

Bauhaus - Universität Weimar  
Fakultät Medien

# „Zukunftsmusik - Radio im Digitalen Zeitalter“

*Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung  
des Grades eines Bachelor of Arts (B.A.)  
an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar*



**Betreuer/in:**

Prof. Dr. Matthias Maier  
Diplom Kulturwissenschaftlerin (Medien) Nancy Richter

**Eingereicht von:**

B.A.-Cand. Sandra Winzer  
Schützengasse 12  
99423 Weimar

Matrikel-Nr.: 60933  
Reg.-Nr.: MKB / 06

Weimar, den 20.08.2009

# Inhaltsverzeichnis

<i>Einleitung und Problemstellung</i> .....	S. 1
<i>Rahmung der Arbeit</i> .....	S. 3
<b>I. Grundlegende Eigenschaften des Radios</b> .....	S. 4
1.1. Klassischer Übertragungsweg (UKW) .....	S. 4
1.2. Klassische Radionutzung .....	S. 5
1.3. Das Radio als Massen- und Begleitmedium .....	S. 8
Exkurs: Brechts Forderung nach d. Rundfunk als Kommunikationsapparat.....	S. 11
<b>II. Radiodigitalisierung aus technischer Perspektive</b> .....	S. 13
2.1. Digitale Terrestrik im Vergleich .....	S. 13
2.1.1. Die DAB-Systemfamilie .....	S. 13
2.1.2. Mobile .....	S. 17
2.2. Internetradio .....	S. 18
2.2.1. Internet-Radio-Synthese .....	S. 18
2.2.2. IP-Radio .....	S. 20
2.2.3. Podcasting .....	S. 22
<b>III. Radionutzungsverhalten in seiner Neuordnung</b> .....	S. 24
3.1. Zunehmende Eigendynamik in der Radionutzung .....	S. 24
3.1.1. Uses-and-Gratifications-Approach .....	S. 25
3.1.2. Individualisierung und Prosument. ....	S. 26
Exkurs : Vom heißen zum kalten Medium .....	S. 30
3.2. (Weitere) Kennzeichen veränderter Radionutzung .....	S. 32
3.2.1. Orts- und Raumsouveränität .....	S. 32
3.2.2. Zeitsouveränität .....	S. 34
3.2.3. Mediale Konvergenzen .....	S. 37
<b>IV. Radiodigitalisierung aus ökonomischer Perspektive</b> .....	S. 40
4.1. Gründe von Einführungsschwierigkeiten digitaler Terrestrik .....	S. 41
4.2. Digitalisierung und Vermarktung.....	S. 42
4.3. Resultierende Handlungsempfehlungen .....	S. 45
<b>V. Abschließende Diskussion zur „Zukunft des Radios“</b> .....	S. 49
<i>Fazit</i> .....	S. 54
<i>Persönliches Fazit</i> .....	S. 55

## Literaturverzeichnis

### **Fachliteratur**

#### **B**

- BARTH,C.;MÜNCH,T. (2001) : *Webradios in der Phase der Etablierung, Angebote, Nutzung und Inhalte des Hörfunks im Internet* In: Media Perspektiven, Nr.1/2001, S.43-50

- BAUER, M. (2007) : *Vom iPod zum IRadio: Podcasting als Vorbote des individualisierten Hörfunks*, Hochschule Mittweida, Fachbereich Medien

- BECK,K. (2003) : *No sende of place? Das Internet und der Wandel von Kommunikationsräumen* In: FUNKEN,C.;LÖW,M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag

- BEST,S.;ENGEL,B.: (2007): *Qualitäten der Mediennutzung. Ergebnisse auf der Basis der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation*. In: Media Perspektiven, Nr.1, S.20-36

- BIENERT,P. (1998) : *Information & Kommunikation - Technik und Anwendung in Wirtschaft und Medien*, Berlin/Heidelberg, Springer-Verlag

- BRECHT,B.(1932) : *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks*. In : Kursbuch Medienkultur. Lorenz Engell (Hrsg. u.a.), Stuttgart, DVA 1999, S.259-263

- BRECHT,B. (2002) : *Radiotheorie. Dialektik von Produktivkraftentwicklung und Produktionsverhältnissen* In: HELMES,G.;KÖSTER,W. (2002) : *Texte zur Medientheorie*, Stuttgart, Philipp Reclam, S.149-154

- BÜHL,A. (1996) : *CyberSociety : Mythos und Realität der Informationsgesellschaft*, Köln: Papy-Rossa-Verlag

- BUSCH,G. (2008) : *Die Einführung des Satellitendirektempfängs in Deutschland über ASTRA*, Berlin, Vistas Verlag

#### **C**

- CLEMENT,M.;PAPIES,D. (2008) : *Podcasting* In: Bauer, Große-Leege, Rösger (2008): *Interactive Marketing im Web 2.0+ - Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet*, München, Vahlen

#### **D**

- DANIEL,D (2006) : *A Hundred Years of Radio's Potential* In: FÖLLMER,G.;THIERMANN,S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access.* - Beiträge zur Zukunft des Radios, Leipzig, Spector books

- DONSBACH, W. (1991) : *Medienwirkung trotz Selektion. Einflußfaktoren auf die Zuwendung zu Medieninhalten*. Köln/Weimar/Wien :Böhlau-Verlag

-DÖRNER,J.-H. (2003): *Personalisierung im Internet. Persönliche Empfehlungen mit Collaborative Filtering*, Hamburg : Verlag Dr-Kovac

- DUDEN 10 - *Das Bedeutungswörterbuch*, 3. Auflage, Mannheim.Leipzig.Wien.Zürich, Dudenverlag

#### **E**

- ECKE, J.-O. (1991) : *Motive der Hörfunknutzung*, München, Reinhard Fischer-Verlag

- ELLRICH,L. (2003) : *Cyber-Zeit - Bemerkungen zur Veränderung des Zeitbegriffs durch die Computertechnik* In: FUNKEN,C.;LÖW,M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, S.39-69
  - - ENGELL,L. (2000) : *Ausfahrt nach Babylon - Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur*, Weimar, Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften
  - ENGELL,L. (2007) : *Ich sind die anderen In: Gedanken zu den Medien und ihrer Ordnung*, Nomos-Verlag, Baden-Baden, S.211- 223
- F
- FUNKEN,C.;LÖW,M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag
  - FÖLLMER,G.;THIERMANN,S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access. - Beiträge zur Zukunft des Radios*, Leipzig, Spector books
- G
- GAUL, D. (2008) : *Vom Community-Radio zur Radio-Community. Formen und Unformen von Radio*, Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG
  - GERHARDS,M.;KLINGLER,W. (2007): *Mediennutzung in der Zukunft*, In: Media Perspektiven, 6/2007, S.295-309 f.)
  - GERHARDS,M.;MENDE,A. (2008) : *Ein Drittel der Deutschen bleibt weiter offline*, ARD/ZDF-Offlinestudie 2008 In: Media Perspektiven, Nr.7, S.365-376
  - GLEICH, U. (2000): *Nutzungsmotive und Funktionen des Radios*. ARD Forschungsdienst. In: Media Perspektiven, Nr.9/2000, S.427-432
  - GOLDHAMMER,K.; MARTICK,A. (2008) : *Online Radio Perspektiven*. Lokalfunktage 2008, Nürnberg, Goldmedia GmbH, Media Consulting & Research
  - GOLDHAMMER,K.;PIOPIUNIK,M. (2009) : *BLM-Webradio Monitor 2009. Internetradionutzung in Deutschland*, Lokalfunktage 2009, Nürnberg, Goldmedia GmbH, Media Consultin & Research
  - GONGOLSKY,M.; GRÜNDEL,N.; KUHLM,H.(2002) : *Hörfunk der Zukunft - Technik, Entwicklung, Marktchancen*, Books on Demand GmbH
  - GRÄF,L. (1997) : *Locker verknüpft im Cyberspace - Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet*, in: Gräf, Lorenz / Krajewski Markus (Hrsg.) (1997): *Soziologie des Internet: Handeln im elektronischen Web-Werk*. Frankfurt/Main; New York; Campus Verlag
  - GROPP,T.A.;RÖSGER,J. (2008) : *Blogs und Foren - die neue Herausforderung für Unternehmen* In: BAUER,H.H. (2008) : *Interactive Marketing im Web 2.0 - Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet*, München, Vahlen Verlag
  - GROßKLAUS,G. (1995) : *Medien-Zeit. Medien-Raum. - Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag
  - GROßKLAUS,G. (2003) : *Zeitbewusstsein und Medien* In: FUNKEN,C.;LÖW,M. (2003) : *Raum*

- Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien, Opladen, Verlag Leske und Budrich
  - GROTHE,F.;GROTHE,T. (2008) : *Datenverluste und Informationsgewinne in der digitalen Welt* In: *Digitalisierungsbericht 2008 - Neue Inhalte und ihre Finanzierung*, Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) u. Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ), Vistas , S.27-34
  - GRÜNDEL,N. (2002): *Digital Radio* In: GON-GOLSKY,M.; GRÜNDEL,N.; KUHL,H.(2002) : *Hörfunk der Zukunft - Technik, Entwicklung, Marktchancen*, Books on Demand GmbH
  - H
  - HARENBERG/NIEHUSMANN (2006) : *Das DEGEM WebRadio als medialer Mittler elektroakustischer Kunst* In: FÖLLMER,G.;THIERMANN,S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access. - Beiträge zur Zukunft des Radios*, Leipzig, Spector books
  - HEGE,H. (2008) : *Die ungelöste Herausforderung: digitale Inhalte und ihre Finanzierung* In:*Digitalisierungsbericht 2008 - Neue Inhalte und ihre Finanzierung*, Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) u. Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang (GSDZ), Vistas, S.13-19
  - HEIDBRINK,H.;SORG,J. (2009) : *Dazwischen. Zur Mesodimension der Medien* In: KÖSTER,I.;SCHUBERT,K. (2009) : *Medien in Raum und Zeit - Maßverhältnisse des Medialen*, Bielefeld, transcript Verlag, S.85-105
  - HERMANNI,A.-J. (2006) : *Medienmanagement - Grundlagen und Praxis für Film, Hörfunk, Internet, Multimedia und Print*, München, Verlag C.H.Beck/ Deutscher Taschenbuch Verlag
  - HICKETHIER,K. (1978) : XXXXXXXXXXXXX
  - HOLLAND,H. (2009) : *Direktmarketing - Im dialog mit dem Kunden*, München, Verlag Franz Vahlen
- K
- KARMASIN,M.;WINTER,C. (2002) : *Grundlagen des Medienmanagements*, München, Wilhelm Fink Verlag
  - KITTLER,F. (1986) : *Grammophon, Film, Typewriter*, Berlin, Brinkmann U. Bose Verlag
  - KLEINSTEUBER,H.-J. (2006) : *Radio - Das überholte Medium?* In: FÖLLMER,G.; THIERMANN,S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access. - Beiträge zur Zukunft des Radios*, Leipzig, Spector books
  - KLINGLER,W.;MÜLLER,D. (2007) : *Radio behauptet seine Position im Wettbewerb - Wichtige Ergebnisse und Trends aus der MA 2007 Radio II* In: *Media Perspektiven*, Nr.9/2007
  - KOTLER,P.;ARMSTRONG,G.;SAUNDERS,J.; WONG,V. (2007) : *Grundlagen des Marketing*, München, Pearson Studium
  - KÖSTER,I. (2009) : *Mediale Maßverhältnisse in Raum und Zeit - Ein Versuch der Systematisierung* In: KÖSTER,I.; SCHUBERT,K. (2009) : *Medien in Raum und Zeit - Maßverhältnisse des Medialen*, Bielefeld, Transcript Verlag
  - KÖSTER,I.;SCHUBERT,K. (2009) : *Medien in Raum und Zeit - Maßverhältnisse des Medialen*, Bielefeld, Transcript Verlag

- KRESSIN,R. (1998) : *Neue Medien zwischen Rundfunk und Individualkommunikation*, Frankfurt am Main, Europäischer Verlag der Wissenschaften
  - KRUGMANN,D.; PALLUS,D.P. (2008) : *Podcasting - Marketing für die Ohren. Mit Podcasts innovativ werben, die Marke stärken und Kunden rund um die Uhr erreichen*,Wiesbaden,Gabler / GWV Fachverlage GmbH
  - KUHLM,K. (2003) : *Telekommunikative Medien und Raumstrukturen der Kommunikation* In: FUNKEN,C.;LÖW,M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, S.97-118
  - KURSAWE,S. (2004) : *Vom Leitmedium zum Begleitmedium. Die Radioprogramme des Hessischen Rundfunks 1960-1980*, Köln, Böhlau Verlag
  - KUTSCH,A.;HOLTZ-BACHA,C.;STUKE,F.R. (1993) : *Rundfunk im Wandel - Beiträge zur Medienforschung*, Berlin, VISTAS
  - KÜHN,M. (2008) : *Der digitale terrestrische Rundfunk - Grundlagen, Systeme und Netze*, Bodingen, Verlagsgruppe Hüthig
- L
- LAUBER, A.; WAGNER, U., THEUNERT, H. (2007) : *Internetradio und Podcasts - neue Medien zwischen Radio und Internet*. Eine explorative Studie zur Aneignung neuer Audioangebote im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), München
  - LAROCHE VON,W.;BUCHHOLZ,A. (2004) : *Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk*, Berlin, List Verlag
  - LENK,C. (1997) : *Die Erscheinung des Rundfunks - Einführung und Nutzung eines neuen Mediums 1923-1932*, Opladen, Westdeutscher Verlag
  - LERSCH,E.;FREY-VOR,G. (2006) : *Verändertes Medienspektrum und Konsequenzen für die Nutzung des Radios. Aktuelle Trends vor dem Spiegel historischer Erfahrungen* In: FÖLLMER,G.;THIERMANN,S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access. - Beiträge zur Zukunft des Radios*, Leipzig, Spector books
  - LINDNER-BRAUN, C.(2007) : *Mediennutzung. Methodologische, methodische und theoretische Grundlagen*, Münster: LIT Verlag
  - LUHMANN,N. (1996) : *Die Realität der Massenmedien*, Opladen, Westdeutscher Verlag
- M
- MAASE,K. (2004) : *Gebrauchswert des frühen Rundfunks* In: LERSCH,E.;SCHANZE,H. (2004) : *Die Idee des Radios. Von den Anfängen in Europa und den USA bis 1933*, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft
  - MAHRDT,N. (2009) : *Crossmedia - Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen*, Wiesbaden, Gabler/GWV Fachverlage GmbH
  - MALETZKE,G. (1963) : *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*, Hamburg, Verlag Hans-Bredow-Institut
  - MARTENS/AMANN (2007) : *Podcast: Wear-Out oder Habitualisierung?*
  - MCLUHAN,M. (1964) : *Heiße Medien und kalte* In : *Kursbuch Medienkultur*. Lorenz Engell (Hrsg. u.a.), Stuttgart, DVA 1999, S.45-54

- MCLUHAN,M. (1992) : *Die magischen Kanäle - Understanding Media*. Düsseldorf, ECON-Verlag

- MCLUHAN,M. (1995) : *Die magischen Kanäle - Understanding Media*

- *Media Perspektiven Basisdaten* (2007)

## N

- NAUSNER,P. (2002) : *Medienmanagement als Innovations- und Entwicklungsmanagement* In: KARMASIN,M.;WINTER,C. (2002) : *Grundlagen des Medienmanagements*, München, Wilhelm Fink Verlag

- NEUWÖHNER,U. (2008) : *Perspektiven des Radios im digitalen Zeitalter*, Eine Analyse anhand von Daten aus der angewandten Hörerforschung In: *Media Perspektiven*, Nr.5/2008

- NIEMANN, P. (2007) : *Podcasting: Eine Revolution?*, Tectum Verlag Marburg

## O

- OEHMICHEN,E. (2001): *Aufmerksamkeit und Zuwendung beim Radiohören. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in Hessen*. In: *Media Perspektiven*, Nr. 3, S.133-141

- OEHMICHEN,E.;SCHRÖTER,C. (2000) : *Fernsehen, Hörfunk, Internet : Konkurrenz, Konvergenz oder Komplement?*, Schlussfolgerungen aus der ARD/ZDF-Online-Studie 2000 In: *Media Perspektiven* Nr.8/2000, S.359-368)

- OEHMICHEN,E.;SCHRÖTER,C. (2007) : *Zur typologischen Struktur medienübergreifender Nutzungsmuster* In: *Media Perspektiven* 8/2007

- OEHMICHEN, E.; SCHRÖTER, C. (2008) : *Podcast und Radio: Wege zu einer neuen Audio-*

*kultur?* - Befunde zur Akzeptanz und Nutzung von Audio-on-Demand und Podcast 2008 in: *Media Perspektiven* 1/2009, S.9-19

## P

- PEPELS,W: (2009) : *Handbuch des Marketing*, München, Oldenburg Verlag

- PEZOLDT,K.;SATTTLER,B. (2009) : *Medienmarketing* , Stuttgart, Lucius und Lucius Verlagsgesellschaft

- PÄTZOLD,M. (2008) : *Der Einfluss der „Neuen Medien“ auf den Hörfunk - Vergangenheit und Zukunft des Radios*, Vdm Verlag

## R

- REICHHELD, F.F.; SASSER, jr., W.E. (1990) : Zero defections: Quality comes to Services. *Harvard Business Review*, 68 (5): 105-111

- REIMERS,K.-F. (1996) : XXXXXX In: SCHWANEBECK,A.;ACKERMANN,M. (1996) : *Radio auf Abruf - Der Hörfunk im Umbruch*, Eine Dokumentation der Nürnberger Radiotage 1995, München, Reinhard Fischer Verlag

- REITZE,H.; RIDDER, C. (2006): *Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Medienutzung und Medienbewertung 1964-2005*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft

- RIDDER,C.-M. ENGEL,B. (2005) : *Massenkommunikation 2005 - Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich*. In: *Media Perspektiven*, Nr.9, S.422-448

- ROESLER,A;STIEGLER,B. (2005) : *Grundbegriffe der Medientheorie*, Paderborn, Wilhelm Fink Verlag

- ROMANO, V. (1992) : *Zeit und Rundfunk* In: KUTSCH, A.; HOLTZ-BACHA, C.; STUKE, F. R. (1992) : *Rundfunk im Wandel - Beiträge zur Medienforschung*, Berlin, VISTAS
- ROTHE, K.; SCHADE, A.-K. (2003) : *Transnational, national, lokal. Protesträume im Internet* In: FUNKEN, C.; LÖW, M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag, S.193-222
- S
- SCHANZE, H. (2004) : *Rundfunk, Medium und Masse* In: LERSCH, E.; SCHANZE, H. (2004): *Die Idee des Radios - Von den Anfängen in Europa und den USA bis 1933*, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH
- SCHARF, A.; SCHUBERT, B. (2001) : *Marketing - Einführung in Theorie und Praxis*, 3. Auflage : Stuttgart : Schäffer Poeschel Verlag
- SCHENK, M. (2002) : *Medienwirkungsforschung*, Tübingen, Mohr Siebeck Verlag
- SCHERF, P.; NEUS, A.; TIETZ, S.; WAESCHE, N. (2008) : *Innovation der Medien. Web 2.0 verwöhnte Konsumenten zwingen Medienanbieter zum Umbau ihrer Geschäftsmodelle*; Studie der deutschen Media- and Entertainment Practice der IBM Global Business Services in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Evaluation und Methoden der Universität Bonn; IBM Coop., Stuttgart
- SCHMUTZER, M. EA (2003) : *Zeitgemäße Räume - Stellwerk und Spielraum* In: FUNKEN, C.; LÖW, M. (2003) : *Raum - Zeit - Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*, Opladen, Leske und Budrich Verlag
- SCHNEIDER, I. (1984) : *Radio-Kultur in der Weimarer Republik*, Tübingen, Gunter Narr-Verlag
- SCHREIBER, G.-A. (1997) : *Neue Wege des Publizierens - Das Handbuch zu Einsatz, Strategie und Realisierung aller elektronischen Medien*, Braunschweig/Wiesbaden, Verlag Vieweg
- SCHWALM, C. (1998) : *Globale Kommunikation : Der Wandel sozialer Beziehungen durch die Kommunikation in Computernetzen*, Berlin : Wissenschaftlicher Verlag
- SCHWARZ, T.; BRAUN, G. (2008): *Leitfaden Integrierte Kommunikation - Wie Web 2.0 das Marketing revolutioniert*, Waghäusel, Absolit Dr. Schwarz Consulting
- SCHWEIGER, W. (2007) : *Theorien der Medien-nutzung - Eine Einführung*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften
- SIEGERT, T. (2000): *Radio im Internet*. In: von LA ROCHE, W.; BUCHHOLZ, A. (2000) : *Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk*. München: List Verlag
- SIEGLE, J. (1998) : *Online-Marketing von Rundfunkmedien - Dimensionen und Perspektiven für Radio und TV im World Wide Web*, Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag GmbH
- STEINMETZ, R. (2006 a) : *Vom Broadcasting zum Personal Casting. Muss das Radio jetzt neu erfunden werden? Herausforderungen und Chancen durch Digitalisierung, Personalisierung und Ubiquität der Kommunikation* In: FÖLLMER, G.; THIERMANN, S. (2006) : *Relating Radio - Communities. Aesthetics. Access. - Beiträge zur Zukunft des Radios*, Leipzig, Spector books



- STEINMETZ,R. (2006 b) : *Persönlich wie die Zahnbürste. Pod- und Videocasting als individualisierte Mediennutzerkultur*, In: Fernseh-Informationen, Nr.7, S. 24-31
- STUHLMANN, A. (2001): *Radio-Kultur und Hör-Kunst - Zwischen Avantgarde und Popularkultur 1923 - 2001*, Würzburg, Königshausen & Neumann
- STÜMPERT, H. (2005) : *Ist das Radio noch zu retten? - Überlebenstraining für ein vernachlässigtes Medium*, Berlin, uni-edition
- SWANSON,D.L. (1979) : *Political Communication Research and the Uses and Gratifications Model a Critique*, Communication Research, University of Illinois at Urbana-Champaign In: Communication Research, Vol. 6, No. 1, p. 37-53
- SQUIER, S. :(Ed.) (2003) : *Communities of the Air. Radio Century, Radio Culture*. Durham/London: Duke University Press, darin : Communities of the Air : Introducing the Radio World (p.1-35) und Wireless Possibilities, Posthuman Possibilities : Brain Radio, Community Radio, Radio Lazarus (p.275 - 303)

## T

- TOFFLER,A. (1972) : *Der Zukunftsschock*, Bern.München.Wien, Scherz-Verlag
- TOFFLER,A.;TOFFLER,H. (1994) : *Überleben im 21. Jahrhundert*, Stuttgart, Deutsche Verlags-Anstalt

## U

- URICCHIO,W. (2001) : *Medien des Übergangs und ihre Historisierung*, In: ENGELL,L.; VOGEL,J. (2001) : *Mediale Historiographien*, Weimar, Universitätsverlag, S.57-72

## V

- VOGEL,M. (2003) : *Medien als Voraussetzung für Gedanken* In: o.V. (2003) : *Medienphilosophie - Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt am Main, Fischer Verlag, S. 107-134
- VOWE,G./WILL,A. (2004) : *Die Prognosen zum Digitalradio auf dem Prüfstand - Waren die Probleme bei der DAB-Einführung vorauszusehen?*,Reihe TLM, Bd.15, Kopaed Verlag

## W

- WAGNER,U.;THEUNERT,H. (2006) : *Neue Wege durch die konvergente Medienwelt*; Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), BLM-Schriftenreihe Band 85, München, Reinhard Fischer Verlag
- WINDGASSE,T. (2009) : *Webradio: Potenziale eines neuen Verbreitungswegs für Hörfunkprogramme*, Qualitative Studie zur Nutzung internet-basierter Radios In: Media Perspektiven Nr.3/2009, S.129-137
- WIRTH,W.; SCHWEIGER,W. (1999) : *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

- WIRTZ,B.W. (2009) : *Radiomanagement* In: WIRTZ,B.W. (2009) : *Medien und Internetmanagement*, Wiesbaden, Gabler Verlag, S.437-492

## Internetquellen

- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten der Bundesrepublik Deutschland (alm) : Digitales Radio, erreichbar unter URL: <http://www.alm.de/index.php?id=115> (abger. am 20.07.2009)

- Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) :  
Privatradios - Digitalen Hörfunk wettbewerbsneutral einführen, Juni 1993, erreichbar unter URL:  
<http://www.privatfunk.de/thm/TextThemen930600.html> (abger. am:08.05.2009)
- Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) :  
APR-Vorsitzender: „Die Zukunft des Hörfunks ist digital“, vom 17.06.2009, erreichbar unter URL:  
[http://www.bdzv.de/bdzv\\_intern+M5402a733cd8.html](http://www.bdzv.de/bdzv_intern+M5402a733cd8.html) (abger. am 01.07.2009)
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb a) :  
Das Radio der Zukunft , erreichbar unter URL:  
[http://www.bpb.de/themen/FG6SCB,0,Das\\_Radio\\_der\\_Zukunft.html](http://www.bpb.de/themen/FG6SCB,0,Das_Radio_der_Zukunft.html) (abger. am 23.07.09)
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb b) :  
Über das Blogspiel, die Blogosphäre und die Neuentdeckung eines wieder einmal vom Aussterben bedrohten Massenmediums, erreichbar unter URL:  
[http://www.bpb.de/popup/popup\\_druckversion.html?guid=YHBFCL](http://www.bpb.de/popup/popup_druckversion.html?guid=YHBFCL) (aber. am 23.07.09)
- Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft : Rezeptions- und Wirkungsforschung (FG) (2009): Call for Papers - Zwischen Medienallmacht und -ohnmacht. Rezeption und Wirkung politischer Medienangebote, Zürich , erreichbar unter URL :  
(<http://www.imb-uni-augsburg.de/files/Call%20for%20Papers%20-%20Zürich%202009.pdf>) (abger. am: 12.06.09)
- Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) :  
Mitmachen oder nur zuhören - Wie interaktiv wollen Hörer sein? , erreichbar unter URL:  
[http://www.bpb.de/themen/KSN3CA,0,Mitmachen\\_oder\\_nur\\_Zuhören\\_Wie\\_interaktiv\\_wollen\\_Hörer\\_sein.html](http://www.bpb.de/themen/KSN3CA,0,Mitmachen_oder_nur_Zuhören_Wie_interaktiv_wollen_Hörer_sein.html) (abger. 29.07.2009)
- Digital Radio (2009): Hörfunkdigitalisierung, Juni 2009, erreichbar unter URL:  
[http://www.digitalradio.de/uploads/media/Fact\\_Sheet\\_3\\_Hörfunkdigitalisierung\\_170609\\_01.pdf](http://www.digitalradio.de/uploads/media/Fact_Sheet_3_Hörfunkdigitalisierung_170609_01.pdf) (abger. am 10.07.2009)
- Digital Radio (2009) : Die Digitalisierung des Hörfunks - Warum?, Juni 2009, erreichbar unter URL:  
[http://www.digitalradio.de/fileadmin/Gemeinsame\\_Dateien/PDF/Fact\\_Sheets/Fact\\_Sheet\\_3\\_Hörfunkdigitalisierung\\_160609.pdf](http://www.digitalradio.de/fileadmin/Gemeinsame_Dateien/PDF/Fact_Sheets/Fact_Sheet_3_Hörfunkdigitalisierung_160609.pdf) (abger. am 10.07.2009)
- Hillmoth, H.-D. : Vizepräsident des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) und Senderchef Hitradio FFH : „Radio und Internet - ein ‚Dreamteam‘“, erreichbar unter URL :  
[http://www.bpb.de/themen/FG6SCB,0,Das\\_Radio\\_der\\_Zukunft.html](http://www.bpb.de/themen/FG6SCB,0,Das_Radio_der_Zukunft.html) (abger. am 22.07.2009)
- Initiative Marketing Digital Radio (IMDR) :  
Handlungs-Empfehlungen für den Neustart von Digital Radio, Juni 2009, erreichbar unter URL:  
<http://www.digitalradio.de/news-details/imdr-mit-handlungs-empfehlungen-fuer-digital-radio-neustart/> (abger. am 20.06.2009)
- KOTOWSKI, T. (2009) :IP-Radios locken Hörer von ihren Stammsendern weg, In:Spiegel April 2009: erreichbar unter URL:  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,621794,00.html> (abger. am 20.05.2009)
- Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein, erreichbar unter URL :  
[http://www.ma-hsh.de/cms/front\\_content.php?idcat=33](http://www.ma-hsh.de/cms/front_content.php?idcat=33) (abger. am: 21.06.2009)
- Medientage München 2008 : Pressemitteilung :  
Radio auf dem terrestrischen Waldweg, vom 30.10.2008, erreichbar unter URL:  
[www.medientage.de](http://www.medientage.de)

- Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk (2009) :  
Online-Fachinformationsdienst Digitaler Rundfunk: Digital Radio Mitteldeutschland e.V. , Ausgaben Januar 2009 bis Juni 2009, erreichbar unter URL:  
<http://www.dr-m.info/index.php?content=Meinungsbarometer> (abger. am 01.07.2009)
  
- Online-Hörer-Studie (2009) : März : Nutzung und Wirkung von interaktiven Radioangeboten“, erschienen bei der: Bundeszentrale für Politische Bildung, erreichbar unter URL:  
[http://www.bpb.de/themen/KSN3CA,0,Mitmachen\\_oder\\_nur\\_Zuhoren\\_\\_Wie\\_interaktiv\\_wollen\\_Hoerer\\_sein.html](http://www.bpb.de/themen/KSN3CA,0,Mitmachen_oder_nur_Zuhoren__Wie_interaktiv_wollen_Hoerer_sein.html) (abger. am: 01.08.2009)
  
- ZDF Jahrbuch (2002): Konvergenz der Medien - Sollte das Recht der Medien harmonisiert werden? (Carl-Eugen Eberle), erreichbar unter URL:  
<http://www.zdf-jahrbuch.de/2002/grundlagen-programmarbeit/eberle.htm> (abger. am 12.06.2009)
  
- Zukunftsworkshop TLM : Radio 2020 - Welche Zukunft hat der Hörfunk? , erreichbar unter URL:  
[http://www.mediathek-thueringen.de/single-view-tv/?tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=1999&tx\\_ttnews\[year\]=2009&tx\\_ttnews\[month\]=06&tx\\_ttnews\[day\]=10&cHash=77eb8c9c56](http://www.mediathek-thueringen.de/single-view-tv/?tx_ttnews[tt_news]=1999&tx_ttnews[year]=2009&tx_ttnews[month]=06&tx_ttnews[day]=10&cHash=77eb8c9c56) (abger. am 14.06.2009)