

PODCAST-BENCHMARK OBERÖSTERREICH 2026

WER DURCHHÄLT

Was Business-Podcasts in Oberösterreich am Leben hält. Alle
321 Formate gezählt, rund 17.600 Folgen ausgewertet.

48%

der Organisations-Podcasts mit
mindestens acht Folgen sind
still. Dieses Heft zeigt, was die
anderen anders machen.

EDITORIAL

EINES VON ZWÖLF

Frühjahr 2020. Die Büros in Linz, Wels und Steyr sind leer. Auf vielen Besprechungstischen steht plötzlich ein Mikrofon. Daneben ein Laptop, ein kalter Kaffee und ein Zettel mit Fragen.

Zwölf Organisationen aus Oberösterreich starten in diesem Jahr ein eigenes Format, das heute noch auffindbar ist. Heute sendet davon noch eines.

Man könnte dieses Heft mit den anderen elf beginnen. Das wäre die halbe Geschichte. Die spannendere Hälfte ist das eine Format, das weiterläuft. Und die vielen jüngeren, die seit Jahren verlässlich senden.

Ich habe dafür alle Business-Podcasts aus Oberösterreich gezählt, die öffentlich zu finden sind. 321 Formate, rund 17.600 Folgen. Keine Befragung, keine Selbstauskünfte, nur das, was öffentlich sichtbar ist. Das Ergebnis hat mich an einer Stelle selbst korrigiert: Die meisten Podcasts hören nicht nach sieben Folgen auf. Sie hören später auf, und meistens leise.

Dieses Heft ist die kurze Fassung der Studie. Es beantwortet die Fragen, die mir in Gesprächen am häufigsten gestellt werden, und gibt dir vier Werkzeuge mit, mit denen du deinen eigenen Podcast prüfen kannst. Namen stehen nirgends. Es geht um Muster, nicht um Menschen.

Daniel Friesenecker

Hörbarmacher, TheAngryTeddy Communications

INHALT

3	Das Heft auf einer Seite
4	Wer in Oberösterreich podcastet
6	Wie viele halten durch?
8	Wann hören sie auf?
9	Was verrät der Start?
10	Was machen Durchhalter anders?
12	Woran merkst du, dass es kippt?
13	Werkzeug: Frühwarn-Check
14	Was nach einer Pause geht
15	Werkzeug: Pausen- und Comeback-Plan
16	Was liegen bleibt
17	Werkzeug: Metadaten-Checkliste
18	Werkzeug: Benchmark nach Branche
20	Worüber gesprochen wird, wer am Mikrofon sitzt
22	Oberösterreich im Vergleich
24	Methode und nächster Schritt

Die Langfassung mit 80 Seiten, alle Tabellen und der Datenband liegen auf theangryteddy.com/podcast-report. Zahlen und Grafiken stehen unter CC BY 4.0 und dürfen mit Quellenangabe verwendet werden.

DAS HEFT AUF EINER SEITE

SECHS DINGE, DIE PODCASTS AM LEBEN HALTEN

Keines davon ist Technik. **Alle lassen sich als Fragen der Zuständigkeit lesen.**

- | | | |
|----------|---|---------|
| 1 | Jemand, dem das Format gehört
Selbstständige 35 % verstummt, Organisationen 48 %. Öffentliche Hand 37 %, Unternehmen 55 %.
Eigene Leute am Mikrofon: 64 % aktiv, sonst 34 %. | HINWEIS |
| <hr/> | | |
| 2 | Ein Blick auf die Abstände
Vor dem Verstummen werden die Abstände länger, bei aktiven Formaten im Median nicht. | MITTEL |
| <hr/> | | |
| 3 | Geplante Pausen
Durchhalter kündigen Pausen öfter an und machen öfter Sommerpause. In allen drei Gruppen dieselbe Richtung. | HINWEIS |
| <hr/> | | |
| 4 | Ein fixer, haltbarer Termin
Freie Radios halten am längsten. Durchhalter bei Organisationen senden eher verlässlich als schnell. | DEUTUNG |
| <hr/> | | |
| 5 | Ein Plan für die Strecke nach dem Start
Verstumte Organisations-Formate enden im Median bei Folge 14, die mittlere Hälfte zwischen Folge 7 und 23. | HINWEIS |
| <hr/> | | |
| 6 | Eine bewusste Entscheidung
Bei gleich alten Organisations-Formaten (Start 2021 bis 2024): Spotify for Creators 84 % verstummt, Podigee 48 %, übrige Hoster 56 %. | DEUTUNG |

Was sich nicht zeigt

Wie ein Podcast startet, lässt in den Daten keinen Schluss auf seine Laufzeit zu. Häufiges Veröffentlichen schützt nicht. Gute Metadaten halten keinen Podcast am Leben, sie machen ihn nur auffindbar. Und der Ton spielt für Hörer kaum eine Rolle, solange er nicht stört.

So liest du die Belegstärke

Mittel: deutlich, aber abhängig von der Berechnung.
Hinweis: sichtbar, nach Korrektur für viele Tests nicht gesichert. **Deutung:** aus der Praxis, nicht gemessen.

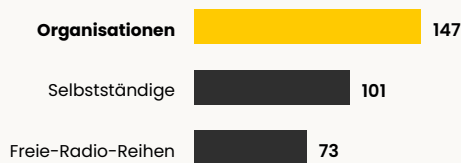
DIE LANDKARTE

WER IN OBERÖSTERREICH PODCASTET

Geprüft wurden 612 Formate mit Bezug zu Oberösterreich. **321 Business- und Corporate-Podcasts** gehören in diese Erhebung, jeder Sitz wurde geprüft.

Die drei Gruppen

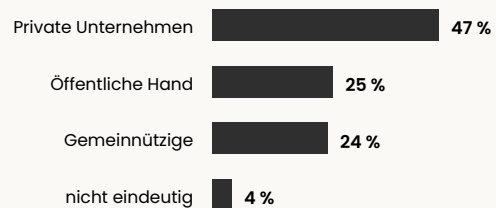
Formate mit Sitz in Oberösterreich



Nicht gezählt: 92 Formate von Medienhäusern, 6 aus der Politik und 150 Hobby-, Glaubens- oder auswärtige Formate. Dazu kommen 21 Formate mit totem Feed und 22 ohne öffentlichen Feed, etwa interne Mitarbeiter-Podcasts.

Organisationen nach Sektor

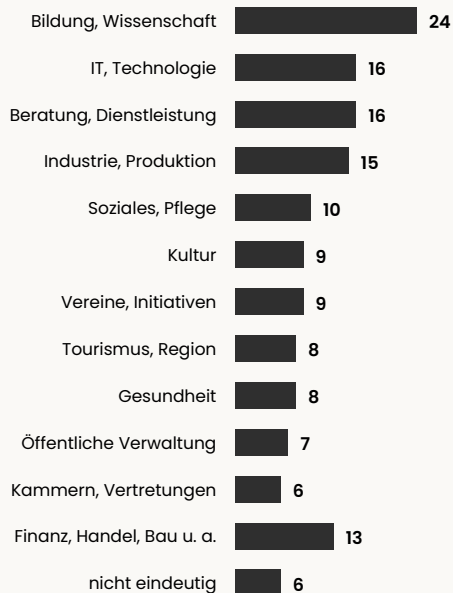
Anteil an 147 Organisations-Formaten



Bei den Selbstständigen dominiert ein Feld: 60 von 101 kommen aus Beratung, Coaching und Training, 16 aus Gesundheitsberufen, 7 aus der Bildung.

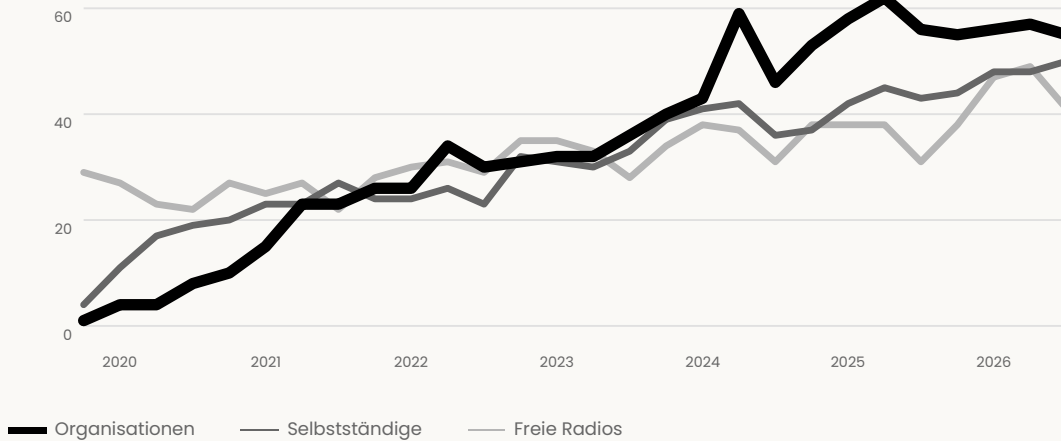
Organisationen nach Branche

Keine Branche hat mehr als 17 % der Formate. Anzahl Formate.



Gleichzeitig aktive Formate je Quartal

Mindestens eine Folge in den 90 Tagen vor Quartalsende



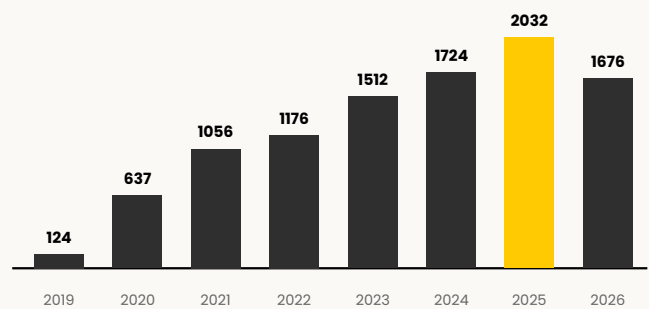
DER MARKT IST NICHT GESÄTTIGT

Seit 2020 starten jedes Jahr zwischen 26 und 40 neue Formate. 2021 war das stärkste Jahr der Organisationen, damals war der Lockdown noch frisch. 2025 war das stärkste Jahr der Selbstständigen.

Vor 2020 findet die Erhebung kaum Formate. Wer früh gestartet und längst aufgehört hat, hat seinen Feed oft gelöscht. Was gelöscht ist, zählt keine Erhebung mehr.

Veröffentlichte Folgen je Jahr

Organisationen und Selbstständige, 2026 bis 24. Oktober



5.700 h

Inhalt aus Oberösterreich, mindestens. Organisationen rund 1.700 Stunden, Selbstständige 2.900, Freie Radios 1.100.

74 von 147

Organisations-Formaten sitzen in der Stadt Linz. Dann folgen Steyr (9), der Bezirk Vöcklabruck (8) und Linz-Land (7).

17.600

Folgen wurden ausgewertet, rund 14.000 direkt aus den Feeds und 3.600 aus den Archiven der Freien Radios.

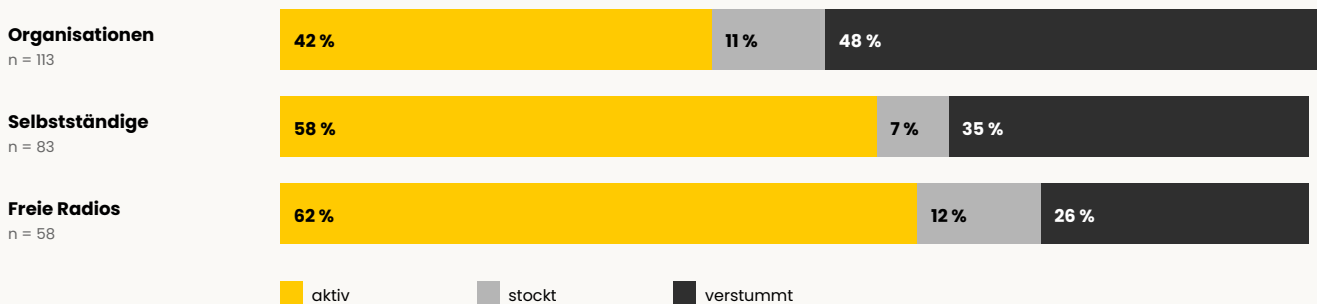
FRAGE 1 · DURCHHALTEN

WIE VIELE PODCASTS HALTEN DURCH?

Fast jeder zweite Organisations-Podcast ist still. Das klingt nach Scheitern. Der Blick auf die Zeit zeigt etwas anderes: **Das erste Jahr ist nicht das Problem.**

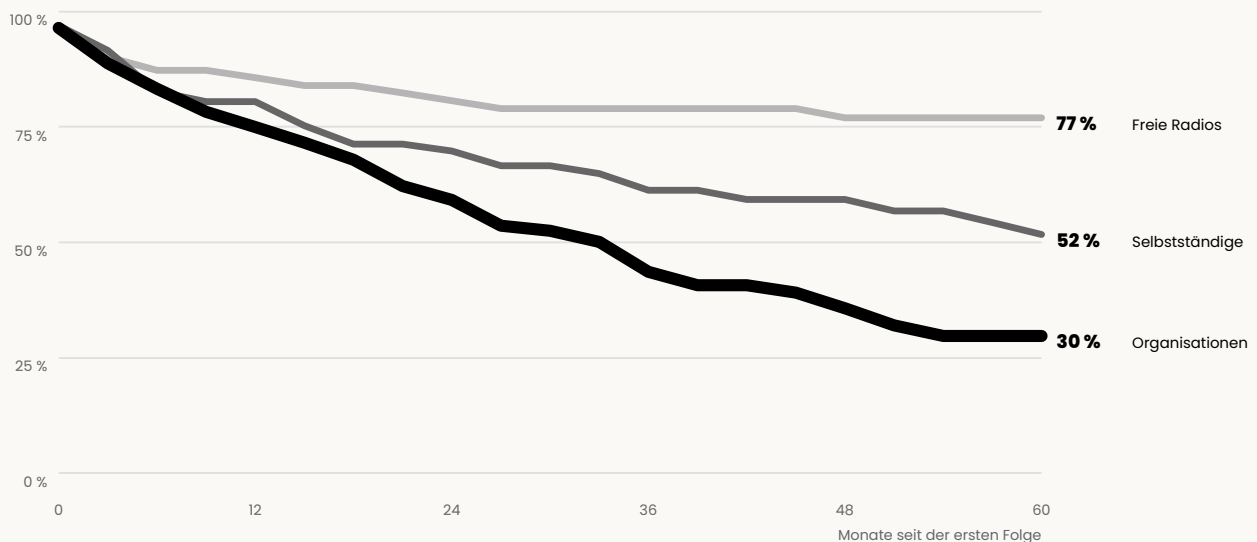
Status zum Stichtag, Formate ab acht Folgen

Aktiv: Folge in den letzten drei Monaten. Stockt: drei bis sechs Monate. Verstummt: länger als sechs Monate.



Wie lange Podcasts laufen

Geschätzter Anteil der Formate, die nach so vielen Monaten noch nicht verstummt sind (Kaplan-Meier, alle Formate mit Feed).



Organisationen n = 141, Selbstständige n = 99, Freie Radios n = 73. Unterschied gesichert (Log-Rank, $p < 0,001$). Gelöschte Feeds fehlen, die Werte sind eher zu optimistisch.

75 %

der Organisations-Formate laufen nach zwölf Monaten noch.
Bei Selbstständigen 80 %, bei Freien Radios 86 %.

30 %

sind es bei Organisationen nach fünf Jahren. Bei
Selbstständigen noch jedes zweite Format, bei Freien Radios
drei von vier.

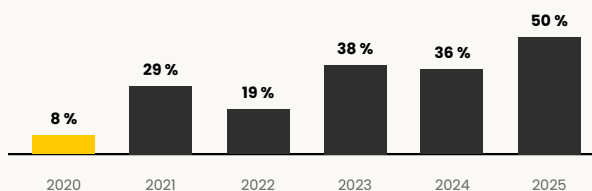
DER UNTERSCHIED ENTSTEHT IM ZWEITEN UND DRITTEN JAHR

Im ersten Jahr halten alle drei Gruppen ähnlich gut durch. Meine Deutung: Im ersten Jahr trägt der Schwung des Starts. Danach soll aus dem Projekt eine Routine werden, und da trennen sich die Wege. Zwischen Folge 10 und Folge 20 sinkt die Kurve der Organisationen um 22 Prozentpunkte, die der Selbstständigen um 8.

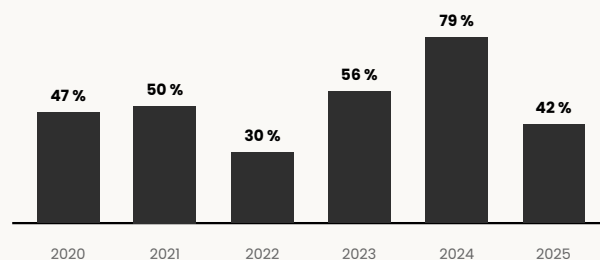
Was von den Startjahrgängen heute noch sendet

Anteil aktiver Formate je Startjahr. Jüngere Jahrgänge hatten weniger Zeit zum Verstummen.

Organisationen



Selbstständige



1 von 12

Organisationen, die 2020 ein Format gestartet haben, sendet heute noch. Bei Selbstständigen sind es 7 von 15. Vermutlich haben viele im Lockdown aus der Not begonnen. Als die Not endete, endete oft auch der Grund.

WAS DAS HEISST

Plane deinen Podcast nicht für den Start, sondern für das zweite Jahr. Dann ist der Schwung weg, die Budgetrunde kommt und jemand fragt, wer eigentlich zuständig ist.

Beantworte vorher drei Fragen: Wem gehört dieses Format? Wann ist der fixe Termin? Wie geht es nach Folge 10 weiter?

FRAGE 2 · DER KRITISCHE PUNKT

WANN HÖREN PODCASTS AUF?

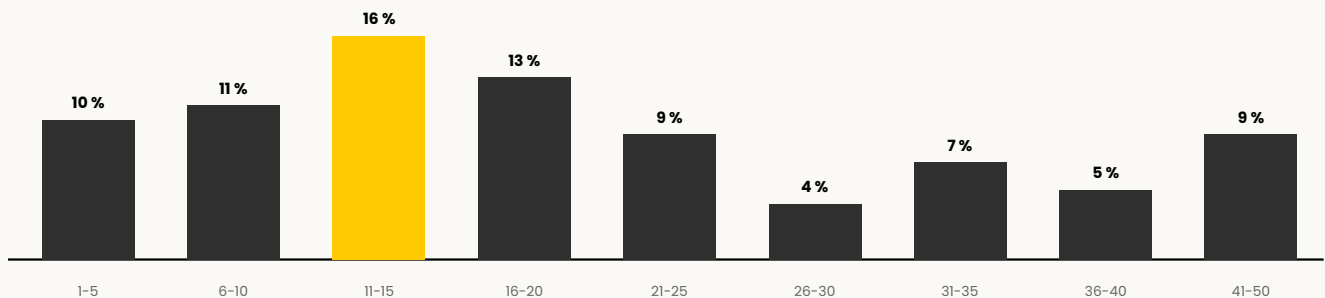
In der Branche hält sich eine Faustregel: Die meisten Podcasts sterben nach sieben Folgen. Ihre Spur führt zu einem Artikel aus 2018, belegt mit anonymen Branchenkennern. Die Daten aus Oberösterreich zeigen etwas anderes.

~~FOLGE 7~~
FOLGE 14

Verstummte Organisations-Formate enden im Median bei Folge 14, nach rund 16 Monaten. Die mittlere Hälfte endet zwischen Folge 7 und Folge 23. Fast zwei von drei haben mehr als zehn Folgen geschafft. Früh gelöschte Kurzformate fehlen allerdings in der Zählung.

Wie viele in jedem Abschnitt aufhören

Organisationen: Anteil der Formate, die in diesem Abschnitt verstummen, bezogen auf alle, die ihn erreicht haben (n = 147). Folgen.



Die Unterschiede zwischen den Abschnitten sind nicht statistisch gesichert ($p = 0,40$). Klar ist nur: Unter den gefundenen Formaten zeigt sich kein früher Absturz nach wenigen Folgen.

Die erste Staffel ist vorbei

Viele starten mit einem Plan für zehn bis zwölf Folgen. Nach 10 bis 20 Folgen kann die Themenliste abgearbeitet sein.

Das erste Budgetjahr ist um

16 Monate sind ein Geschäftsjahr plus Anlauf. Wer in der Budgetrunde keine Zahlen zum Wert hätte, hätte schlechte Karten.

Aus dem Projekt muss Routine werden

Am Anfang hat der Podcast Aufmerksamkeit. Nach einem Jahr läuft er vielleicht neben dem Tagesgeschäft. Routine bräuchte jemanden, der zuständig ist.

Drei Muster aus der Praxis, die dazu passen könnten. Gemessen sind sie nicht, die Feeds zeigen keine Gründe.

WAS DAS HEISST

Plane bei Folge 10 die nächsten 20. Themen, Gäste, Termine. Die gefährliche Strecke ist nicht der Start, sondern die Zeit danach.

FRAGE 3 · DER START

WAS VERRÄT DER START?

Die meisten Ratschläge drehen sich um den Anfang. Wie oft, wie lang, mit oder ohne Gäste. Die Daten erlauben hier einen genauen Test. Das Ergebnis:

Am Start lässt sich nicht ablesen, wer durchhält.

Startmerkmale und spätere Laufzeit

Organisationen und Selbstständige, Log-Rank-Test. Ein Prüfwert über 0,05 heißt: Die Unterschiede können Zufall sein.

STARTMERKMAL	ERGEBNIS	PRÜFWERT
Takt der ersten 5 Folgen	kein Zusammenhang	0,86
Länge der ersten 5 Folgen	kein Zusammenhang	0,71
Gastanteil der ersten 10 Folgen	kein Zusammenhang	0,96
Verlässlichkeit der ersten 10 Abstände	kein Zusammenhang	0,34

Große Unterschiede hätte der Test gefunden. Kleinere kann er bei rund 100 verstummten Formaten übersehen.

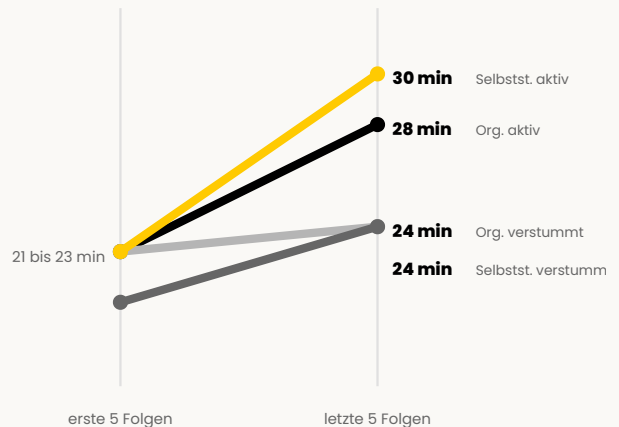
TEMPO SCHÜTZT NICHT

Bei Organisations-Formaten mit Start 2021 bis 2024 senden die aktiven im Median einmal im Monat. Die verstummten sendeten alle drei Wochen. Bei den Selbstständigen sendeten 56 % der verstummten wöchentlich, aber nur 47 % der aktiven.

Eine mögliche Erklärung: Wer sich einen Takt vornimmt, den er nicht halten kann, brennt schneller aus. Meine Empfehlung: lieber monatlich und verlässlich als wöchentlich und erschöpft.

Was sich unterwegs verändert

Länge einer Folge im Median



PERFEKTION HALTUNG

Laufende Formate werden mit der Zeit länger, verstummte bleiben ungefähr gleich. Meine Deutung: Wer dranbleibt, findet seinen Stil und traut sich mehr Tiefe zu. Beim Handwerk unterscheiden sich aktive und verstummte kaum: Ausführliche Beschreibungen haben 80 gegen 77 % der Folgen von Organisations-Formaten.

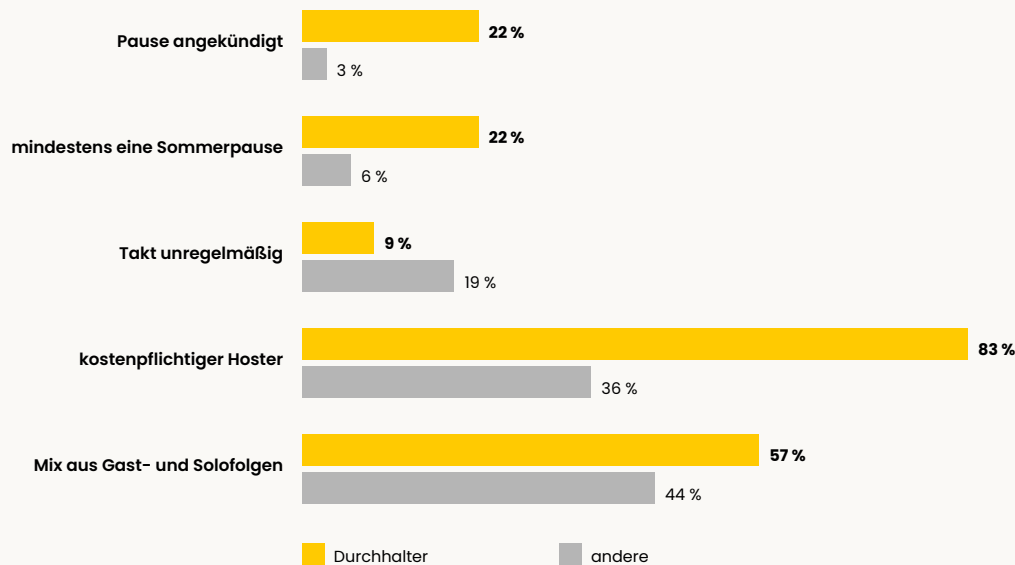
FRAGE 4 · DIE ANDERE HÄLFTE

WAS MACHEN DURCHHALTER ANDERS?

Durchhalter sind aktiv und senden seit mindestens drei Jahren oder haben 50 Folgen. Das trifft auf 23 Organisations-Formate zu. Der auffälligste Unterschied liegt nicht im Takt und nicht in der Technik. **Er liegt im Umgang mit Pausen.**

Organisationen: Durchhalter gegen alle anderen

Durchhalter n = 23, andere n = 108 bis 124 je Merkmal



WER DURCHHÄLT, MACHT PAUSEN

5 der 23 Durchhalter haben schon eine Pause angekündigt. Bei den anderen Organisations-Formaten sind es 3 von 118. Eine Sommerpause machen Durchhalter fast viermal so oft.

Das klingt paradox. Eine naheliegende Deutung: Eine angekündigte Pause ist eine Entscheidung. Jemand hat sie getroffen und kommuniziert. Eine unangekündigte Pause ist oft der Anfang vom Ende.

VERLÄSSLICH STATT SCHNELL

Die Verlässlichkeit des Takts liegt bei Durchhaltern im Median bei 0,84, bei den anderen bei 0,71. 1,0 hieße: Jede Folge kommt pünktlich. Die meisten Durchhalter senden 14-täglich oder monatlich, nur wenige wöchentlich.

Kleine Zahlen, viele Vergleiche: ein Hinweis, kein gesicherter Befund. Bei Pausen-Ansage und Sommerpause zeigt sich in allen drei Gruppen dieselbe Richtung.

DIE EIGENEN LEUTE AM MIKROFON

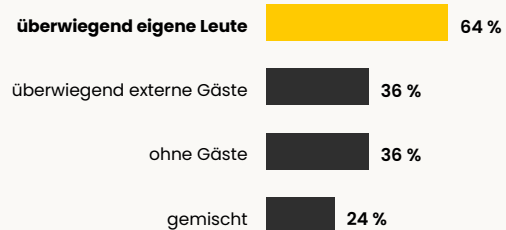
Bei allen 141 Organisations-Formaten wurde von Hand eingestuft, wer in den vier jüngsten Folgen spricht. Formate mit überwiegend eigenen Mitarbeitenden und Führung senden öfter noch.

Meine Deutung: Ein Format mit eigenen Leuten braucht keine laufende Gästesuche. Termine sind leichter zu finden, Freigaben kürzer, und der Podcast ist fest in die Kommunikation eingebunden.

Zusammenhang, kein Wirkungsnachweis ($p = 0,005$, nach Korrektur ein Hinweis). Eine Person hat eingestuft.

Noch aktiv, nach Art der Gäste

Organisations-Formate, Anteil aktiv



Nur 11 von 141 Organisations-Formaten erwähnen offene Stellen oder die Karriere im Haus. Dabei hört man nirgends besser, wie in einem Haus gesprochen wird.

DIE LEHRE DER FREIEN RADIOS · DREI MÖGLICHE GRÜNDE

NACH ALLEN RATSCHLÄGEN MÜSSTEN SIE LÄNGST VERSTUMMT SEIN

Die fünf Freien Radios in Oberösterreich produzieren Sendereihen mit Vereinen, Schulen und Initiativen. Sie erscheinen nur einmal im Monat, sind fast doppelt so lang wie Unternehmens-Podcasts, ihre Metadaten sind dürrtig. Trotzdem senden sie seit Jahren. Nur 26 % der Reihen ab acht Folgen sind verstummt.

77 %

noch nicht verstummt nach vier Jahren

93

Folgen je aktiver Reihe, Median

9 Jahre

Laufzeit aktiver Reihen, Median

47 min

Länge einer Folge, Median

Vermutlich: ein fixer Termin

Die Sendung läuft zu einem festen Platz im Programm, ob gerade Zeit ist oder nicht. Gemessen ist das nicht.

Geplante Pausen

Die Hälfte der langlaufenden Reihen macht Sommerpause, ein Drittel kündigt Pausen an.

Vermutlich: eine Gemeinschaft

Im Radiobetrieb fällt auf, wenn eine Sendung fehlt. Jemand wartet auf die nächste Folge.

Freie Radios stehen nicht unter Budgetdruck, viele Sendungen entstehen ehrenamtlich. Übertragbar ist die Struktur, nicht die Lage.

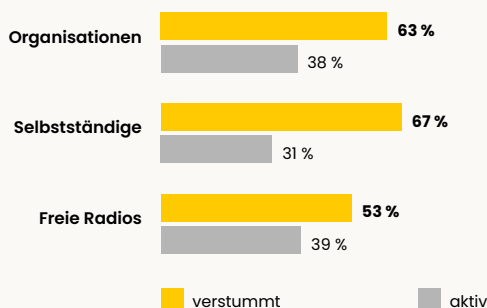
FRAGE 5 · DAS FRÜHWARN-SIGNAL

WORAN MERKST DU, DASS ES KIPPT?

Kaum ein Podcast hört mit einem Knall auf. Es gibt selten eine letzte Folge mit dem Titel „Danke und auf Wiederhören“. **Die Abstände werden länger.** Irgendwann kommt nichts mehr.

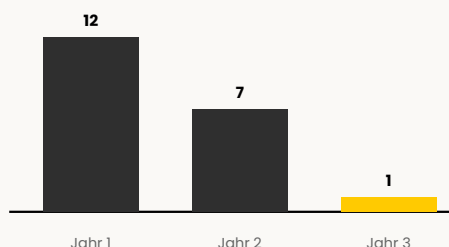
Wachsende Abstände über die letzten zehn Folgen

Anteil der Formate ab zehn Folgen, deren Abstände um mehr als einen halben Tag je Folge wachsen



Ein Beispiel aus dem Sozialbereich

Folgen je Jahr eines Organisations-Formats, das danach verstummte



Die Abstände wuchsen von zwei auf vier Wochen, dann kam nichts mehr. Ein Ende wurde nie angekündigt. Der Rückgang war über ein Jahr im Feed sichtbar.

LANGE PAUSEN ALS ZWEITES SIGNAL

AB 12 MONATEN LAUFZEIT	PAUSE ÜBER 3 MONATE	LÄNGSTE PAUSE
Organisationen, aktiv	51 %	91 Tage
Organisationen, verstummt	79 %	201 Tage
Selbstständige, aktiv	59 %	105 Tage
Selbstständige, verstummt	81 %	197 Tage

Eine lange Pause ist kein Todesurteil. Aber sie ist der Moment, in dem jemand entscheiden sollte.

EIN ENDE OHNE ABSCHLUSS

Kein einziges verstummtes Format hat sich im Feed als beendet markiert. Nur bei 10 von 135 verstummten Formaten deuten die letzten beiden Folgen auf ein Ende oder eine Pause hin.

Ein bewusst abgeschlossener Podcast wirkt anders als ein vergessener. Er sagt: Das war ein Projekt, und es ist fertig.

Das Signal ist deutlich, als Vorhersage aber begrenzt: Auch 38 % der aktiven Organisations-Formate werden langsamer. Über alle Gruppen $p = 0,001$, nach Korrektur ein Grenzfal.

WERKZEUG 1 · FRÜHWARN-CHECK

WIRD DEIN PODCAST GERADE LEISER?

Kaum ein Podcast hört mit einem Knall auf. Die Abstände werden länger, dann kommt nichts mehr. Dieser Check dauert zehn Minuten. Kreuze an, was auf dich zutrifft.

- ☐
Die letzten drei Abstände sind länger als die drei davor.

Eine vereinfachte Faustregel für das deutlichste Signal in den Daten, das aber ein Grenzfall ist: Bei 63 % der verstummten Organisations-Formate wuchsen die Abstände über die letzten zehn Folgen.
- ☐
Es gab schon eine Pause über drei Monate, ohne Ankündigung.

Vier von fünf verstummten Formaten mit mindestens einem Jahr Laufzeit hatten vorher eine Pause über drei Monate. Bei aktiven etwa jedes zweite.
- ☐
Du bist zwischen Folge 10 und 25, und die erste Themenliste ist abgearbeitet.

Verstummte Organisations-Formate enden im Median bei Folge 14.
- ☐
Niemand hat den Podcast mit Namen und Stunden im Kalender.

Wo eine Person das Format trägt, läuft es in den Daten öfter länger.
- ☐
Die nächste Budgetrunde kommt, aber es gibt keine Zahlen zum Wert.

Verstummte Organisations-Formate enden im Median nach 16 Monaten. Das ist gut ein Geschäftsjahr plus Anlauf.
- ☐
Gäste kommen nur von außen, und die Suche wird mühsam.

Mit eigenen Leuten am Mikrofon senden Organisations-Formate öfter noch: 64 gegen 34 %.
- ☐
Der Takt ist schneller, als ihr ihn auf Dauer halten könnt.

Häufigkeit schützt nicht. Durchhalter bei Organisationen senden eher verlässlich als schnell.

Deine Abstände

Datum der letzten sechs Folgen und die Tage dazwischen.

FOLGE	DATUM	TAGE BIS ZUR NÄCHSTEN
Folge 1 (jüngste)		
Folge 2		
Folge 3		
Folge 4		
Folge 5		
Folge 6		

AUSWERTUNG

0 oder 1 Kreuz: Dein Podcast läuft. Schau in drei Monaten wieder.

2 oder 3 Kreuze: Jetzt ist der Moment für eine Entscheidung, nicht in drei Monaten.

4 und mehr: Nimm dir den Pausen- und Comeback-Plan auf Seite 15.

Ein Hinweis, keine Vorhersage: Auch 38 % der aktiven Organisations-Formate werden zwischendurch langsamer. Takt und Status deines Podcasts zeigt dir der Selbsttest auf theangryteddy.com/podcast-report.

FRAGE 6 · NACH DER PAUSE

WAS NACH EINER PAUSE GEHT

Eine lange Pause ist kein Ende. **Die Hälfte aller Formate** hat schon einmal länger als drei Monate pausiert und danach weitergemacht.

159 von 321

Formaten hatten ein Comeback: eine Pause über 90 Tage, danach wieder Folgen.

204 Tage

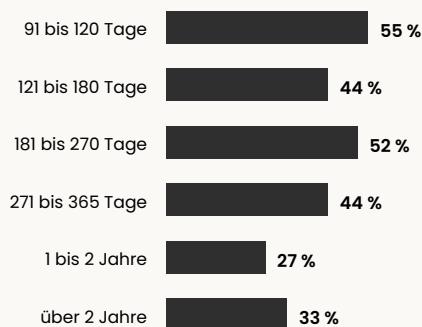
dauerte die Pause im Median. Danach kamen im Median noch acht Folgen.

6 von 65

wechselten nach der Pause den Host. Takt (28 zu 26 Tage) und Länge (27 zu 26 Minuten) blieben fast gleich.

Heute aktiv, nach Länge der überbrückten Pause

Formate mit Comeback, alle Gruppen



KEIN AUTOMATISMUS

Bei Organisationen ist ein Comeback nicht automatisch eine Rettung. Von den Organisations-Formaten mit Comeback sendet heute knapp ein Drittel, bei Selbstständigen und Freien Radios gut die Hälfte.

Eine mögliche Erklärung: Wer nach einer Pause ohne neue Zuständigkeit zurückkommt, landet bald wieder in derselben Pause. Ob eine neue Zuständigkeit hilft, zeigen die Daten nicht. Meine Erfahrung sagt: ja.

DER SCHLAFENDE BESTAND

536 Stunden

1.500 h

Inhalt stammen von Formaten, die nicht mehr senden. 133 von 135 Feeds funktionieren noch.

liegen in 25 verstummten Formaten, die technisch sofort wieder starten könnten: Feed läuft, Website erreichbar, auf Apple und Spotify, mindestens 15 Folgen, ordentliche Metadaten. 1.248 Folgen. Alles ist da, außer der nächsten Folge.

8 von 10

Folgentiteln enthalten kein Datum und keinen Anlass. Der Inhalt ist zeitlos.

24 Monate

schweigen verstummte Organisations-Formate im Median. Das Datum der letzten Folge steht ganz oben.

WERKZEUG 2 · PAUSEN- UND COMEBACK-PLAN

ENTSCHEIDEN STATT AUSLAUFEN LASSEN

Drei bis sechs Monate ohne Folge sind der Moment für eine Entscheidung. Es gibt drei gute Wege. **Die schlechteste Option ist, nichts zu entscheiden.**

A Weitermachen mit neuem Plan

- ☐ Eine Person mit Namen und Stunden pro Monat benennen, dazu eine Vertretung.
- ☐ Die nächsten 10 Folgen planen: Themen, Gäste, Termine.
- ☐ Einen Takt wählen, den ihr auch im Herbst noch haltet.
- ☐ Eine kurze Rückkehr-Folge: Was kommt, wann, warum.

B Pause mit Ansage

- ☐ Eine kurze Folge oder ein Hinweis in der Beschreibung: Wir pausieren bis Datum X.
- ☐ Den Rückkehrtermin in den Kalender, mit Verantwortlichem.
- ☐ Zwei Wochen vorher: erste Folge nach der Pause fertig haben.
- ☐ Dann tatsächlich weitermachen.

C Bewusst abschließen

- ☐ Eine letzte Folge, die zusammenfasst und sich bedankt.
- ☐ Im Feed als abgeschlossen markieren und in der Beschreibung sagen, dass es fertig ist.
- ☐ Die besten Folgen weiterverwenden: als Zitate, Artikel oder Clips.
- ☐ Feed und Seite online lassen. Die Arbeit bleibt sichtbar.

BEVOR DU ZURÜCKKOMMST

- ☐ Feed läuft, Folgen sind abrufbar
- ☐ Website und Podcast-Seite erreichbar
- ☐ Auf Apple Podcasts und Spotify gelistet
- ☐ Eine Person ist zuständig, mit Vertretung
- ☐ Fixer Termin für die nächsten drei Folgen steht

SO KANN DIE ANSAGE KLINGEN

„Wir machen bis Mitte September Sommerpause. In der ersten Folge danach geht es um ... Bis dahin findet ihr alle Folgen hier im Feed.“

„Das ist die letzte Folge dieser Reihe. Danke fürs Zuhören über 34 Folgen. Die Gespräche bleiben online, und hier findet ihr uns weiter: ...“

Eine Ansage kostet fünf Minuten. Bei Organisationen haben 22 % der Durchhalter schon eine Pause angekündigt, bei den anderen 3 %.

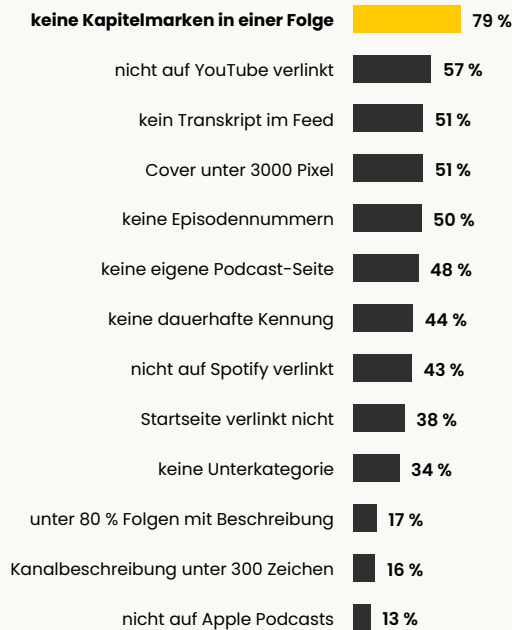
FRAGE 7 · UNGENUTZTE POTENZIALE

WAS LIEGEN BLEIBT

Die laufenden Podcasts sind handwerklich solide. Aber bei vielem, was einen Podcast auffindbar und weiterverwendbar macht, bleibt Luft. **Die meisten Lücken schließt du an einem Nachmittag.**

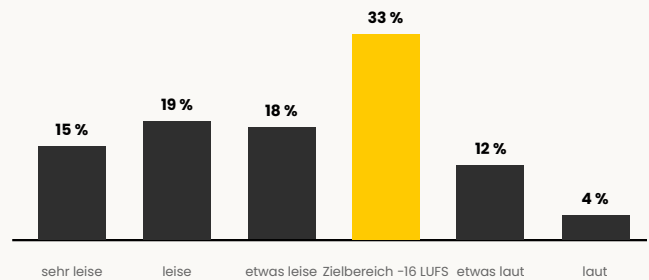
Lücken laufender Formate

Aktive und stockende Formate von Organisationen und Selbstständigen, n = 106 bis 136



Lautheit der jüngsten Folge

Anteil der Formate, erste fünf Minuten nach EBU R 128



Nur ein Drittel liegt im Zielbereich um -16 LUFS, ein weiteres Drittel ist deutlich zu leise. Wer im Auto von einem Podcast zum nächsten wechselt, muss nachregeln. Eine Einstellung beim Export reicht.

1 von 9

Folgen bittet in den ersten Minuten um Abo, Bewertung oder Weiterempfehlung. Ein Satz reicht.

1

Bewertung hat ein aktives Organisations-Format auf Apple im Median. Bewertungen wachsen mit der Laufzeit. Wer darum bittet, hilft nach.

3 zu 10 s

bis aktive Organisations-Formate Absender oder Titel nennen, bei verstummten 10. Kleine Stichprobe, ein Hinweis.

WAS DAS HEISST

Wer Monate in ein Format steckt, versteckt es oft genau dort, wo Kunden und Bewerber zuerst suchen: auf der eigenen Website. Bei mehr als jedem dritten laufenden Podcast verlinkt die Startseite ihn nicht.

WERKZEUG 3 · METADATEN-CHECKLISTE

ZWANZIG PUNKTE FÜR DEINEN FEED

Für jeden Feed wurden 20 Merkmale geprüft. Ein Punkt pro Merkmal. Hake ab, was dein Feed hat. Die Prozentzahl zeigt, wie viele laufende Formate in Oberösterreich es schon haben.

☐ 1	Kategorie Apple-Kategorie gesetzt	100 %	☐ 11	Eindeutige Kennung dauerhafte ID (Podcasting 2.0)	56 %
☐ 2	Unterkategorie genauere Kategorie darunter	66 %	☐ 12	Unterstützungs-Link Link für Unterstützung	2 %
☐ 3	Autor wer den Podcast macht	100 %	☐ 13	Personen-Angaben Hosts und Gäste als eigene Angabe	3 %
☐ 4	Inhaber Inhaber-Angabe für Verzeichnisse	100 %	☐ 14	Transkripte Transkript-Dateien zu den Folgen	49 %
☐ 5	Sprache Sprache angegeben	100 %	☐ 15	Kapitelmarken Kapitel als eigene Angabe	19 %
☐ 6	Cover in voller Größe mindestens 3.000 × 3.000 Pixel	49 %	☐ 16	Podcast-Typ der Reihe nach oder einzeln	98 %
☐ 7	Cover quadratisch Format 1 zu 1	99 %	☐ 17	Episodennummern bei mindestens der Hälfte der Folgen	50 %
☐ 8	Kanalbeschreibung mindestens 300 Zeichen	84 %	☐ 18	Folgenbeschreibungen 80 % der Folgen mit 300 Zeichen	83 %
☐ 9	Website-Link Link auf eine Website im Feed	100 %	☐ 19	Jugendschutz-Angabe für Kinder geeignet oder nicht	100 %
☐ 10	Website erreichbar dieser Link funktioniert	86 %	☐ 20	Urheberrecht Copyright-Angabe	85 %

Dein Wert: _____ von 20

LAUFENDE FORMATE	MEDIAN	15 PUNKTE UND MEHR
Organisationen	14	33 %
Selbstständige	15	57 %
Freie Radios	9	0 %

Gelb: Merkmale, die weniger als 60 % der laufenden Formate erfüllen. n = 129.

WAS DAS HEISST

Gute Metadaten halten keinen Podcast am Leben. Durchhalter haben im Median denselben Wert wie alle anderen. Aber sie entscheiden mit, ob dich jemand findet. Kapitel und Transkripte bieten viele Hoster inzwischen an.

WERKZEUG 4 · BENCHMARK

WIE OFT, WIE LANG, WIE VIELE NOCH LAUFEN

Die Benchmarks für jede Branche, jeden Sektor und jede Gruppe mit mindestens zehn Podcasts. Trag deine eigenen Werte in die letzte Zeile ein. Den aktuellen Monatsstand findest du auf theangryteddy.com/podcast-report.

Nach Branche

Branchen mit weniger als zehn Podcasts stehen unter Sonstige

GRUPPE	PODCASTS	DAVON AKTIV	ABSTAND TAGE	LÄNGE MINUTEN	FOLGEN PRO JAHR
Oberösterreich gesamt	254	52 %	14	27,7	6
Dienstleistung und Beratung	60	48 %	7,5	25,8	5,5
Bildung und Wissenschaft	27	44 %	14	23,9	8
Gesundheit	20	70 %	14	18	13
Industrie und Produktion	14	36 %	29	21,6	5
IT und Technologie	13	54 %	15	27,1	7
Kultur	10	30 %	15	26,4	2
Sonstige	52	48 %	28	25,2	2

Dein Podcast

Nach Gruppe

GRUPPE	PODCASTS	DAVON AKTIV	ABSTAND TAGE	LÄNGE MINUTEN	FOLGEN PRO JAHR
Oberösterreich gesamt	254	52 %	14	27,7	6
Organisationen	113	42 %	21	23,9	3
Selbstständige	83	58 %	8	24,3	8
Freie Radios	58	62 %	27,5	31	9

Dein Podcast

Basis: alle Formate mit mindestens acht Folgen, wie die Kernzahl. Abstand und Länge über die ganze Laufzeit, Folgen pro Jahr in den letzten zwölf Monaten, jeweils der Median. Median heißt: Die Hälfte liegt darüber, die Hälfte darunter. Stand 24.10.2026.

Nach Sektor

Organisationen

GRUPPE	PODCASTS	DAVON AKTIV	ABSTAND TAGE	LÄNGE MINUTEN	FOLGEN PRO JAHR
Oberösterreich gesamt	254	52 %	14	27,7	6
Unternehmen	53	36 %	15	25,4	4
Öffentliche Hand	30	43 %	14	23,9	6,5
Gemeinnützige	24	42 %	21,5	23,4	1,5

Dein Podcast

Laufzeit-Benchmark

Anteil noch nicht verstummter Formate nach Monaten (Kaplan-Meier)

	ORGANI- SATIONEN	SELBST- STÄNDIGE	FREIE RADIOS
nach 12 Monaten	75 %	80 %	86 %
nach 24 Monaten	59 %	70 %	81 %
nach 36 Monaten	44 %	61 %	79 %
nach 48 Monaten	36 %	59 %	77 %
nach 60 Monaten	30 %	52 %	77 %

Folgen-Benchmark

Anteil der Formate, die diese Folge erreichen

	ORGANI- SATIONEN	SELBST- STÄNDIGE	FREIE RADIOS
Folge 10	80 %	86 %	89 %
Folge 20	58 %	78 %	79 %
Folge 30	51 %	73 %	78 %
Folge 50	40 %	65 %	72 %

27

 zu 47

Folgen hat ein aktives Format im
Median: Organisationen zu
Selbstständigen.

22

 zu 30

Monate laufen aktive Formate im
Median: Organisationen zu
Selbstständigen.

14

 zu 9

Tage liegen bei aktiven Formaten
zwischen zwei Folgen: Organisationen zu
Selbstständigen.



SELBSTTEST

Deine Werte automatisch: Link zu deinem Podcast eingeben, Branche wählen, Vergleich sehen. Dauert eine Minute.

theangryteddy.com/podcast-report

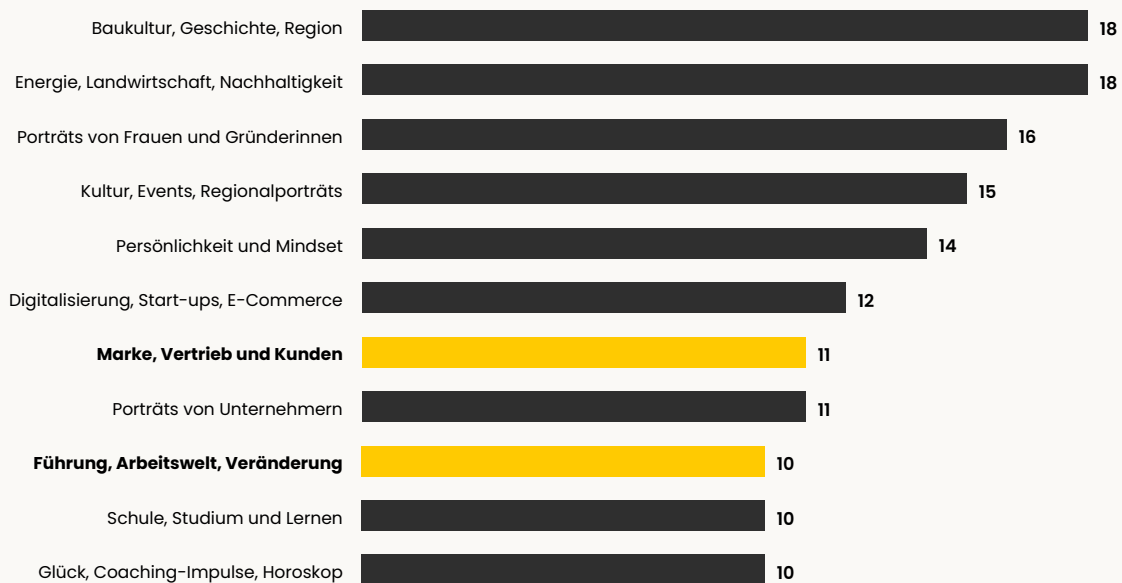
INHALTE UND STIMMEN

WORÜBER GESPROCHEN WIRD

Titel und Beschreibungen aller Folgen wurden nach Themen gruppiert. **Kein Thema dominiert.** Das häufigste Hauptthema kommt auf 18 von 239 Formaten.

Die häufigsten Hauptthemen

Hauptthema je Format, Organisationen und Selbstständige, Anzahl Formate. Die letzten drei liegen gleichauf. Gelb: klassische Business-Themen.



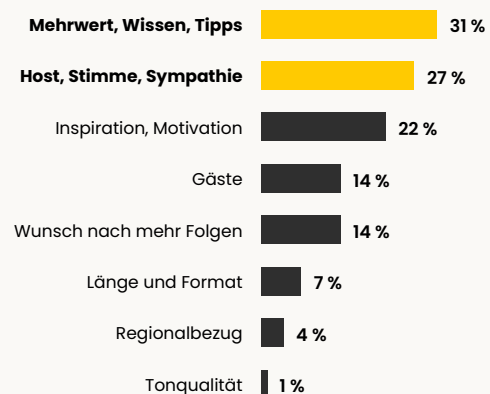
AUFFALLEN ÜBER DEN BLICKWINKEL

Die 90 Formate mit Business-Kategorie unterscheiden sich von 3.000 deutschsprachigen Business-Podcasts bei keinem Thema nachweisbar. Kleinere Unterschiede können unentdeckt bleiben. Meine Deutung: Ein neues Format fällt kaum über das Thema auf. Es fällt über die Region, den Blickwinkel und die Person auf, die spricht.

Organisationen bleiben eher bei einem Thema: Im Median gehören 57 % ihrer Folgen zum Hauptthema, bei Selbstständigen 39 %. Ein Teil davon liegt daran, dass Organisationen weniger Folgen haben. Ratgeber sind fast nur Sache der Selbstständigen.

Was Hörer in Rezensionen loben

327 Apple-Rezensionen mit Text, Mehrfachnennung möglich



Hörer loben, was sie lernen und wer zu ihnen spricht. Um den Ton geht es fast nie.

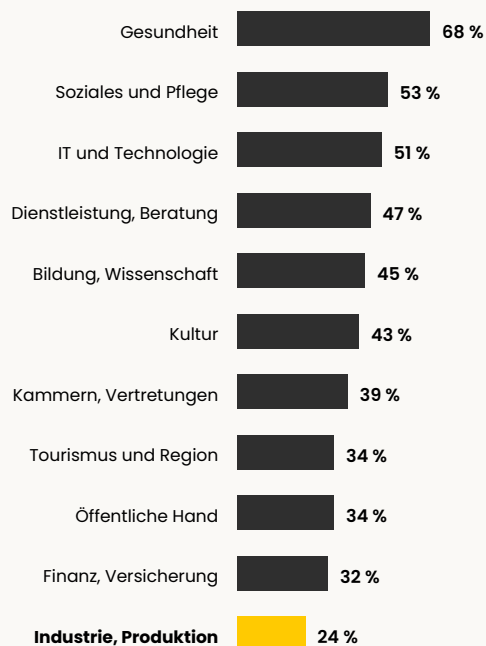
WER AM MIKROFON SITZT

FAST JEDER ZWEITE GAST IST EINE FRAU

In den Feeds stehen rund 4.700 namentlich genannte Gäste. 47 % der Gäste und 47 % der Hosts sind Frauen. Bei Organisationen sind es 42 %, bei Selbstständigen 52 %.

Frauenanteil der Gäste nach Branche

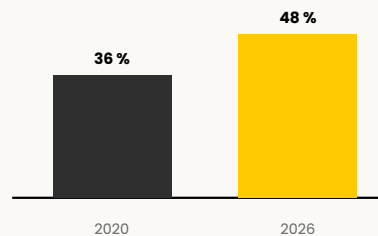
Organisationen und Selbstständige



In der Gesundheit sind zwei von drei Gästen Frauen, in Industrie und Produktion jeder vierte Gast.

Organisationen holen auf

Frauenanteil der Gastauftritte bei Organisationen



2020 nur 55 Auftritte, der Anstieg liegt vor allem 2026. Ein Trend zeichnet sich ab, gesichert ist er nicht.

EINE SZENE, DIE SICH SELBST EINLÄDT

Mehr als 320 Personen sind in mindestens zwei Formaten zu Gast, etwa zehn in fünf oder mehr. Gut zwei von fünf Formaten teilen mindestens einen Gast mit einem anderen. Der Kern liegt in Beratung und Dienstleistung.

WAS DAS HEISST

Gäste und Netzwerk sind da. Die Kehrseite: Dieselben Stimmen kehren wieder. Wer andere Gäste findet, fällt auf. Die naheliegendsten sitzen im eigenen Haus, und Formate mit eigenen Leuten am Mikrofon senden öfter noch.

DER VERGLEICH

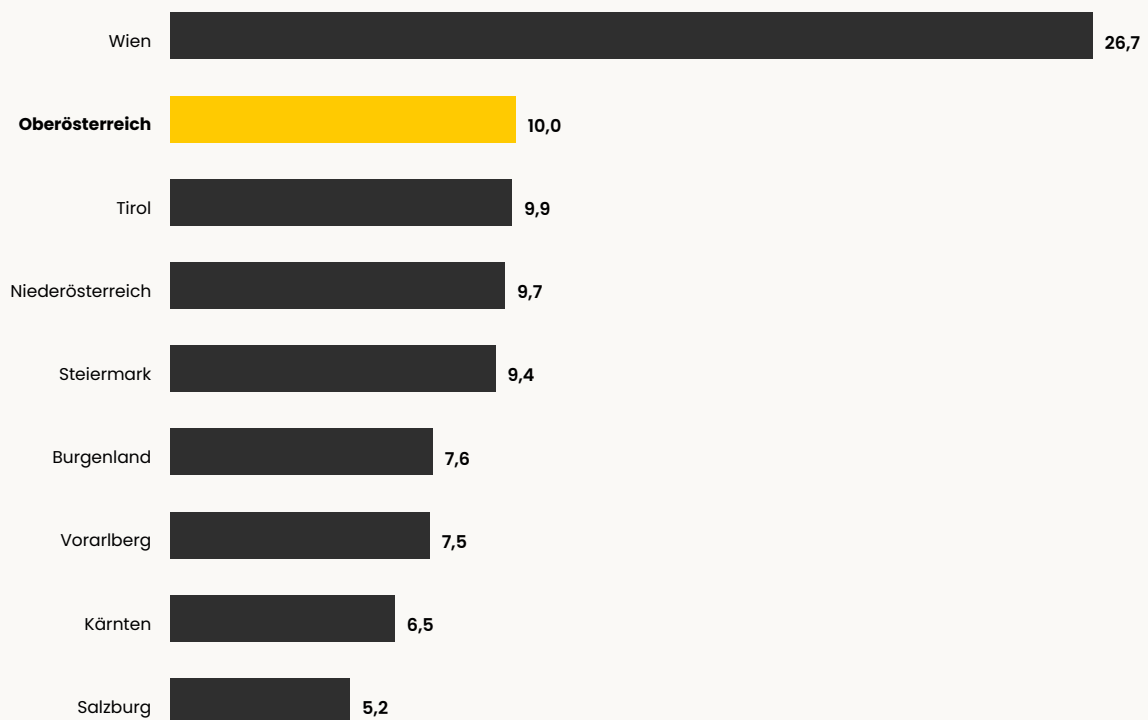
OBERÖSTERREICH IN ÖSTERREICH

Rund 5.600 deutschsprachige Podcasts mit Österreich-Bezug wurden geprüft, 1.200 ließen sich über ihr Impressum einem Bundesland zuordnen.

Pro Kopf liegt Oberösterreich auf Platz zwei.

Podcasts je 100.000 Einwohner

Alle Themen, automatische Zuordnung über das Impressum, für alle Länder nach derselben Regel. Österreich gesamt: 12,8.



Die Werte sind Untergrenzen, aber untereinander vergleichbar. Bevölkerung laut Statistik Austria, 1. Jänner 2026.

WIEN HAT PRO KOPF FAST DREIMAL SO VIELE

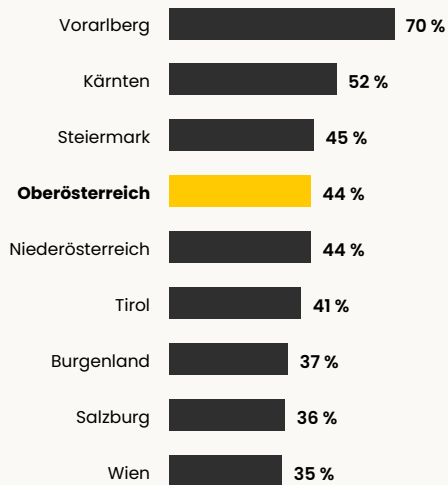
Das liegt vermutlich an Medien, Agenturen und Konzernzentralen. Oberösterreich liegt knapp vor Tirol, Niederösterreich und der Steiermark.

DIE ERSTE BESTANDSAUFNAHME

Studien im deutschsprachigen Raum sind fast nur Befragungen. Eine systematische Bestandsaufnahme der Business-Podcasts eines Bundeslands habe ich nicht gefunden. Diese ist nach meinem Kenntnisstand die erste. Am nächsten kommt eine Arbeit der FH OÖ: 180 große IT-Unternehmen, 18 mit Podcast.

Verstummt nach Bundesland

Formate ab acht Folgen, automatische Zuordnung, alle Themen



Beim Verstummen liegt Oberösterreich gleichauf mit Niederösterreich und der Steiermark. Im Burgenland, in Kärnten, Salzburg und Vorarlberg sind die Fallzahlen klein.

Was andere Zählungen zeigen

Anteil inaktiver oder verstummter Podcasts, jeweils eigene Regel



Die Vergleichswerte zählen auch Hobby-Formate und Feeds mit sehr wenigen Folgen, die Liste aus Oberösterreich ist von Hand bereinigt (alle drei Gruppen ab acht Folgen, 98 von 254). Eine Rangfolge geben diese Vergleiche nicht her.

43 %

der Menschen in Österreich ab 15 hören zumindest gelegentlich Podcasts (RTR Online-Audio-Monitor 2025).

1 von 5

berufstätigen Podcast-Hörern sagt, ihr Arbeitgeber habe einen eigenen Podcast (IMAS Podcast-Report 2025, Selbstauskunft).

4,7 Mio.

Podcasts stehen im Podcast Index. Alle wurden mit der Ortsliste Oberösterreichs abgeglichen.

WAS DAS HEISST

Hohe Anteile verstummter Podcasts finden sich überall. Oberösterreich ist kein Sonderfall, nach oben wie nach unten. Spannend ist deshalb die andere Hälfte: die Formate, die seit Jahren verlässlich senden. Um die geht es in diesem Heft.

METHODE

SO WURDE GEZÄHLT

Wer zählt. Business- und Corporate-Podcasts mit Sitz in Oberösterreich, wo möglich laut Impressum oder Firmenbuch: Organisationen, Selbstständige und Reihen der fünf Freien Radios. Nicht gezählt: Medienhäuser, Politik, Hobby- und Glaubensformate.

Wie gesucht. Ortsliste mit allen 438 Gemeinden, Apple Podcasts und fyfd mit 774 Suchbegriffen, der ganze Podcast Index, 5.788 Feeds gelesen, 2.536 Websites auf ein Impressum geprüft, Gästelisten, Preise, Medien, Referenzen von rund 45 Produzenten.

Status. Aktiv: Folge in den letzten drei Monaten. Stockt: drei bis sechs Monate. Verstummt: länger. Kernzahl nur für Formate ab acht Folgen. Stichtag 24.10.2026.

Statistik. Überlebenskurven nach Kaplan-Meier, Gruppenvergleiche mit Log-Rank- und Fisher-Test, für die 25 wichtigsten Vergleiche korrigiert nach Holm. Gesichert heißt: hält diese Korrektur. Alle Zusammenhänge sind beschreibend, keine Ursachen.

Grenzen. Gelöschte Feeds fehlen, die Quote ist eher zu niedrig. Keine Hörerzahlen. Feeds zeigen keine Gründe, Erklärungen sind Deutungen. Zwei getrennte Nachprüfungen in meinem Auftrag haben die Kernzahlen aus den Rohdaten nachgerechnet. Eine unabhängige Fachprüfung steht aus.

Offenlegung. Ich berate und produziere selbst Podcasts. Acht Formate stammen von mir oder von Kunden, sie sind nach denselben Regeln gezählt. Eigenfinanziert, ohne Auftraggeber. KI hat bei Suche, Auswertung und Textentwurf mitgearbeitet, alle Aussagen habe ich geprüft.

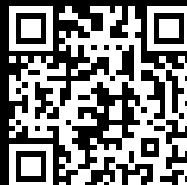
Langfassung mit 80 Seiten, Datenband und alle Tabellen: theangryteddy.com/podcast-report. Lizenz CC BY 4.0. Quelle: Podcast-Report Oberösterreich 2026, Daniel Friesenecker, TheAngryTeddy Communications.

DER NÄCHSTE SCHRITT

HALT DEINEN PODCAST
AM LEBEN.

1. Selbsttest

Deine Zahlen neben Oberösterreich und deiner Branche. Eine Minute, ohne Anmeldung.



2. Hörbar-Check

15 Minuten im Video-Call. Ich schau mir vorher an, wie dein Podcast läuft, und wir reden darüber, was ihn am Leben hält. Kein Pitch.