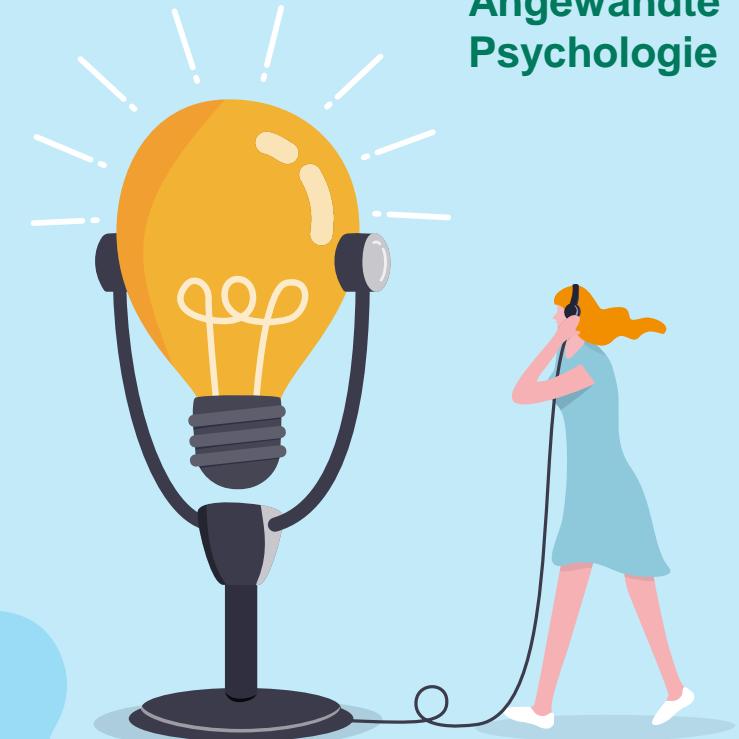


# Phänomen Podcasts: Zur Psychologie hinter den Hörgewohnheiten

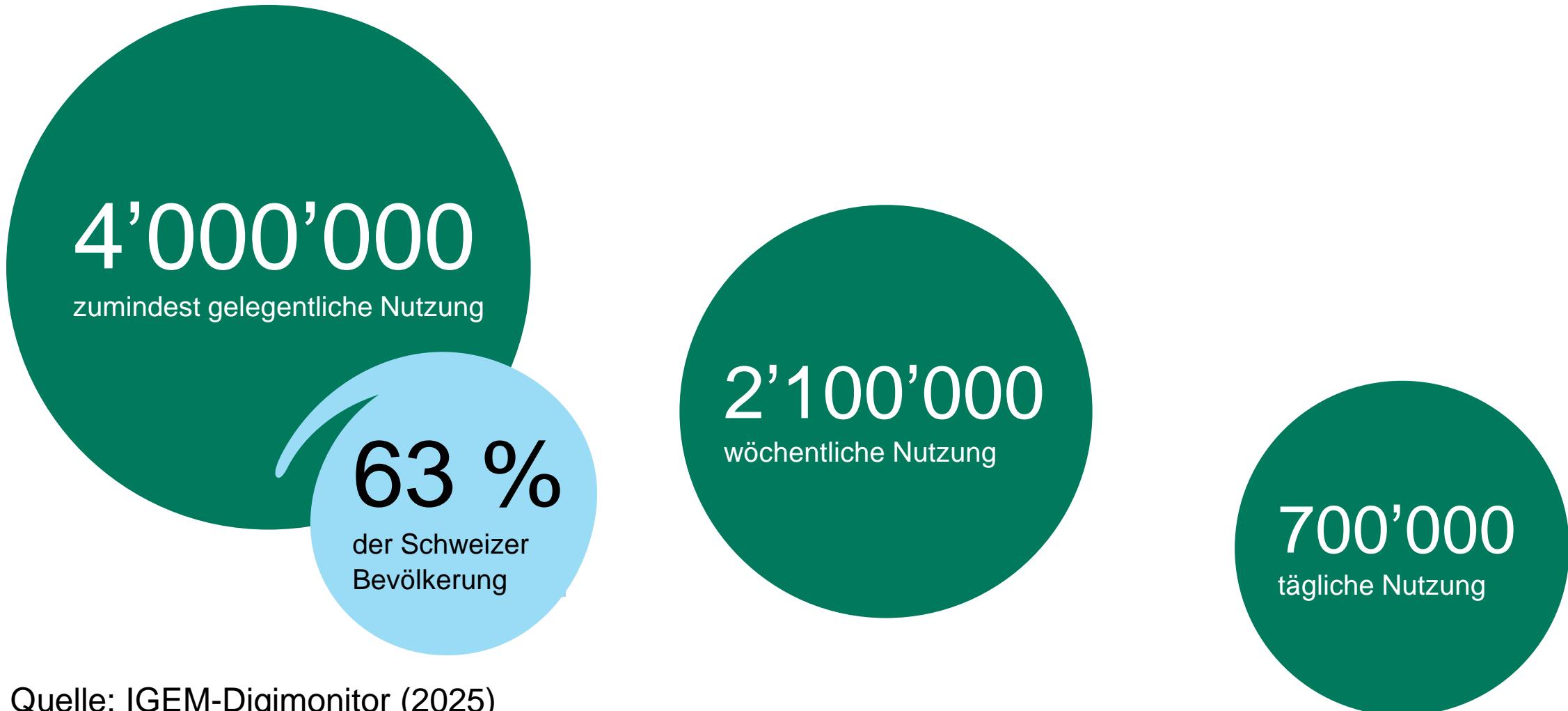
«Raum für Psychologie»

Institut für Mensch, Gesellschaft und Technologien

27.01.2026 | Lilian Suter & Pascal Streule



# Wie viele Podcast-Hörerinnen gibt es in der Schweiz?



Quelle: IGEM-Digimonitor (2025)

# Wer wir sind



**Lilian Suter**



**Pascal Streule**

- Wir sind Teil der Fachgruppe Medienpsychologie am Institut für Mensch, Gesellschaft und Technologien der ZHAW.
- In der Medienpsychologie untersuchen wir auf empirischer Basis, wie und warum Menschen Medien nutzen und welchen Einfluss der Medienumgang auf Einstellungen und Verhalten hat.

# Wer wir sind



**Lilian Suter**



**Pascal Streule**

- Wir sind Teil der Fachgruppe Medienpsychologie am Institut für Mensch, Gesellschaft und Technologien der ZHAW.
- In der Medienpsychologie untersuchen wir auf empirischer Basis, **wie und warum Menschen Podcasts nutzen** und welchen Einfluss der Medienumgang auf Einstellungen und Verhalten hat.

# Was verstehen wir unter Podcasts?

Podcasts sind digital verbreitete Audioformate, die eigens für diese Publikationsform produziert werden.

- Die Inhalte sind überwiegend narrativ und nicht-fiktional.
- Podcasts ermöglichen einen zeit- und ortsunabhängigen Konsum und werden deshalb als besonders nutzerzentriertes Medium geschätzt.
- Basierend auf einer Wortschöpfung von Ben Hammersley (2004), einem Journalisten der britischen Tageszeitung The Guardian, aus zwei englischen Wörtern:
  - „**Pod**“ referenziert den iPod als MP3-Player von Apple,
  - „**cast**“ ist die Abkürzung für „Broadcast“, die auf die Übertragung von Inhalten verweist.

Was verstehen wir nicht als Podcast (Abgrenzung):

- Radio-on-demand wie z. B. «Echo der Zeit»
- Videopodcasts oder sogenannte Screencasts
- Hörspiele

# Designing Podcasts

ZHdK  
ZHAW  
Podcastschmiede  
DIZH

# Publikumsperspektive

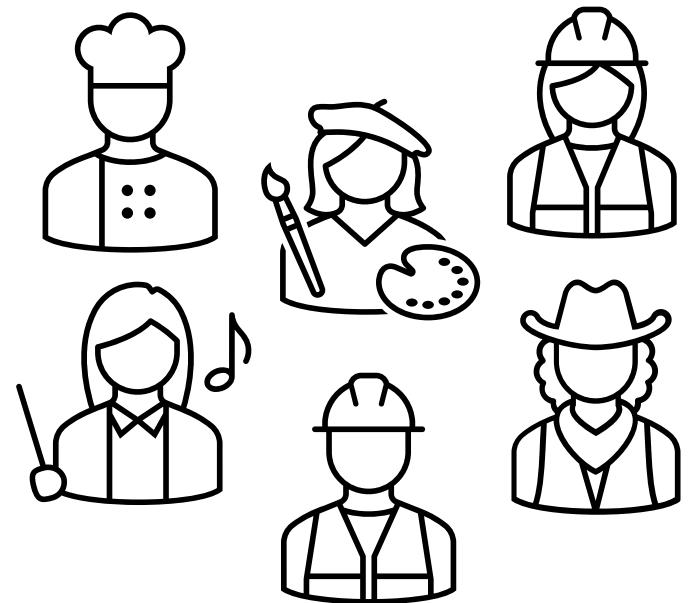
Fragestellungen aus der Medienpsychologie:

- Warum hören Menschen Podcasts?
- Multitasking: Wie erfolgt die Auswahl der Podcasts und welche Tätigkeiten werden dabei kombiniert?
- Welche Typen von Hörer:innen gibt es?

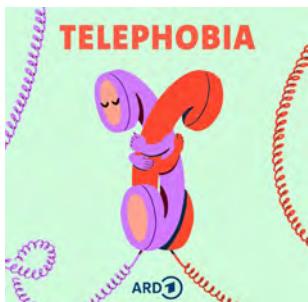
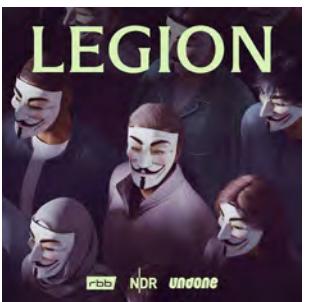
Durchführung von 29 Interviews:

- 20 - 61 Jahre
- aus unterschiedlichen Berufsgruppen
- jeweils ca. 40-70 min

Wenn du dir vorstellst, dass du in den Zeitfenstern, in denen du normalerweise Podcasts hörst, keine Podcasts hörst, was wäre dann anders?

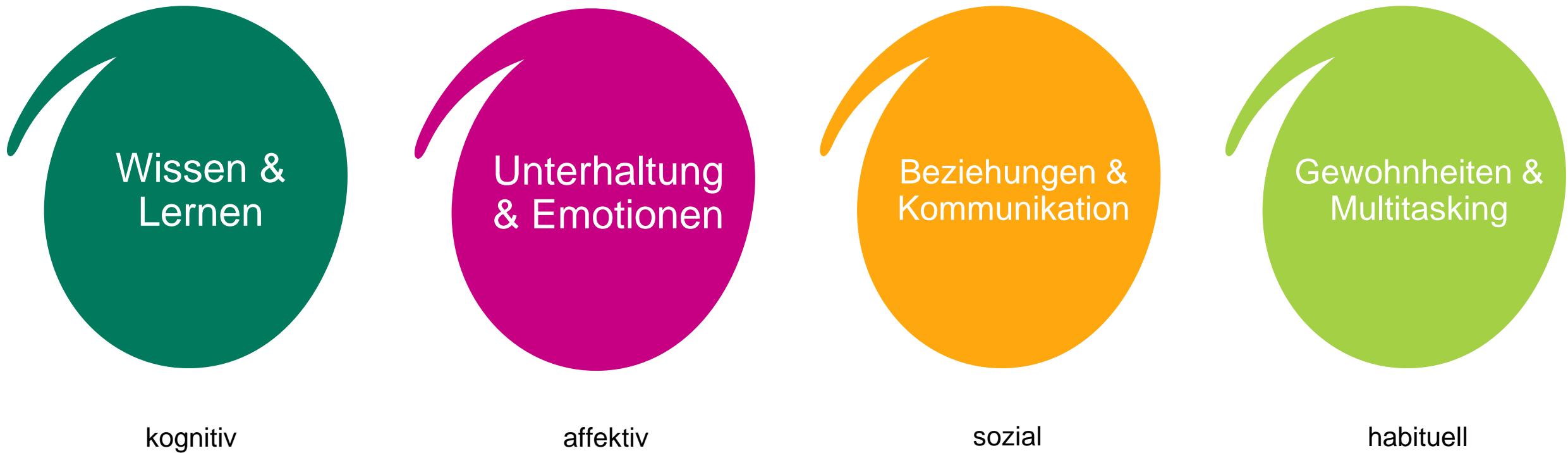


# Podcasts im Fokus



# Warum hören Menschen Podcasts?

- In der Medienpsychologie sprechen wir von Motiven = Warum wir uns einem Medieninhalt zuwenden.



# Warum hören Menschen Podcasts?



Wissen &  
Lernen

- Wissensgewinn
- Bildung
- Inspiration



# Warum hören Menschen Podcasts?

Unterhaltung  
& Emotionen

- Unterhaltung
- Emotionsregulation
- Eskapismus



# Warum hören Menschen Podcasts?

Beziehungen & Kommunikation

- Parasoziale Beziehung
- Anschlusskommunikation
- Voyeurismus



# Warum hören Menschen Podcasts?

Gewohnheiten  
& Multitasking

- Gewohnheit
- Multitasking
- Ersatz von anderen Medien



# Warum hören Menschen Podcasts?

- Motive überlappen stark oder können gleichzeitig vorhanden sein.



# Multitasking

«Eigentlich mache ich immer etwas nebenbei. Ich höre nie ausschliesslich Podcasts, sondern höre sie beim Fahrradfahren, Putzen, Kochen, Wäsche aufhängen, Aufräumen oder wenn ich etwas in Excel oder auf einer Webseite aktualisieren muss.»

*Geschäftsführerin, 32 Jahre*

«Ich kann schon sagen, eigentlich höre ich fast täglich Podcasts. Meistens auf dem Weg zur Arbeit oder beim Fahrradfahren. Und dann zu Hause so beim Verrichten von irgendwelchen Haushaltstätigkeiten. Manchmal stricke ich auch einfach nur dazu. Das finde ich eine ganz gute Kombination.»

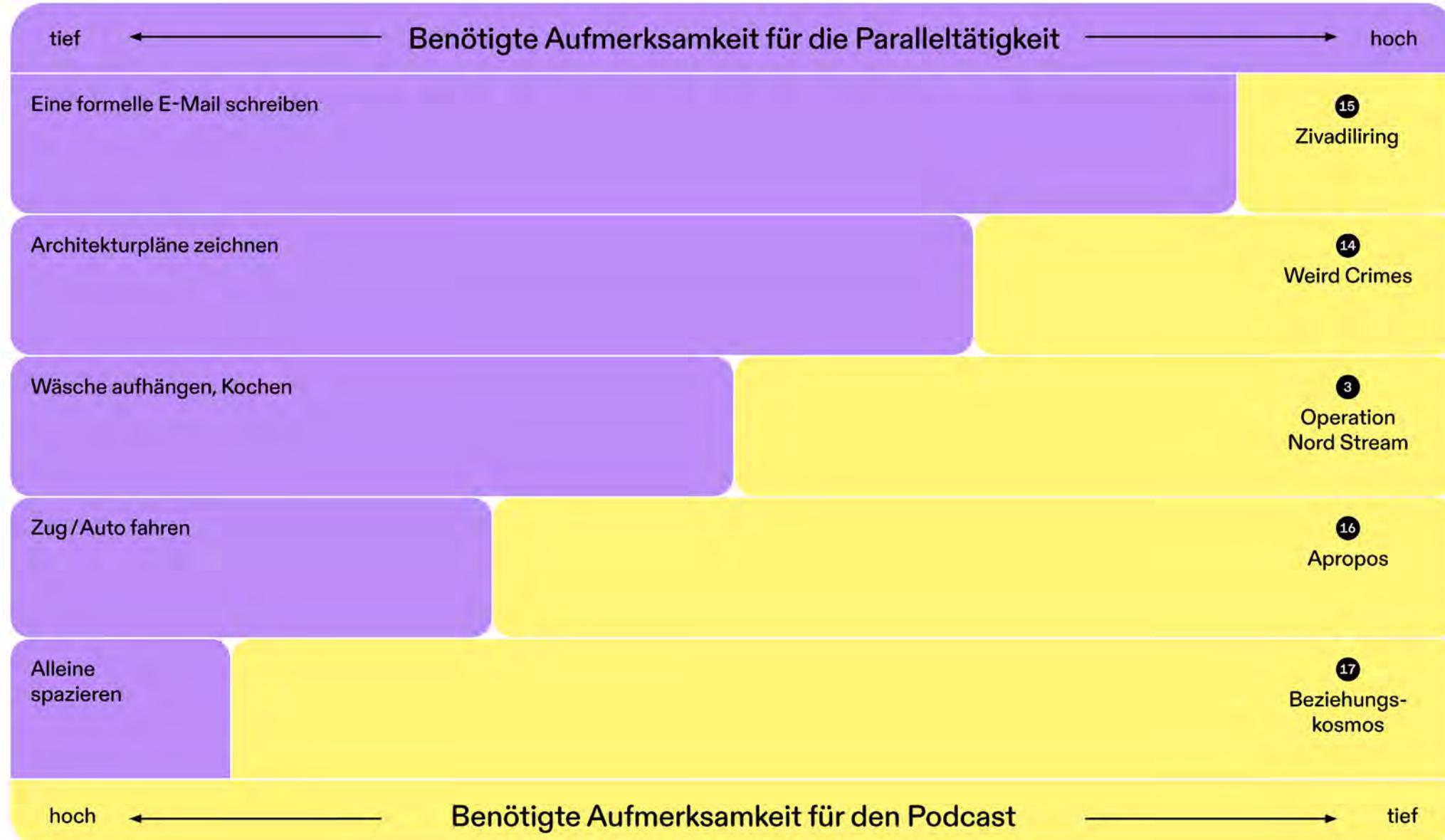
*Medieninformatikerin, 40 Jahre*

# Multitasking

- Multitasking beim Podcasthören ist die Regel, nicht die Ausnahme.
- Dadurch begünstigt, dass nur der Hörsinn nötig ist. Augen, Hände und Körper können frei für andere Dinge eingesetzt werden.
- Wie hängen Podcast hören und die Parallelitätigkeit zusammen? Wie erfolgt die Auswahl der Podcasts und welche Tätigkeiten werden dabei kombiniert?

## Multitaskingmodell

Die Grafik zeigt das Zusammenspiel von Aufmerksamkeit für Podcasts und Tätigkeiten. Beispiele stammen aus der Studie; individuelle Unterschiede sind möglich.



# **Welche Typen von Hörer/innen gibt es?**

# Typologie der Hörer:innen

Unterhaltungs-  
orientiert



- Humor
- Unterhaltung
- Abschalten

Flexibel



- Wissen kombiniert mit Unterhaltung
- Teils Informationen, teils Abschalten

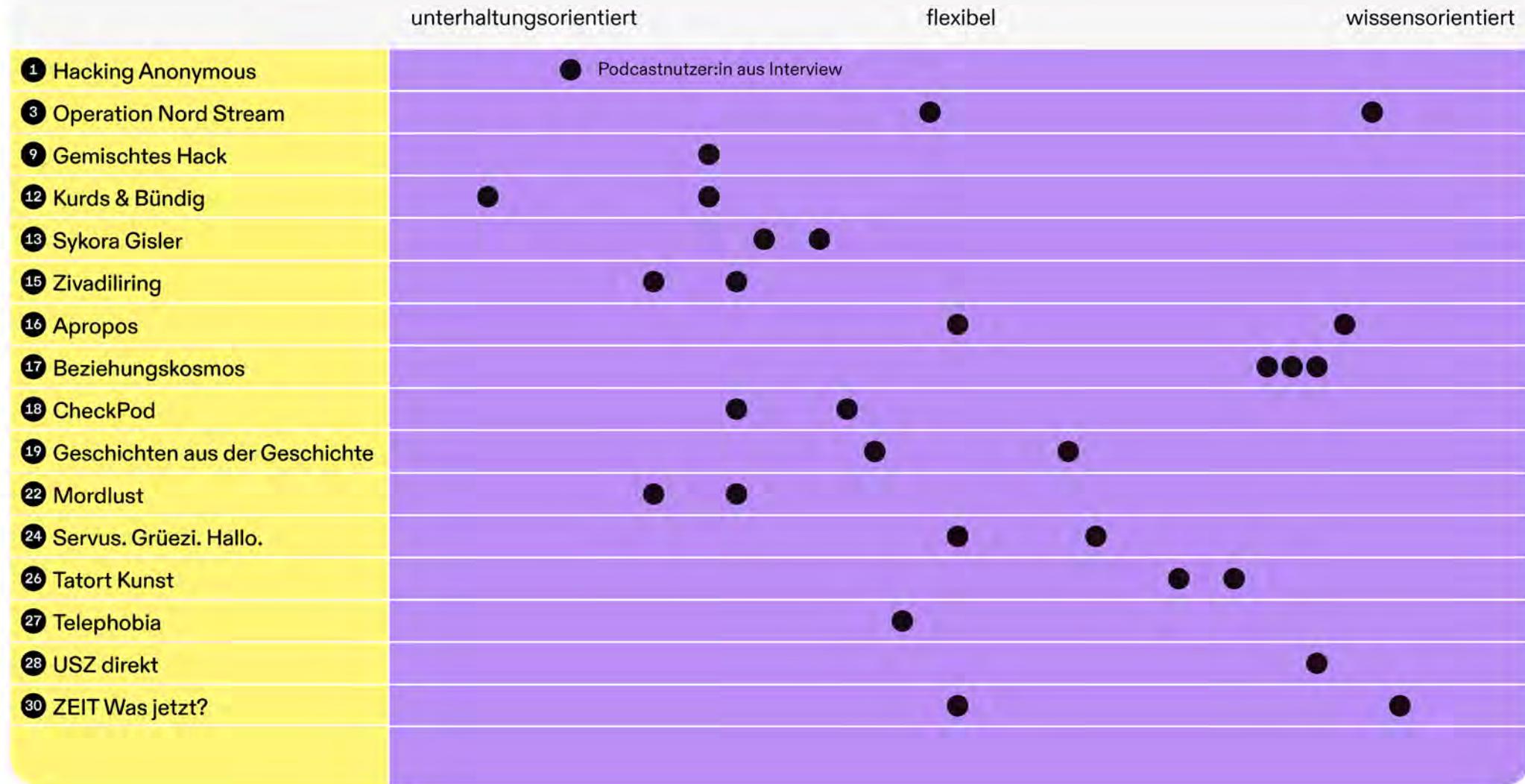
Wissens-  
orientiert



- Neue Informationen und Perspektiven
- Lernen
- Bildung

# Typologie der Hörer:innen

Die Interviewteilnehmer:innen wurden anhand ihrer Aussagen der Typologie zugeordnet. Jeder Punkt symbolisiert eine:n Interviewteilnehmer:in. Im Interview stand jeweils ein Podcast im Fokus. Die Zuordnung zu einem Typ erfolgte aufgrund der allgemeinen Podcastnutzung der Person.





# Take Home Messages

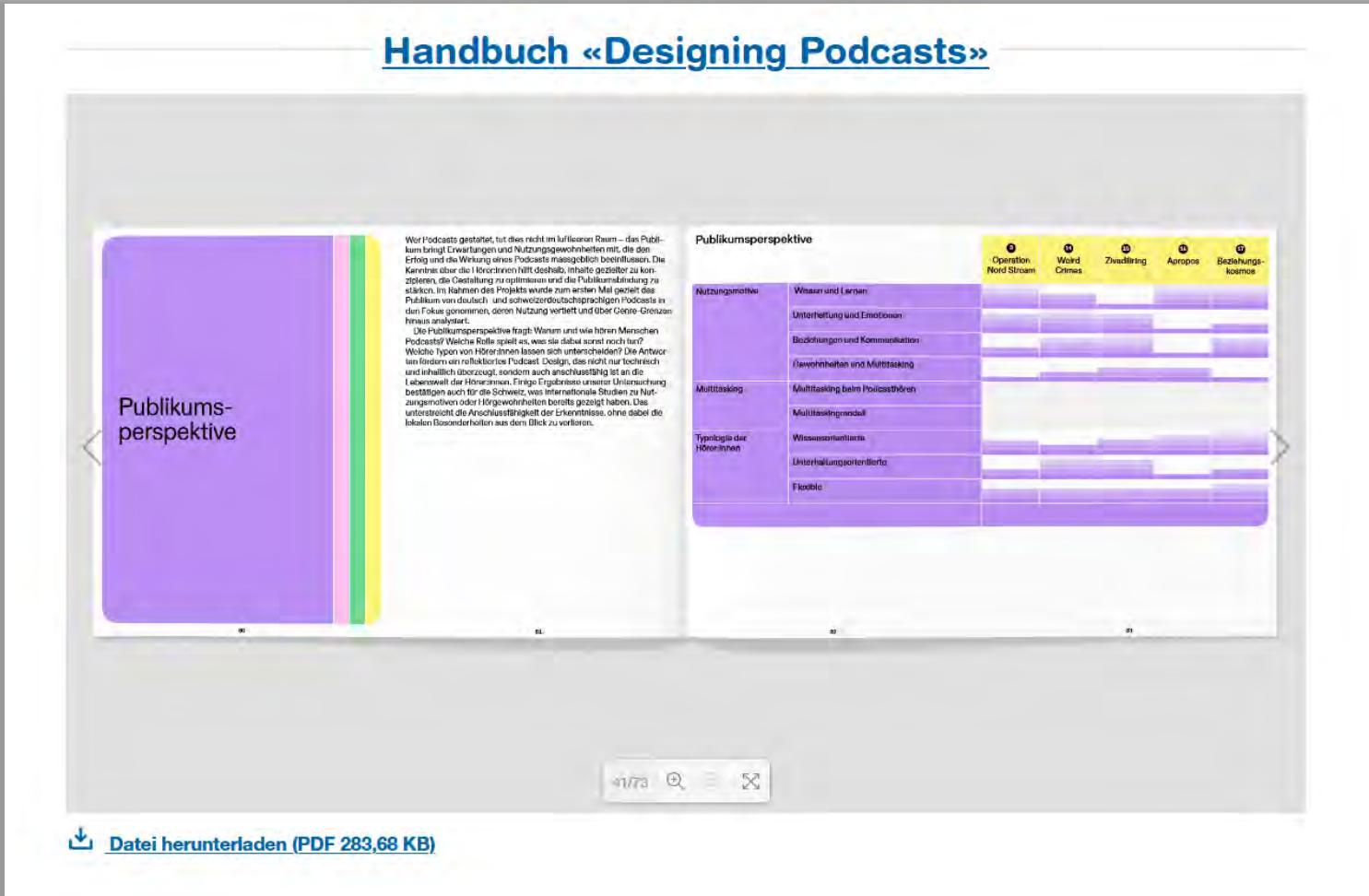
- Podcasts sind alltäglicher Bestandteil der Mediennutzung der Schweizer Bevölkerung.
- **Warum?** Es gibt viele gute Gründe, um Podcasts zu hören. Typische Motive sind Wissen & Lernen, Unterhaltung & Emotionen, Beziehungen & Kommunikation sowie Gewohnheit & Multitasking. Diese Motive lassen sich kombinieren und schliessen sich nicht gegenseitig aus.
- **Wie?** Multitasking ist beim Podcasthören an der Tagesordnung: Oft wird neben dem Podcasthören noch einer anderen Tätigkeit nachgegangen. Der Podcast und die Tätigkeit müssen jedoch zusammenpassen, besonders was die benötigte Aufmerksamkeit betrifft. Sonst leidet das Hörerlebnis. Ungünstige Kombinationen werden vermieden. Manchmal bestimmt die Tätigkeit den passenden Podcast, manchmal umgekehrt.
- **Typen?** Wir schlagen eine Typologie von Hörer:innen vor, die ein Spektrum zwischen Unterhaltungsorientierten und Wissensorientierten aufspannt. Viele Menschen tendieren in die eine oder andere Richtung. Die Flexiblen sind jedoch für beide Schwerpunkte offen.
- Die hier vorgestellten Ergebnisse tragen zu einem besseren Verständnis bei, wie und warum Menschen Podcasts hören. Gerade im deutschsprachigen Raum ist die Forschung zu Podcasts noch nicht weit fortgeschritten. Es gibt noch viel zu entdecken!

# Weiterführende Informationen: Handbuch Designing Podcasts

Projektwebseite:



**Handbuch «Designing Podcasts»**



The screenshot shows a slide from the handbook. On the left, there's a purple rectangular area with the text "Publikums-perspektive". To its right is a text block about podcasts and their impact on the public. Below this is a chart titled "Publikumsperspektive" with four columns: "Nutzungsmotiv", "Multitasking", and "Typologie der HörerInnen" on the left, and five rows of colored bars representing different topics: "Operation Nord Stream", "Welt Crimes", "Zweidring", "Apropos", and "Beziehungs-kosmos". The chart uses a color gradient from purple to yellow to represent the different topics.

[Datei herunterladen \(PDF 283,68 KB\)](#)

<https://www.zhaw.ch/de/psychologie/forschung/medienpsychologie/mediennutzung/designing-podcasts>

# Kontakt



**Lilian Suter**



**Pascal Streule**

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
**Angewandte Psychologie**  
Institut für Mensch, Gesellschaft & Technologien  
Fachgruppe Medienpsychologie

Pfingstweidstrasse 96  
Postfach  
CH-8037 Zürich  
Tel. +41 58 934 83 10  
[info.psychologie@zhaw.ch](mailto:info.psychologie@zhaw.ch)  
[www.zhaw.ch/psychologie](http://www.zhaw.ch/psychologie)