

Rüdiger Mandry

Rundfunk im World Wide Web

Eine Bestandsaufnahme der Online-Angebote
öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1998 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832417000

Rüdiger Mandry

Rundfunk im World Wide Web

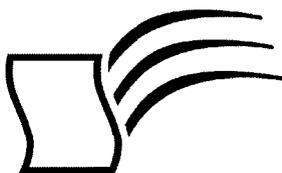
Eine Bestandsaufnahme der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter

Rüdiger Mandry

Rundfunk im World Wide Web

*Eine Bestandsaufnahme der Online-Angebote
öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter*

**Diplomarbeit
an der Universität Leipzig
6 Monate Bearbeitungsdauer
März 1998 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 1700

Mandry, Rüdiger: Rundfunk im World Wide Web: Eine Bestandsaufnahme der Online-Angebote öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunkveranstalter / Rüdiger Mandry - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Leipzig, Universität, Diplom, 1998

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

	Seite
GLOSSAR	i
1. EINLEITUNG	5
1.1 Problemstellung und Ziele	5
1.2 Untersuchungsdesign und Methoden	8
1.2.1 Vorgehensweise	8
1.2.2 Stichprobenbildung	9
1.2.3 Untersuchungsmethode	11
1.2.3.1 Die Inhaltsanalyse als Forschungsmethode	11
1.2.3.2 Typologie und Kategorienbildung	14
1.2.4 Das Kategoriensystem	16
2. GRUNDLAGEN: DIE TECHNISIERUNG VON KOMMUNIKATION UND MEDIEN	22
2.1 Die Technisierung der Medienkommunikation	22
2.1.1 Historie der Technisierung	22
2.1.2 Allgemeine Folgen der Technisierung	24
2.1.3 Folgen für die Präsentation von Medieninhalten	26
2.1.3.1 Zeitungsproduktion	26
2.1.3.2 Nachrichtenagenturen	27
2.1.3.3 Fernsehen und Hörfunk	28
2.2 Internet und World Wide Web	31
2.2.1 Das Internet	31
2.2.2 Das World Wide Web	34
2.3 Multimediale Kommunikation	38
2.3.1 Multimedia - eine Begriffsklärung	38
2.3.2 Konsequenzen der Anwendung I: Flexibilität und Individualisierung	41
2.3.3 Konsequenzen der Anwendung II: Isolierung und Datenmißbrauch	45
2.4 Zusammenfassung	49

	Seite
3. DEFINITIONSPROBLEME: TRADIERTER RUNDFUNKBEGRIFF UND ONLINE-MEDIEN	52
3.1 Internationale Regelungen	52
3.2 Der Rundfunkbegriff in Deutschland	53
3.2.1 Online-Medien: Rundfunk im engen Verständnis	55
3.2.2 Online-Medien: Kein Rundfunk im weiten Verständnis	58
3.3 Online-Rundfunk – mehr als eine neue Form der Übertragung?	59
3.4 Zusammenfassung und Hypothesenbildung	62
4. KOMPONENTEN DER ONLINE-ANGEBOTE	67
4.1 Angebotsstruktur	67
4.1.1 Seitenstruktur	67
4.1.2 Hypertextualität	70
4.1.3 Seitengestaltung	71
4.1.4 Elemente	73
4.1.4.1 statische Elemente	73
4.1.4.2 dynamische Elemente	75
4.1.5 Technischer Aufwand	78
4.2 Angebotsinhalt	79
4.2.1 Corporate Identity	79
4.2.2 Themen	83
4.2.3 Service	85
4.2.4 Datenressourcen	88
4.2.5 Aktualität/Aktualisierung	89
4.2.6 Interaktion	92
4.2.7 Ziele/Zielgruppen	96
4.2.8 Werbung	97
4.3 Angebotszugang	101

	Seite
5. FAZIT UND AUSBLICK	104
5.1 Die Gestaltung der Online-Auftritte	104
5.2 Inhalte und Werbung	108
5.3 Interaktion und Hypertext	112
5.4 Funktion und Nutzwert	116
5.5 Perspektiven	120
6. BIBLIOGRAPHIE	124
7. ANHANG	134
A.1 Verzeichnis der Rundfunkanstalten im World Wide Web	135
A.2 Reaktionen zum Veranstalterstatus befragter Rundfunkanstalten	144
A.3 Verzeichnis der analyserelevanten Rundfunkanstalten	156
Öffentlich-rechtliche Fernsehstationen	156
Pivat-kommerzielle Fernsehstationen	156
Öffentlich-rechtliche Radiostationen	157
Pivat-kommerzielle Radiostationen	158
A.4 Codebuch	160
A.5 Technische Angaben zum verwendeten Computertyp	184
A.6 Tabellenverzeichnis	185
A.7 Abbildungsverzeichnis	186
Danksagung	187
Erklärung	188

Glossar¹

AdClick

Zahl der Klicks auf ein werbetragendes Objekt (*Banner* oder *Button*)

Adresse (Internetadresse): siehe *URL*

AdView

Anzahl der Werbeanzeigen, die von den Nutzern im Netz während eines bestimmten Zeitraumes gesehen werden.

Archie

Internet-Dienst, mit dem die Verzeichnisse von öffentlichen *FTP*-Archiven durchsucht werden können. Es muß lediglich ein Suchbegriff vorgegeben werden, und als Antwort wird eine Liste all jener *FTP*-Server ausgegeben, die Dateien mit entsprechenden Dateinamen archiviert haben. Ist so die gewünschte Datei lokalisiert, kann diese mit Hilfe von *FTP* auf das lokale Computersystem übertragen werden.

ARPA-Net

Die Aufgabe von ARPA („Advanced Research Projects Agency“) war es, ein Kommunikationsnetz zu schaffen, das auch im Falle eines Atomkrieges in der Lage sein sollte, Daten zu übertragen. Das Problem wurde durch die Schaffung des ARPA-Nets, eines paketorientierten Computernetzwerkes gelöst. In diesem Netz wurden die einzelnen Informationen in kleine Datenpakete gepackt.

Bandbreite

Maximaler Durchsatz einer Verbindungsleitung (Angaben in bps - *Bit per Second*).

Banner

Werbeanzeigen im *World Wide Web*, in *HTML*-Dokumente eingebunden. Zumeist anklickbar, führen sie auf die *Homepage* des beworbenen Produkts oder des werbenden Unternehmens.

¹ zusammengestellt aus den Glossaren in: Bos, Wilfried; Tarnai, Christian (Hrsg.): Computerunterstützte Inhaltsanalyse in den Empirischen Sozialwissenschaften. Münster; New York: Waxmann Verlag GmbH, 1996.
 - Hoffmann, Hilmar (Hrsg.): Gestern begann die Zukunft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1994.
 - Jasper, Dirk: Online-Ratgeber: München; Wien: Carl Hanser Verlag, 1996.
 - FOCUS-NetGuide (1996 a): FOCUS-Online, Europe Online, TraXXX, UNI ONLINE. München, 1996.
 Media-Daten & Fakten 01/1996. Herausgegeben von Alfred Müller. Wiesbaden: Media-Daten Verlag GmbH, 1997.
 - Media-Daten & Fakten 02/1997. Herausgegeben von Alfred Müller. Wiesbaden: Media-Daten Verlag GmbH, 1997.
 - <http://www.online-cafe.de/service.html>.

Glossar

Baud

Die Übertragung einer bestimmten Signalmenge pro Zeiteinheit, angegeben mit Bit per Second (bps).

Bit

Kurzwort aus „binary digit“ (engl.): „Binärzahl“, „Dualziffer“. Maßeinheit für den Informationsgehalt und die Redundanz einer geschriebenen oder signalisierten Nachricht.

Breitbandnetz

Daten- oder Signalleitungen, deren übertragenes Frequenzspektrum groß genug ist, eine Vielzahl unterschiedlicher Informationen gleichzeitig zu übertragen, u.a. auch *interaktive* und *multimediale* Dienstleistungen wie *Video-on-Demand*.

Browser

Daten erstellendes bzw. Befehle weiterleitendes Programm. Im *World Wide Web* liefert der Browser („*Client-Software*“) die gewünschten Dokumente, stellt sie dar und verarbeitet die Befehle (das Aktions- und Reaktionsverhalten des Nutzers). Die gängigsten Browser sind: Netscape, Mosaic, Microsoft Internet-Explorer.

Button

Werbeanzeige im *World Wide Web*, in *HTML*-Dokumente eingebunden. Im Gegensatz zu *Banner* nicht anklickbar und auf die *Homepage* des Werbetreibenden führend.

Cache

Lokaler Speicherbereich, der zum temporären Speichern von Daten, in diesem Falle *Web-Seiten*, verwendet werden kann. Cache-Speicher beschleunigen die Abrufzeiten, weil die *Web-Seiten* aus dem Speicher geladen werden und die Daten nicht erneut über das Netz transportiert werden müssen.

CD-ROM

(„Compact Disk-Read Only Memory“) CD mit einer hohen Speicherkapazität von bis zu 650 Megabyte zum Abrufen von Daten.

Chat

Online-„Gespräche“, die über die Tastatur geführt werden.

Client

Programm oder Rechner, das bzw. der Anfragen an einen *Server* stellt und auf dessen *Internet-Ressourcen* zugreifen kann.

Cyberspace

Aus dem Roman „Newromancer“ des amerikanischen Schriftstellers William Gibson. Bezeichnet eine virtuelle Landschaft, die nur in den vernetzten Computern der Welt existiert. Heute als Synonym für das *Internet* verwendet.

Datenbank

In Datenbanken sind große Mengen an Information dauerhaft abgespeichert. Die Informationen sind nach Kategorien in den Datenbanken sortiert und erlauben eine gezielte Suche nach Schlagworten.

Diskussionsforum/-gruppe: siehe *Mailing-List*

Download

Übertragung von Dateien (Texte, Bilder etc.) von externen Computern über das Telefonnetz auf den eigenen Computer.

E-Mail

Wie der Name schon sagt, können damit Nachrichten in elektronischer Form verschickt werden. Neben Nachrichten kann via E-Mail auch der Versand von Bild-, Ton- oder Programmdateien erfolgen.

FAQ

„Frequently Asked Questions“ - bezeichnet eine Sammlung von häufig gestellten Fragen und Antworten. Die meisten *Newsgroups* und *Mailinglisten* haben eine FAQ-Sammlung mit dem Sinn, daß die Diskussionsforen nicht immer mit den gleichen Fragen überschwemmt werden.

FTP

FTP steht für „File Transfer Protocol“ und ist einer der ältesten aber immer noch sinnvollsten *Internet*-Dienste. Über FTP kann jede Datei von jedem Computer im Internet auf einen beliebigen anderen Computer im Internet übertragen werden.

Frame

Die aufgebaute Seite in mehrere fest definierte Bereiche aufteilendes Programmiererelement. Bestimmte Elemente der Seite bleiben auch dann sichtbar, wenn der Nutzer z. B. einem *Hyperlink* folgt.

Gif

(„Graphics Interchange Format“) Grafikformat im *World Wide Web*, was in einer bestimmten Form Animationen erlaubt.

Gopher

Gopher ist ein Informationssystem, das vor der Entwicklung des *WWW*, neben *WAIS*, die einzige Möglichkeit geboten hat, Informationen im *Internet* zu finden. Gopher ist durch Auswahlmenüs mit Menüpunkten und Untermenüs strukturiert und organisiert.

HFS

(„Highly Frequented Site“ - „Hochfrequentierte Präsenzen“) *WWW*-Angebote, die von vielen *Usern* aufgesucht werden und damit für *Bannerwerbung* besonders interessant sind.

Homebanking

Abwicklung der Bankgeschäfte über Computer, Netzanbieter und Datenleitung.

Homepage

Erster Einstiegspunkt einer *Site*, auf der sich der Anbieter vorstellt und welche den (Grob-) Inhalt der gesamten *Site* angibt.

Host

Unter Host versteht man einen Computer, der direkt mit dem *Internet* verbunden ist. Jeder Rechner im *Internet* erhält einen Host-Namen und eine *IP-Adresse*. Ganz allgemein bezeichnet ein Host einen Rechner, der seine Daten per Datenfernübertragung zur Verfügung stellen kann.

HTML

(„Hypertext Markup Language“) Sprache, in der man festlegen kann, wie eine *Web-Seite* aussehen soll. Mit HTML-Kommandos kann der Autor einer *Web-Seite* zum Beispiel angeben, wo Titel und Überschriften stehen sollen, wo die Bilder angeordnet werden.

HTTP

HTTP steht für „HyperText Transfer Protocol“ und bezeichnet die Sprache, die *Web-Client*-Programme benutzen, um mit *Web-Servern* zu kommunizieren, z. B. um bestimmte *Web-Seiten* anzufordern.

Hyperlink

Jede *Web-Seite* kann neben Text und Bildern *Links* zu anderen *Web-Dokumenten* enthalten. Durch die Aktivierung von Links (durch Anklicken) können zum Beispiel andere Texte gelesen, Dateien heruntergeladen, eine Grafik angezeigt, eine Sound-Datei angehört, eine Video-Datei abgespielt oder ein *Java*-Programm gestartet werden.

Hypermedia

Ausweitung des Hypertext-Konzepts, welches auch andere Medien mit *Links* versieht, wie Fotos, Töne, Filme.

Internet Protocol (IP)

Bestandteil des Protokolls TCP/IP. Dieses Protokoll definiert die Regeln, nach denen die unterschiedlichen Computer miteinander kommunizieren. Das IP wird benutzt, um den Weg festzulegen, den eine angeforderte Information durch das Netzwerk zurücklegen soll.

Internet Relay Chat

Ein System, das Benutzern erlaubt, sich in Echtzeit per Tastatur über das Netz zu unterhalten.

Interaktiv

Programme oder Angebote im *Internet*, die in der Lage sind, Feedback zu geben, d. h. zu antworten, zu reagieren.

Internet

Kooperativ betriebenes, weltweit verbreitetes und weitgehend unkontrolliertes Computernetz. Das größte nicht-kommerzielle Netz der Welt, ursprünglich für militärische Zwecke geschaffen, benutzen heute verschiedene Forschungseinrichtungen als weltweites Datennetz.

IP-Adresse

Numerische Adresse eines Rechners im *Internet*, mit der er weltweit eindeutig identifizierbar ist.

ISDN

(„Integrated Services Digital Network“) Digitale Verbindung als Ersatz für herkömmliche Telefonleitungen. Es erlaubt die gleichzeitige digitale Übertragung von Sprach-, Daten- und Videosignalen.

Java

Programmiersprache, in der Programme erstellt werden können, die auf einer *Web*-Seite ablaufen. Das Besondere an Java ist, daß diese Programme, genannt Applets, genauso Bestandteil der *Web*-Seite sind wie Bilder oder Texte.

Layout

Die Text und grafische Elemente umfassende Gestaltung einer Druckvorlage (auch Aufmachung, visuelle Konzeption).

Link: siehe *Hyperlink*

Mailing-List

(auch „Diskussionsliste“) Interessengemeinschaft, die über *E-Mail* miteinander verbunden ist und Informationen über Themen austauscht. In regelmäßigen Abständen erhält jeder Abonnent einer Liste Mails der (aktiven) Abonnenten. Eigene Meinungen und Informationen können so an die anderen Teilnehmer verschickt werden.

Media Object

Selbst kein *HTML*-Dokument, kann aber innerhalb solcher angezeigt oder ausgeführt werden (Bsp. *RealAudio*-Files, *QuickTime*).

Metaindex

Verzeichnis, das nach Schlagworten geordnet *Sites* und *Pages* im *World Wide Web* gruppiert. Im Gegensatz zu *Suchmaschinen* müssen hier die Angebote in der Regel selbst eingetragen werden (z. B. ‘DINO-Webkatalog’).

Moving Banner

(auch „Living Banner“) *Banner*, die Bewegtbilder enthalten.

MPEG

(„Moving Pictures Expert Group“) Weltweit einheitlicher Komprimierungsstandard für die Übertragung von Bewegtbildern, die Bestandteil einer *Site* sind.

Multimedia

Computergestützte Anwendungen, in die digitalisierte Bilder, Daten und Texte integriert werden. Es ermöglicht die Kombination von Text, Bild, Ton, Animation, Film und einen *interaktiven* Dialog zwischen Nutzern und Medien.

Near-Video-on-Demand

Zeitlich rasch wiederholte Abfolge der immer gleichartigen Programme mit individuellem Zugriff.

Netiquette

„Network + Etikette“ - Die ungeschriebenen Gesetze der *Online*-Kommunikation.

Netizen

Internet-Teilnehmer

Newsgroup

„Schwarzes Brett“ im *Internet*, an welches Beiträge zu einem bestimmten Thema per *E-Mail* geschickt wird und dort für bestimmte Zeit aushängt. Man unterscheidet moderierte und unmoderierte Gruppen.

Newsletter

(auch „Elektronische Journale“) Veröffentlichungen, die automatisch per *E-Mail* an alle Abonnenten verschickt werden. Journale enthalten längere Artikel, Newsletter kürzere Informationen. Abonnet wird man durch Absenden einer E-Mail an den Herausgeber.

Online

Ein Computer, der mit einem Netzwerk verbunden ist.

Online-Dienst

Datennetzwerke mit klar strukturierten, leicht auffindbaren Inhalten. Online-Dienste stellen nicht nur einen *Internet*zugang zur Verfügung, sondern bieten darüber hinaus ein zum Teil sehr umfangreiches Angebot an eigenen Informationen, *Datenbanken*, *Diskussionsforen* und vieles mehr an, welche allerdings kostenpflichtig sind.

Page

Einzelnes Dokument im *HTML*-Format, welches Text, Bilder, Grafiken etc. enthält.

Pay-per-Channel

Der Zuschauer mietet einen Kanal zur uneingeschränkten Nutzung gegen ein monatliches Entgelt („Abonnementfernsehen“).

Pay-per-View

Der Zuschauer zahlt nur für jene Sendungen, die aus dem Programmangebot eines Senders ausgewählt und tatsächlich gesehen werden; z. B. ein bestimmtes Fußballspiel oder eine Konzertübertragung.

Plug-In

Programm in Ergänzung zum *Browser*, das neue Dateiformate und *Multimedia*-Anwendungen verarbeiten kann, z. B. *RealAudio*. Multimedia-Inhalte werden genauso wie Texte oder Grafiken in Dateien abgespeichert.

Glossar

Pretest

Vortest, um das Kategoriensystem eines Forschers auf Durchführbarkeit, Relevanz und Vollständigkeit zu testen und um die Reliabilität und Validität von Untersuchungsergebnissen zu bestimmen.

Provider

Kommerzielle Firma, die Online-Zugänge verkauft und Zugang zum *Internet* freischaltet.

QuickTime

Kompressionsformat für bewegte Bilder. Im *World Wide Web* wird es dazu benutzt, Filmausschnitte einzubinden.

RealAudio

Verfahren, Programm und *Plug-In*, um Töne in Echtzeit über das *Internet* zu übertragen.

Robot

Programme, die bestimmte Aufgaben im *Internet* selbständig erledigen (z. B. neue Dokumente erfassen und in Themengebiete einordnen).

Rotating Banner

Verschiedene *Banner*, die nacheinander am selben Platz gezeigt werden.

Server

Rechner mit entsprechender Software in einem Netzwerk, der unterschiedliche Dienste für Benutzer bereitstellt. Z. B. befinden sich alle Dokumente des *WWW* auf Servern.

Site

Begriff für die Gesamtheit aller von einem *Server* verwalteten Dokumente (*Homepage* und alle darunterliegenden Seiten incl. Grafiken, Soundfiles etc.).

Suchmaschine

Programm, das das *WWW* ständig nach neuen Dokumenten durchstöbert (vs. *Metaindex*). Es bietet dem *User* die Möglichkeit, Suchbegriffe einzugeben und Datenbanken nach den gewünschten Informationen abfragen zu lassen. Nach erfolgreicher Suche listen Suchmaschinen (z.B. 'Yahoo!', 'Altavista', 'Hotbot') die gefundenen *HTML*-Dokumente auf.

Teleshopping

Anbieten von Waren über den Bildschirm und deren Bestellung per Telefon.

Thumbnail

Miniaturlgrafik auf einer WWW-Seite.

URL

(„Uniform Resource Locator“) Adressierungsverfahren im WWW, welches sämtliche *Internet*-Dienste integriert und jede Ressource eindeutig identifizierbar macht. URLs enthalten die vollständige Adresse eines Dokuments, einschließlich *Hostname*, Pfad und Dateiname.

User

Internet-Teilnehmer.

Video-on-Demand

Individuelle Order von Filmen, Nachrichten, Sport- oder Kultursendungen, die dem Zuschauer komprimiert gegen ein bestimmtes Entgelt zu einem von ihm gewünschten Zeitpunkt überspielt werden.

Visit

Zusammenhängender Nutzungsvorgang eines WWW-Angebotes, der den Werbeträgerkontakt definiert. Als „Nutzungsvorgang“ zählt ein technisch erfolgreicher Seitenzugriff eines *Banners* auf ein Werbeangebot, wenn er von außerhalb erfolgt.

WAIS

WAIS als ein Dienst des *Internet* ist dem Suchsystem *Gopher* ähnlich. Die Abkürzung steht für „Wide Area Information System“. Bei WAIS werden die Informationen in Datenbanken gespeichert, die dann ähnlich einer Bibliothek nach Stichworten durchsucht werden können.

W3, WWW, Web: siehe *World Wide Web*

World Wide Web

Eine Sammlung von Standards in der Seitenbeschreibungssprache *HTML*, die den Austausch und die Darstellung von Dokumenten in einem gemeinsamen Format beschreiben, das unabhängig von Hardware-Plattform und Betriebssystem ist. Das WWW hat dem *Internet* zu Beginn dieses Jahrzehnts zum Durchbruch verholfen.

1. Einleitung

1.1 Problemstellung und Ziele

Die Geschichte des Rundfunks reicht noch nicht einmal über ein Jahrhundert zurück und doch erfuhr er bereits bedeutende technologische Veränderungen, insbesondere im Hinblick auf Studioteknik und Verbreitungsmöglichkeiten.

Genau betrachtet beginnt die Entwicklung 1888, als Heinrich Hertz die von James Clerk Maxwell postulierten elektromagnetischen Schwingungen experimentell nachweist, die sich als Wellen im Raum und längs elektrischen Leitern ausbreiten. Popow erfindet sieben Jahre später die Antenne, erste drahtlose Signalübertragungen werden erprobt, der geschlossene Schwingungskreis zur Abstimmung eingeführt, 1899 die ersten Funkwellen über den Atlantik gesendet. 1906 überträgt Fessenden mit Hilfe des von Poulsen erfundenen Lichtbogensenders Sprache und Musik per Funk. Die Elektronenröhre entwickelt die Funktechnik ab 1911 durchgreifend weiter. So erfindet A. Meissner die unverzichtbare Baustufe aller Radiosender und -empfänger zur Schwingungserzeugung, den Rückkopplungszosillator. Während der Zeit des 1. Weltkrieges wird der Funk erstmals als Nachrichtenmittel für militärische und publizistische Zwecke eingesetzt. Nachdem 1918 Armstrong den ersten Überlagerungsempfänger gebaut hat, basteln ehemalige Militärfunker und Amateure ab 1918 an der Fortführung des Gedankens des Rundspruchs oder Rundfunks („A an alle“, „A an B“).

Der weltweit erste Rundfunksender, der regelmäßig im Mittelwellenbereich tätig ist, geht am 2. November 1920 in Pennsylvania (U.S.A.) auf Sendung. Der deutsche Rundfunk wird am 29. Oktober 1923 mit einem 250-Watt-Mittelwellensender durch die „Radio-Stunde A.G.“ offiziell eröffnet. Der erste Kurzwellen-Sender nimmt 1929 seinen Betrieb auf; der erste im UKW-Bereich 1935 mit einem Versuchsprogramm. Die Erfindung des Transistors revolutioniert 1954 den Bau von Radiogeräten, womit Empfänger im Taschen- und sogar im Streichholzschachtelformat herzustellen sind. Zu einem vorläufigen Ende der rasant ablaufenden Entwicklung rundfunktechnischer Übertragungsmöglichkeiten kommt es mit der ersten stereophon ausgestrahlten Sendung: 1961 in den USA bzw. 1963 in der BRD.

Breitbandige Vernetzungstechniken und Erfolge in der Datenkompression machen es seit diesem Jahrzehnt möglich, auch den Personalcomputer zum Rundfunkempfänger, zum

Empfänger von Hörfunkprogrammen und bewegten Bildern, werden zu lassen. Den Einbau einer Soundkarte vorausgesetzt, sind Musik-News aus Norwegen, Börsennachrichten aus Tokio oder Lokalnachrichten eines amerikanischen Provinzsenders in Echtzeit von dort positionierten Radio- und Fernsehstationen zu empfangen. Rundfunk über das WWW zu verbreiten, heißt, nicht mehr dem Mangel an Funkfrequenzen oder der unzureichenden Stärke der Sendeleistung erlegen zu sein.

Vor allem kleine Sender hat diese neue Technologie angezogen, ihr Nischenprogramm in alle Welt zu verbreiten, um ein größeres Publikum zu erreichen, womit sich wiederum die Attraktivität für Werbekunden erhöhen könnte. Sie sind nicht länger davon abhängig, ihre Reichweiten wegen kostenintensiver Kurzwellenantennen oder Satellitenfrequenzen nicht ausdehnen zu können - und verschaffen sich so weltweit Gehör und Hörerreaktionen über E-Mail. Amerikanische wie asiatische Sender koppelten recht schnell ihr terrestrisch verbreitetes Programm mit dem WWW. Europäische Stationen warteten zunächst ab. Mittlerweile bieten zum Beispiel „Virgin Radio“ aus Großbritannien oder „Radio X“ aus Italien ansprechende Services an; das eine mit jugendgemäßer Chart-Music, das andere mit Soul, Funk, Jazz und Hip-Hop 24 Stunden täglich über das World Wide Web.

Wie sieht die Situation in Deutschland aus? Wie viele Stationen nutzen die Chance der weltweiten Präsenz? In welchem Maße? Beschränkt sie sich auf die Vermittlung allgemeiner Informationen über Sender, Senderstruktur und Programm? Welche Elemente struktureller und inhaltlicher Art sind kennzeichnend für deutsche Rundfunksender im Online-Bereich? Wie sieht das in der Aufspaltung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Veranstaltern aus? Wie weit reicht das Angebot beider über programmbezogene Information hinaus und ergibt einen wirklichen „Mehrwert“ des neuen Mediums? Welche Bedeutung läßt sich daraus insgesamt ableiten, die sie der neuen Technologie entgegenbringen? Was soll weibliche und männliche Nutzer nach dem ersten Besuch wieder dorthin zurückführen?

Diese Fragen bilden den Hintergrund der Analyse, die im Rahmen einer Diplomarbeit entstand. Anschließendes Kapitel behandelt zunächst das ihm zugrundeliegende Untersuchungsdesign inklusive der Methodenprobleme, die aus den Vorüberlegungen erwachsen.