

Inhaltsverzeichnis

Mehr als die Summe seiner Teile: Entwicklung, Forschungsstand und Definition von Podcasts	1
Vera Katzenberger, Jana Keil und Michael Wild	
Kommunikator*innen	
Hinter dem Mikrofon: Podcaster*innen im deutschsprachigen Raum	23
Vera Katzenberger, Jana Keil und Michael Wild	
Zwischen Ursprung und drohender Unsichtbarkeit: Eine Zustandsbeschreibung der deutschsprachigen Indiepodcastszen	51
Christiane Attig	
Divers/Hören: Wie divers sind die Hosts der deutschsprachigen reichweitenstärksten Podcasts im D-A-CH-Raum?	79
Sophia Reiterer	
Storytelling in Podcasts deutscher Medienhäuser: Echte Interaktion, geplante Spontanität	101
Rosanna Planer und Alexander Godulla	
Politische Kommunikation über Podcasts. Die Etablierung eines modernen Kommunikationskanals?	119
Lucas Seeber und Antonia RÜth	

V

Rahmenbedingungen

Vermessung der Podcastlandschaft. Eine explorative Analyse der Podcastangebote der Lokal- und Regionalzeitungen in Deutschland ...	153
Michael Wild und Tobias Wild	
Million Dollar Business? Die Monetarisierung von Podcasts	181
Kira Drössler	
Evolution trifft Innovation: Podcasts als Trendformat in Journalismus und Medien	223
Korbinian Klinghardt, Michael Graßl und Jonas Schützeneder	

Inhalte

Podcasts als Erzählmedium. Grundmuster des Erzählens und die Intermedialität von journalistischem Storytelling in Podcasts.	251
Hendrik Michael	
Medienqualität durch Medienkritik: Qualitätskriterien in und für Podcasts am Fallbeispiel des Übermedien-Podcasts <i>Holger ruft an</i>	277
Annika Geuß	
Hineinhören in die wunderbare Welt der Wissenschaft. Podcasts als Medium der Wissenschaftskommunikation	307
Beatrice Dernbach	
Kreativ, fordernd, vielfältig einsetzbar: Podcasts als Kompetenz-Training der Journalismusausbildung	333
Beatrice Dernbach, Jonas Schützeneder und Michael Graßl	
How to talk about Murder? Die Erzählstrategien der beliebtesten True Crime Podcasts im deutschsprachigen Raum.	357
Lena Baumann	

Rezipient*innen

Status Quo der Forschung zur Podcast-Nutzung in Deutschland	377
Magdalena Hoffmann	

Warum hören Menschen Podcasts? Forschungsstand und Forschungsperspektiven zu den Motiven der Podcast-Nutzung.	401
Christian Rudeloff, Janina M. Schaumann und Lotta Wiethe	
Nachhaltigkeit auf die Ohren?! Klima- und Umweltschutz-Podcasts und ihre Wirkung	417
Anja Kalch und Daniela Schlütz	
Perspektiven aus der Praxis	
Journalismus zum Bingen: Potenziale und Funktionen serieller Podcasts für das digitale Storytelling	445
Till Krause und Klaus Uhrig	
Quo Vadis Corporate-Podcasts? Warum sich Unternehmen und Marken ganzheitlich mit auditivem Content befassen müssen	461
Stephan Schreyer	
Podcasts im Kontext von Change Management.	477
Markus Kaiser	
Erratum zu: Medienqualität durch Medienkritik: Qualitätskriterien in und für Podcasts am Fallbeispiel des Übermedien-Podcasts <i>Holger ruft an</i>	E1
Annika Geuß	