

01.02.2024

## **Wirtschaftspodcasts: Großes Angebot – aber mit Leerstellen und Defiziten**

*+++ OBS-Studie analysiert erstmals, wie in Podcasts auf Spotify und in der ARD Audiothek über Wirtschaft berichtet wird +++ Zentraler Befund: Fast 60 Prozent der Wirtschaftspodcasts auf Spotify werden von Unternehmen oder einzelnen Unternehmer\*innen veröffentlicht +++ Die Perspektiven von Verbraucher\*innen und Arbeitnehmer\*innen spielen kaum eine Rolle. Angesprochen werden Zuhörer\*innen als Unternehmer\*innen, Anleger\*innen oder Investor\*innen +++ Fast die Hälfte aller Wirtschaftspodcasts auf Spotify sind individuelle Ratgeber-Angebote +++ In der ARD Audiothek überwiegen Reportage-Formate, die Wirtschaftsthemen auch auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene thematisieren +++*

**Frankfurt, 01. Februar 2024.** Wirtschaftspodcasts auf Spotify und in der ARD Audiothek decken thematisch eine vielfältige Landschaft ab. In einer Hinsicht mangelt es aber an Pluralität: Nur in seltenen Fällen werden die Zuhörer\*innen in Wirtschaftspodcasts als Verbraucher\*innen oder Arbeitnehmer\*innen angesprochen. Überwiegend werden sie individuell in der Rolle als Unternehmer\*in, Konsument\*in oder Investor\*in adressiert. Das ist einer der zentralen Befunde des neuen Arbeitsheftes der Otto Brenner Stiftung (OBS). Die Studie von Janine Greyer-Stock und Dr. Julia Lück-Benz (FU Berlin und h1 medienanalyse) untersucht erstmals für den deutschen Markt, wer in Podcasts über welche Themen im Bereich Wirtschaft und Wirtschaftsberichterstattung und in welcher Form und Aufmachung spricht. Insgesamt wurden mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse 656 Podcasts auf Spotify und 28 Podcasts in der ARD Audiothek ausgewertet.

Für die Angebote auf Spotify stellt die Studie eine unternehmerische Schlagseite fest: Fast 60 Prozent der Podcasts werden von Unternehmen oder einzelnen Unternehmer\*innen veröffentlicht. Private Medien produzieren 19 Prozent. Wirtschaftspodcasts öffentlich-rechtlicher Medien, zivilgesellschaftlicher Akteur\*innen und Wissenschaftler\*innen machen nur einen geringen Anteil des Angebots aus. Fast zwei Drittel der unternehmerischen Angebote (61 Prozent) greifen in der Präsentation auf ein Ratgeber-Format zurück. Dabei präsentieren rund die Hälfte dieser Podcasts (46,1 Prozent) die gewählten Themen aus der Perspektive einzelner Unternehmen oder Branchen. Das Angebot in der ARD Audiothek ist dagegen ausgewogener, wobei hier Podcasts im Reportage-Format (32,1 Prozent) überwiegen. Insgesamt werden Wirtschaftsthemen auf dieser Plattform häufiger auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene thematisiert (49 Prozent). Auf Spotify ist das nur in jedem fünften Beitrag (19,9 Prozent) der Fall.

„Podcasts machen kann jeder, aus der WG-Küche, dem Office oder der journalistischen Redaktion. Es ist aber auffallend, dass das Thema Wirtschaft stark männlich besetzt ist: Ganze 84 Prozent der Podcasts werden von Männern moderiert“, sagt Autorin Janine Greyer-Stock. In der ARD Audiothek ist das Geschlechterverhältnis ausgeglichener. Mitautorin Dr. Julia Lück-Benz ergänzt: „Zwar ist die reine Anzahl an Podcasts zum Thema Wirtschaft auf Spotify sehr viel höher als in der ARD Audiothek, sie droht damit aber auch unübersichtlich zu werden. Wer sich über das allgemeine Wirtschaftsgeschehen informieren oder zu wirtschaftspolitischen Themen weiterbilden möchte, wird in der Audiothek schneller fündig.“

Doch auch wenn im öffentlich-rechtlichen Angebot Wirtschaft häufiger auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene thematisiert und journalistisch eingeordnet wird: Insgesamt ähneln sich die thematischen Schwerpunktsetzungen kommerzieller und journalistischer Wirtschaftspodcasts derzeit noch stark. Die beliebtesten Themen sind dabei Fragen der individuellen Finanz- und Karriereplanung sowie Aktienanlagen.

Jupp Legrand, Geschäftsführer der OBS, kritisiert, dass über Wirtschaft auf beiden Plattformen nur selten aus der Perspektive von Arbeitnehmer\*innen gesprochen wird: „Mitbestimmung im Betrieb und Unternehmen, die Rechte von Arbeitnehmer\*innen, der kollektive Einsatz für gute Arbeit und die Organisierung der Interessen von Arbeitnehmer\*innen: All dies sind zentrale Wirtschaftsthemen, die gerade in den Angeboten der Öffentlich-Rechtlichen mit ihrem besonderen Bildungsauftrag behandelt werden müssen. Hier besteht noch großer Nachholbedarf.“

Bisher beruhten Beschreibungen des unübersichtlichen Felds der Wirtschaftspodcasts lediglich auf anekdotischer Evidenz. Mit ihrem umfangreichen empirischen Material wird die Studie für Profis und Laien des Wirtschaftspodcasting zu einer unverzichtbaren Informationsquelle.

*Janine Greyer-Stock/Julia Lück-Benz: Moderne Wirtschaftsberichterstattung? Wie Podcasts auf Spotify und in der ARD Audiothek über Wirtschaft sprechen, OBS-Arbeitsheft 113, Frankfurt am Main, Februar 2024*



Arbeitsheft online lesen, bestellen oder downloaden  
<https://www.otto-brenner-stiftung.de/wirtschaftspodcasts/>

#### Kontakt zu den Autorinnen:

Janine Greyer-Stock  
 h1 medienanalyse GmbH  
 Email: [janine.greyer@h1-medienanalyse.de](mailto:janine.greyer@h1-medienanalyse.de)  
 Telefon: 0151 404 781 86

**Otto Brenner Stiftung** | Geschäftsführung | Jupp Legrand | Telefon: 069 - 6693 2810 |  
 E-Mail: [info@otto-brenner-stiftung.de](mailto:info@otto-brenner-stiftung.de) | [www.otto-brenner-stiftung.de](http://www.otto-brenner-stiftung.de) | X: [@OBSFrankfurt](https://twitter.com/OBSFrankfurt)