

Vorwort	9
1 Einleitung	11
1.1 Technische und infrastrukturelle Voraussetzungen	12
1.2 Einführung in das Thema Webradio	13
1.2.1 Definition Online-Rundfunk	13
1.2.2 Verbreitung von Webradios in Deutschland und in Sachsen	16
1.2.3 Programmvietfalt und technische Entwicklung	17
1.3 Forschungsfragen und Untersuchungsmodulc	22
1.3.1 Modul 1: Webradioanbieter	22
1.3.2 Modul 2: Programmstruktur und publizistische Leistungen	22
1.3.3 Modul 3: Radionutzung in Sachsen	23
1.3.4 Modul 4: Internetradionutzung in Sachsen	23
1.3.5 Modul 5: Gruppendiskussion	24
2 Webradioanbieter in Sachsen	25
2.1 Geschäftsmodelle	26
2.1.1 Ergebnisse der Untersuchung	27
2.2 Struktur und Arbeitsweise	31
2.3 Verbreitungswege	34
2.4 Status quo und Zukunftsperspektiven	39
2.5 Profi, Semi, Amateur	41
2.5.1 Geschäftsmodell der professionellen Webradio-Anbieter	42
2.5.2 Geschäftsmodell der semi-professionellen Webradio- Anbieter	43
2.5.3 Geschäftsmodell der Amateur-Webradio-Anbieter	44
2.5.4 Struktur und Arbeitsweise	45
2.5.5 Verbreitungswege	46
2.5.6 Zukunftspotenziale	48
2.6 Zusammenfassung	49

3	Programmstrukturen und Programminhalte	51
3.1	Methodische Grundlagen zur Programmanalyse	51
3.1.1	Aufbau des Kategoriensystems	52
3.1.2	Pretest	53
3.1.3	Anfertigung der Programmmitschnitte	54
3.2	Sendemodelle	55
3.3	Publizistischer Inhalt	61
3.3.1	Zusammenfassung	67
3.4	Musikfarben	68
3.5	Vergleich mit Radioprogrammen Typ I	70
3.5.1	Zusammenfassung	73
4	Reichweiten von Webradios in Sachsen	75
4.1	Methodische Grundlagen zur Telefonbefragung	75
4.2	Typologie der Radionutzer	76
4.2.1	Hörgewohnheiten	80
4.2.2	Radioempfangswege	82
4.3	Erwartungen und Bedürfnisse	83
4.4	Bekanntheit der Webradioanbieter	85
4.4.1	Hörer von sächsischen Webradios	87
4.4.2	Nutzungshäufigkeiten	90
4.5	Empfangswege von Internetradios	92
4.6	Typologie der Webradiohörer	94
5	Publikum der Webradios	97
5.1	Methodischer Hintergrund der Onlinebefragung	97
5.1.1	Dimensionen und Konstrukte des Onlinefragebogens	99
5.1.2	Erhebung der Internetradioanbieter in Sachsen	102
5.1.3	Multi-Stichproben-Design	102
5.1.4	Vergleich der Stichproben	103
5.1.5	Bereinigung des Datensatzes	106
5.1.6	Deskriptive Kennwerte des bereinigten Datensatzes	107
5.1.7	Datenauswertung	108
5.2	Methodischer Hintergrund zur Gruppendiskussion	110
5.3	Ergebnisse	113
5.3.1	Erwartungen an das Radio	113
5.3.2	Erwartungen an ein Radioprogramm	113
5.3.3	Bedeutung von Programminhalten	115
5.3.4	Das ideale Radioprogramm aus Sicht der Nutzer	119
5.3.5	Vorteile von Internetradios	122
5.4	Musikpräferenzen	125
5.5	Nutzung des Internets bei Webradiohörern	128

5.6	Nutzung von Internetradios	130
5.6.1	Zugänge	130
5.6.2	Soziodemographie der Webradio-Hörer	132
5.6.3	Nutzungssituationen und -zeiten	134
5.6.4	Nutzungsorte	136
5.7	Bekanntheit und Nutzung sächsischer Webradioanbieter	138
5.7.1	Bewertung ausgewählter Angebote durch die Nutzer	140
5.8	Reflexionen über Webradios und ihre Nutzung	143
5.8.1	Nutzungsmotive	146
5.8.2	Nutzungsmuster	150
5.9	Zusammenfassung	155
6	Zukunft der Webradios in Sachsen	157
6.1	Zukunftspotenziale	158
6.2	Handlungsempfehlungen und Fördermöglichkeiten	159
	Literatur	163
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	167
	Glossar	171
	Die Autoren	177
	Anhang: Zusammengefasste Ergebnisse der R@diostudie 2011	179