

## Podcast als Medium zwischen Nähe und Distanz Technologische Grundlagen, Interaktion und sprachwissenschaftliche Chancen

Veronika Sahlbach

---

### Abstract

Der Beitrag bietet einen medienlinguistischen Rahmen zur systematischen Beschreibung von Audiopodcasts als eigenständige Kommunikationsform. Entlang des Nähe-Distanz-Modells von Koch/Oesterreicher (1985) wird die konzeptionelle Hybridität des Mediums beleuchtet, das technologische Asynchronität mit akustisch vermittelter Intimität verbindet. Nach einer Rekonstruktion der format-spezifischen Genese und einer soziografischen Einordnung von Produktion und Rezeption widmet sich der Artikel einer zweiteiligen kontrastiven Analyse der Formate *Der Tag* (Deutschlandfunk) und *Lanz & Precht* (ZDF). Hierbei werden zum einen gängige textlinguistische Muster der Themenentfaltung untersucht, zum anderen wird der Grad der dialogischen Offenheit anhand der strukturellen Publikumsadressierung innerhalb der Kommunikationskreise verdeutlicht. Der Beitrag zeigt auf, wie Podcasts etablierte linguistische Kategorien von Mündlichkeit und Textsortentypologie herausfordern und bündelt künftige Forschungsdesiderate für die Gesprächs- und Medienlinguistik.

---

**Keywords:** Digitale Mündlichkeit, Audiopodcast, Nähe-Distanz-Modell, Mehrfachadressierung, Parasoziale Interaktion

### Kontaktperson:

Veronika Sahlbach  
Technische Universität Dresden  
Professur für Germanistische Linguistik  
und Sprachgeschichte  
01069 Dresden  
[veronika.sahlbach@tu-dresden.de](mailto:veronika.sahlbach@tu-dresden.de)

## 1 Podcast: Alltagsformat mit Forschungspotenzial

Podcasts haben sich in den letzten Jahren als fester Bestandteil der digitalen Medienlandschaft etabliert. Laut Erhebung des Online-Audio-Monitors (2025) gaben 28% der Befragten ab 14 Jahren an, mindestens einmal im Monat Podcasts zu hören. Bei über der Hälfte der Nutzenden beträgt die durchschnittliche wöchentliche Hördauer mehr als zwei Stunden (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2025: 24). Die thematische Bandbreite reicht von journalistischen Nachrichtenformaten über Unterhaltung und True Crime bis hin zu intimen Gesprächsformaten. Diese Vielfalt bedingt sich unter anderem durch die niederschwellige Möglichkeit, Podcasts zu produzieren. Auf kostenlosen und einfach zugänglichen Plattformen können selbstproduzierte Formate verbreitet werden, die dann von den Hörer:innen über vielfältige Dienste abgespielt werden. Seit einigen Jahren bieten die gängigen Musikstreamingdienste wie z. B. Spotify Podcasts in ihren Mediatheken an.

Trotz dieser Entwicklung und der hohen gesellschaftlichen Relevanz stehen Podcasts im Vergleich zu anderen digitalen Kommunikationsformen (Chat-Kommunikation, Interaktion mit und in Videochats usw.) noch selten im Fokus der Linguistik. Während sich insbesondere Medien-, Literatur-, Erziehungs- und Politikwissenschaften (vgl. u. a. Baumann 2021; Catani/Schmalenberger/Selzer 2025; Lührmann 2019; Rau 2023) sowie die Journalismusforschung (vgl. Albarran et al. 2007; Bottomley 2015; Eins 2022) bereits intensiv mit dem Medium befassen, ist es in der deutschsprachigen Linguistik bislang eher unterrepräsentiert (vgl. v. a. Bührig 2024; Leander 2020).

Der vorliegende Beitrag setzt an diesem Punkt an und stellt Audiopodcasts in ihrer spezifischen medialen Beschaffenheit vor. Ziel ist es, die technologischen Grundlagen und die daraus resultierenden linguistischen Chancen für das Fach zu skizzieren. Dabei wird der Fokus besonders auf das Verhältnis der sprachlichen Nähe einerseits, welche die Hörenden als besonders intim wahrnehmen (vgl. Euritt 2023: 27–28) und der technisch bedingten Distanz andererseits gelegt.

Der Beitrag beginnt mit einer ersten Beschreibung und Benennung des Gegenstandes (Kapitel 2). Daran anschließend wird kurz die mediengeschichtliche Entwicklung skizziert (Kapitel 3). Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Verschränkung von Produktion und Rezeption. Im Kapitel 4 wird deswegen zunächst die derzeitige Gestaltung der Podcastproduzent:innen und Konsument:innen besprochen. In einem zweiten Schritt wird die thematische Ausgestaltung an zwei kontrastiven Beispielen aus populären Podcastforma-

ten illustriert (Kapitel 5). Abschließend wird das daraus hervorgehende sprachwissenschaftliche Untersuchungspotenzial gebündelt und reflektiert (Kapitel 6).

Damit will der Beitrag einen ersten systematischen Rahmen schaffen, um Podcasts nicht nur als Alltagsmedium, sondern als vielversprechenden linguistischen Untersuchungsgegenstand zu beschreiben und künftige Forschungsarbeiten zu diesem noch jungen Feld anzuregen.

## **2 Podcast als Medium: Begriffsbestimmung und technologische Basis**

Der Begriff Podcast wird in der Alltagsverwendung meist vage für eine Vielzahl unterschiedlicher digitaler Audioformate (bspw. Hörspiele, -bücher und -reportagen, konservierte Radiosendungen) verwendet. Für eine systematische linguistische Erfassung ist es daher sinnvoll, das Phänomen Podcast in Anlehnung an Dürscheid (2005) auf verschiedenen Ebenen zu differenzieren. Dabei muss zwischen der technischen Infrastruktur und der konkreten inhaltlichen Ausgestaltung unterschieden werden.

Nach Dürscheid werden Medien als technische Mittel zur Herstellung von Kommunikation verstanden (vgl. 2005: 5). Von dieser technischen Seite abzugrenzen ist der Podcast als Kommunikationsform. Diese Ebene beschreibt die Art und Weise, wie das technische Medium genutzt wird, um sprachliche Handlungen zu vollziehen (vgl. Dürscheid 2005: 5). Die technologischen Merkmale des Podcasts fungieren dabei als konstitutiver Rahmen, innerhalb dessen sich spezifische sprachliche Muster und kommunikative Strategien erst herausbilden können. Da die technische Ebene (das Medium) die Bedingungen für die kommunikative Ebene (die Kommunikationsform) setzt, findet eine mediale Transformation statt. Die physische Abwesenheit der Hörer:innen und die zeitliche Asynchronität müssen durch gezielte sprachliche Handlungen kompensiert werden, um Nähe zu suggerieren. Um die wechselseitige Verschränkung von technischer Infrastruktur und konkreter medialer Realisierung zu systematisieren, stellt die folgende Übersicht in Tabelle 1 in Anlehnung an Berry (2006) und Eins (2022) den technologisch-medialen Rahmenbedingungen ihre jeweilige inhaltliche und sprachliche Ausgestaltungskonsequenzen gegenüber:

|                                                 |                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Technologisch-medialer Rahmen</b>            | Inhaltliche/sprachliche Ausgestaltung                                                                                                          |
| <b>Asynchrone digitale Verfügbarkeit</b>        | Fehlende Aktualitätsbezüge bzw. genaue Benennung der Aufnahmesituation<br>Ansprache an Einzelpersonen<br>Ununterbrochene Sendungen             |
| <b>Download-/Streambarkeit</b>                  | Unbegrenzte Inhalte hinsichtlich Länge, Folgenanzahl, Umfang<br>Schaffung von Wiedererkennungsmerkmalen, Hörerbindung                          |
| <b>Serielle Struktur und Episodenformate</b>    | Konstituierung von Sprecherrollen<br>Anschluss an Vorwissen notwendig<br>Wiederholungen von Inhalten                                           |
| <b>Verbreitung über Onlineplattformen</b>       | Nähe zur Community<br>Adressierungen im informellen Stil                                                                                       |
| <b>Niederschwellige Produktionstechnologien</b> | Vielzahl von Sprecher:innen mit unterschiedlichen Professionen und Hintergründen<br>Große Varianz in Sprechstilen, Akzenten, Sprachkompetenzen |
| <b>Primär gesprochenes Audioformat</b>          | Einsatz von Gesprächsmerkmalen                                                                                                                 |

**Tabelle 1:** Technologisch-medialer Rahmen und inhaltliche/sprachliche Auswirkungen (nach Berry 2006; Eins 2022)

Eine rein technische Beschreibung des Podcasts wie sie Eins (2022) oder auch Rime et. al. (2022) vorschlagen, ist für eine Annäherung an den Gegenstand unzureichend. Vielmehr ergibt sich aus den gelisteten Merkmalen eine spezifische Kommunikationsform, die das Senden, Rezipieren und Interagieren prägt. Daraus folgend werden Podcasts als verbal realisierte, digital verbreitete, seriell organisierte Audioformate beschrieben, die durch Asynchronität, Individualadressierung und Varianz in den Produktions- und Inhaltsgestaltung charakterisiert sind. Ein Podcast ist somit ein sprachlich vorstrukturiertes, primär mündlich geprägtes Kommunikationsformat, das digital verbreitet, episodisch fortlaufend organisiert, zeitlich und

räumlich flexibel rezipierbar ist und sich durch niederschwellige Zugänge für Produktion und Rezeption auszeichnet.

Die vorgeschlagene Definition überträgt die technischen Rahmenbedingungen in einen kommunikativen Rahmen, in dem Produzent:innen und Rezipient:innen in einem Verhältnis zueinander treten. Diese Einordnung ist ebenfalls anschlussfähig an das Nähe-Distanz-Modell von Koch/Oesterreicher (1985). Als fest etabliertes linguistisches Analyseinstrument verortet das Modell konzeptionelle Mündlichkeit (Nähesprache) und konzeptionelle Schriftlichkeit (Distanzsprache). Podcasts sind per Definition medial mündlich, weisen aber auf der konzeptuellen Ebene eine große Varianz auf, welche folgend näher erläutert wird.

Mit der Definition sollen Podcasts weg von der Datenform hin zur Kommunikationsform beschrieben und damit als linguistischer Untersuchungsgegenstand begreifbar werden. Diese Charakterisierung als Kommunikationsform bildet die Grundlage, um im nächsten Schritt die Genese des Podcasts von seinen Anfängen bis hin zur heutigen Präsenz zu betrachten.

### **3 Vom Nischenphänomen zum Massenmedium – Etappen der Professionalisierung und Diversifizierung**

Podcasts sind keine Weiterentwicklung eines bereits vorhandenem Mediums, sondern haben ihren Ursprung in der Tech-Szene (vgl. Eins 2022: 9). Mit der Entwicklung des RSS-Feeds um die Jahrtausendwende entstand die Möglichkeit, größere Daten wie Video- oder Audiodateien verlustfrei zu verbreiten (vgl. Hansen 2021: 198). Das ermöglichte eine dezentrale Bereitstellung und Nutzung von Inhalten, was einen fundamentalen Unterschied zum klassischen linearen Rundfunk bedeutet (vgl. die Arbeit von Berry 2016). Im Silicon Valley beginnend verbreiteten sich Podcasts ab dem Beginn der 2000er-Jahre sowohl räumlich als auch inhaltlich. Die ersten Podcaster:innen waren überwiegend Technikbegeisterte (vgl. Wang 2021: 52), welche im Stil eines auditiven Online-Blogs sendeten (vgl. Rime/Pike/Collins 2022: 1264). Die frühe Phase war dabei noch stark von technologischen Experimenten geprägt, die erste kommerzielle Erfolge feierten (vgl. Rubens 2008: 238–239). In dieser Anfangsphase diente das Medium auch als zeitversetztes Audioarchiv, etwa für Anwendungen im Hochschulbereich oder zur Zweitverwertung etablierter Rundfunkbeiträge. Bezeichnend hierfür ist der erste erfolgreiche deutsche Podcast: die veröffentlichte Tonspur der 20-Uhr-Tagesschau (vgl. Eins 2022: 10). Ziel dieser Idee war es, dass „aufwendig produzierte Inhalte nachgehört werden, und das

weit über die eigenen Sendegrenzen hinaus und unabhängig von Sendezeiten“ (Rubens 2008: 239). Einen Paradigmenwechsel markierten US-amerikanische Produktionen wie *Radiolab*. Die Show war ein Audio-Experiment (vgl. Spinelli/Dann 2019: 17), dass durch eine neue Sprech- und Erzählweise überzeugte und als Podcast zur Verfügung gestellt wurde. Shows wie diese stellten die Rahmenbedingungen für Produktion und Professionalisierung in den frühen Podcast-Jahren, an denen sich heute noch orientiert wird (vgl. Morris/Patterson 2015: 221). Die inhaltliche Ausgestaltung reichte von Alltagsbeobachtungen, Nachrichten und humoristischen Inhalten bis hin zu Lebensfragen.

Schnell entwuchsen Podcasts ihrer Blase und wurden populär erfolgreich. Neue Zugänglichkeiten wie erste Apps und das Aufkommen des mobilen Internets und damit die Möglichkeit der flexiblen Nutzung digitaler Inhalte bescherten Podcasts einen Aufschwung (vgl. Eins 2022: 10). Den wohl wichtigsten Impuls für die Popularisierung und Weiterentwicklung des Podcastmarktes lieferte im Jahr 2014 die US-amerikanische Produktion *Serial*, die rückblickend als Meilenstein des Mediums gilt (vgl. Berry 2015: 170–171). Der True-Crime-Podcast war der erste seiner Art und gilt als Paradebeispiel für ein neues mediales Storytelling. Der Erfolg war durchschlagend: „Apart from those already mentioned, *Serial* was the fastest podcast to ever reach five million downloads or streams (Davies 2014) and 28,000 people discussed *Serial* on Reddit (Roberts 2014)“ (Spinelli/Dann 2019: 179). Die journalistische Aufarbeitung eines realen Kriminalfalls unterscheidet sich von üblichen Darstellungen (vgl. Baumann 2021: 209). Sara Koenig etablierte in *Serial* als Podcasterin eine Sprechweise, die durch gezielte Pausensetzung und eine scheinbar spontane, persönliche Erzählweise geprägt war (vgl. Dowling/Miller 2019: 168). Koenig agiert nicht mehr als distanzierte Sprecherin, sondern als involvierte Erzählerin, was die mediale Distanz mit sprachlicher Nähe verband:

Sara Koenig interviewte Zeugen, Anwälte und Verdächtige. Anstatt das Material in einem einzigen Audio-Feature zu veröffentlichen, erzählte sie ihre Geschichte über zwölf Episoden. Koenig verband die spannende Erzählung einer guten Fernsehserie mit der akustischen Nähe eines Radiofeatures. (Eins 2022: 11)

*Serial* löste einen weltweiten True-Crime-Boom aus und professionalisierte den Markt. Im deutschsprachigen Raum adaptierten erfolgreiche Formate wie *Mord auf Ex* (Leonie Bartsch/Linn Schütze) oder *Zeit Verbrechen* (Die Zeit) diese emotional dichten Erzählweisen.

Nach dem Erfolg von *Serial* entwickelte sich der Podcastmarkt in einem neuen, ungeahnten Tempo weiter. Das brachte auch zunehmend kommerzielle Interessen auf und der zuvor sehr unabhängige Podcastmarkt wurde ein Geschäftsfeld. Durch geschaltete Werbung oder das Angebot von exklusiven Formaten rentieren sich Podcasts für die Streaming-Dienste, die durch immer neue Angebote Kund:innen binden (vgl. Hammerschmidt 2022: 156). Die Vergrößerung der Hörerschaft brachte auch einen Anstieg in der Themennachfrage mit sich, den das Medium nahezu unmittelbar bediente. Diese Vielfalt systematisch zu erfassen, stellt ein umfangreiches Projekt dar. Um zu verstehen, wie diese Form in der Praxis gelebt wird, beleuchtet der nächste Abschnitt die soziographischen und motivationalen Hintergründe von Produktion und Rezeption.

#### **4 Produktion und Rezeption – Podcasts als kommunikative Beziehung**

Podcasts entfalten ihre kommunikative Besonderheit in der spezifischen Beziehung zwischen Produzierenden und Hörenden. Rezeption und Produktion sind in diesem Medium eng miteinander verstrickt.

##### **4.1 Sendende Stimmen – wer spricht eigentlich im Podcast?**

Die technischen Rahmenbedingungen ermöglichen prinzipiell jeder Person mit Internetzugang die Distribution von Inhalten via RSS-Feed. Dennoch zeigt die Entwicklung des Mediums eine deutliche soziale Selektivität. Die Akteur:innen der Frühphase waren überwiegend männlich, hochgebildet und technikaffin (vgl. Markman/Sawyer 2014: 23). Trotz einer zunehmenden Professionalisierung weist die deutschsprachigen Podcastlandschaft weiterhin deutliche strukturelle Ungleichgewichte auf. Wie die Analyse<sup>1</sup> von Reiterer (2022) verdeutlicht, wird zwar nur noch jeder dritte Podcast von männlichen, heterosexuellen und weißen Hosts präsentiert, jedoch sind BiPoC (4%) sowie Personen mit nicht-heteronormativer Identität benennen (2,4%, vgl. Reiterer 2022: 95–96) in der Riege der Top-Hosts massiv unterrepräsentiert.

---

<sup>1</sup> Die Studie umfasst den Zeitraum von November 2020 bis Februar 2021, ausgewählt wurden Top 200 der Podcast-Charts aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Selektivität setzt sich in den Bildungs- und Berufsbiografien<sup>2</sup> fort. Bei einer Untersuchung von Katzenberger et. al. gaben zwei Drittel der Befragten einen Hochschulabschluss an, 15% die Hochschulreife und rund 7% eine duale Ausbildung oder Promotion. Etwa ein Drittel arbeitet angestellt, ein weiteres Drittel selbstständig, jede:r Fünfte freiberuflich (vgl. Katzenberger/Keil/Wild 2022a: 34). Der Podcastmarkt ist damit zwar gewachsen und weiblicher geworden, bleibt aber sozial und ökonomisch selektiv.

Mit dem kommerziellen Erfolg des Mediums traten zudem vermehrt professionelle Medienhäuser und Produktionsfirmen in den Markt ein, die heute neben unabhängigen Formaten die Podcast-Charts dominieren (vgl. Katzenberger/Keil/Wild 2022b: 5).

Wie genau Podcasts aufgezeichnet werden, kann nicht immer sicher benannt werden, da die Produktionsbedingungen nicht immer einsehbar sind. Teilweise sind die Teilnehmenden zusammen im gleichen Raum, manchmal sind sie per Videocall zugeschaltet und teilweise wird nur mündlich kommuniziert. Einige Formate werden auch komplett in einem Studio produziert und als Video aufgezeichnet. Die verschiedenen möglichen Aufnahmesettings ergeben technische und kommunikative Unterschiede, die auf die Aufnahmesituation einwirken (vgl. Eins 2022: 118). Auch über redaktionelle Vorbereitungen und Ausgestaltungen können meist nur vage Aussagen getroffen werden. Im Zweifel bietet es sich hier immer an, mit den entsprechenden Produzent:innen direkt in Kontakt zu treten, um darüber Informationen zu erhalten. Die Professionalisierung bedeutet, dass die Konkurrenz im Geschäft größer wird, was wiederum eine zunehmende Individualisierung und Einzigartigkeit der Produkte verlangt.

#### 4.2 Hören als individuelle Praxis

Zur Beschreibung des Mediums gehört die Analyse der Rezeptionsseite. Demografische Erhebungen zeichnen ein konsistentes Bild. Podcasts werden überdurchschnittlich häufig von jungen und formal hoch gebildeten Personen genutzt. Der ONLINE-AUDIO-MONITOR (2024) weist aus, dass fast die Hälfte der 14- bis 29-Jährigen regelmäßig Podcasts oder Radiosendungen zum Nachhören hört. In der Altersgruppe 30–49 liegt der Anteil bei etwa 37%, in der Generation über 50 sinkt er deutlich. Die Nutzenden greifen dabei häufig mehrmals in die Woche oder sogar täglich zu Podcasts (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024: 76). Zwischen den

---

<sup>2</sup> Katzenberger et. al. luden im Juni 2021 über 8000 Podcaster:innen zu einem Online-Fragebogen ein. Sie erhielten über 1000 Antworten, welche Sie anschließend auswerteten (vgl. 2022a: 31).

Geschlechtern bestehen keine signifikanten Unterschiede, wohl aber beim Bildungsgrad. Rund zwei Drittel der Hörer:innen verfügen über einen hohen Bildungsabschluss (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024: 74). Der „typische“ Podcastnutzer oder die „typische“ -nutzerin ist somit jung, bildungsnah und hört mehrmals pro Woche.

Die Rezipierenden nutzen das Medium überwiegend allein und mobil. Spinelli und Dann beschreiben sie als „alone, both spatially and temporally isolated“ (2019: 46). Tatsächlich werden Podcasts meist in Momenten wie dem Pendeln, Aufräumen, Entspannen oder Einschlafen (vgl. Bitkom 2023; Newman et al. 2019: 60) gehört. Das Smartphone ist dabei mit rund 70% der bevorzugte Wiedergabekanal, was die enge Verknüpfung von technischer und sozialer Mobilität unterstreiche (vgl. Gattringer 2024: 3). Dennoch sollten Podcasts nicht als „fill-in-the-gap“-Medium betrachtet werden, sondern bedienen, wie Chan-Olmsted und Wang herausarbeiten, in unterschiedlichen Situationen eigene Hörmotivationen (vgl. Chan-Olmsted/Wang 2022: 688). Studien nennen als wichtigste Motive das Erlernen von neuen Informationen, Hintergründe verstehen, Tipps und Inspiration erhalten sowie emotionale oder soziale Zugehörigkeit (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024; Newman et al. 2019). Besonders in der jüngeren Zielgruppe spielt der affektive Nutzen eine zentrale Rolle. Fast die Hälfte der 14- bis 29-Jährigen gibt an, Podcasts zu hören, um sich nicht allein zu fühlen (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024: 25). Das Hören transformiert sich hier zu einer Form medialisierter sozialer Teilhabe. Die Stimme im Ohr wird zu einer vertrauten Begleiterin, deren Präsenz physisch spürbar und emotional wirksam ist. Hören bedeutet hier nicht nur Informationsaufnahme, sondern auch Beziehungserfahrung. Chan-Olmsted und Wang zeigen, dass sich die Motive je nach Kontext unterscheiden. Zu Hause überwiege die zielgerichtete Nutzung, unterwegs dominiere das Bedürfnis nach Entspannung und Eskapismus (vgl. Chan-Olmsted/Wang 2022: 698).

Podcasts sind somit keine bloßen Informationsquellen, sondern mediale Räume sozialer Erfahrung. Sie ermöglichen individuelle Wissensaneignung und emotionale Resonanz zugleich. Das Hören wird zur intimen Kommunikationsform, in der die technologische Distanz durch die inszenierte Nähe der Sprechenden aufgehoben werden kann.

### 4.3 Nähe ohne Dialog? Sprachliche Beziehungsgestaltung in asynchronen Medien

Trotz der einseitigen und asynchronen Kommunikationsstruktur wird die Beziehung zwischen Podcast-Hosts und Hörer:innen als auffallend nah und persönlich wahrgenommen. Dieses Spannungsverhältnis zwischen technischer Distanz und sprachlich vermittelter Nähe prägt das Medium und seine kommunikative Gestaltung maßgeblich.

Die theoretische Grundlage dafür bietet das Nähe-Distanz-Modell von Koch und Oesterreicher (1985). Während die Kommunikationsbedingungen von Podcasts (Asynchronität, Öffentlichkeit, räumlich-zeitliche Trennung) primär der Distanzseite entsprechen, weisen die sprachlichen Realisierungsformen oft Merkmale der Nahesprache auf, wie etwa Spontaneität oder eine vertraute Adressierung, wodurch Podcasts eine Zwischenposition auf dem Kontinuum einnehmen. Sie sind medial distanziert, aber kommunikativ nah. Die Partner sind vertraut im Umgang miteinander und können je nach Ausrichtung frei ihre Themen entwickeln (vgl. Koch/Oesterreicher 1985: 23).

Das Modell wurde und wird für die Einordnung verschiedenster Medien angewendet (vgl. bspw. Ägel/Hennig 2006; Habscheid 2024; Schneider 2016). Neuere Ansätze erweitern diese Kategorien um soziale Dimensionen wie Privatheit und Themenzugang (vgl. Dürscheid 2016: 376).

Die Besonderheit des Formats liegt in der Kompensation technischer Distanz durch inszenierte Intimität. Diese entstehe besonders in Momenten der physischen Privatheit, in denen Rezipient:innen die Stimme der Hosts unmittelbar „im Ohr“ tragen (vgl. Planer/Godulla 2022: 104). Die technologische Kluft wird durch spezifische Interaktionsstrategien überbrückt, etwas durch direkte Ansprachen, narrative Rückblenden oder affektive Strukturierungselemente (vgl. Eins 2022: 88–89). Obwohl Hörer:innen nicht unmittelbar reagieren können, entsteht der Eindruck einer wechselseitigen Kommunikation.

Auf Grundlage von Dowling/Miller (2019) und Lindgren (2016) zeigen Planer und Godulla (2022), dass Produzent:innen journalistischer Formate diese Wirkung bewusst gestalten. Sie nutzen immersive Erzählweise, um Intimität und parasoziale Beziehungen zu erzeugen (vgl. Planer/Godulla 2022: 111, 114). Dabei bleibt das Medium zwar redaktionell geplant, vermittelt aber durch kontrollierte Improvisation Aufrichtigkeit. Podcasts verdeutlichen damit, dass mediale Bedingungen und sprachliche Strategien einander formen: „Medialität und Interaktion gehören zusammen“ (Schneider 2016:

353). Das macht sie zu einem hybriden Raum zwischen Produktion und persönlicher Teilhabe.

## 5 Formate, Themen, Erzählweisen – die Vielfalt des Mediums

Podcasts zeichnen sich durch eine enorme Bandbreite an Themen, Formaten und stilistischen Ausgestaltungen aus. Diese Vielfalt ist nicht nur Ausdruck eines dynamischen Medienmarktes, sondern zeigt die große Varianz der Kommunikationsform. Um das Spektrum zu erfassen, werden im Folgenden zentrale Analyseebenen wie die Themenentfaltung und die Hörerbeteiligung herangezogen. Dabei wird aufgezeigt, wie klassische linguistische Beschreibungsformen um medienwissenschaftliche Perspektiven erweitert werden können.

Zur Verdeutlichung werden exemplarisch zwei Episoden aus *Der Tag* und *Lanz & Precht* verglichen. *Der Tag* ist ein täglich erscheinender Nachrichtspodcast mit unterschiedlichen Hosts und Gästen, in dem tagesaktuelle Themen verhandelt werden. In der untersuchten Episode hat die Moderatorin Sarah Zerback Stephan Detjen zu Gast, welcher als Journalist den deutschen Bundeskanzler Friedrich Merz zum Antrittsbesuch in den USA begleitet. Der Podcast *Lanz & Precht* ist ein Format mit den beiden Hosts Markus Lanz und Richard David Precht. Sie besprechen in den Folgen die Themen, die sie in der Woche verfolgt und wahrgenommen haben. Markus Lanz ist in seiner Tätigkeit als Moderator der Talkshow *Markus Lanz* in den politischen und gesellschaftlichen Diskurs eingebunden, Richard David Precht ist Philosoph und ebenfalls Moderator einer Talkshow (*Precht*).

Um die für die Untersuchung relevanten Merkmale präzise erfassen zu können, wurden Minimaltranskripte gemäß GAT 2 (vgl. Selting et al. 2009) angefertigt. Die vollständigen Transkripte befinden sich im Anhang, auf spezifische Passagen wird im Textverlauf unter Angabe der Zeilennummer verwiesen.

### 5.1 Themen entfalten, Gespräche gestalten – inhaltliche Strukturen

Eine allgemeingültige Aussage über die inhaltliche Beschaffenheit von Podcasts ist angesichts der Vielfalt kaum möglich. Die Bandbreite reicht von Alltagsbeobachtungen über Fachgespräche bis hin zu journalistischen Reportagen oder fiktionalen Erzählformaten. Diese inhaltliche Vielfalt ist das Ergebnis eines experimentellen Aushandlungsprozesses, in dem Produzent:innen und Rezipient:innen über Jahre hinweg gemeinsam die Grenzen und Möglichkeiten des Mediums ausgelotet haben (vgl. McGregor 2022: 7). Heute spiegelt

sich dieses gewachsene Medienverständnis in einem hochdifferenzierten Angebot wider. Während große Plattformanbieter wie Spotify das Angebot zur besseren Auffindbarkeit primär nach thematischen Clustern wie Nachrichten und Politik, Business und Technologie, Gesundheit oder Kunst und Unterhaltung<sup>3</sup> ordnen, greift solch eine rein inhaltsbezogene Kategorisierung für sprachwissenschaftliche Untersuchungen zu kurz. Podcasts differenzieren sich durch eine breite Palette an Präsentationsformaten. Rime et. al. (2022) differenzieren unter anderem zwischen Interview, Gespräch, Monolog oder wiederverwendeten Medieninhalten (vgl. Rime/Pike/Collins 2022: 1267). Diese medienwissenschaftlich geprägte Typologie bietet eine erste Orientierung, stößt jedoch an analytische Grenzen. Die vermeintlich trennscharfen Formatgrenzen lösen sich in der Praxis zugunsten fließender Übergänge auf, was eine rein gattungsbezogene Einordnung erschwert.

Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer funktionalen Beschreibungsvariante, die weniger die äußere Form als vielmehr die Art der inhaltlichen Strukturierung in den Blick nimmt. Einen geeigneten Rahmen bietet hierfür das Konzept der Themenentfaltung aus der Textlinguistik. Diese basiert auf dem Grundgedanken, dass im Text eine Kernidee bzw. Thema entwickelt wird. Der Text selbst wird dabei nach Brinker et. al. (2024) als Entfaltung des Themas verstanden, die durch kommunikative und situative Faktoren wie bspw. Kommunikationsintention oder Beziehungsebene geprägt werden (vgl. 2024: 60). Die von Lötscher (2019: 92) identifizierten vier Typen der Themenentfaltung bieten ein systematisches Raster, um die inhaltliche Struktur und kommunikative Zielsetzung von Podcasts zu analysieren. Übertragen auf das Medium Podcast ermöglichen sie eine differenzierte Betrachtung darüber, wie Themen entwickelt, vermittelt und gerahmt werden, wie in Tabelle 2 dargestellt:

---

3 Vgl. Podcast-Kategorien unter: <https://open.spotify.com/genre/0JQ5DArNBzkmxXHCqFLx2U> [10.06.2025]

| Art der Themenentfaltung |                                                                                                                                           | Typische Textsorte (nach Brinker/Pappert/Cölfen 2024) | Beispielhafte Podcast-Formate                                                                           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Deskriptiv               | Zerlegung eines Themas in Teilaspekte, räumlich-zeitliche Einordnung, oft informative, instruktive oder normative Texte                   | Nachricht, Lexikonartikel, Bericht                    | Deutschlandfunk: <i>Der Tag</i><br>Tagesschau: <i>15 Minuten</i>                                        |
| Explikativ               | Erklärung eines Sachverhalts durch Ableitung aus anderen Zusammenhängen                                                                   | Lehrbuch, populärwissenschaftliche Darstellung        | Spotify Studios: <i>Wissen weekly</i><br>Quarks: <i>Quarks Daily</i>                                    |
| Argumentativ             | Entwicklung und Stützung von Thesen durch explizite oder implizite Argumente, oft appellative, aber auch normative oder informative Texte | Politische Rede, Kommentar, Gerichtsrede              | ZDF: <i>Lanz &amp; Precht</i><br>Jule Lobo, Sascha Lobo: <i>Feel the News</i>                           |
| Narrativ                 | Darstellung abgeschlossener Ereignisse mit Neuigkeitswert, personalisiert und erfahrungsnah erzählt                                       | Alltags-erzählung, Reportage                          | Felix Lobrecht, Tommi Schmitt: <i>Gemischtes Hack</i><br>Studio Bum-mens: <i>Das Lederhosen Kartell</i> |

**Tabelle 2:** Arten der Themenentfaltung

Wie Tabelle 2 verdeutlicht, variiert die sprachliche Ausgestaltung von Podcasts in Abhängigkeit von der Art der Themenentfaltung. Ein erster Eindruck zeigt, dass sachlich-informative Formate meist deskriptiv oder explikativ verfahren, dialogische Gesprächsformate neigen zu narrativen und argumentativen Strukturen. Die Unterschiede betreffen dabei nicht nur die thematische Ebene, sondern

bestimmen maßgeblich die kommunikative Reichweite und die Beziehungsgestaltung zum Publikum.

## 5.2 Themenentfaltungen in der Praxis

Zwei Formate, die sich thematisch ähneln, jedoch in ihren Themenentfaltung unterscheiden, sind der Nachrichten-Podcast *Der Tag* (Deutschlandfunk) und das Talkformat *Lanz & Precht* (ZDF). Beide Episoden<sup>4</sup> behandeln den Antrittsbesuch von Bundeskanzler Friedrich Merz bei US-Präsident Donald Trump im Juni 2025. Das ermöglicht einen Vergleich bei ähnlich gestalteter inhaltlicher Ausrichtung.

Im Podcast *Der Tag* dominiert eine deskriptive Themenentfaltung. Die Moderatorin Sarah Zerback steuert das Gespräch durch eine klare Strukturierung. Sie leitet das Thema ein (Z7–8) und vermittelt kontextuelles Vorwissen wie etwa die räumliche und zeitliche Verortung des Gesprächs (Z8) beinahe beiläufig in der Vorstellung des Gastes:

### Ausschnitt 1

```

4      ((Musik))
5  SZ:  friedrich merz (.)
6      is nicht der erste bundeskanzler
7      den stephan detjen ins weiße haus begleitet
8      und auch donald trump erfahren ist er °h
9      und jetzt kurz vor dem abflug
10     von berlin aus aus unserem hauptstadtstudio
      nach washington °h
11     wo merz und trump sich das erste mal (.)
12     gegenüberreten werden
13     hi stephan
14  SD:  hallo sarah
15     grüß dich

```

Auch im weiteren Verlauf wirken die Inhalte präzise abgestimmt, Stephan Detjen trägt alle relevanten Punkte vor, ohne wirklich von der Moderatorin gefragt zu werden (siehe Transkript 1, ab Z25). Die für Podcasts typischen Merkmale medialer Mündlichkeit werden hier durch vereinzelte Signale der Nähe aufgelockert, etwa wenn Zerback eine subjektive Färbung einbringt („ja was kann schon schiefgehen ne“, Z22) oder die Verwendung von Anglizismen („und da gabs dann diese denkwürdige scene“, Z45). Dennoch bleibt der professionelle Rahmen einer distanzierten Informationsvermittlung gewahrt.

<sup>4</sup> Beide Transkripte finden Sie im Anhang.

Demgegenüber ist der Podcast *Lanz & Precht* (ZDF) durch eine argumentativ-narrative Themenentfaltung geprägt. Die Gesprächsstruktur ist deutlich offener, die Rollen zwischen Fragendem und Antwortendem sind weniger klar verteilt. Beide Sprecher bringen eigene Erfahrungen, Bewertungen und persönliche Einschätzung ein. Lanz expliziert diese vermeintliche Spontaneität direkt in der Erklärung seiner Vorbereitung auf das Gespräch:

### Ausschnitt 2

4 ML: °h richard (.)  
 5 äh (.) besondere woche (.)  
 6 äh friedrich merz trifft auf donald trump  
 7 und ohne jetzt auf die einzelheiten  
 8 eingehen zu wollen °h  
 9 mir auf der fahrt hierher ins studio überlegt  
 10 ähm  
 11 dir folgende frage zu stellen  
 12 welches europa trifft da eigentlich auf  
 welches amerika  
 13 was [ist das] für ein treffen  
 14 RDP: [hm\_mh ]  
 15 ML: zwischen diesen beiden °h

Precht antwortet, indem er darauf verweist, dass über die amerikanische Seite „wir“ bereits viel gesprochen haben (Z21–22). Diese Mehrfachadressierung lässt bewusst offen, ob damit nur die Sprecher im Studio oder auch die Hörer:innen als Teil der „Podcastgemeinschaft“ gemeint sind. Unter Mehrfachadressierung wird die Ausführung mehrerer Sprachhandlungen mit der gleichen Äußerung für verschiedene Adressat:innen verstanden (vgl. Schlickau 1998: 365). Durch die Unschärfe wird die technologische Distanz des Mediums akustisch überbrückt und eine Atmosphäre der Unmittelbarkeit geschaffen. Es handelt sich eher um einen dialogischen Erkenntnisprozess, der aber einen deskriptiven Hintergrund birgt. Das Gespräch ist durch persönliche und erfahrungsbezogene Hinweise geprägt. Lanz wertet das Treffen direkt als „mehr als ein treffen zweier staatsoberhäupter“ (Z16), Precht gibt später an, dass ihn persönlich die philosophische Frage nach der Repräsentation eines Europas durch Friedrich Merz interessiert (Z20, 26–29). Im Gegensatz zu *Der Tag* wird in *Lanz & Precht* kaum narrativ eingeordnet, was ein fundiertes Vorwissen zu den Ereignissen der Woche bei den Rezipient:innen voraussetzt.

Die erste Analyse zeigt, dass die inhaltliche Struktur der Podcast weniger durch das Thema selbst als vielmehr durch die gewählte Sprecherrolle und der Art der Themenentfaltung definiert wird.

### 5.3 Adressierung und dialogische Offenheit

Die beobachteten Unterschiede in der Gesprächsführung verdeutlichen, dass Podcasts über ihre thematische Ausrichtung hinaus spezifische kommunikative Strukturen differenziert werden können. Um die komplexe Beziehung zwischen den Sprecher:innen und dem abwesenden Publikum theoretisch zu fassen, bietet sich das Modell der Kommunikationskreise von Burger und Luginbühl (2014) an. Es ermöglicht eine Beschreibung von komplexer Medienkommunikation:

Denn die im Dialog beteiligten Personen sprechen nicht nur miteinander, sondern auch immer im Hinblick auf das zuhörende / zuschauende Publikum. Um diese Komplexität begrifflich fassen zu können, verwendet man die Metapher von „Kommunikationskreisen“. (Burger/Luginbühl 2014: 23)

Burger und Luginbühl unterscheiden zwischen einem inneren Kreis, in dem die Gesprächsteilnehmenden direkt miteinander interagieren und einem äußeren Kreis, der die Rezipient:innen umfasse. Diese beobachten das dialogische Geschehen und stehen in einer spezifischen, meist aber asymmetrischen Kommunikationsbeziehung zum inneren Kreis:

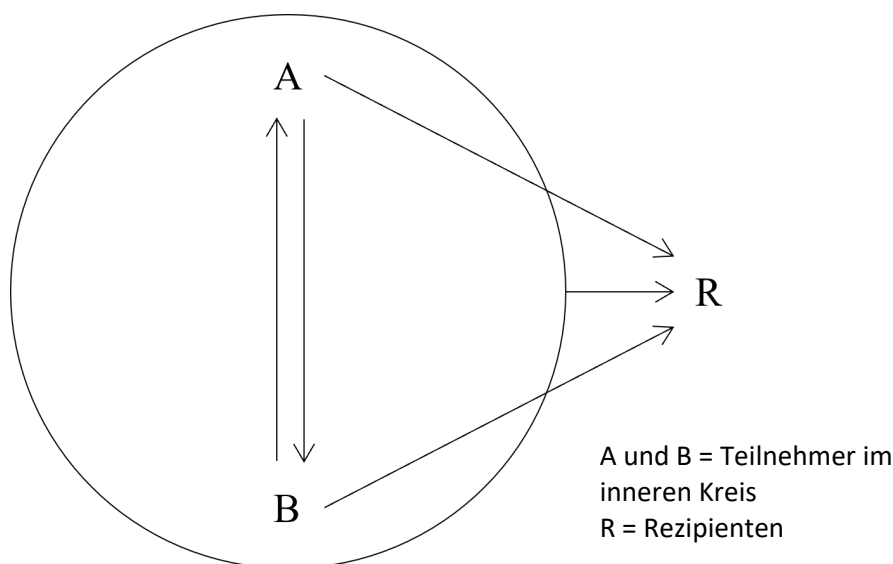


**Abbildung 1:** Kommunikationskreis mit Publikum (Burger/Luginbühl 2014: 23)

In der Podcast-Kommunikation ist die Gestaltung der Grenze zwischen den Kreisen für die Wahrnehmung von Nähe und Distanz entscheidend. Die Ansprache an die Rezipient:innen außerhalb des

Kreises zeigt sich in der Mehrfachadressierungen von Gesprächssegmenten. Das bedeutet eine Abkehr vom gängigen „Sender-Kanal-Empfänger“-Modell und beschreibt die Konstellation mehrerer „Handlungsbeteiligter“ (vgl. Kühn 1995: 3). Diese Adressierungen können bewusst oder unbewusst gesetzt werden. Kühn differenziert die expliziten Adressierungsformen – wie in Abbildung 2 dargestellt – weiter auf:

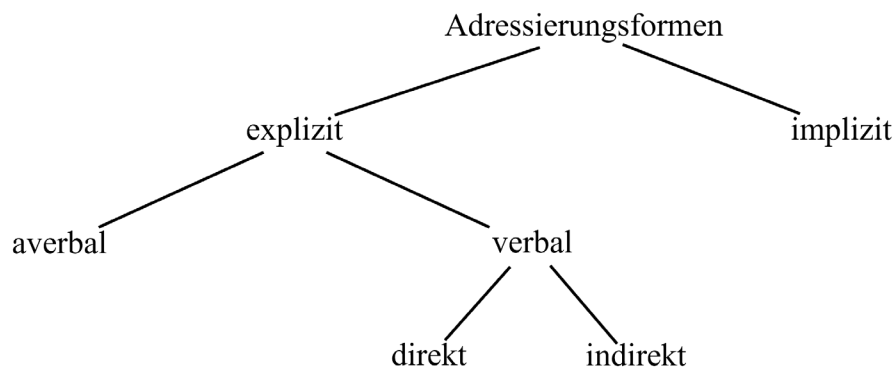


**Abbildung 2:** Typen von Adressierungsformen (Kühn 1995: 106)

Explizit-averbale Adressierungsformen umfassen körpersprachliche Mittel, die im Falle eines Videopodcasts für die Rezipient:innen sichtbar sind, ansonsten aber nicht wahrnehmbar bleiben. Die explizit-verbalen Formen differenzieren sich weiter in direkte sprachliche Adressierung wie Anreden, Pronomen und Routineformeln auf. Davon unterscheiden sich die indirekten Formen, die Implizitheit der Ansprache von Allokutionspartner:innen. Implizite Adressierungen hingegen sind Ansprachen ohne Kontaktsignale, bei denen die Perspektive der Adressat:innen übernommen werden (vgl. Kühn 1995: 106–107).

Die Verbindung der adressatenbezogenen Gestaltung und die Zuwendung an die Rezipient:innen wird hier verknüpft und als Grad der dialogischen Offenheit benannt. Dieser beschreibt nicht die formale Struktur des Gesprächs zwischen den Sprecher:innen, sondern das Ausmaß, in dem das Publikum sprachlich in das Geschehen einbezogen wird. Der Grad der dialogischen Offenheit beschreibt somit die Intensität, mit der Rezipierende an das kommunikative Zentrum eines Podcasts herangeführt werden und wie stark ihre Rolle als „unsichtbares Gegenüber“ sprachlich markiert und mitgedacht wird. Dabei ist jedoch kritisch zu berücksichtigen, dass sich aus der Perspektive der Produktion nicht automatisch kausale Rückschlüsse auf die tatsächliche Rezeption ziehen lassen. Sprachlich realisierte Mittel zur Näheherstellung oder Mehrfachadressierungen (Kühn 1995) können zwar auf eine kommunikative Öffnung zielen, werden aber

von den Hörer:innen individuell interpretiert und gegebenenfalls nicht angenommen. Zwischen der intendierten Senderperspektive und der tatsächlichen Wahrnehmung auf Seiten der Hörer:innen bleibt ein Spannungsfeld bestehen, welches durch die spezifischen Nutzungsbedingungen des Mediums weiter verschärft wird.

Podcasts richten sich häufig an ein thematisch eng definiertes Publikum, das sich durch gemeinsame Interessen oder Mediennutzungsgewohnheiten auszeichnet (vgl. Katzenberger/Keil/Wild 2022b: 10). Im Gegensatz zum traditionellen Rundfunk müssen sich Nutzende nicht mehr an lineare Sendungsangebote halten, sondern können souverän entscheiden, welche Inhalte sie in welchem zeitlichen und räumlichen Kontext konsumieren (vgl. Boling/Hull 2018: 94–95). Diese zeitliche Entkopplung führt dazu, dass die sprachliche Beziehungsgestaltung eine kompensatorische Funktion übernimmt. Wo die physische oder zeitliche Gemeinschaft fehlt, muss die sprachliche Gestaltung die Brücke schlagen, um eine Bindung zum Publikum aufzubauen.

#### 5.4 Publikumsansprache am Beispiel

Besonders unter professionellen Sprecher:innen sind Mehrfachadressierungen gängig und werden zur Publikumsbindung eingesetzt (vgl. Burger/Luginbühl 2014: 25). Im Format *Der Tag* bleibt der eigentliche Dialog weitgehend intern. Das Gespräch ist sachlich und auf den journalistischen Informationsaustausch beschränkt. Das Publikum wird zum Start der Folge direkt begrüßt (Transkript 1, Z2). Es finden sich wenige explizite Adressierungsformen wie die Verwendung des Pronomen „wir“ zur Strukturierung der Rollen („wir ham die bilder ja noch im kopf“, Z14). Die Moderatorin setzt sich dabei auf eine Wissensstufe mit den Rezipient:innen, in dem sie auf gemeinsames Vorwissen anspielt. Diese große Informationsdichte und Kompaktheit sind klassische Merkmale der Sprache der Distanz nach Koch/Oesterreicher (1985: 23). Das Publikum ist zwar mitgemeint, aber nicht Teil eines geteilten Denkprozesses. Dennoch wird sprachlich eine gewisse Privatsprache implementiert: „also was meinste“ (Z24). Das Publikum bleibt, um im Bild der Kommunikationskreise von Burger und Luginbühl (2014) zu sprechen, im äußeren Kreis.

Demgegenüber suggerieren *Lanz & Precht* eine dialogische Offenheit, indem sie das Publikum durch die gemeinsame Entwicklung von Gedankengängen und subjektive Bewertungen direkt in die Prozesshaftigkeit einbeziehen. Die Rezipient:innen werden hier zum „unsichtbaren Gegenüber“, dessen Rolle sprachlich markiert und mitgedacht wird. So weist Markus Lanz auf die Vorbereitungen der Folge hin („mir auf der fahrt hierher ins studio überlegt äh dir

folgende frage zu stellen“, Transkript 2, Z9–10), was einen direkten und privaten Einblick ermöglicht. Auch die Partikeln (Z5, 6, 9) und oder elliptische Formen („also unter völlig veränderten vorzeichen und koordinaten“, Z19) zeichnen einen von Spontanität geprägten Gesprächsfluss. Diese Strategie zielt darauf ab, die technologische Asynchronität des Mediums durch eine (mindestens) inszenierte konzeptionelle Mündlichkeit zu überbücken und das Gefühl einer exklusiven Kommunikationsgemeinschaft zu erzeugen (vgl. Koch/Oesterreicher 1985: 23).

Die inhaltliche Ausgestaltung von Podcasts ist nicht nur thematisch, sondern auch strukturell und kommunikativ vielfältig. Wie gezeigt sind nicht allein Genre oder Präsentationsformen entscheidend, sondern auch die Art und Weise, wie Sprecher:innen mit dem Publikum interagieren.

## **6 Podcast als Gegenstand sprachwissenschaftlicher Forschung**

Podcasts bieten ein breites und bisher nur punktuell erschlossenes sprachwissenschaftliches Untersuchungspotenzial (vgl. v.a. Bührig 2024; Leander 2020). Ihre hybride medial-kommunikative Struktur – eine Verschränkung aus konzeptioneller Mündlichkeit und technologischer Vermittlung – sowie die enorme Vielfalt an Formaten und thematischen Zugängen machen sie zu einem ergiebigen Gegenstand linguistischer Forschung. Basierend auf der vorangegangenen Exploration des Mediums lassen sich verschiedene Forschungsdesiderate ableiten, die im Folgenden exemplarisch und ohne Anspruch auf Vollständigkeit skizziert werden.

Ein Blick auf die Entwicklungsgeschichte des Podcasts eröffnet zunächst für diskurslinguistische Arbeiten vielfältige Perspektiven. Die Genese des Mediums wurde von unterschiedlichen zeitgeschichtlichen Akteur:innen nicht nur begleitet, sondern maßgeblich durch sprachliche (Selbst-) Beschreibungen konstruiert. Besonders die Frühphase der Podcasts war thematisch eng mit der technologischen Entwicklung verwoben, was für diskursanalytische Untersuchungen zur medialen Identitätsbildung spannende Ansätze bietet. Die Wahrnehmung und Definition des „neuen“ Mediums erfolgte dabei stets in Wechselwirkung mit der Rezeption in anderen Medien, was die evolutionäre Entwicklung des Formats entscheidend bedingte. In einem kollektiven Aushandlungsprozess wurde kontinuierlich eruiert, welche Merkmale die Kommunikationsform Podcast definieren und welche sich ausschließen.

Das Nachvollziehen der Wissensentwicklung kann über die systematische Untersuchung sprachlicher Strukturen erfolgen (vgl. Warnke 2018: XIII). Nach Busse ist Wissen dabei immer „aktiv und

rezeptiv“ zu begreifen: Aktiv, da Wissen durch kognitive Aktivitäten konstituiert werden müsse und rezeptiv, da sich aus vorhandenen Wissensstrukturen neue entwickeln (vgl. Busse 2018: 10). Auch wenn Podcasts keine lineare Weiterentwicklung klassischer Medien darstellt, ist die vorgebliche Nähe zum Radio und anderen Formaten unverkennbar. Eine diskursanalytische Untersuchung bietet das Potenzial einer Einordnung. Darüber hinaus eröffnet die Entwicklung des Mediums hin zu einem eigenständigen Diskursakteur innerhalb der digitalen Öffentlichkeit weitreichende sprachwissenschaftliche Anschlussmöglichkeiten für künftige Studien.

Ein weiterer Forschungsschwerpunkt ergibt sich aus der Rolle von Podcasts im Spannungsfeld zwischen mündlicher Kommunikation und digitaler Öffentlichkeit. Podcasts stehen exemplarisch für eine mediale Verschränkung von mündlich geprägten Formen mit Online-Kommunikation und eröffnen damit Anschlussstellen für medien- und schrifttheoretische Betrachtungen. Während die Rolle von konzeptioneller Mündlichkeit in schriftsprachlich geprägten Kommunikationsformen – etwa in Chats, Kommentaren oder sozialen Netzwerken – bereits intensiv untersucht wurde (Dürscheid 2023; Androutsopoulos/Vogel 2024), fehlen für Podcasts als auditiv ausgestaltetes Medium im digitalen Raum bislang<sup>5</sup> systematische Untersuchungen.

Die Ausführung macht zudem deutlich, dass es kaum möglich ist, von „der“ Podcast-Hörerschaft im Singular zu sprechen. Sie werden von allen Altersgruppen gehört, auch wenn die jüngeren Nutzer:innen den größten Anteil ausmachen (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024: 74). Die Konsummuster unterscheiden sich zwischen den Generationen signifikant. Wie gezeigt geben jüngere Hörer:innen an, dass sie sich nicht allein fühlen wollen, Podcasts „gehören einfach dazu“ und „würden vermisst werden“ (Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2024: 25). Diese Differenzen setzen sich in der Plattformwahl und den Inhaltspräferenzen fort. Jüngere User:innen hören Podcasts vor allem auf Spotify, Ältere verwenden vor allem YouTube und Audiotheken bzw. Websites von Radiosendern. Dazu zeigt sich, dass sich die genutzten Inhalte ebenfalls in den Altersgruppen unterscheiden. Ältere hören vor allem Nachrichten, Infosendungen und Regional- und Lokalnachrichten, jüngere Hörer:innen nutzen an erster Stelle Unterhaltungs- und Comedyinhalte, danach folgend Infosendungen und Musiksendungen (vgl. Bayerische Landeszentrale für neue Medien et al. 2023: 79–80). Für die Sprachwissenschaft können diese Unterschiede hinsichtlich

---

<sup>5</sup> Im Handbuch Sprache und digitale Kommunikation (Androutsopoulos/Vogel 2024) beispielsweise kommen Podcasts thematisch nicht vor.

der registertypischen Anpassung und der zielgruppenspezifischen Themenentfaltung von Interesse sein.

Ein weiterer linguistischer Zugang eröffnet sich über die Analyse der kommunikativen Beziehung zwischen Host und Hörer:innen. Podcasts zeichnen sich durch eine besondere Nähe-Distanz-Konstellation aus, die durch technische Asynchronität einerseits und sprachlich vermittelter Intimität andererseits geprägt ist. Obwohl die Rezipient:innen lediglich hörend beteiligt sind und nicht aktiv in das Gespräch eingreifen können, wird durch gezielte gesprächsgestaltende Mittel wie den expliziten Adressatenbezug oder die direkte Publikumsansprache eine parasoziale Beziehung konstituiert. Die Analyse dieser spezifischen Form der Näheherstellung erweist sich für die Forschung als überaus fruchtbar. Die in erfolgreichen Formaten beobachtbare Unmittelbarkeit, das dialogische Setting und die affektiv geprägte Mündlichkeit sind unter den Bedingungen der Digitalisierung neu zu bewerten. Zudem können die verwendeten Mehrfachadressierungen eine Rolle für Betrachtungen zum angesprochenen Publikum spielen und damit Raum für gesprächslinguistische Perspektiven eröffnen. Solche kommunikativen Strategien sind nicht nur aus pragmatischer Perspektive relevant, sondern besitzen eine hohe Bedeutung für die Gattungstypologie und die Analyse von Diskursmustern. Da sich Podcast-Formate permanent zwischen klassischen Gattungsgrenzen bewegen, bieten sie Möglichkeiten, die Entstehung und Etablierung neuer medialer Gattungen empirisch zu verfolgen.

Insgesamt zeigt sich, dass Podcasts ein vielfältiges linguistisches Untersuchungsfeld eröffnen, dass sowohl klassische als auch innovative theoretische Zugänge produktiv zusammenführt. Ihre hybride Struktur, die flexible Gattungszugehörigkeit sowie die zentrale Rolle von Intimität verortet das Medium an einer dynamischen Schnittstelle von Mündlichkeit, Medialität und Öffentlichkeit. Die linguistische Analyse von Podcasts vermag daher nicht nur bestehende linguistische Modelle produktiv zu erweitern, sondern generiert grundlegend neue Perspektiven auf die Transformation mediale Kommunikation.

## 7 Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Untersuchung hat verdeutlicht, dass Podcasts ein Kommunikationsmedium darstellen, das durch eine einzigartige Verbindung von konzeptioneller Mündlichkeit, medialer Asynchronität und dialogischer Offenheit gekennzeichnet ist. Es konnte gezeigt werden, wie die sprachliche Gestaltung die technologische

Distanz des Mediums überbrückt und dabei hochgradig differenzierte Beziehungsangebote an die Rezipient:innen formuliert.

Ein zentraler Befund der Arbeit liegt in der Beobachtung, dass Podcasts keine bloße Fortführung bestehender Mediengattungen (wie des Rundfunks) sind, sondern sich im Zusammenspiel aus technischer Innovation und sozialer Aushandlung als eigenständiges, hybrides Format etabliert haben. Diese mediengeschichtliche Offenheit spiegelt sich in einer enormen Varianz wider. Bei Betrachtung der Beispielformate *Der Tag* und *Lanz & Precht* zeigte sich, wie Podcasts entlang unterschiedlicher Themenentfaltungsstrategien organisiert sind. Während sachorientierte Formate eher deskriptiv verfahren und eine professionelle Distanz wahren, nutzen dialogische Formate narrative und argumentative Muster, um Nähe zu inszenieren.

Für die Sprachwissenschaft bietet das Medium Podcast damit ein reichhaltiges Untersuchungspotenzial. Es fordert bestehende Modelle wie etwa zur vermittelten Mündlichkeit oder zur Gattungstypologie heraus und eröffnet Anschlussstellen für diskurslinguistische, pragmatische und gesprächsanalytische Perspektiven. Die Verschränkung von redaktioneller Planung und kontrollierter Improvisation sowie von öffentlicher Kommunikation und stimmlicher Intimität macht Podcasts zu einem Phänomen an den Rändern klassischer Kategorien.

Besonders anschlussfähig erweist sich das Medium für aktuelle diskurslinguistische Fragestellungen. Die Entwicklung des Podcasts als Medium lässt sich in engem Zusammenhang mit gesellschaftlichen, technischen und medialen Diskursen rekonstruieren. Gleichzeitig positionieren sich Podcasts zunehmend selbst als diskursive Akteure, etwa in politischen oder populärwissenschaftlichen Raum. Die linguistische Untersuchung dieser medialen Selbstbeschreibung und Begriffsgeschichte bietet somit wertvolle Einsichten in die Dynamik und Struktur digitaler Öffentlichkeiten.

Auch auf der interaktiven Ebene generiert das Medium neue Perspektiven. Trotz der technisch bedingten Einsichtigkeit der Kommunikation ist die Rolle des Publikums zentral. Über sprachliche Mittel wie direkte Ansprache, Adressierungen oder eine geteilte Wissensbasis wird eine Beziehung aufgebaut, die eine hohe Identifikation und Involviertheit ermöglicht. Diese dialogische Offenheit und das daraus resultierende Phänomen parasozialer Beziehungen konnten als distinktive Merkmale identifiziert werden, die sowohl für die Produktion als auch für die Rezeption strukturbildend wirken.

Nicht zuletzt ist auch die Perspektive der Medienlinguistik zentral. Die Frage, wie sich Mündlichkeit unter digitalen Bedingungen transformiert und wie Nähe sprachlich hergestellt wird, bleibt ein dynamisches Forschungsfeld. Podcasts fungieren hierbei als ideale

Fallstudie, da ihre Stellung im medialen Feld zwischen journalistischer Information, persönlichem Gespräch und digitaler Öffentlichkeit sie zu einem Gegenstand interdisziplinärer Ansätze in der Sprach- und Medienwissenschaft macht.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass Podcasts weit mehr als ein additives Unterhaltungsformat darstellen. Sie sind ein komplexes, dynamisches Medium, das neue Formen der Beziehungsgestaltung und Wissensvermittlung etabliert und damit für die linguistische Forschung ein bisher erst in Ansätzen ausgeschöpftes Potenzial be-reithält.

## Anhang

### Transkript 1: Der Tag, Merz bei Trump<sup>6</sup>

Start: 00:01:13

SZ: Sarah Zerback, SD: Stephan Detjen

1 SZ: der tag  
 2 am vierten juni zweitausendfünfundzwanzig mit sarah  
 zerback  
 3 hi  
 4 SZ: ((Musik))  
 5 friedrich merz (.)  
 6 is nicht der erste bundeskanzler  
 7 den stephan detjen ins weiße haus begleitet  
 8 und auch donald trump erfahren ist er °h  
 9 und jetzt kurz vor dem abflug  
 10 von berlin aus aus unserem hauptstadtstudio nach  
 washington °h  
 11 wo merz und trump sich das erste mal (.)  
 12 gegenüberreten werden  
 13 hi stephan  
 14 SD: hallo sarah  
 15 grüß dich  
 16 SZ: wir ham die bilder ja noch im kopf  
 17 zum beispiel selenskyj im weißen haus  
 18 ehm  
 19 aber is auch nicht der einzige  
 20 und wird nicht der letzte sein  
 21 den trump ja auch durchaus düpiert  
 22 und für ne überraschung is er auch immer gut  
 23 lässt gesprächspartner da gerne ma auflaufen °h  
 24 ja was kann schon schiefgehen ne  
 25 wenn der kanzler da jetzt sitzt

<sup>6</sup> Der Tag (04.06.2025): Merz bei Trump - Expect The Unexpected, unter anderem auf deutschlandfunk.de: <https://www.deutschlandfunk.de/merz-bei-trump-expect-the-unexpected-100.html>

26 also was meinste  
 27 SD: na das weißte bei trump natürlich nie  
 28 da gehste immer rein und weißt nicht was passiert  
 29 das hören wir auch  
 30 das ist das(.)  
 31 wasberater von trump sagen  
 32 also am ende der chef(.)  
 33 nie berechenbar das is seine °hh  
 34 methode und natürlich äh  
 35 haben wir nicht nur die bilder von selenskyj  
 36 neulich dem südafrikanischen präsidenten ramaphosa  
 37 die da offen düpiert worden sind  
 38 attackiert worden sind  
 39 muss man ja sagen im weißen haus  
 40 ich erinnere mich auch gut °hh  
 41 zweitausendsiebzehn  
 42 da war ich mit angela merkel  
 43 in washington bei ihrem antrittsbesuch  
 44 damals auch us präsident trump eins  
 45 und da gabs dann diese denkwürdige scene  
 46 die saßen da  
 47 im im oval office zusammen °h  
 48 journalisten standen davor  
 49 trump blickte grimmig zu uns rüber  
 50 in die kameras  
 51 und dann äh riefen journalisten  
 52 handshake mister president  
 53 miss chancellor  
 54 und wollten  
 55 dass die beiden sich die hand geben und die  
 56 merkel guckte so zu trump hin und fragte ihn  
 57 handshake  
 58 und er blickte starr grimmig °h  
 59 in die kameras  
 60 würdigte sie keines blickes und verweigerte ihr  
 demonstrativ diesen handschlag

Ende: 00:02:54

## Transkript 2: Lanz & Precht, Ausgabe 196<sup>7</sup>

Start: 00:00:00

E: Einspieler, ML: Markus Lanz, RDP: Richard David Precht

1 E: ((Musik)) lanz und precht ((Musik))  
 2 ML: schönen guten morgen richard

<sup>7</sup> Lanz & Precht (05.06.2025): Ausgabe 196 (Verlustangst: Populisten sind gute Verlustunternehmer), unter anderem auf Spotify unter: <https://open.spotify.com/episode/38mjjUEN5KOUErqIJRsZl2?si=ddffd36955b749e7>

3 RDP: guten morgen markus  
4 ML: °h richard (.)  
5 äh (.) besondere woche (.)  
6 äh friedrich merz trifft auf donald trump  
7 und ohne jetzt auf die einzelheiten  
8 eingehen zu wollen °h  
9 mir auf der fahrt hierher ins studio überlegt  
10 ähm  
11 dir folgende frage zu stellen  
12 welches europa trifft da eigentlich auf welches  
amerika  
13 was [ist das] für ein treffen  
14 RDP: [hm\_mh ]  
15 ML: zwischen diesen beiden °h  
16 das ist ja weit mehr als ein treffen zweier  
staatsoberhäupter  
17 RDP: joa würde ich auch sagen  
18 also unter völlig veränderten vorzeichen und  
koordinaten °h  
19 ich denke über die amerikanische seite haben wir jaa  
schon sehr viel gesprochen (--)  
20 und ich finde es (.)  
21 sehr interessant  
22 die europäische seite (.)  
23 zu beleuchten  
24 [also ]  
25 ML: [hm-mh]  
26 RDP: welches (.)  
27 europa (.)  
28 repräsentiert (.)  
29 friedrich merz (-)  
30 als was für ein (-)  
31 vertreter europas (.)  
32 kommt er zu donald trump  
33 ML: hm\_mh  
34 RDP: und da stellen sich (.)  
35 sehr viele fragezeichen (.)  
36 und wie ich gleichzeitig auch glaube (.)  
37 ein ernsthaftes philosophisches problem  
38 ML: nämlich  
39 RDP: °hhh mhja  
40 da muss ich natürlich ein bisschen weiter  
41 hh°he ausholen  
42 also wir wissen ja dass (.)  
43 friedrich merz gerne °h  
44 das europäische projekt fortsetzen möchte

Ende: 00:01:22

## Literatur

- Ágel, Vilmos/Hennig, Mathilde (2006): Theorie des Nähe- und Distanzsprechens. In: Ágel, Vilmos/Hennig, Mathilde (Hg.): *Grammatik aus Nähe und Distanz. Theorie und Praxis am Beispiel von Nahetexten 1650–2000*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 3–32. DOI: 10.1515/9783110944709.3
- Albarran, Alan B./Anderson, Tonya/Bejar, Ligia Garcia/Bussart, Anna L./Daggett, Elizabeth/Gibson, Sarah/Gorman, Matt/Greer Danny/Guo, Miao/Horst, Jennifer L./Khalaf, Tania/Lay, John Phillip/McCracken, Michael/Mott, Bill/Way, Heather (2007): “What Happened to our Audience?” Radio and New Technology Uses and Gratifications Among Young Adult Users. In: *Journal of Radio Studies* 14 (2), 92–101. DOI: 10.1080/10955040701583171
- Androutsopoulos, Jannis/Vogel, Friedemann (Hg.) (2024): *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, 23).
- Baumann, Lena (2021): Mord im Ohr. Die Faszination True Crime-Podcasts aus Perspektive von Wissenschaft und Praxis. In: *Communicatio Socialis* 54 (2), 207–216. DOI: 10.5771/0010-3497-2021-2-207
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien, (BLM)/Bundesverband Digitale Wirtschaft, (BVDW)/Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, (LFK)/Medienanstalt Berlin-Brandenburg, (mabb)/Radio Marketing Service, (RMS)/Verband Privater Medien, (vaunet) (2023): *ONLINE-AUDIO-MONITOR 2023*. mindline media.  
URL: [https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM\\_2023.pdf](https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM_2023.pdf)
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien, (BLM)/Bundesverband Digitale Wirtschaft, (BVDW)/Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, (LFK)/Medienanstalt Berlin-Brandenburg, (mabb)/Radio Marketing Service, (RMS)/Verband Privater Medien, (vaunet) (2024): *ONLINE-AUDIO-MONITOR 2024*. mindline media.  
URL: [https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM\\_2024.pdf](https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM_2024.pdf)
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien, (BLM)/Bundesverband Digitale Wirtschaft, (BVDW)/Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, (LFK)/Medienanstalt Berlin-Brandenburg, (mabb)/Radio Marketing Service, (RMS)/Verband Privater Medien, (vaunet) (2025): *ONLINE-AUDIO-MONITOR 2025*. mindline media.

- URL: [https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM\\_2024.pdf](https://www.online-audio-monitor.de/wp-content/uploads/Bericht-OAM_2024.pdf)
- Berry, Richard (2006): Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. In: *Convergence* 12 (2), 143–162.  
DOI: 10.1177/1354856506066522
- Berry, Richard (2015): A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories. In: *Journal of Radio & Audio Media* 22 (2), 170–178.  
DOI: 10.1080/19376529.2015.1083363
- Berry, Richard (2016): Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’. In: *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* 14 (1), 7–22.  
DOI: 10.1386/rjao.14.1.7\_1
- Bitkom (2023): In welchen der folgenden Situationen hören Sie zumindest hin und wieder Podcasts? In: *Statista*.  
URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/876497/umfrage/nutzung-von-podcasts-nach-situationen-in-deutschland/>
- Boling, Kelli S./Hull, Kevin (2018): Undisclosed Information—Serial Is My Favorite Murder: Examining Motivations in the True Crime Podcast Audience. In: *Journal of Radio & Audio Media* 25 (1), 92–108.  
DOI: 10.1080/19376529.2017.1370714
- Bottomley, Andrew J. (2015): Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. In: *Journal of Radio & Audio Media* 22 (2), 164–169.  
DOI: 10.1080/19376529.2015.1082880
- Brinker, Klaus/Pappert, Steffen/Cölfen, Hermann (2024): *Linguistische Textanalyse eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 10., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Bührig, Kristin (2024): »Wissenschaft hat ein eiskaltes Händchen«: Zu einigen Dimensionen der Identitätskonstruktion von Wissenschaft im NDR-Podcast Coronavirus-Update. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 54 (3), 559–581.  
DOI: 10.1007/s41244-024-00345-2
- Burger, Harald/Luginbühl, Martin (2014): *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. 4. Auflage. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Busse, Dietrich (2018): Diskurs und Wissensrahmen. In: Warnke, Ingo H. (Hg.): *Handbuch Diskurs*. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen.), 3–29.  
DOI: 10.1515/9783110296075-001
- Catani, Stephanie/Schmalenberger, Sonja/Selzer, David (2025): Literatur und Podcast. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein neues Forschungsfeld. In: Catani, Stephanie/Schmalenberger, Sonja/

- Selzer, David (Hg.): *Literatur und Podcast: Inszenierungsformen – Rezeptionsmodelle – Wissenskommunikation*. Berlin, Heidelberg: Springer, 1–10.  
DOI: 10.1007/978-3-662-72095-0\_1
- Chan-Olmsted, Sylvia/Wang, Rang (2022): Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. In: *New Media & Society* 24 (3), 684–704.  
DOI: 10.1177/1461444820963776
- Davies, Pete (2014): *Downloads, listens, listeners, and about those podcast numbers*.  
URL: <https://medium.com/@pete/downloads-listens-listeners-and-about-those-podcast-numbers-73a5ee3e2fca>
- Dowling, David O./Miller, Kyle J. (2019): Immersive Audio Storytelling: Podcasting and Serial Documentary in the Digital Publishing Industry. In: *Journal of Radio & Audio Media* 26 (1), 167–184.  
DOI: 10.1080/19376529.2018.1509218.
- Dürscheid, Christa (2005): Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen. In: *Linguistik Online* 22 (1), 3–16.  
DOI: 10.13092/lo.22.752
- Dürscheid, Christa (2016): Nähe, Distanz und neue Medien. In: Feilke, Helmuth/Hennig, Mathilde (Hg.): *Zur Karriere von ›Nähe und Distanz‹: Rezeption und Diskussion des Koch-Oesterreicher-Modells*. Berlin/Boston: De Gruyter (Germanistische Linguistik, 306), 357–386.  
DOI: 10.1515/9783110464061-013
- Dürscheid, Christa (2023): *Von der Schriftlichkeit zur Mündlichkeit. Kommunikation mit Menschen und Maschinen*. Vortrag anlässlich der Verleihung des Konrad-Duden-Preises der Stadt Mannheim am 16.03.2022.  
DOI: 10.5167/UZH-253073
- Eins, Philipp (2022): *Podcasts im Journalismus. Eine Einführung für die Praxis*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Euritt, Alyn (2023): *Podcasting as an Intimate Medium*. London/New York: Taylor & Francis (Routledge Studies in New Media and Cyberculture).
- Gattringer, Karin (2024): Podcastnutzung 2024: Konsolidierung von Nutzungsgewohnheiten. In: *ARD/ZDF Medienstudie 2024* (27/2024).  
URL: <https://www.ard-zdf-medienstudie.de/artikel-mit-analysen/>
- Habscheid, Stephan (2024): 3. Kommunikative Distanz und Nähe, Text- und Interaktionsorientierung. In: Androutsopoulos, Janis/Vogel, Friedemann (Hg.): *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin, Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, 23), 51–70.

DOI: 10.1515/9783110744163-003

Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (2022a): Hinter dem Mikrofon: Podcaster\*innen im deutschsprachigen Raum. In: Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (Hg.): *Podcasts: Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 23–50.

DOI: 10.1007/978-3-658-38712-9\_2

Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (2022b): Mehr als die Summe seiner Teile: Entwicklung, Forschungsstand und Definition von Podcasts. In: Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (Hg.): *Podcasts: Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 1–19.

DOI: 10.1007/978-3-658-38712-9\_1

Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1985): Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte. In: *Romanistisches Jahrbuch* (36), 15–43.

Kühn, Peter (1995): *Mehrfachadressierung: Untersuchungen zur adressatenspezifischen Polyvalenz sprachlichen Handelns*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag (Germanistische Linguistik).

Leander, Lisa (2020): Wissenschaft im Gespräch: Wissensvermittlung und -aushandlung in Podcasts. In: *kommunikation@gesellschaft* 21 (2).

DOI: 10.15460/kommges.2020.21.2.621

Lindgren, Mia (2016): Personal narrative journalism and podcasting. In: *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* 14 (1), 23–41.

DOI: 10.1386/rjao.14.1.23\_1

Lötscher, Andreas (2019): Textsemantische Ansätze. In: Janich, Nina (Hg.): *Textlinguistik: 15 Einführungen und eine Diskussion*. 2. Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag (narr STUDIENBÜCHER), 81–104.

Lührmann, Katharina (2019): *Podcasts als Raum politisch-medialer Kommunikation*. Baden-Baden: Tectum Verlag.

Markman, Kris M./Sawyer, Caroline E. (2014): Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. In: *Journal of Radio & Audio Media* 21 (1), 20–35.

DOI: 10.1080/19376529.2014.891211

McGregor, Hannah (2022): Podcast Studies. In: *Oxford Research Encyclopedia of Literature*. Oxford: Oxford University Press.

DOI: 10.1093/acrefore/9780190201098.013.1338

Morris, Jeremy Wade/Patterson, Eleanor (2015): Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. In: *Journal of Radio & Audio Media* 22 (2), 220–230.

DOI: 10.1080/19376529.2015.1083374

- Newman, Nic/Fletcher, Richard/Kalogeropoulos, Antonis/Nielsen, Rasmus Kleis (2019): *The Reuters Institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism.  
URL: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/>
- Planer, Rosanna/Godulla, Alexander (2022): Storytelling in Podcasts deutscher Medienhäuser: Echte Interaktion, geplante Spontaneität. In: Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (Hg.): *Podcasts. Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums*. Wiesbaden: Springer VS, 101–118.  
DOI: 10.1007/978-3-658-38712-9\_5
- Rau, Tilman (2023): *Praxismaterial: Podcast im Unterricht Radio-Projekte für Einsteiger und Fortgeschrittene*.  
URL: <https://www.dbod.de/login?url=https://elibrary.utb.de/doi/book/10.5555/9783772716492>
- Reiterer, Sophia (2022): Divers/Hören: Wie divers sind die Hosts der deutschsprachigen reichweitenstärksten Podcasts im D-A-CH-Raum? In: Katzenberger, Vera/Keil, Jana/Wild, Michael (Hg.): *Podcasts: Perspektiven und Potenziale eines digitalen Mediums*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 79–100.  
DOI: 10.1007/978-3-658-38712-9\_4
- Rime, Jemily/Pike, Chris/Collins, Tom (2022): What is a podcast? Considering innovations in podcasting through the six-tensions framework. In: *Convergence* 28 (5), 1260–1282.  
DOI: 10.1177/13548565221104444
- Roberts, Amy (2014): The ‘Serial’ podcast: By the numbers. In: *CNN*.  
URL: <https://edition.cnn.com/2014/12/18/showbiz/feat-serial-podcast-btn/index.html>
- Rubens, Annik (2008): Podcasting - neues Medium oder alte Technik? In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 237–241.  
DOI: 10.1007/978-3-531-91094-9\_15
- Schlickau, Stephan (1998): Mehrfachadressierung im Rundfunk. In: *Folia Linguistica* 32 (3–4), 365–386.  
DOI: 10.1515/flin.1998.32.3-4.365
- Schneider, Jan Georg (2016): Nähe, Distanz und Medientheorie. In: Feilke, Helmuth/Hennig, Mathilde (Hg.): *Zur Karriere von ›Nähe und Distanz‹: Rezeption und Diskussion des Koch-Oesterreicher-Modells*. Berlin/Boston: De Gruyter (Germanistische Linguistik, 306), 333–356.  
DOI: 10.1515/9783110464061-012
- Selting, Margret/Auer, Peter/Barth-Weingarten, Dagmar/Bergmann, Jörg/Bergmann, Pia/Birkner, Karin/Couper-Kuhlen, Elizabeth/Deppermann, Arnulf/Gilles, Peter/Günthner, Susanne/Hartung,

- Martin/Kern, Friederike/Mertzluft, Christine/Meyer, Christian/Morek, Miriam/Oberzaucher, Frank/Peters, Jörg/Quasthoff, Uta/Schütte, Wilfried/Stukenbrock, Anja/Uhmann, Susanne (2009): Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2). In: *Gesprächsforschung online* (10), 353–402.
- Spinelli, Martin/Dann, Lance (2019): *Podcasting. The Audio Media Revolution*. New York: Bloomsbury Academic.
- Warnke, Ingo H. (2018): Diskurslinguistik – Verdichtete Programmatik vor weitem Horizont. In: Warnke, Ingo H. (Hg.): *Handbuch Diskurs*. Berlin/Boston: De Gruyter (Handbücher Sprachwissen, 306), IX–XXXIV.  
DOI: 10.1515/9783110296075-203