktion@digitalkompakt.de

digitalkompakt.de/podcastwerbung

Entscheider:innen, keine Zufall&klicks



83 %

Akademiker:innenHochschulabschluss oder
Promotion

72 %

FührungskräfteGeschäftsführung oder
Management

69 %

Stadt-Menschen

leben im Ballungsraum



66 %

Eltern

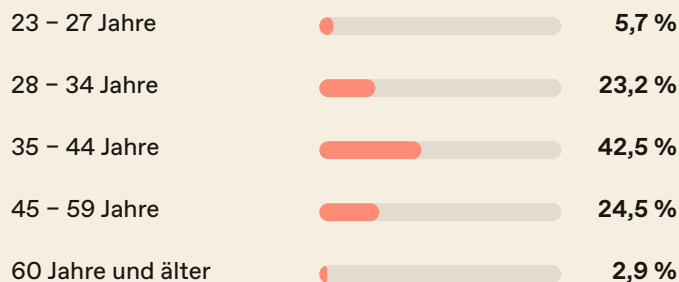
haben Kinder



31 %

IT-Profisarbeiten in der
Technologiebranche

Alter



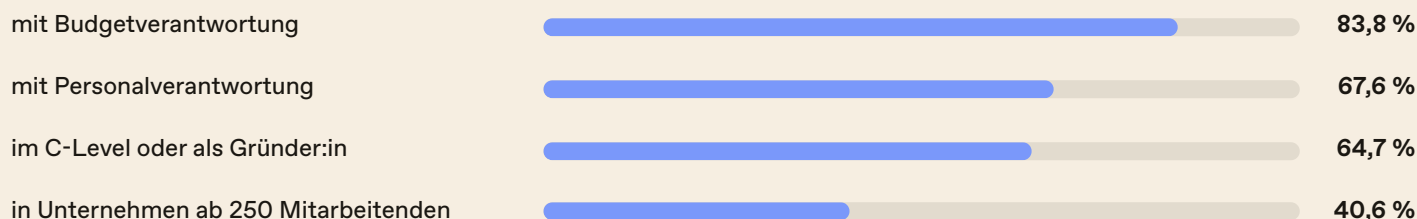
90 Prozent sind zwischen 28 und 59 – die Jahre, in denen
Budgets verantwortet werden.

Geschlecht



Mittelwert aus Spotify, YouTube und der Zielgruppenbefragung.
Apple erhebt das Merkmal nicht.

Wer mitentscheidet



Zielgruppenbefragung Appinio, Juli 2024, N = 71. Eine Stichprobe dieser Größe zeichnet ein Profil, keinen Messwert.



digital kompakt

Joël Kaczmarek

redaktion@digitalkompakt.de

digitalkompakt.de/podcastwerbung

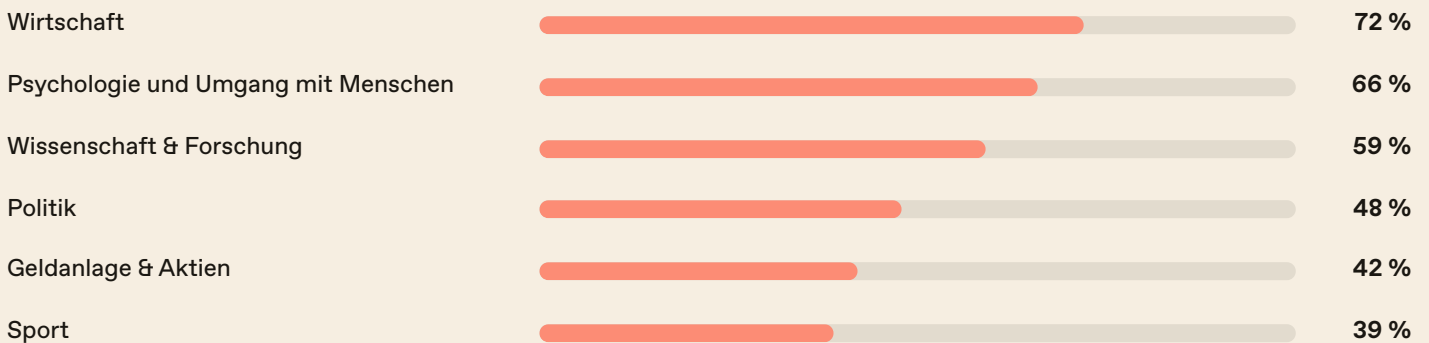
Vier Wege, ein Publikum

KANAL	FOLLOWER	HÖRER:INNEN JE FOLGE	BESONDERHEIT
Spotify	30.394	400 – 800	Größte Basis, ausgewogenste Zusammensetzung
Apple Podcasts	10.788	600 – 1.000	Höchste Hörquote, treueste Nutzung
YouTube	2.810	300 – 4.200	Wachsend, sichtbar, mit Video
Weitere Podcast-Apps	–	1.000 – 1.500	Overcast, Pocket Casts, Deezer und andere

Podcast-Apps melden keine Abonnent:innen – die Spanne dort ist aus den Abrufen gerechnet. Deshalb steht vorn 44.000+: Gezählt sind Spotify, Apple und YouTube; was in den übrigen Apps abonniert ist, meldet niemand. Wer zwei Kanälen folgt, wird dafür zweimal gezählt.

Interessen außerhalb des Berufs

Gefragt wurde ohne Bezug zum Podcast. Was dabei herauskommt, ist das Umfeld, in dem eine Werbebotschaft landet.



Mehrfachauswahl, deshalb über 100 Prozent in der Summe. Zielgruppenbefragung Appinio, N = 71.

WAS WERBUNG HIER KOSTET

Neun Sendeplätze im Monat. Die Preisliste und ein Konfigurator stehen unter digitalkompakt.de/podcastwerbung/preise.



digital kompakt

Joël Kaczmarek

redaktion@digitalkompakt.de

digitalkompakt.de/podcastwerbung