

PRESSEMITTEILUNG

News-Podcasts sind das meistgehörte Genre! Die neue Podcast-Studie von Seven.One Audio offenbart gesellschaftlichen Bedarf nach Orientierung und liefert neue Daten

- **News-Podcasts waren 2025 das meistgehörte Genre – und ihre Hörerschaft unterscheidet sich deutlich in Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen**
- **Seven.One Audio vermarktet die neuen News-Podcasts „Land in Sicht“, „NEULAND Update“ und „Make America Good Again“ von K.-T. zu Guttenberg**

Unterföhring, 9. Februar 2026. Ob der Ukraine-Krieg, die Präsidentschaft von Donald Trump in den USA, die angespannte wirtschaftliche Lage oder die neue Bundesregierung – gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Entwicklungen haben in den vergangenen Jahren spürbar an Tempo gewonnen, sodass mittlerweile ein Strom immer neuer, komplexer Schlagzeilen unseren Alltag prägt. Vor diesem Hintergrund überrascht es kaum, dass News-Podcasts im Jahr 2025 das meistgehörte Podcast-Genre im deutschsprachigen Raum waren. Das zeigt die **neue Studie von Seven.One Audio**, dem führenden, deutschen Podcast-Vermarkter.

Seit 2022 verzeichnet das News-Genre – unter dem Podcasts aus den Bereichen Nachrichten, Politik und Wirtschaft zusammengefasst werden – einen kontinuierlichen Anstieg der Nutzung. Diese Entwicklungen zeigen deutlich: Der Bedarf an fundierter Einordnung und verlässlicher Orientierung ist in Deutschland hoch und News-Podcasts haben sich als feste Informations- und Orientierungsquelle im Alltag etabliert. Überraschend ist allerdings, dass sich die News-Hörerschaft deutlich von der anderer unterscheidet, etwa in Alter, Geschlechterverteilung, Bildungsgrad und Einkommen.

Alexander Krawczyk, Senior Vice President Seven.One Audio: „Die Entwicklungen der letzten Jahre haben das Bedürfnis nach verlässlicher Einordnung enorm verstärkt. News-Podcasts wie ‚Apokalypse & Filterkaffee‘ und ‚Gysi gegen Guttenberg‘ sind für viele zum akustischen Kompass geworden. Sie liefern regelmäßig Orientierung im komplexen Weltgeschehen – und bieten zugleich mit einer besonders wirksamen Hörerschaft ein qualitativ hochwertiges Werbeumfeld. Für Marken, die in diesen Premium-Umfeldern sichtbar sein möchten, sind News-Podcasts im Mediamix nicht mehr wegzudenken und ein echter Imageverstärker. Alles deutet außerdem darauf hin, dass das News-Genre auch 2026 ein zentraler Taktgeber im Podcast-Markt bleiben wird!“

Die wichtigsten Ergebnisse der neuen Studie im Überblick:

1. **News-Podcasts waren 2025 das meistgehörte Genre im deutschen Raum!** Seit 2022 verzeichnet das News-Genre trotz kleiner Schwankungen einen kontinuierlichen Nutzungszuwachs. Lag die Zahl der validen Downloads Ende 2021 noch bei knapp über 11 Millionen, sind es Ende 2025 knapp 40 Millionen. Noch deutlicher zeigt sich die Entwicklung in den Plays pro Monat: Während News-Podcasts 2024 noch 170 Millionen monatliche Plays erreichten, stieg die Nutzung 2025 auf 191 Millionen – ein Wachstum von 12 Prozent innerhalb eines Jahres. Mit

deutlichem Abstand folgen Comedy (56 Millionen Plays) und Gesellschaft & Kultur (52 Millionen Plays). (*Podius 2025; agma 2025*)

2. Politik und gesellschaftliche Themen haben 2025 die News-Podcasts dominiert!

Die wöchentliche Berichterstattung im News-Genre wurde deutlich von politischen und gesellschaftlich relevanten Inhalten geprägt. Dahinter folgten Themen aus Gesellschaft, Kultur und Medien. Inhalte wie Kriminalität, Recht und Sicherheit, Wirtschaft und Finanzen sowie Gesundheit und Umwelt spielten im Vergleich eine deutlich geringere Rolle. Die starke Gewichtung politischer Inhalte zeigt: Der Bedarf nach Aktualität und Einordnung in Deutschland ist hoch – und News-Podcasts haben sich dafür als zentrales Informationsmedium etabliert. (*PodMon 2025*)

3. News-Podcast-Hörer:innen sind älter, männlicher, gebildeter, einkommensstärker und häufiger in Führungsrollen!

News-Podcasts werden vor allem von älteren Zielgruppen genutzt: 25 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und 22 Prozent der 50- bis 59-Jährigen hören regelmäßig News-Podcasts. Die 18- bis 29-Jährigen bleiben mit 13 Prozent deutlich zurück, obwohl sie in anderen Genres vorne liegen. Auch bei der Geschlechterverteilung sticht das Genre hervor: 58 Prozent der Hörenden sind männlich – damit gehören News-Podcasts zu den Podcasts mit einem deutlich höheren Männeranteil im Vergleich zu anderen Genres. Zudem ist die News-Hörerschaft auffallend gut ausgebildet und hat häufiger einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss – vorne voran die 18- bis 49-Jährigen (58 Prozent). Ein weiterer Unterschied zeigt sich im Einkommen: Die 18- bis 49-Jährigen verdienen 32 Prozent häufiger im Monat über 4.500 Euro netto, als Podcast-Hörer:innen anderer Genres, bei den 18- bis 29-Jährigen liegt der Wert bei rund 29 Prozent. Und auch in beruflichen Positionen zeigt sich ein starkes Profil: Unter den Ü50-Hörer:innen sind knapp 70 Prozent häufiger in Führungspositionen anzutreffen als in anderen Genres. (*Payback / Seven.One Media 2025*)

4. Produktempfehlungen in Podcasts genießen ein besonders hohes Vertrauen – insbesondere bei jungen News-Podcast-Hörer:innen!

Ein Viertel der 18- bis 29-Jährigen (25 Prozent) vertraut Produktempfehlungen aus Podcasts mehr als Empfehlungen aus anderen Medien. Das zeigt: Werbung in glaubwürdigen Umfeldern wie News-Podcasts profitiert von einem deutlichen Vertrauensbonus. Hochwertige, journalistisch aufwendig produzierte Formate wirken sogar als Imageverstärker für die werbende Marke – statt, wie häufig befürchtet, durch nüchterne, kritische Schlagzeilen negativ auf die Marke abzufärben. Zudem wird Podcast-Werbung altersübergreifend als wichtiger Beitrag zur Finanzierung qualitativer Inhalte wahrgenommen. (*Payback / Seven.One Media 2025*)

Weitere Erkenntnisse zu News-Podcasts sowie anschauliche Grafiken gibt es in der Studie von Seven.One Audio, die ab sofort auch [hier](#) verfügbar ist.

Seven.One Audio vermarktet neue News-Podcasts von Karl-Theodor zu Guttenberg

Dass der News-Podcast-Trend auch 2026 anhält, verdeutlicht die am 2. Februar neu gelaunchte Medienmarke GUTTENBERG von Karl-Theodor zu Guttenberg und weiteren Journalisten wie Klaus Brinkbäumer. Mit dem Marken-Launch gehen gleich drei neue Podcast-Formate an den Start: „Land in Sicht“, „NEULAND Update“ und „Make America Good Again“. Sie ergänzen den Podcast „Gysi gegen Guttenberg“, der seit 2023 millionenfach gehört wurde, und werden von Seven.One Audio exklusiv vermarktet.



Pressekontakt:

Kristina Schreiber
Senior PR Managerin Business Communications
Seven.One Entertainment Group
phone: +49 (0) 89 95 07 – 2410
email: Kristina.Schreiber@seven.one
Medienallee 7 • 85774 Unterföhring
www.seven.one

Seven.One Audio

Ein Geschäftsbereich der

