

Universität Hildesheim

Fachbereich III – Informations- und Kommunikationswissenschaften

Institut für Angewandte Informationswissenschaft

Der Hörfunk im virtuellen Raum.

Zur kritischen Analyse der Mediensynthese am Beispiel des Internet-Radios.

Magisterarbeit

Zur Erlangung des akademischen Grades

Magister Artium Internationales Informations-Management

Vorgelegt von

Christoph Münch (Matrikelnummer 186367)

Im Oktober 2005

Erster Gutachter: Dr. Folker Caroli

Zweiter Gutachter: Dr. Volker Wortmann

Abstract

This M.A. thesis deals with the convergence of different types of media. Especially today in our digital age, there is a certain possibility to bring all kinds of media to a unifying base in order to create interconnected media. This process will here be called mediasynthesis. Starting from the human being, the combination of media will be presented in an elaborate way and will be related to positions of current science. Subsequently, the synthesis of media will be presented practically with the example of the Internet radio. To this presentation belongs a survey which has been conducted within the bounds of this thesis. The results of the survey will be analysed and explained in the context of the combination of media.

Keywords

Multimedia, mediasynthesis, Internet radio

Zusammenfassung

Die vorliegende Magisterarbeit beschäftigt sich mit der Kombination unterschiedlicher Medien miteinander. Besonders im heutigen, digitalen Zeitalter besteht die Möglichkeit, verschiedene Medien auf eine gemeinsame Basis zu bringen und so einen multimedialen Verbund zu erzeugen. Dieser Vorgang wird hier Mediensynthese genannt. Ausgehend vom Menschen wird die Verbindung mit verschiedenen Medien ausführlich theoretisch erläutert und in Bezug zu aktuellen Positionen der Wissenschaft gebracht. Anschließend wird die mediale Synthese am Beispiel des Internet-Radios praktisch dargestellt. Zu dieser Darstellung gehört eine Umfrage, die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt wurde. Deren Ergebnisse werden ausgewertet und abschließend im Kontext des Medienverbunds präsentiert.

Schlüsselwörter

Multimedia, Mediensynthese, Internet-Radio

“TV is great,
because when you close your eyes,
it sounds like radio.”

-Douglas Matthew Davis

“Video killed the radio star”

-The Buggles

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	S. 7
Tabellenverzeichnis	S. 8
0. Einleitung	S. 9
0.1 Motivation und Themenstellung	S. 9
0.2 Vorgehensweise	S. 10
1. Eine kurze Historie: vom Ursprung der auditiven Medien zum Internet-Radio	S. 11
1.1 Die technische Expansion menschlicher Fähigkeiten	S. 11
1.2 Telefon und Funk: Die elektrisch-analoge Trennung von Bild und Ton	S. 14
1.3 Der virtuelle Raum	S. 19
1.4 Digital: Das Netz und das Radio fusionieren und revidieren die akustisch-optische Trennung	S. 20
2. Theorie	S. 22
2.1 Zur Synthese	S. 22
2.2 Der Mensch und die Synthese	S. 25
2.3 Exkurs: Wahrnehmung	S. 30
2.4 Positionen zur multimedialen Verbindung	S. 33
3. Praxis	S. 42
3.1 Der Mensch und das Radio – die Synthese ersten Grades	S. 42
3.2 Das Radio und das Internet – eine Mediensynthese zweiter Ordnung	S. 49
3.2.1 Die Optik	S. 51
3.2.2 Die Globalität	S. 53
3.2.3 Die Interaktion	S. 55
3.2.4 Nachteile des Internet-Radios	S. 58
3.3 Beispiele aus der aktuellen Realität des Internet-Radios	S. 59
4. Die Umfrage	S. 66
4.1 Grundlegendes	S. 66
4.2 Die Darstellung der Ergebnisse	S. 69
4.2.1 Fragen zum Vergleich zwischen Webradio und normalem Hörfunk	S. 69

4.2.2 Fragen zum Internet-Radio	S. 74
4.3 Die Deutung der Ergebnisse	S. 78
5. Zusammenfassung und Ausblick	S. 83
5.1 Fazit	S. 83
5.2 Ausblick	S. 84
6. Literaturverzeichnis	S. 85
Anhang A: Screenshots der Umfrage	S. 91
Anhang B: Ergebnisse der Umfrage	S.103
Anhang C: Die Ergebnisse des offenen Eingabefelds	S.122
Eigenständigkeitserklärung	S.132

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Analoge Mediensynthese, Quelle: [Titanic 2005]	S. 18
Abbildung 2: Podcasting, Quelle [Sauer 2005]	S. 21
Abbildung 3: Die Erfassung von Internet-Radio-Sendern auf < http://www.brsmedia.fm >, Quelle [BRS Media 2005]	S. 21
Abbildung 4: Die <i>Mediamatik</i> nach Latzer, Quelle [Latzer 1999]	S. 35
Abbildung 5: Der Baukasten der Mediamatik nach Michael Latzer, Quelle: [Latzer 1997]	S. 40
Abbildung 6: Das Bühlersche Organon-Modell, Quelle: [Bühler 1982]	S. 44
Abbildung 7: Die Startseite von < http://www.ffn.de >	S. 60
Abbildung 8: Die Startseite von < http://www.swr3.de >	S. 61

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Hören Sie Radio?	S. 67
Tabelle 2: Beeinflusst das Internet-Radio Ihre Nutzung des normalen Radios?	S. 69
Tabelle 3: Welche Radioart nutzen Sie mehr?	S. 70
Tabelle 4: Empfinden Sie die Nutzung des Internet-Radios als anders?	S. 70
Tabelle 5: Hat das Radio im Internet mehr Möglichkeiten und Angebote?	S. 71
Tabelle 6: Nutzen Sie die Mehrangebote des Internet-Radios?	S. 72
Tabelle 7: Nutzen Sie das normale Radio gezielt oder willkürlich?	S. 73
Tabelle 8: Nutzen Sie das Internet-Radio gezielt oder willkürlich?	S. 74
Tabelle 9: Welche Art von Internet-Radio nutzen Sie?	S. 75
Tabelle 10: Haben Sie Einfluss auf das Programm des Internet-Radios?	S. 75
Tabelle 11: Wie personalisieren Sie, wenn überhaupt, das Internet-Radio?	S. 76
Tabelle 12: Kann der Hörfunk durch die Verbindung mit dem Internet profitieren?	S. 77

0. Einleitung

0.1 Motivation und Themenstellung

Unser Blick auf die Welt wird heute größtenteils durch die Medien geprägt. Dementsprechend stark sind die Auswirkungen der medialen Umgebung auf unsere Wahrnehmung. Wir konsumieren tagtäglich kontinuierlich Unterhaltung und Informationen durch Printmedien wie Bücher und Zeitungen, durch den Rundfunk, also das Fernsehen und das Radio und natürlich das Internet. Jedoch wird es heutzutage immer schwieriger, zwischen Medien in ihrer Reinform und einer Mischform zu differenzieren, da der Trend zunehmend in die Richtung der Verknüpfung verschiedenster Medienarten miteinander geht. Es gibt das Buch, das Radio, aber auch den Hypertext und das Internet-Radio. Besonders die durch die Computer ermöglichte Digitalisierung schuf eine Basis für eine groß angelegte multimediale Verbindung. In den heutigen Zeiten des Internets existiert nun auch eine weltweite Infrastruktur, welche die verbundenen Medien fast überall verfügbar machen kann.

So stellte sich mir die Frage, ob durch die Kombination verschiedener Medien ein Mehrwert für den Nutzer entstehen kann, unterscheiden sich also die Medienverknüpfungen von den zugrundeliegenden Medienformen? Jedes Medium bringt in die Verbindung verschiedene Eigenschaften mit, die insbesondere durch die Digitalisierung miteinander verschmelzen. Auf diese Weise können völlig neue Arten der Gestaltung, Verbreitung und Nutzung von Inhalten entstehen, die weit über ihre ursprünglichen Funktionen hinausgehen. Wie verändern sich ergo Medien in einer Verbindung untereinander?

Theoretisch eröffnen sich völlig neue und ungeahnte Potenziale, die möglicherweise sogar neue Medien zu schaffen im Stande sind. Ob dies allerdings in der Praxis auch der Fall ist, wird diese Arbeit versuchen aufzuzeigen.

Als Untersuchungsgegenstand wählte ich mir das Internet-Radio aus, also die Produktion und Distribution von Inhalten des Hörfunks im globalen Netzwerk. Die Verbindung des klassischen Massenmedium Radio mit dem Internet ist nun schon seit einigen Jahren weit verbreitet, und erfährt eine ansteigende Nutzung. Dementsprechend ist es möglich, den Medienverbund zwischen Hörfunk und Internet in der Praxis zu untersuchen. Ist das Internet-Radio also ein neues Medium, mit veränderten und neuen Eigenschaften, die es zuvor noch nicht gab? Wie so oft entscheiden die Nutzer über die Zukunft von Medien, und folglich gilt es auch zu be-

obachten, ob sich der Einsatz und die Verwendung des Internet-Radios von vorherigen Formen, insbesondere von der terrestrischen Empfangsart über eine Antenne, unterscheidet.

0.2 Vorgehensweise

Im Rahmen dieser Arbeit werden im Folgenden theoretische Grundlagen über den Hörfunk und die Kombination von Medien untereinander erarbeitet. Diese werde ich im Anschluss auf ihre praktischen Anwendungen hin untersuchen, bezüglich ihrer tatsächlichen Repräsentation im Internet und des Umgangs der Nutzer mit ihnen. Zu diesem Zweck erstellte ich eine Umfrage, in der ich die Konsumenten des Internet-Radios direkt zu ihren persönlichen Erfahrungen im Umgang mit dem vermeintlich neuen Medium befragte. Hierbei betrachte ich das Radio als eine Einheit von Übertragungsart und Inhalt, und möchte weitestgehend von zu detaillierten technischen Schilderungen absehen.

Kapitel 1 gibt einen kurzen Überblick über die Geschichte akustischer Medien, mit Schwerpunktsetzung auf dem Radio.

In Kapitel 2 werden Grundlagen der Verbindung von Medien miteinander dargestellt. Es wird der Begriff der Mediensynthese dargestellt sowie erklärt, und mit Beispielen aus der aktuellen Forschung abgeglichen.

Kapitel 3 beschäftigt sich mit der praktischen Realisation der Massenmediums Hörfunk. Es werden spezifische Eigenschaften des Radios herausgearbeitet und mit existenten Erwartungen an das Medium verknüpft. Zudem werden theoretische Möglichkeiten des Medienverbunds Radio und Internet dargestellt und mit und ausgewählten, existenten Beispielen aus dem Internet verglichen.

In Kapitel 4 wird die durchgeführte Umfrage dargestellt und ausgewertet, und in Bezug auf die vorherigen Ergebnisse dieser Arbeit gedeutet.

Kapitel 5 gibt einen kurzen Überblick über die erarbeiteten Aspekte und bewertet die Mediensynthese zwischen Radio und Internet, zum Abschluss wird noch eine Einschätzung für die Zukunft abgegeben.

1. Eine kurze Historie: vom Ursprung der auditiven Medien zum Internet-Radio

1.1 Die technische Expansion menschlicher Fähigkeiten

Der Traum von der Übertragung und Speicherung akustischer Botschaften reicht bis tief in die Frühzeit der Menschheitsgeschichte zurück. Schon die vermutlich zu kultischen und religiösen Zwecken (vgl. Hiebler 1999: 543) eingesetzten, ersten Musikinstrumente wurden wohl dementsprechend verwendet. Instrumente stellten nämlich eine einfache Art der Übermittlung akustischer Informationen, zum Beispiel von Warnsignalen, dar. Auch wurde eine Konservierung der auditiven Botschaften durch die Reproduzierbarkeit bestimmter Töne und Tonfolgen bei Instrumenten gleicher Stimmung wegen des Vorhandenseins eines spezifischen Tonspektrums ermöglicht. Folglich repräsentieren sie eine frühe Erweiterung des existenten, organischen Tonspektrums durch eine neue Technologie. Ein Beispiel ist die teilweise noch heute eingesetzte Trommeltelegraphie in Urwaldregionen (vgl. Bruns 1907).

In der heutigen Wissenschaft wird ein Medium häufig als ein Träger und Übermittler von Informationen definiert:

„Einmal heißt Medium „Zeichenvorrat“ (Informationstheorie und Kybernetik), dann „technischer Kanal“ (Kommunikationssoziologie und Massenkommunikationsforschung/Publizistik), dann wiederum „ästhetisches Kommunikationsmittel“ (Einzelmedientheorie und Medienwissenschaft) oder schließlich „gesellschaftliche Interaktion“ (Soziologie, speziell die Systemtheorie).“ (Faulstich 1995: 19)

Anhand dieser einfachen, interdisziplinären Definition können die zu Beginn beschriebenen Instrumente eindeutig als Medien eingestuft werden, da sie - wie zuvor geschildert - in viele der obigen Kategorien passen.

Grundsätzlich teile ich die Ansicht, die Menschen selber als die allerersten Medien anzusehen, die so genannten „Mensch-Medien“ (vgl. Faulstich 1995: 29ff.). Denn durch körperlichen Einsatz wurden schon weit vor der Entwicklung der Schriftlichkeit Informationen übermittelt und verbreitet, zum Beispiel durch verbale Fähigkeiten, wie das Halten von Reden, das Vortragen von Liedern, oder durch nonverbale Kommunikation wie Tanz oder Pantomime. Als Unterstützung für diesen körperlichen Einsatz erschuf sich der Mensch Werkzeuge, wie zum Beispiel die oben genannten Instrumente.

Somit präsentieren diese bereits einen grundlegenden Charakter aller Medien, nämlich die Erweiterung der menschlichen Fähigkeiten. Es erwies sich schon früh als notwendig, eine die menschlichen Fähigkeiten und Kapazitäten überschreitende Kommunikationsform zu schaffen. Die biologischen Gegebenheiten des Menschen machten es ihm nahezu unmöglich, ohne Hilfsmittel Informationen über längere Distanzen und über den direkten interpersonellen Austausch zu übermitteln.

Demzufolge war es erforderlich, die „Mensch-Medien“ (vgl. Faulstich 1995: 29ff.) mit Hilfsmitteln entsprechend zu verbessern und zu erweitern, ganz im Sinne von Marshall McLuhans bekanntem Theorem:

„Alle Medien sind Erweiterungen bestimmter menschlicher Anlagen – seien sie psychisch oder physisch. Das Rad ...ist eine Erweiterung des Fußes das Buch ist eine Erweiterung des Auges... die Kleidung, eine Erweiterung der Haut... die elektrische Schaltungstechnik, eine Erweiterung des Zentralnervensystems“ (McLuhan, M./Fiore 1984: 31ff.).

Das Medium „bewahrt und vermittelt, d.h. speichert (!) und überträgt (!), Informationen über räumliche und zeitliche Distanzen hinweg und wird damit zu einem [...] Erweiterungsmittel für die menschliche Auffassungs-, Gedächtnis- und Kommunikationskompetenz. Indem es erlaubt, Informationen zu verarbeiten, ja zu erzeugen, erweitert es auch die gestalterischen und kreativen Kompetenzen des Menschen.“ (Hiebel 1999: 11)

Grundsätzlich werden Medien heute oft anhand ihrer technologischen Ausrichtung in mehrere unterschiedliche Kategorien eingeteilt. Man spricht von Primärmedien, wenn sie „ohne notwendigen Einsatz von Technik“ (Faulstich 1995: 19) funktionieren (wie die verbale und non-verbale Kommunikation im direkten zwischenmenschlichen Kontakt), von Sekundärmedien „(mit Technikeinsatz auf der Produktionsseite wie z. B. die Zeitung)“ (a.a.O.: 19f.), und von Tertiärmedien „(mit Technikeinsatz auf Produktions- und Rezeptionsseite wie z. B. die Schallplatte).“ (a.a.O.: 20)

Manfred Faßler erweitert diese Einteilung noch um den Faktor der Quartärmedien. Er nennt dies „die computerbasierten und –verstärkten Medienbereiche netztechnischer und elektronisch-räumlicher Konsumtion, Information und Kommunikation.“ (Faßler 1997: 117) Hier spielt also auch bei der Distribution des Mediums die digitale Technologie eine entscheidende

Rolle, und vermag so, wie im Fall des Internets, die althergebrachten Sender-Empfänger-Beziehungen zu unterlaufen. Denn das Internet verändert diese Beziehungen, indem es die Sender zeitgleich zu Empfängern macht, und den Empfängern parallel auch die Rolle der Sender zuweist. So entsteht ein gegenseitiger Austausch von Daten und Informationen, eine Interaktion, die sich durch den nonlinearen Aufbau des Internets zudem nicht auf zwei Teilnehmer beschränken muss. Der Nutzer im Internet kann Daten und Informationen von mehreren Sendern gleichzeitig beziehen, während er parallel selber wiederum möglicherweise an mehrere Empfänger Daten abgibt¹. Jeder Mausklick im Internet sendet Informationen (*Upload*) und löst zeitgleich den Empfang derselben (*Download*) aus, auch wenn das den Menschen vor den Bildschirmen nicht zwingend bewusst sein muss. Somit wird der Nutzer auch zugleich ein Bereitsteller von Daten, ganz anders wie in anderen Massenmedien wie zum Beispiel der Zeitung oder dem Fernsehen, bei denen er ausschließlich Konsument sein kann.

Eines der wichtigsten Medien zur Übertragung akustischer Informationen war bisher der Hörfunk, also das Radio. Dieses befand sich ursprünglich in der Kategorie der oben beschriebenen Tertiärmedien, bewegt sich allerdings zunehmend in den Bereich der Quartärmedien hinüber. Denn wie so viele andere Medien auch, befindet sich der Rundfunk in einem Vorgang der ansteigenden Digitalisierung seiner übertragenen Informationen. (Vgl. BMWA) Und wie ebenfalls so viele andere Medien, geht auch der Hörfunk ein stetig enger werdendes Bündnis mit dem Internet ein, welches sich theoretisch wiederum durch die Synergie-Effekte mit anderen Medien immer mehr dem Traum des universellen Kommunikationsmediums (vgl. Haeckel/Schneider 1999: 9f.) annähert. Dies bedeutet natürlich auch, dass der Hörfunk seine klassischen Distributionsarten durch die Verbindung mit dem Internet verändern und anpassen muss.

¹ Auf diese Weise funktionieren natürlich insbesondere die Tauschbörsen für Software im Internet, zum Beispiel über so genannte *Peer-to-Peer* (P2P) Netzwerke, in dem die Clients gleichberechtigt und ohne Server direkt über das Internet untereinander verbunden werden, und so unter anderem eben das direkte *File-Sharing*, also das Austauschen von Dateien ohne Zwischenspeicherung auf einem Server, ermöglichen. Für weitere Informationen siehe auch (Softonic)

1.2 Telefon und Funk: Die elektrisch-analoge Trennung von Bild und Ton

Die Wurzeln des Radios sind, historisch gesehen, fest mit denen des Telefons verknüpft. Als „das erste elektrifizierte analoge akustische Medium“ (Hiebler 1998: 135) gilt ein von dem deutschen Lehrer Philipp Reis in den sechziger Jahren des 19. Jahrhunderts entwickeltes Gerät. Es stellt „die erste praktische Lösung für die Umwandlung von Sprachschwingungen in elektrische Signale und umgekehrt (elektrisches Telephon)“ (Hiebler 1999: 575) dar. Am 14. Februar 1876 lässt der Amerikaner Alexander Graham Bell das Patent für sein elektrisches Telefon einreichen. Mit diesem Apparat konnten am 10. März desselben Jahres die ersten klar verständlichen Wörter übertragen werden: „Mr. Watson, come here, I want you.“ (Vgl. Oberweis 1997)

Die enge Verbindung des Radios mit dem Telefon lässt sich meines Ermessens nach sehr gut daran erkennen, dass mit letzterem bereits 1879 in den USA Predigten öffentlich übertragen werden konnten, und in Europa wurde 1880 auf die gleiche Weise ein in Zürich stattfindendes Konzert bis nach Basel gesendet (vgl. Winter/Eckert 1990: 55f.). Ein noch früherer Vertreter des Hörfunks per Telefon ist das *Telefon hirmondo*, eine Art tönende Zeitung, die seit 1893 in Budapest nutzbar war (vgl. The Electrical Engineer 1895: 257). So ist also festzustellen, dass die frühen Vorläufer der heutigen Radiosendungen über das Telefon übertragen wurden.

Sowohl das Telefon als auch das Radio trennen den Ton vom Bild des Sprechers und produzieren so eine körperlose Stimme. Deshalb erfordern beide Geräte von ihren Nutzern auch eine erhöhte Abstraktionsleistung, da sämtliche visuellen Kanäle der Kommunikation wie Mimik und Gestik wegfallen. Auf der anderen Seite bieten das Telefon und das Radio gegenüber ausschließlich optischen Medien den Vorteil einer ausgeprägteren Direktheit, denn sie wirken „persönlicher‘ und ‚intimer‘ als Druckmedien“ (Winter/Eckert 1990: 61), da durch die Übertragung menschlicher Stimmen „unverwechselbare individuelle Eigenschaften ‚transportiert‘“ (ebd.) werden können. Zu Beginn seiner Entwicklung wurde jedoch vor allem der Fernsprecher als ein starker Eingriff in die Privatsphäre wahrgenommen. Auch Walter Benjamin empfand um 1900 ähnlich:

„Nicht viele, die heute ihn benutzen, wissen noch, welche Verheerungen einst sein Erscheinen im Schoße der Familien verursacht hat. Der Laut, mit dem er zwischen zwei und vier, wenn wieder ein Schulfreund mich zu sprechen wünschte, anschluss, war ein Alarmsignal, das nicht

allein die Mittagsruhe meiner Eltern sondern die weltgeschichtliche Epoche störte, in deren Mitte sie sich ihr ergaben.“ (Benjamin 2000: 24)

Denn wie man dem obigen Zitat entnehmen kann, gehört es zu den Eigenschaften eines Anrufes, dass allein der Anrufer dessen Zeitpunkt bestimmen kann, während der Angerufene dem recht unvorbereitet gegenübersteht, und oft auch nicht weiß, wer ihn kontaktieren möchte (es sei denn, er hat eine Rufnummernanzeige, die so genannte *Calling Line Identification Presentation*, kurz: *CLIP* aktiviert, die es allerdings zur Kindheit Walter Benjamins noch nicht gab). Dies ist beim Radio keineswegs der Fall, denn im Gegensatz zum interpersonellen und individuell ausgerichteten Medium des Telefons ist der Hörfunk als ein Massenmedium anzusehen. Ein Telefongespräch richtet sich zumeist an eine Person (von Konferenzschaltungen abgesehen), während der Hörfunk von vielen Menschen gleichzeitig vernommen werden kann, und diese sich auch den Zeitpunkt des Radiokonsums durch gezieltes Einschalten der Empfangsgeräte aussuchen können.

Der technische Fortschritt hatte es inzwischen ermöglicht, in ansprechender Qualität „auditive Sinnesdaten aufzuzeichnen und wiederzugeben (Phonograph 1877, Grammophon 1887)“ (Schäffner 1995: 237f.), also Töne zu speichern, zu konservieren und zu reproduzieren.

Parallel dazu wurde auch die Entwicklung der drahtlosen Übertragung elektrischer Wellen kontinuierlich fortgesetzt. Im Jahre 1896 gelang die Übermittlung des ersten Funktelegramms der Geschichte, durchgeführt von dem Russen Alexander Popow. Zehn Jahre später, im Dezember 1906, wurde die Entwicklungsstufe von der mittels Morsecode praktizierten Funktelegraphie hin zur Funktelephonie, also der drahtlosen Übertragung gesprochener Sprache, erreicht. Der Kanadier Reginald Aubrey Fessenden sendete nämlich im Dezember des genannten Jahres die erste drahtlos übertragene, gesprochene Tonsendung, welche weithin als die erste Rundfunksendung der Geschichte angesehen wird. (Vgl. ebd.)

Schon im selben Jahr fand in Berlin die allererste Welt-Funkkonferenz statt, in deren Verlauf „27 Nationen ein Abkommen über die Nutzung des Äthers schlossen.“ (Ebd.) In der Folgezeit wurde die neue, aufstrebende Technologie in ihrer Reichweite und Qualität stark verbessert. Daher begann in vielen Ländern schon bald ein regelmäßiges Radioprogramm, zum Beispiel nahm in den Vereinigten Staaten von Amerika am 2. November 1920 „der erste kommerzielle Rundfunksender unter der Bezeichnung *KDKA* seinen Betrieb auf.“ (Hiebler 1998: 146) In

Deutschland wurde das Radio spätestens durch den so genannten *Volksempfänger* ein fester Teil der Alltagskultur. Der Volksempfänger war ein vom nationalsozialistischen Regime in Deutschland zu propagandistischen Zwecken besonders preiswert abgegebenes Radiogerät mit der Typenbezeichnung *VE301*. Der Propagandaminister Joseph Goebbels erkannte schon früh die breite Massenwirkung des noch jungen Mediums, und nutzte sie für die Ziele der *NSDAP*. Aus diesem Grunde „erhöhte sich die Ausstattung der deutschen Haushalte mit Radiogeräten zwischen 1933 und 1941 von 25 auf 65 Prozent.“ (Scriba)

Auch hatte das Radio bereits 1932 seine stationäre Gebundenheit auflösen können, da der mobile Radioempfang ermöglicht worden war. Die *Ideal Werke* (heute die *Blaupunkt GmbH*) hatten das erste Autoradio Europas zur Serienreife gebracht (vgl. Blaupunkt) und ermöglichten so einen standortunabhängigen Hörfunkkonsum.

Nach dem zweiten Weltkrieg wurde der Hörfunk per *Ultrakurzwelle* zum Standard in Deutschland. Diese als *UKW* abgekürzte Übertragungsart garantierte eine hohe Tonqualität durch Stereophonie, hatte aber gegenüber andern Übertragungsformen, wie der *Langwelle* (*LW*), *Mittelwelle* (*MW*) und *Kurzwelle* (*KW*), eine geringere Reichweite. Aus diesem Grund wird *UKW* auch heute noch hauptsächlich für den Inlandshörfunk genutzt, während *LW*, *MW* und *KW* für den grenzüberschreitenden Rundfunk verwendet werden. So kann zum Beispiel der Sender *Deutsche Welle* (vgl. Deutsche Welle) weltweit über *KW* empfangen werden. Der offizielle Nachfolger des *UKW*-Radios ist das *Digital Audio Broadcasting*, kurz *DAB*. Wie der Name schon andeutet, soll nun der bisherige analoge Empfang von einem digitalen abgelöst werden. Die Digitalisierung des Rundfunks, also die Umwandlung des Tonsignals von der analogen, stufenlosen Form in eine digitale, schrittweise zerlegte Form, arbeitet, wie die meisten digitalen Systeme, mit zweiwertigen Schemata wie zum Beispiel Ein und Aus, Ja und Nein oder auch Null und Eins. Die elektronischen Signale werden in binären Zeichen verschlüsselt und nicht mehr anhand der Schwingungsbreite von Licht- und Schallwellen.

Auch Computer arbeiten mittels solcher binärer Zahlenreihen, und somit ist hier die Voraussetzung für die Verschmelzung verschiedener Medienarten, in diesem Falle die des Hörfunks mit dem Internet, geschaffen. Momentan wird diskutiert, ob der analoge Rundfunk zugunsten des digitalen bis zum Jahr 2012 vollständig abgeschaltet werden soll. (Vgl. Gründel 2005) Somit müsste jeder, der dann weiterhin Radio hören möchte, aufgrund der digitalen Technologie ein neues Empfangsgerät erstehen. Dafür können diese Geräte dann auch weitaus mehr

empfangen als nur den Hörfunk. Bisher wurden neben dem analogen Tonsignal bereits weitere Informationen mit übertragen, zum Beispiel seit 1974 das „analoge Autofahrer-Rundfunk-Informationen-Verkehrsfunksystem (ARI) [...], das drei Kennsignale (Verkehrsfunk-, Bereichs- und Durchsagekennung) enthält und für einen idealen Radioempfang im Auto sorgen soll.“ (Hiebler 1998: 175) *ARI* wurde im März 2005 abgeschaltet, um dem seit 1988 parallel laufenden Nachfolger Platz zu machen. Dieser ist das *Radio-Daten-System (RDS)*, welches im Vergleich zum *ARI* noch mehr Informationen anbieten kann, wie zum Beispiel auch kurze Texte über das aktuell gehörte Programm auf dem Display des Radios (vgl. Schlomski).

Der digitale Hörfunk kann dies jedoch bei Weitem übertreffen. Neben dem Empfang des Tonsignals in CD-Qualität werden auch hier viele zusätzliche Daten mitübertragen. Man unterscheidet zwischen *Programme Associated Data (PAD)* und *Non Programme Associated Data (N-PAD)*. *PAD* bietet Zusatzinformationen zum aktuellen Radioprogramm, zum Beispiel Bilder zu Nachrichtenbeiträgen, der Wetterkarte oder auch zu Verkehrsinformationen, die auf dem Bildschirm des jeweiligen Empfangsgerätes betrachtet werden können. *N-PAD* steht im Gegensatz dazu nicht in direkter Verbindung zum Hörfunkprogramm, sondern vermag es, davon unabhängige Informationen zu liefern, die spezifisch vom Nutzer angefordert werden können. Dies sind unter anderem bewegte Bilder, vor allem aber auch *HTML*-Dateien aus dem Internet. (Vgl. Rockland 2005) Damit geht das Radio eine Verbindung mit anderen Medien ein, die es ihm ermöglichen, weit über seine ursprüngliche Form hinaus auch durch visuelle Kanäle zu informieren.

Schon mit dem *RDS* wurde dem Hörfunk ein (wenn auch geringer) textueller Faktor hinzugefügt und so die strikte akustische Beschränkung des Mediums ansatzweise aufgehoben. Doch nun, mit dem *DAB*, ist die ursprüngliche Trennung zwischen den optischen Medien und dem auditiven Radio endgültig aufgehoben. Allerdings steckt die multimediale Technik der *DAB*-Empfänger, sei es für den Hausgebrauch oder für das Auto, noch in der Entwicklungsphase. In einem anderen Massenmedium, dem Internet, ist diese Synthese zwischen dem Radio und optischen Elementen allerdings schon länger zu beobachten und sogar noch um einen wichtigen Faktor zu erweitern, nämlich die Interaktivität.



Abbildung 1: Analoge Mediensynthese

1.3 Der virtuelle Raum

Der Begriff der ‚Virtualität‘ beschreibt einen Gegenstand, der physisch nicht greifbar ist, aber dennoch als eine Art gedachtes Objekt existiert. Dabei trägt das virtuelle Objekt Eigenschaften und Funktionen eines realen Pendant, und kann über diese beschrieben werden. Ein virtueller Raum ist somit ein gedachter Raum, der in der Theorie die Eigenschaften eines realen Raums trägt, aber nicht in der Wirklichkeit fassbar ist. Den virtuellen Raum kann man nicht tatsächlich betreten, sondern eben auch nur virtuell.

Das weltumspannende Computer-Netzwerk des Internets wird oft als ein virtueller Raum bezeichnet, da es nur eine Konstruktion aus Daten ist, nicht physisch betretbar, aber dennoch ähnlich nutzbar. Im Internet kann man wie in einem realen Raum mit anderen Menschen kommunizieren und interagieren, obwohl man sich geographisch gesehen möglicherweise an völlig anderen Orten der Erde aufhält. Somit schafft der virtuelle einen mit einem realen Raum vergleichbaren Nutzen, und überwindet reale Distanzen und kreiert so eine neue Kommunikations- und Interaktionsplattform. Dementsprechend werden alle Medien, die eine Verbindung mit dem Internet eingehen, virtualisiert und in die neuen Räumlichkeiten transferiert. Dadurch verliert der reale, geographische Raum auch für sie an Belang und wird irrelevant.

1.4 Digital: Das Netz und das Radio fusionieren und revidieren die akustisch-optische Trennung

Die Verbindung des Internets mit dem Radio ist kein allzu neues Phänomen. Bereits im März 1992 konnte die erste Radiosendung im Netz gehört werden (vgl. Goldhammer/Zerdick 1999: 16). Diese machte allerdings noch keinen Gebrauch von den vielfältigen Möglichkeiten, die wir heute vom Internet gewohnt sind, da es sie schlicht und ergreifend noch nicht gab. Denn zum Beispiel wurde der erste grafikfähige Browser, der die Trennung zwischen Text und Bildern im Internet aufhob, erst im April 1993 veröffentlicht, also etwa ein Jahr nach der ersten Online-Radioübertragung (vgl. Borchers 2003). Im November 1994 begann der studentische Radiosender *WXYC* der Universität North Carolina in Chapel Hill, USA, als erster Sender der Welt, sein reguläres Radioprogramm auch im Internet zu übertragen (vgl. *WXYC*). Diese Vorgehensweise nennt man *Simulcast*, also die simultane Übertragung sowohl eines terrestrischen analogen als auch eines digitalen Signals im Internet. Schon bald folgte mit *Radio HK* der erste kommerzielle Radiosender, der völlig auf ein terrestrisches, analoges Signal verzichtete und 24 Stunden täglich ausschließlich über das Internet sendete. (Zakon 2005) Auch in Deutschland begannen im selben Jahr ähnliche Projekte, die allerdings kein Radio in Echtzeit übertrugen, sondern den Weg des heute so genannten *Podcasting* verfolgten. Im Gegensatz zum dem in Echtzeit streamenden, also live übertragenden *Webcasting*, beschreibt *Podcasting* den Weg des „zeitversetzten Radio-Hörens.“ (Sauer 2005) „Eine Privatperson [...] stöpselt ein Mikrofon an den Rechner, plaudert ein bisschen über Gott und die Welt und stellt diese Audiodatei zum Download im Internet zur Verfügung“. (Der Spiegel 2005) Diese Art der Bereitstellung von auditiven Daten im Internet wird auch als *On-demand Radio* bezeichnet. Auf eine solche Weise stellte zum Beispiel der *Südwestrundfunk* (*SWR*, bis 1998 *Südwestfunk SWF*) ab 1995 einen Teil seines Sendearchivs in digitaler Form zum Abruf im Internet bereit (vgl. Buchholz 1997).

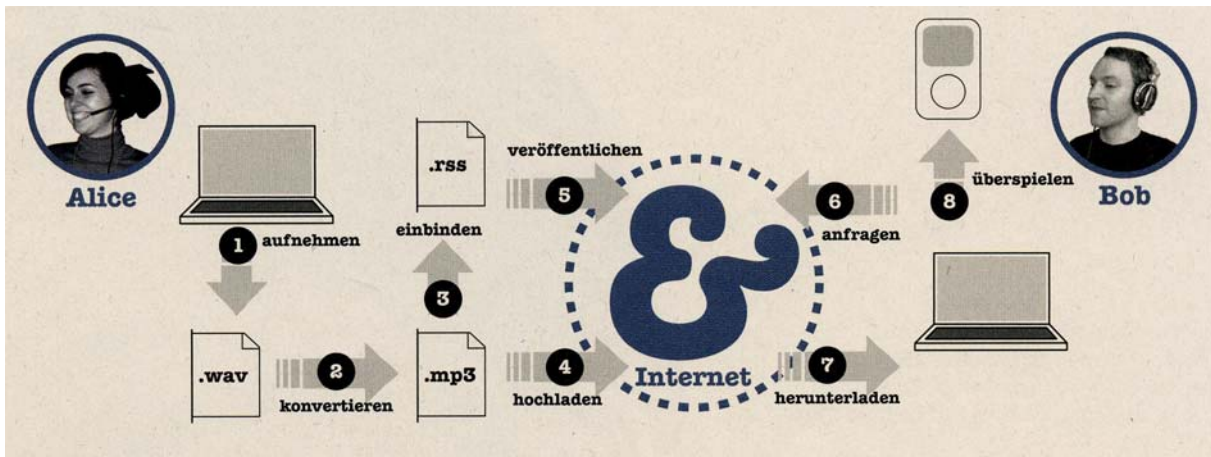


Abbildung 2: Podcasting

Durch die kontinuierliche Verbesserung und Verbreitung der Technologie im Bereich des Internets und eine daraus resultierende, zunehmend genutzte, höhere Übertragungsrate der Daten wuchs auch die Bereitstellung und die Nutzung des Webradios an. Die Internet-Seite *BRS Media* geht inzwischen von über 5600 Radiosendern weltweit aus, die per Internet ihre Inhalte übertragen. (Vgl. BRS Media 2005) Und wie das folgende Diagramm zeigt, ist mit einem weiteren Anstieg dieses Werts zu rechnen. Diese Zahlen belegen meiner Meinung nach ein nachhaltiges Interesse an der Verbindung klassischer Medien mit dem Internet. Es kann davon ausgegangen werden, dass neben den von *BRS Media* erfassten Radiosendern noch weitere existieren. So findet man auf dieser Seite unter dem Eintrag der registrierten deutschen Internet Radios gerade mal 16 Einträge (vgl. BRS Media 2005), während unter der Internet-Seite *Surfmusik* über 200 Sender (vgl. Roselius 2005) zu finden sind. Beide beinhalten sowohl ausschließlich im Internet übertragende Sender, als auch Simulcast-Kombinationen. Und keines der beiden Verzeichnisse enthält beispielsweise den auch im Netz hörbaren Hildesheimer Lokalsender *Radio Tonkuhle* (vgl. Tonkuhle 2005). Somit ist davon auszugehen, dass auch die höhere der beiden angegebenen Zahlen nicht vollständig ist.

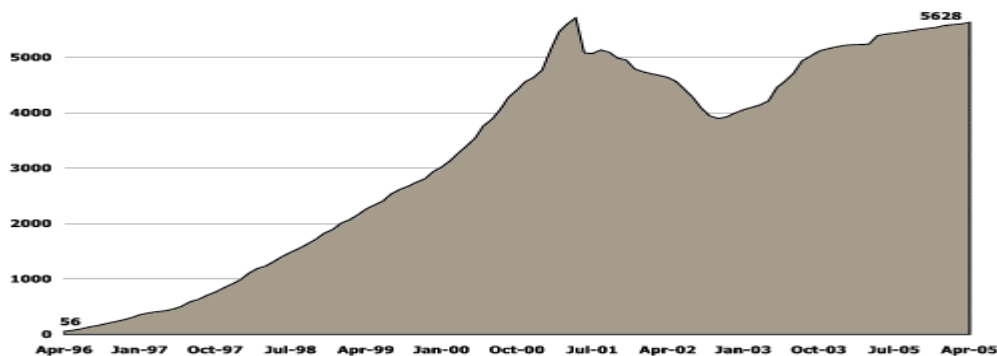


Abbildung 3: Die Erfassung von Internet-Radio-Sendern auf <<http://www.brsmedia.fm>>

2. Theorie

2.1 Zur Synthese

Das Wort *Synthese* entstammt ursprünglich aus dem Griechischen und definiert sich laut Duden als „Zusammenfügung [einzelner Teile zu einem Ganzen]“ (Drosdowski et al. 1996: 726). Das Herkunftswörterbuch aus der gleichen Reihe erläutert den Begriff präziser, indem es die Synthese als „Verknüpfung einzelner Teile zu einem höherem Ganzen“ (Drosdowski et al. 1997: 731) beschreibt. Gerade die Spezifizierung durch das Adjektiv zeigt hier deutlich, dass das Produkt der Synthese mehr bieten kann, als man vorher erwarten könnte.

Somit steht die Synthese also grundsätzlich für die Zusammenführung zweier oder mehrerer Elemente, die sich zusammengefügt ergänzen und in der Lage sind, einen neuen und höheren Aspekt zu schaffen. Dieser so geschaffene, neue Gesichtspunkt geht über die ihm zugrunde liegenden Bestandteile hinaus und stellt mehr als nur ihre einfache Schnittmenge dar. Somit möchte ich die Synthese als einen Vorgang definieren, der aus einer Zusammenführung bestimmter Komponenten besteht, die schlussendlich in der Summe mehr bilden, als nur durch eine reine Addition entstehen kann. Durch die Synthese resultiert folglich ein Mehrwert, welcher zum Beispiel durch die spezifischen, nicht unbedingt direkt ersichtlichen Eigenschaften der zugrunde liegenden Einzelteile gebildet wird. Denn jedes Ganze birgt in sich letztendlich wiederum mehr als nur die Summe seiner Bestandteile.

Der deutsche Philosoph Georg Wilhelm Friedrich Hegel stellte diesen Gedankengang besonders zutreffend heraus:

„Es gibt in der Tat nirgends, weder im Himmel noch auf Erden, weder in der geistigen noch in der natürlichen Welt, ein so abstraktes Entweder-Oder, wie der Verstand solches behauptet. Alles, was irgend ist, das ist ein Konkretes, somit in sich selbst Unterschiedenes und Entgegengesetztes. Die Endlichkeit der Dinge besteht dann darin, daß ihr unmittelbares Dasein dem nicht entspricht, was sie an sich sind. So ist z.B. in der unorganischen Natur die Säure an sich zugleich die Basis, d.h. ihr Sein ist schlechthin nur dies, auf ihr Anderes bezogen zu sein. Somit ist dann aber auch die Säure nicht das im Gegensatz ruhig Beharrende, sondern dahin strebend, sich als das zu setzen, was sie an sich ist. Was überhaupt die Welt bewege, das ist der Widerspruch, und es ist lächerlich zu sagen, der Widerspruch lasse sich nicht denken.“ (Hegel 1830)

Natürlich bezieht sich obiges Zitat auf die philosophische Dialektik², also das Prinzip der Kombination zweier gegensätzlicher Aussagen, welches zu einem kontinuierlichen Prozess der Argumentation führt. Es werden zwei entgegengesetzte Behauptungen zu einem bestimmten Sachverhalt gegenübergestellt, eine These und die entsprechende Antithese, welche die Verneinung der These darstellt. Im fortschreitenden Verlauf der Argumentation gewinnt die Antithese als Negation eine positive Funktion. Sie treibt den Prozess der Erkenntnis auf eine höhere Stufe, indem sich die These mit der Antithese verbindet, also eine neue Position als Verknüpfung der beiden Aussagen formuliert wird. Diese neue Stufe ist die Synthese. Diese Verbindung von These und Antithese stellt allerdings wiederum selber eine neue Position dar. Zu dieser neuen These wird natürlich wieder eine Gegenposition herangezogen, was dann eine erneute Synthese nach sich zieht. So setzt sich diese Argumentationskette stetig fort, und ergibt auf diese Weise einen nicht endlichen Vorgang der Kombination unterschiedlicher Positionen.

Dies bezog Hegel auf alles Existente und Lebendige. Alles befindet sich sozusagen in einem ständigen Fluss, jedes Element ist zugleich eigenständig als auch Produkt einer vorhergehenden Synthese, und trägt dementsprechend viele Facetten in sich. Ergo sah Hegel die ganze Welt „als ein System auseinander hervorgehender und ineinander übergehender Triaden“ (Wikipedia 2005) von These, Antithese und Synthese.

„Im organischen Leben nämlich ist Geburt (Thesis) und Grab (Antithesis) gleich Leben (Synthesis). [...] Hier haben wir die Philosophie der Gegensätze, die in einer höheren Synthese aufgehoben werden“. (Hirschberger 1985: 164)

Im Kontext dieser Arbeit sollte es jedoch ausreichen, wenn ich einige grundlegende Überlegungen zur Synthese herausstelle und übernehme. Jedes Einzelne birgt also nach Hegel weit mehr in sich, als es für den Beobachter auf den ersten Blick scheinen mag. Neben den sofort ersichtlichen, primären Eigenschaften beinhalten alle Elemente ergo noch weitere, sekundäre Merkmale, welche durchaus einen Widerspruch zu den Offensichtlichkeiten darstellen können. Diese zweitrangigen Eigenschaften kommen meiner Ansicht nach in einer Verbindung mit anderen Elementen besonders zum Tragen und bilden im Prozess der Synthese einen vorher nicht unbedingt abzusehenden Mehrwert.

² Das Prinzip der Dialektik existiert schon seit langer Zeit, als Urheber gilt der griechische Philosoph Heraklit (ca. 544 – 484 vor Christi Geburt), während die Prägung des Begriffes selber Platon (etwa 428 – 348 vor Christi Geburt) zugeschrieben wird. Weitere wichtige Vertreter der Neuzeit sind unter anderem Johann Gottlieb Fichte (1762 – 1814) und der in dieser Arbeit zitierte Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770 – 1831). Siehe auch (Hirschberger 1985: 17).

Somit beschreibt die Synthese in meinen Augen eine Art evolutionärer Symbiose, bei der alle teilnehmenden Elemente bevorteilt werden und von der Verbindung profitieren können.

Und genau diesen Aspekt möchte ich gerne festhalten.

Der Prozess der Synthese beschreibt grundsätzlich die Verbindung zweier oder mehrerer Elemente, die auch durchaus völlig gegensätzlicher Natur sein können. Im Unterschied zu einer additionshaften Verschmelzung beinhaltet die Synthese stets eine Neuerschaffung, die Bildung einer neuen These, eines Mehrwertes. Diese neue These geht ihrerseits ebenfalls wieder eine Synthese ein, und somit entsteht ein andauernder Prozess.

Die Synthese ist aufgrund ihrer offenen Bedeutungsstruktur ein stark interdisziplinär eingesetzter Begriff. So findet man ihn neben der Philosophie unter anderem auch in der Biologie, der Chemie und der Elektrotechnik. Ich möchte im Folgenden die Synthese auch im Bereich der Medien einführen und darstellen. Da ich den Menschen, wie zuvor dargelegt, als allererstes Medium ansehe³, möchte ich nun tiefer auf das grundlegende Synthese-Bedürfnis der Menschheit eingehen.

³ Vgl. Kapitel 1.1

2.2 Der Mensch und die Synthese

Der Mensch bedarf aufgrund seiner limitierten Fähigkeiten der Synthese mit Hilfsmitteln, um seine physiologischen Fertigkeiten verbessern zu können.⁴ Herder schrieb in seiner Abhandlung *Über den Ursprung der Sprache* folgendes:

„Als nacktes, instinktloses Tier betrachtet, ist der Mensch das elendste aller Wesen. Da ist kein dunkler, angeborener Trieb, der ihn in sein Element und in seinen Wirkungskreis, zu seinem Unterhalt und an sein Geschäfte zeucht. Kein Geruch und keine Witterung, die ihn auf die Kräuter hinreißt, damit er seinen Hunger stille! Kein blinder, mechanischer Lehrmeister, der für ihn sein Nest baue! Schwach und unterliegend, dem Zwist der Elemente, dem Hunger, allen Gefahren, den Klauen aller stärkern Tiere, einem tausendfachen Tode überlassen, stehet er da! einsam und einzeln! ohne den unmittelbaren Unterricht seiner Schöpferin und ohne die sichere Leitung ihrer Hand, von allen Seiten also verloren ---“. (Herder 2001: 80)

Diese natürliche, biologisch begründete Unzulänglichkeit versuchte der Mensch schon in frühester Zeit durch den Einsatz von Hilfsmitteln auszugleichen. Wie Friedrich Nietzsche es überspitzt formulierte: „Der Mensch ist etwas, das überwunden werden soll.“ (Nietzsche 1999: 14) Um sich selber in seiner Umwelt behaupten zu können, überwand der Mensch seine Schwächen und hob sich mittels selbst entwickelter Werkzeuge über die anderen Spezies der Erde. Denn die „Maschinen haben den Menschen in den Stand versetzt, seine natürliche Umwelt zu verändern.“ (Weizenbaum 1982: 35)

Der Mensch erweitert also seine körperlichen Funktionen mit Hilfe von Werkzeugen, und geht so eine Verbindung mit ihnen ein. Die Herstellung und der Einsatz von Werkzeugen werden weithin als spezifische Charakteristika der menschlichen Identität betrachtet. (Vgl. Schnieder 2000) Die Verwendung von Werkzeugen ist ein wichtiger Unterschied zwischen Mensch und Tier, denn während fast alle Tiere ausschließlich mit den ihnen angeborenen, also endogenen Instrumenten wie Krallen oder Zähnen umgehen⁵, erschafft der Mensch exogene, also außerhalb des Körpers und der natürlichen Veranlagungen existierende Mittel. So sprach unter anderem der französische Philosoph Henri Bergson im Unterschied zum selbstreflektierten *homo sapiens* von dem *homo faber*. Dieser lateinische Begriff bedeutet in etwa soviel wie der herstellende und schaffende Mensch. (Vgl. Schnieder 2000) Nicht um-

⁴ Vgl. Kapitel 1.1 der vorliegenden Arbeit

⁵ So nutzen unter anderem Kapuzineraffen in manchen Situationen einfache Hilfsmittel zur Beschaffung von Nahrung, vgl. (JKM Media 2004).

sonst trägt ein wichtiges Werk des Schriftstellers Max Frisch über die Identität des modernen Menschen eben gerade jene Bezeichnung als Titel. Denn der *homo faber* materialisierte alltägliche Vorgänge in Werkzeugen, und schuf so Geräte, die quasi zugleich Symbol für und Abbildungen von der Tätigkeit waren, für die sie gemacht wurden.

„Ein Werkzeug ist immer zugleich ein Modell für seine eigene Reproduktion, und eine Gebrauchsanweisung für die erneute Anwendung der Fähigkeit, die es symbolisiert. [...] Das Werkzeug als Symbol [...] transzendiert damit seine Rolle als praktisches Mittel für bestimmte Zwecke: es ist konstitutiv für die symbolische Neuschaffung der Welt durch den Menschen.“ (Weizenbaum 1982: 36)

Wenn der Mensch eine Synthese mit einem Apparat eingeht, wechselt die zuvor endogen ausgeführte Tätigkeit folglich aus dem Körper heraus und verändert so die Art des Handelns, und dies beeinflusst dann auch die Art des Menschen zu Denken und schlussendlich die Sichtweise des Menschen auf die Welt an sich.

„Als etwa die Jäger ihre Speere entwickelten, müssen sie sich in einer gänzlich neuen Beziehung zu ihrer Welt gesehen haben. Große Tiere, die ihnen früher die Vorräte geplündert und sogar ihre Kinder angegriffen hatten und gefürchtet waren, wurden nunmehr eine Beute für den Menschen. [...] Die Art und Weise, in der die Welt erfahren wurde, änderte sich und damit auch die Vorstellung des Menschen von dem Platz, den er in ihr einnahm.“ (a.a.O.: 37)

Ähnlich wie die oben angeführten Speere wurden auch die ersten, einfachen Musikinstrumente als Hilfsmittel zum Ausbau menschlicher Fähigkeiten genutzt, nur hier als Werkzeuge der Kommunikation. Wie in Kapitel 1.1 bereits geschildert, sind diese Instrumente als Medien zu klassifizieren.⁶ Daraus lässt sich ableiten, dass Medien nichts anderes als bestimmte exogene Werkzeuge sind, die der Mensch nutzt, um seine eigenen endogenen Fähigkeiten evolutionär zu verbessern.

„Die allgemeine Vereinigung, zu der in diesem Augenblick infolge der gemeinsamen Einwirkung des Außen und Innen der Erde die Gesamtheit der denkenden Kräfte und Einheiten genötigt ist – die wechselseitige Annäherung ganzer Massen einer Menschheit, deren Stücke sich vor unseren Augen aneinanderschweißen und durchdringen, trotz und sogar im Maße ihrer Anstrengungen, sich zu trennen - ,alles dies wird aufs tiefste verständlich, sobald man darin die natürliche Kulmination eines kosmischen Organisationsprozesses erkennt, der seit

⁶ Vgl. Kapitel 1.1 dieser Arbeit

den fernen Zeitaltern, in denen unser Planet noch jung war, sich nicht veränderte. [...] In Wahrheit sehe ich nur eine zusammenfassende und damit wissenschaftliche Weise, diese endlose Folge von Tatsachen zu bewältigen: man muß die ‚höhere Ordnung‘, der sich heute alle denkenden Elemente der Erde individuell und kollektiv unterworfen sehen, im Sinne eines riesigen psycho-biologischen Vorgangs deuten – als eine Art *Mega-Synthese*. Mega-Synthese im Tangentialen. Infolgedessen auch ein Sprung der Radialenergien nach vorwärts in Richtung der Hauptachse der Evolution. Immer mehr Komplexität: daher noch mehr Bewußtsein. Ist dieser Vorgang wirklich so beschaffen, was brauchen wir dann noch mehr, um den lebensfeindlichen Irrtum aufzudecken, der sich zutiefst in jedem Isolierungsprinzip verbirgt? Falsch und naturwidrig ist das egozentrische Ideal einer Zukunft, die denjenigen vorbehalten wäre, die egoistisch an die äußere Grenze des ‚jeder für sich‘ zu gelangen wüßten. Kein Element könnte sich bewegen und wachsen, hätte es nicht die Hilfe und die Kraft aller andern hinter sich.“ (Chardin 1969: 250f.)

Der französische Theologe Teilhard de Chardin beschreibt in diesem Zitat die Notwendigkeit einer Synthese, in die er auch, selbst wenn es im obigen Zitat nicht explizit erwähnt ist, die Technik mit einbezieht. Denn an anderer Stelle benutzt er auch Begriffe und Definitionen, die unter anderem auch bei Marshall McLuhan und Joseph Weizenbaum auftauchen. So spricht er von der Künstlichkeit als ein „*humanisiertes Natürliches*“ (Chardin 1967: 40) und beschreibt das weltumspannende, infrastrukturelle Netz als die „Schaffung eines wirklichen Nervensystems der Menschheit“ (ebd.). Chardin führt weiter aus: „In Wirklichkeit [...] setzen wir ganz einfach auf einer höheren Ebene und mit anderen Mitteln die unterbrochene Arbeit der biologischen Evolution fort.“ (ebd.) Denn das „Werkzeug [...] ist in der menschlichen Reihe das Äquivalent des differenzierten Organs in der Tierreihe; - das Äquivalent, daß heißt: das wirkliche Homologon, und nicht die oberflächliche, aus einer banalen Konvergenz entstandene Nachahmung.“ (a.a.O.: 52f.)

Grundlegend stellt das Werk des geistlichen Teilhard de Chardin jedoch eine Theorie über die Verbindung der Evolution mit der christlichen Schöpfungslehre dar, und seiner Ansicht nach läuft alles schlussendlich auf eine Art Kollektivbewusstsein hinaus, den von ihm so genannten *Punkt Omega*⁷, welcher nur durch die Synthese erreicht werden kann. Daran lässt sich klar der religiöse und spiritistische Charakter der zugrunde liegenden Texte erkennen. Ich lehne eine solche umfassende Synthese in dieser Form ab, weil sie erstens im Sinne des kollektiven

⁷ Vgl. „Ich bin das Alpha und das Omega, spricht Gott der Herr, *der* ist und *der* war und *der* kommt, der Herrscher über die ganze Schöpfung.“ (Die Bibel, Offenbarung 1,8) oder siehe auch: „Ich bin das Alpha und das Omega, der Anfang und das Ende.“ (Die Bibel, Offenbarung 21,6)

Bewusstseins per definitionem meinem Verständnis einer freiheitlichen und individualistischen Möglichkeit der eigenen Meinungsbildung nicht nachkommen kann, und da sie zweitens offensichtlich dem kontinuierlichen Charakter der Synthese widerspricht. Es kann keine allerletzte Synthese geben, da stets wiederum eine Antithese existiert oder gebildet wird. So birgt jede Synthese auch immer eine isolationistische Tendenz in sich, die sich in einer neuen Antithese neutralisiert und so ein Gleichgewicht schafft. Aus dem Chaos zweier Thesen entsteht mit der Synthese eine Ordnung, die jedes Mal aufs Neue wieder in dem Chaos zweier Thesen mündet.

Ein entscheidendes Beispiel für die Verbreitung und Konservierung von Thesen ist die Alphabetisierung. Die Entwicklung der Schriftlichkeit als mediales Werkzeug des Menschen kennzeichnet nämlich einen besonders elementaren Einschnitt in der Menschheitsgeschichte, da sie den Übergang von der klassischen oralen zu einer modernen, optischen Kultur darstellt. Die mündliche Überlieferung von passiver und aktiver Information, sprich Wissen, wich einer Darstellung durch das geschriebene Wort, und das Auge übernahm sozusagen die Funktion des Ohrs. In seiner Funktion als Speichermedium für Information und Wissen ist das Buch also ein Werkzeug der Überlieferung geworden. Dieser dogmatische Wandel vom Ohr zum Auge veränderte die Gesellschaft immens, in unserer Kultur ausgehend von Homer und kulminierend in der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern durch Johannes Gutenberg um 1440, wodurch das Buch zu einem Massenmedium werden konnte und es nun vermochte, die Gesellschaft zur Gänze zu durchdringen. Durch die zunehmende Verbreitung der Alphabetisierung wurde das Buch zu einem Symbol für die Moderne.

„Das typographisch produzierte Buch in bisher nicht vorstellbarer Zahl („multiplicatio librorum“), mit immenser Reichweite und leichter Rezipierbarkeit übt wesentliche Einflüsse auf die Modernisierung von Religion, Verwaltung, Wissenschaft, Erziehung oder Kunst aus. Das „gesellschaftliche Wissen“ wird verschriftlicht, neu strukturiert, vervielfältigt und dadurch „ver-öffentlicht“. Die Alphabetisierung und der allgemeine gesellschaftliche Verschriftlichungsprozeß, neue, demokratische Formen der Wissensspeicherung und –tradierung (Ratgeber, Handbücher, Lexika, Enzyklopädien) und der Literaturbetrieb modernen Zuschnitts stehen in engem Zusammenhang mit der Etablierung druckschriftgestützter Kommunikation.“ (Kogler 1999: 33f.)

In der heutigen Zeit hat der Mensch seine Kommunikation global ausgeweitet, und dementsprechend hoch ist die Dichte der uns umgebenden medialen Prothesen. So sind wir heutz-

tage konstant von Medien umgeben, unser gesamtes Sein ist mediatisiert. Davon ausgehend, dass Medien eine Erweiterung der Physis und der Psyche des Menschen sind, entsteht hier also eine Synthese. Das Auge, der Mund und das Ohr werden entkörperlicht, und wie geschildert in andere, exogene Medienformen transformiert.

Diesen Vorgang möchte ich als eine Mediensynthese der ersten Ordnung einstufen. Denn ausgehend von Werner Faulstichs These des Menschen als erstem Medium (Faulstich 1995: 29ff.) unter Miteinbeziehung der McLuhanschen Extensions-Theorie, welche besagt, dass Medien Erweiterungen der menschlichen Sinne sind (vgl. McLuhan, M. 1968: 28), treffen hier zwei Medien aufeinander. Ich gehe also vom Menschen als grundlegendem Medium aus, der sich als *homo faber* sekundäre Medien als eine Art Prothesen erschafft, um dann mit diesen wie beschrieben eine Verbindung, eine Synthese einzugehen. Dies möchte ich nun als eine Mediensynthese ersten Grades, erster Ordnung oder erster Stufe klassifizieren, da sie den Menschen selber als Ursprung und direkt teilnehmendes Medium einbezieht, und so die Basis für eine weitere Synthesen kreiert.

2.3 Exkurs: Wahrnehmung

Die tatsächliche menschliche Wahrnehmung kann nur in einem beschränkten Rahmen direkt stattfinden. Dieser Rahmen stellt sich natürlich durch die bereits angesprochenen, eingeschränkten körperlichen Möglichkeiten dar, denn nur was der Mensch mit den eigenen Sinnen erfahren kann, ist für ihn unmittelbar. Die erkenntnistheoretische Ausrichtung des *radikalen Konstruktivismus*, ähnlich dem *Subjektivismus* oder dem *Relativismus*, beschreibt einen ähnlichen, wenn auch weitergehenden Ansatz, nämlich dass jegliche Realität subjektiv konstruiert ist, da sie schließlich selbst in letzter Instanz stets über die Sinne wahrgenommen wird und somit nicht tatsächlich objektiv rezipiert werden kann. So weit möchte ich nicht gehen, und daher zumindest die tatsächliche körperliche Wahrnehmung des Menschen als eine bis zu einem gewissen Grade auch kollektive und objektive Wirklichkeit definieren.

Wie bereits beschrieben, schuf sich der Mensch Werkzeuge, um seine Sinne über den ganzen Globus und noch darüber hinaus auszuweiten: die Medien. Jedoch wird durch die Mediensynthese die Wahrnehmung indirekt, da sich der Mensch für jede Kommunikation außerhalb seines engsten, interpersonellen Umfeldes dieser Hilfsmittel bedienen muss.

Aufgrund der nun durch die Mediensynthese größtenteils indirekt stattfindenden Wahrnehmung der Realität geht die apparatfreie Sicht auf die Welt weitestgehend verloren, und es ist daher festzustellen, dass „die Maschinen des Menschen [...] vor allem sein Verständnis von sich und der Welt entscheidend bestimmt“ (Weizenbaum 1982: 35) haben. Daher ist es notwendig, Medien nicht nur als einen Gegenstand der Beobachtung, Analyse und Forschung zu betrachten, sondern eben auch als Alltagsgegenstand oder –werkzeug.

Gerade wegen dieser Alltäglichkeit ist die Rolle der Medien als Vermittler zwischen dem Individuum und der Gesellschaft interessant, denn sowohl die technische Realisation als auch die übertragene Botschaft müssen in ihren Einwirkungen auf die Veränderungen der Gesellschaftsstruktur untersucht werden.

Außerhalb des interpersonellen Raums ist kaum noch ein Aspekt der Wahrnehmung medienfrei. Folglich ist ein Großteil dessen, was wir täglich als Informationen zum Beispiel aus Zeitungen, Fernsehen und Radio aufnehmen, durch eine mediale Vorfilterung subjektiv geprägt. Medien werden produziert und können nie ein vollkommen umfassendes Bild der von ihnen dargestellten Situationen abliefern. Kameras zeigen zum Beispiel in den Nachrichten nur bestimmte Bildausschnitte, die der Zuschauer nicht beeinflussen kann, und Texte können genau-

so nicht alle Aspekte eines beschriebenen Vorgangs gleichermaßen beschreiben. Somit muss der Mensch den differenzierten Umgang mit den ihm vermittelten Informationen lernen, um zwischen der rezipierten Botschaft, dem Schein, und der absoluten Wirklichkeit, dem Sein, unterscheiden oder zumindest Rückschlüsse von dem einen auf das andere ziehen zu können. Günther Anders beschrieb die Menschen „als Wesen [...], die dazu verurteilt sind, statt Welt zu erfahren, sich mit Weltphantomen abspesen lassen“ (Anders 1980: 1).

„Medien sind die wesentlichen Träger gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse, sie sind aber auch Lieferanten von „Agenda“ – von Wirklichkeit also. Diese Wirklichkeit ist schon heute etwas anderes als früher, und sie wird in Zukunft wiederum immer wieder neu zu definieren sein. Wirklichkeit ist variabler als jede Theorie.“ (Reetze 1993: 241) Daher spricht Jan Reetze davon, dass die „*Informationsgesellschaft* inzwischen zur *Illusionsgesellschaft* geworden ist.“ (Reetze 1993: 241)

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel hierfür aus dem Sektor des Hörfunks stellt unbestritten das von Orson Welles bearbeitete, auf einer literarischen Vorlage von Herbert George Wells basierende Hörspiel *War of the worlds* dar. Dieses fiktive Hörspiel über den Angriff der Erde durch außerirdische Lebensformen wurde am 30. Oktober 1938 im Radio ausgestrahlt und verursachte an denen im Hörspiel genannten Örtlichkeiten Amerikas eine Massenpanik.

"Zwischen neun Uhr abends New Yorker Zeit und der Frühe des nächsten Tages flüchteten Männer, Frauen und Kinder in Dutzenden von Städten im ganzen Land vor Dingen, die nur in ihrer Phantasie existierten. Die Menschen flüchteten blind in alle Richtungen, zu Fuß und in allen möglichen Fahrzeugen. Die Szene in Newark, wie sie mir später beschrieben wurde, war ein vollständiges Chaos." (Koch 2000)

Offenbar waren viele der Zuhörer nicht in der Lage, zwischen dem Schein dieser dokumentarisch angelegten Radiosendung und dem tatsächlichen Sein der Realität zu unterscheiden. Frauen, Männer und Kinder flohen vor einer fiktiven Bedrohung, welche ihnen allerdings durch das Massenmedium Hörfunk als real vorgegaukelt wurde.

Orson Welles sah wohl selber die mögliche Gefahr dieses Hörspiels, denn nicht umsonst spricht er am Ende der Sendung folgenden Text, der das Hörspiel klar als einen fiktionalen Streich zu Halloween darstellt: "This is Orson Welles, ladies and gentlemen, out of character to assure you that The War of The Worlds has no further significance than as the holiday offe-

offering it was intended to be. The Mercury Theatre's own radio version of dressing up in a sheet and jumping out of a bush and saying Boo! Starting now, we couldn't soap all your windows and steal all your garden gates by tomorrow night. . . so we did the best next thing. We annihilated [sic] the world before your very ears, and utterly destroyed the C. B. S. You will be relieved [sic], I hope, to learn that we didn't mean it, and that both institutions are still open for business. So goodbye everybody, and remember the terrible lesson you learned tonight. That grinning, glowing, globular invader of your living room is an inhabitant of the pumpkin patch, and if your doorbell rings and nobody's there, that was no Martian. . .it's Hal-
lowe'en." (Welles 1938)

Dieses Beispiel zeigt, dass es für die Menschen zwingend notwendig ist, eine medien-spezifische Kompetenz zu entwickeln. Die Menschen müssen mit der Erweiterung ihrer Fähigkeiten zugleich neue Fertigkeiten ausbilden, um die Erweiterungen bewältigen zu können. Dies trifft auch bei der Synthese von Medien zu. Denn hier reicht es nicht, den entsprechenden Medien gleich auch die jeweils spezifischen Medienkompetenzen zu vermengen. Für den Mehrwert der durch die Synthese entstehenden, neuen Medien muss wiederum eine ganz eigene Befähigung entwickelt werden. Ansonsten ist es möglich, dass den Menschen, wie im obigen Beispiel gezeigt, die Kontrolle über ihre exogenen Sinne entgleiten kann, da neue Medien herkömmliche Handlungsmuster unter Umständen tiefgreifend verändern können. So ist die Fähigkeit im Umgang mit Inhalten und Techniken neuer Medienformen ganz klar von höchster Wichtigkeit zur individuellen Nutzung und Meinungsbildung.

Sigmund Freud schrieb: „Der Mensch ist sozusagen eine Art Prothesengott geworden, recht großartig, wenn er alle seine Hilfsorgane anlegt, aber sie sind nicht mit ihm verwachsen und machen ihm gelegentlich noch viel zu schaffen.“ (Freud 2004: 57)

Die Wahrnehmung des Menschen geschieht zunehmend über Medien. Dadurch entsteht allerdings eine indirekte Rezeption der Realität, da diese stets durch eine mediale Aufarbeitung subjektiv geprägt wird, sei es beabsichtigt oder unbeabsichtigt. Daher ist es notwendig, den Umgang mit Medien zu lernen und Fähigkeiten zu entwickeln, um die gefilterte Wirklichkeit zu einer individuellen Meinungsbildung nutzen zu können.

2.4 Positionen zur multimedialen Verbindung

Eine Mediensynthese der ersten Ordnung findet statt, wenn der Mensch mediale Werkzeuge benutzt und dadurch eine Verbindung mit ihnen eingeht.⁸ Die Synthese an sich ist jedoch als ein kontinuierlicher Vorgang definiert, der sich stetig zur Bildung einer weiteren, höheren Verbindung fortsetzt.⁹ Dies gilt daher genauso auch für die Mediensynthese. Denn nicht nur der Mensch geht mit seinen Prothesen eine Symbiose ein, sondern auch die Prothesen untereinander. Über die Verbindung des Menschen mit seinen exogenen, medialen Hilfsmitteln hinausgehend finden Vereinigungen der Medien auch untereinander statt. Dies möchte ich als eine Mediensynthese der zweiten Ordnung bezeichnen. Folglich kann man hier von einer Erweiterung der Erweiterung sprechen, denn die Hilfsmittel, die zur Extension der Sinne des Menschen dienen, werden untereinander wieder verbunden und ein neuer Mehrwert, also ein neues Medium und damit eine neue Ausweitung der menschlichen Fähigkeiten, können entstehen.

Marshall McLuhan drückt den von mir beschriebenen Vorgang der Synthese zweiter Ordnung im medialen Kontext folgendermaßen aus: „Durch Kreuzung oder Hybridisierung von Medien werden gewaltige neue Kräfte und Energien frei, ähnlich wie bei der Kern-Spaltung oder der Kern-Fusion.“ (McLuhan, M. 1968: 58) An anderer Stelle führt er ähnlich aus: „The hybrid or meeting of two media is a moment of truth and revelation from which a new form is born.“ (McLuhan, E. / Zingrone 1995) Medien können also interagieren und dadurch schlussendlich auch Neues kreieren.

Der am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München tätige Wolfgang Schweiger formulierte in jüngster Zeit folgende, stark allgemeine Definition: „Meist versteht man unter 'Crossmedia' eine wie auch immer geartete Verbindung zwischen verschiedenen Medien.“ (Schweiger 2002: 123)

Die Kommission der Europäischen Gemeinschaften beschreibt diesen Sachverhalt ausführlicher unter dem Begriff der *Konvergenz* in zwei unterschiedlichen Ausprägungen, nämlich als

„- die Fähigkeit verschiedener Netzplattformen, ähnliche Arten von Diensten zu übermitteln oder

⁸ Vgl. Kapitel 2.2 dieser Arbeit

⁹ Vgl. Kapitel 2.1 dieser Arbeit

- die Verschmelzung von Endgeräten wie Telefon, Fernseher und PC.“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaften 1997: 1)

Daraus geht hervor, dass nach Ansicht der Kommission der Europäischen Gemeinschaften die Grundlagen einer Medienkonvergenz in erster Linie im Bereich der Technik festzumachen sind. Über die daraus resultierenden Konsequenzen vermag die Kommission allerdings keine definitiven Auskünfte zu geben. Daher werden drei unterschiedliche Ansichten über die Weiterentwicklung der Konvergenz als Diskussionsgrundlage vorgeschlagen. Die erste besagt, dass „Konvergenz zu einer grundlegenden und raschen Wandlung bestehender Telekommunikations-, Medien- und Informationstechnologiedienste führen wird, nämlich dahingehend, dass diese derzeit getrennten Dienste miteinander verschmelzen und somit die ursprünglich klare Trennung zwischen ihnen entscheidend verwischen wird.“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaften 1997: vii) Als zweite Position wird dargelegt, dass sich zwar die Technologien verändern, aber nicht die Inhalte:

„Andere sind jedoch der Meinung, daß durch den jeweils spezifischen Schwerpunkt dieser verschiedenen Branchen das Ausmaß der Konvergenz im Dienstleistungsbereich begrenzt sein wird und daß die Medienindustrie weiterhin eine wichtige Rolle als Träger von sozialen, kulturellen und ethnischen Werten innerhalb der Gesellschaft innehaben wird und zwar unabhängig von der Technologie, die man benötigt, um zum Kunden zu gelangen.“ (ebd.) „Zu guter Letzt wird noch eine Sichtweise dargelegt, nämlich dass sich „Konvergenz – falls überhaupt – über einen längeren Zeitraum hinziehen wird.“ (ebd.)

Diese stark unterschiedlichen Thesen zeigen deutlich, dass die Europäische Kommission die Auswirkungen des Phänomens der Konvergenz zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Grünbuchs noch nicht richtig einschätzen konnte. Allerdings ist hier natürlich auch zu berücksichtigen, dass die Thesen zur Anregung einer politischen Diskussion bezüglich Regulierung der neuen Strukturen in Handel und Markt dienen sollten und dementsprechend polarisierend sind.

Michael Latzer beschäftigte sich ebenfalls ausführlicher mit dieser Thematik und prägte bezüglich der Konvergenz der Endgeräte ebenfalls einen neuen Begriff, die *Mediamatik*. „Mit der Konvergenz im Kommunikationssektor wird das Phänomen beschrieben, daß nach dem Einzug der digitalen Computertechnik (InforMATIK) in die TELEkommunikation (=TELEMATIK), nun auch die traditionellen Grenzziehungen zwischen den (digitalisierten) Medien und der Telematik verschwimmen (=MEDIAMATIK).“ (Latzer 1999: 25)

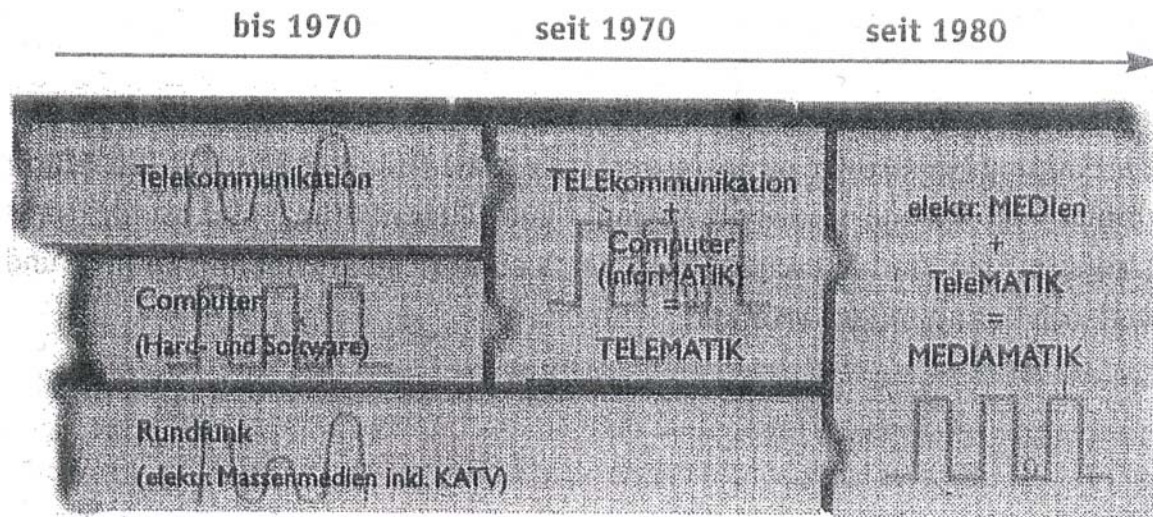


Abbildung 4: Die *Mediamatik* nach Latzer

Über die politisch-regulative Konzeption der Konvergenz hinausgehend sieht Michael Latzer die Konsequenzen der *Mediamatik* vor allem im technischen Dienstleistungssektor und in der Schaffung neuer, ökonomisch nutzbarer Vertriebswege. „Ein wesentliches Charakteristikum dieser Veränderungen ist das Verschwimmen von traditionellen Grenzziehungen zwischen Technologien, Dienstkategorien, Industriesparten, Sektoren, Wirtschaftsräumen und Politikfeldern. In den Mittelpunkt stelle ich daher die Konvergenz, im Sinn von Annäherung, Vermengung und Überschneidung bisher getrennter Subsektoren, insbesondere von Telekommunikation und Rundfunk.“ (Latzer 1997: 16)

Somit wird Michael Latzer erheblich deutlicher als noch die Europäische Kommission. Er schreibt nämlich von einem neuen „Paradigma“ (Latzer 1997: 16), einer „neuen dominanten Sichtweise“ (ebd.), die gerade entsteht und die letztendlich zum Grundstein für „das sich abzeichnende gesellschaftliche Kommunikationssystem des 21. Jahrhunderts“ (a.a.O.: 9) werden wird.

Georg Ruhrmann und Jörg-Uwe Nieland verbinden ebenfalls mehrere Positionen im Rahmen der Medienkonvergenz miteinander. Sie sehen die Konvergenz als den ersten von vier „Faktoren des augenblicklichen Wandels,“ (Ruhrmann/Nieland 1997: 17). Sie sprechen erstens von einer Verbindung von „Informations-, Kommunikations- und Computertechnologie [...], die letztendlich konstituierend für „Multimedia“ ist.“ (a.a.O.: 18) Als weitere Punkte werden hier noch das „ökonomische Wachstumspotential“ (ebd.) des multimedialen Sektors, der „alltagsweltliche Stellenwert“ (Ruhrmann/Nieland 1997: 18) in den heutigen Gesellschaften und auch ein „politischer Faktor“ (ebd.), vor allem bezüglich der Politikvermittlung, aufgeführt. Somit

taucht hier ein neuer Aspekt auf, der sowohl bei der Europäischen Kommission als auch bei Michael Latzer nicht oder nur am Rande dargestellt wurde: die Auswirkungen auf die Kultur und das soziologische Gefüge innerhalb und zwischen den Gesellschaften.

„Keiner dieser Faktoren kann allein die Dynamik der Entwicklung angemessen beschreiben. Erst die Analyse der vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen Technik, Wirtschaft, Kultur und Politik eröffnet adäquate kommunikations- und medienwissenschaftliche Erklärungsmöglichkeiten.“ (Ruhrmann/Nieland 1997: 18)

Ähnlich ist auch die Position von Peter Seeger einzuordnen, der von einer „überschätzten Entwicklungsdynamik neuer Angebote“ (Seeger 1996: 337) spricht und daher „die Notwendigkeit stärker anwendungs- und nutzungsbezogener Innovationsstrategien“ (ebd.) betont. So stellt er ebenfalls ein Schema auf, welches sich aus vier grundlegenden Elementen konstituiert, nämlich der Technologie, der Ökonomie, der Politik und eben der sozialen und kulturellen Komponenten. So kommt er zu einer mit Georg Ruhrmann und Jörg-Uwe Nieland deckungsgleichen Grundstruktur.

Joachim Höflich stellt nun seine Betrachtungsweise der medialen Verbindung größtenteils aus der sozio-kulturellen Perspektive dar, denn für ihn „steht dabei nicht die Möglichkeit respektive Tatsache einer technischen Konvergenz,“ (Höflich 1999: 44) sondern im Besonderen die „einer Konvergenz von Gebrauchsweisen“ (ebd.) im Mittelpunkt.

„Ein Medium ist,“ Höflich zufolge, „[...] kein schieres technisches, sondern ein soziales (sozial konstruiertes) Artefakt, dessen Bedeutung auf einem sozial etablierten (standardisierten, institutionalisierten) Gebrauch gründet.“ (Ebd.) Ergo ist nach Höflich ein Medium genau das, was seine Nutzer aus ihm machen.

Werner A. Meier fügt den verbreiteten vier Aspekten um Technik, Ökonomie, Politik und Gesellschaft noch einen fünften Punkt hinzu, nämlich die Räumlichkeit. Er meint damit, dass durch die „systematische Vernetzung“ (Meier 1999: 33) auch eine „räumliche Konvergenz“ (ebd.) stattfindet, dass also der globale Charakter der medialen Verbindung „geographische und nationalstaatliche Strukturmerkmale“ (ebd.) aufweicht und relativiert. Einerseits schließe ich mich in gewissen Maße seiner Meinung an, denn bei einem Zugriff auf das Internet ist es dem Nutzer weitestgehend egal, ob die Daten, die er an das Netz sendet oder von ihm abfragt, von einem Rechner in seiner Nähe stammen oder von der anderen Seite des Globus. Andererseits möchte ich Meier hier widersprechen, denn wie er selber ausführt,

spielen hier nicht nur technologische Aspekte die Hauptrolle, sondern auch eine „politisch-ökonomische Konfiguration“ (Meier 1999: 34) eine Rolle. Und genau diesen Sachverhalt unterschätzt Meier meiner Ansicht nach. So gibt es zum Beispiel in China starke Restriktionen beim Zugriff auf das Internet. Dort werden von der Regierung bestimmte Informationen aus dem Internet für die chinesischen Nutzer gesperrt und somit zensiert. Dort sind „Webseiten etwa der Exil-Chinesen, demokratischer Aktivisten aus Taiwan oder die der großen Nachrichtenorganisationen“ (Kolonko 2005) nicht abrufbar. Somit sind hier durchaus starke nationalstaatliche Grenzen auch im Internet erkennbar, die keineswegs aufgelöst werden, sondern eher im Gegenteil, noch verschärft werden. Daher ist in meinen Augen dieser Punkt der Räumlichkeit im Sinne der Konvergenz nur bedingt zutreffend, und keinesfalls zu verallgemeinern.

Der von mir gewählte Terminus der Mediensynthese taucht bereits bei Jan Reetze auf, der eben hiermit die „technischen (synergistischen) und inhaltlichen (synästhetischen) Zusammenführungen und Zusammenwirkungen von Medien aller Art“ (Reetze 1993: 236) meint. Jan Reetze schreibt von einem kontinuierlichen Prozess, der für mich im Besonderen durch den Begriff der Synthese dargestellt wird. Deshalb beschreibt die Mediensynthese für mich eben diesen Prozess wesentlich deutlicher als zum Beispiel Konvergenz, da mit letzterem Begriff eher eine Tatsache dargestellt wird, aber kein expliziter Verlauf. Hierzu kommt noch ein durch die Verbindung entstehender Mehrwert, nämlich „...daß sich in einem Medium distinkte Medienrahmen vereinen, die bislang auf separate Medien aufgeteilt waren oder aber so vorher noch nicht bestanden haben. Von einem Medienrahmen soll, kurz gesagt, dann wiederum gesprochen werden, wenn ein Medium benutzt und damit eine (gemeinsame) Mediensituation hergestellt wird.“ (Höflich 1999: 45)

Dies besagt also, dass ein Medium beim Einsatz eine bestimmte Rahmensituation schafft, die mit anderen verbunden, neue Aspekte hinzugewinnen kann, die vielleicht vorher vorhanden waren, aber erst in Kombination mit anderen Kommunikationssituationen wirklich zum Tragen kommen. Durch die Mediensynthese kann dementsprechend ein potenzierender Effekt auftreten, der „nicht zuletzt auch die Eigenschaften der zugrundeliegenden System [sic!] offensichtlicher“(Sammelpunkt) macht. Auch Michael Latzer hebt diesen Aspekt hervor: „Konvergenz ist kein additiver Prozeß. Durch die Vermengung vormals getrennter Teile entsteht auch qualitativ und strukturell Neues.“ (Latzer 1997: 17)

Grundsätzlich ist nun festzuhalten, dass egal ob Mediensynthese, *-konvergenz*, *-diffusion*, *Crossmedia* oder *Mediamatik*, eins haben alle diese Bezeichnungen gemeinsam: es geht um die Verschmelzung von Medien, welche meines Ermessens eine immense Auswirkung nach sich zog, zieht und noch ziehen wird. Das allgemeine Phänomen ist zwar sicherlich nicht neu, auch wenn das im *Grünbuch zur Konvergenz* der Europäischen Kommission behauptet wird (vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften 1997: vii). Ich sehe das anders, denn so kann man zum Beispiel den Tonfilm auch als eine mediale Verknüpfung des Stummfilms mit dem Radio oder dem Grammophon einordnen, denn auch hier wurden Endgeräte verschmolzen. Stummfilme wurden üblicherweise von zeitgleich gespielter Musik oder einem synchron geschalteten Grammophon (vgl. Müller 2004: 257) begleitet, bis der Film eine eigene Tonspur bekam und eine direkte Verschmelzung stattfand. Also ist festzustellen, dass die Kombination von Medien keine neuartiges Phänomen ist, denn so schrieb zum Beispiel der Medientheoretiker Ithiel de Sola Pool bereits im Jahre 1983:

„A process called „convergence of modes“ is blurring the lines between media, even between point-to-point communications, such as the post, telephone, and telegraph, and mass communications, such as the press, radio and television. A single physical means – be it wires, cables or airwaves – may carry services that in the past were provided in separate ways. Conversely, a service that was provided in the past by any one medium – be it broadcasting, the press or telephony – can now be provided in several different physical ways. So the one-to-one relationship that used to exist between a medium and its use is eroding. That is what is meant by the convergence of modes.” (Pool 1983: 23)

Neu und besonders wichtig ist allerdings die mediale Verbindung mit dem Computer. Denn gerade die Digitalisierung hebt die Fusion der Medien auf eine neue, höhere Ebene.

„Mit der Digitalisierung von Informationen, ihrer Umwandlung in kompatible Datensätze hat die Angelegenheit nun aber einen qualitativen Sprung wie noch niemals vorher erlebt; der Umgang mit Medien verschiedenster Art ist heute offener und flexibler möglich als zu jedem beliebigen Zeitpunkt der Vergangenheit. Jedes Medium läßt sich in jedes andere überführen [...].“ (Reetze 1993: 238)

Der wesentliche Unterschied der klassischen Medienverbindungen zu dem momentanen, computerbasierten und daher digitalen Vereinigungsprozess ist daher, dass nun nicht mehr nur ein Medienbereich betroffen ist, sondern gleich alle auf einmal.

So gilt: „...the computer media revolution affects all stages of communication, including acquisition, manipulation, storage, and distribution; it also affects all types of media – texts, still images, moving images, sound, and spatial constructions.“ (Manovich 2001: 19)

Der Computer und vor allem das Internet umschließen dabei eine Erwartung, die am besten als ein allumfassendes Kommunikationsmedium (vgl. Haeckel/Schneider 1999: 9f.) beschrieben werden kann. Dieses soll ein Medium sein, schreibt Joachim Höflich, „das alle bisherigen Medien in sich aufnimmt, wenn nicht sogar beendet. [...] Ein solches Medium ist zumindest in dem Sinne ‚multimedial‘, indem es Funktionen übernimmt, die bislang auf verschiedene Medien verteilt waren – oder die diese, mangels medialer Alternativen, notgedrungen übernehmen mußten.“ (Höflich 1999: 43f.)

Höflich, der wie zuvor ausgeführt, der Technik den Rücken zukehrt und die Bedeutung der Konvergenz hauptsächlich in ihren sozialen Konsequenzen sieht, verurteilt das allumfassende Medium als einen Mythos, eine Auffassung, die ich nur bedingt teilen kann. Ich gehe dahingehend mit ihm konform, als dass ich es kaum für möglich halte, dass das Internet alle anderen Medien verdrängen und ersetzen wird. Aber die digitale Integration der klassischen Massenmedien im weltweiten Netzwerk ist inzwischen eine unumstößliche Tatsache, die sich auch zukünftig weiterhin fortsetzen wird. Damit teile ich den Standpunkt von Michael Latzer, der schrieb, dass „der Transformationsaspekt im Vordergrund“ (Latzer, 1997: 17) der medialen Verbindung steht, „also die Verschiebung und Umwandlung etablierter Systeme, nicht ihre Substitution.“ (Ebd.) Denn der Computer und das Internet können meiner Einschätzung nach durchaus ein allumfassendes Medium bilden, welches allerdings noch Raum für die bisherigen Medienformen lassen kann und zudem ebenfalls mit ihnen interagieren wird. Meiner Meinung nach schließt ein allumfassendes Medium nicht automatisch alle anderen aus.

„Bekanntlich ersetzen neue Medien nicht vollständig die alten, sondern ergänzen und erweitern sie mit neuen individuellen und hochkomplexen Spielräumen. Neue Medien verändern Produktions- und Entscheidungsstrukturen sowie Lebens- und Konsumstile.“ (Ruhrmann/Nieland 1997: 42)

Die Mediensynthese aus Computer und Netz dient zwar inzwischen für vielerlei, zum Beispiel zum Lesen (unter anderem Nachrichten), Hören (Musik, Webradio, Podcasting), Sehen (Filme), zum direkten und indirekten Kommunizieren (Netztelefonie, Chat, Email) und zu vielem mehr. Und trotzdem ist nicht festzustellen, dass das Internet die klassischen Massenmedien verdrängt hat. Ich trenne hier Computer und Internet mit Absicht, denn inzwischen

braucht man nicht unbedingt den klassischen Computer, um auf das Internet zugreifen zu können. Ich möchte als Beispiel die aktuellen Mobiltelefone anführen, die es dem Nutzer neben der ursprünglichen Telefonie inzwischen auch ermöglichen, Musik und Radio zu hören, Textnachrichten zu versenden, Fotos und Filme zu machen und eben auch auf das *World Wide Web* zuzugreifen. So bringt Michael Latzer zum Beispiel die Idee eines Baukastensystems ein, mithilfe dessen er die Verbindungen verbildlicht. Denn „die gemeinsame Basis des Baukastens wird durch die Digitalisierung geschaffen, die Vereinheitlichung der Kodierung. Sie ermöglicht die Vielfalt an Kombinations- und Manipulationsmöglichkeiten der Baukastenteile aus ehemals getrennten Telekommunikations-, Computer- und Rundfunk-Elementen. Die digitale Gleichschaltung in der Darstellung von Text, Ton, Daten, Bildern und Video ergibt den multimedialen Charakter des Baukastens, die verschiedenen Darstellungsmodi können integriert und kombiniert werden.“ (Latzer 1997: 134)



Abbildung 5: Der Baukasten der *Mediamatik* nach Michael Latzer

Zudem spielt für mich der Faktor Mensch eine entscheidende Rolle, den ich zwar nicht wie Joachim Höflich allzu sehr ins Zentrum rücken, aber bei der Mediensynthese als einen weiteren, gleichwertig wichtigen Bestandteil hinzufügen möchte. Allzu oft werden die Menschen nämlich bei Betrachtungen über mediale Vereinigungen außer Acht gelassen oder nur am Rande behandelt, und der Fokus gilt alleine technischen, ökonomischen und politisch-regulativen Überlegungen. Aber wie ich zuvor darstellte¹⁰, ist für mich der Mensch das grundlegende Medium, von dem ausgehend die Verbindung mit und von Medien erst stattfinden kann. Daneben ist es meiner Auffassung nach genauso unerlässlich, neben dem technischen Blickwinkel die Mediensynthese auch aus der Nutzerperspektive zu betrachten. Denn die Mediensynthese ist zugleich eine „technische Konvergenz, eine Konvergenz des Angebots und der Nutzung“ (Höflich 1999: 43). Dementsprechend ist es für mich wichtig, auch den Menschen selber zu diesem Thema zu Wort kommen zu lassen.

„Jedes Einzelmedium und seine Angebote gewinnen ihre volle Bedeutung im Medienensemble erst durch die Nutzung. Das verhält sich bei konvergenten Medienangeboten nicht anders. Wenn die Nutzerinnen und Nutzer das konvergente Angebot nicht realisieren können oder wollen, läuft es letztendlich ins Leere.“ (Theunert/Wagner 2002: 10) Ergo kommt auch die Mediensynthese zweiter Stufe nicht ohne menschliches Zutun aus, nämlich mindestens die Nutzung ist eine Notwendigkeit.

Die Synthese von Medien, oder Mediensynthese, beschreibt eine kontinuierliche Verbindung verschiedener Medien untereinander. Der Mensch nutzt einzelne Medien in einer Mediensynthese des ersten Grades als außerkörperliche Hilfsmittel zur Ergänzung seiner Sinne. In einer fortgeführten Synthese der zweiten Stufe verbinden sich auch Medien untereinander zu einer Art Medienverbund, der eine erneute Erweiterung darstellt. Im Einsatz verändern die Medien althergebrachte Methoden von Nutzung und Wahrnehmung, und somit umfasst eine Mediensynthese sowohl technische, ökonomische, politische und auch soziologische Komponenten.

¹⁰ Vgl. Kapitel 1.1 dieser Arbeit

3. Praxis

3.1 Der Mensch und das Radio – die Synthese ersten Grades

Mit dem Übergang vom Buchdruck zum Computer, also vom Gutenberg- zum Babbage¹¹-, Zuse¹²- oder auch Turing¹³-Zeitalter, veränderten sich auch die prothesenhaften Hilfsmittel der Menschen entsprechend. Die Ausdehnung der kommunikativen Grenzen des Menschen ist dank der elektrifizierten Medien inzwischen eine globale. Was bei primitiven Werkzeugen und Instrumenten begann, ist heute beim Internet angekommen.

„Die Eisenbahn, die vor kurzem erfunden wurde, das Automobil, das Flugzeug ermöglichen es heute, den physischen Einfluß jedes Menschen, der einst auf einige Kilometer beschränkt war, auf hunderte von Meilen auszudehnen. Ja, noch mehr: dank dem wunderbaren biologischen Ereignis der Entdeckung der elektromagnetischen Wellen findet sich von nun an jedes Individuum (aktiv und passiv) auf allen Meeren und Kontinenten gleichzeitig gegenwärtig und verfügt über dieselbe Ausdehnung wie die Erde.“ (Chardin 1969: 246)

Das Radio, also der Hörfunk, war und ist ein wichtiges Element dieser Ausbreitung. Er ist in seinen Sende- und Empfangsgeräten materiell, und das Dazwischen, die tatsächliche Übertragung der Tonsignale, erscheint den meisten seiner Nutzer als Blackbox, also als ein nicht einsehbarer Vorgang. Somit ist das Radio in seiner Übertragung und Funktionsweise ein immaterielles Medium, im Gegensatz etwa zum Buch.

„Wie Telegraphie und Telefon trägt auch das Radio zum ‚Verschwinden der Entfernung‘ bei. Es überbrückt Räume und entgrenzt so die Kommunikation in räumlicher und zeitlicher Hinsicht. Es ist nach dem Telefon das zweite Medium, das seine Nutzer direkt, wenn auch nur mittels des Tons, an fernen Ereignissen teilnehmen lässt. [...] Sowohl als ‚Aktualitätsgenerator‘ als auch Übermittler von ‚Authentizität‘ leitete es eine neue Phase in der Medienentwicklung ein und bereitete das Fernsehen vor.“ (Winter/Eckert 1990: 61)

Durch seinen großen Verbreitungsradius ermöglicht der Hörfunk einen schnellen Transport von Informationen auch über große Distanzen hinweg und kann zudem durch die Übertragung menschlicher Stimmen noch eine gewisse Nähe liefern, da die Sprecher im Radio stets mit

¹¹ Charles Babbage (1792-1871), englischer Mathematiker und Entwickler einer Rechenmaschine, die als theoretischer Vorläufer der heutigen Computer gelten kann.

¹² Konrad Zuse (1910-1995), deutscher Erfinder und Entwickler des ersten funktionsfähigen Computers.

¹³ Alan Turing (1912-1954), englischer Mathematiker und Pionier der theoretischen Informatik.

ihrem Sprachgebrauch auch eine gewisse Persönlichkeit, Nähe und Direktheit mitübertragen. Zwischen dem Sprecher und dem Zuhörer entsteht nämlich ein enges Verhältnis, da dem Hörer stets die Illusion vermittelt werden soll, dass sich der Ansager direkt an ihn wendet, auch wenn noch tausende andere Menschen der gleichen Stimme lauschen sollten und der Zuhörer sich durchaus dessen bewusst ist. Zudem ist die Stimme des Sprechers im Radio quasi omnipräsent, oftmals sogar in sehr privaten und intimen Bereichen wie dem Schlaf – und Badezimmer. So gibt es sogar wasserdichte Radios für den Einsatz in den Nasszellen im Haushalt, so genannte Duschradios.

„Das Radio berührt die meisten Menschen persönlich, von Mensch zu Mensch, und schafft eine Atmosphäre unausgesprochener Kommunikation zwischen Autor, Sprecher und Hörer. Das ist der unmittelbare Aspekt des Radios. Ein persönliches Erlebnis. Die unterschwelligsten Tiefen des Radios sind erfüllt vom Widerhall der Stammeshörner und uralten Trommeln. Das ist dem Wesen dieses Mediums eigen, das die Macht hat, die Seele und die Gemeinschaft in eine einzige Echokammer zu verwandeln.“ (McLuhan 1968: 453f.)

Durch diese scheinbar persönliche Relation kann die im Radio übertragene Sprache je nach Ausprägung beim Rezipienten verschiedenste Emotionen und Handlungen auslösen. Von einer nüchternen, faktischen Darstellung einerseits bis hin zur fesselndsten Polemik und Beeinflussung andererseits kann das Spektrum des Hörfunks alleine durch eine bestimmte Wortwahl und das Spiel mit dem Klang in der Stimme reichen. Die Sprache dient hier als mittelndes Werkzeug zu einem zielgerichteten Einsatz in einer vermeintlich interpersonellen Kommunikation.

„Werkzeuge und Sprache gehören nach alter Einsicht zum Menschlichsten am Menschen: homo faber gebraucht gewählte und ausgeformte Dinge als Zeug und das Zoon politikon setzt Sprache ein im Verkehr mit Seinesgleichen.“ (Bühler 1982: XXI)

Karl Bühler erarbeitete in seinem *Organon-Modell* eine entsprechende Dreiteilung bezüglich der Funktionen der Sprache, indem er zwischen Symbolen, Signalen und Symptomen differenziert.

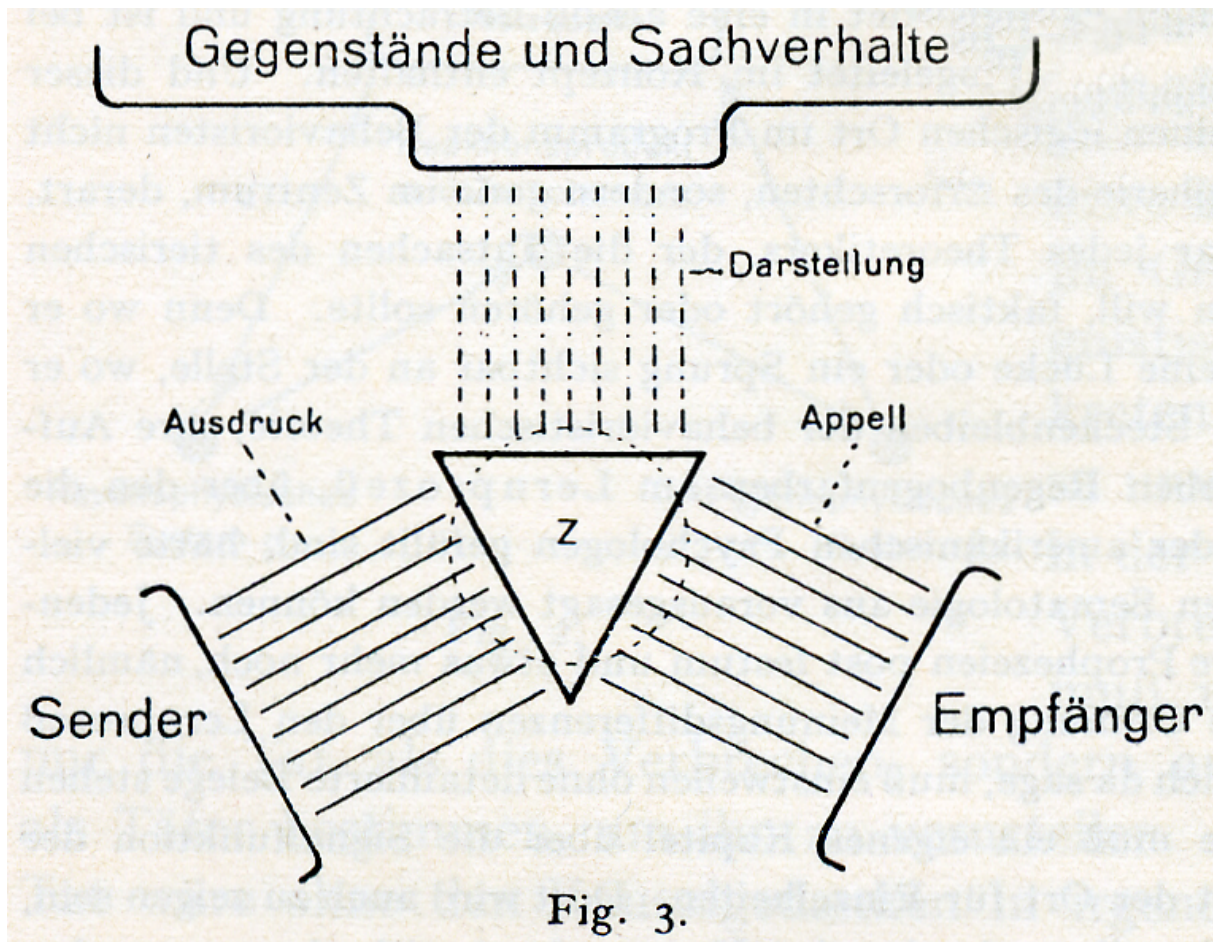


Abbildung 6: Das Bühlersche Organon-Modell

Die Sprache als Werkzeug¹⁴ dient hier der Übermittlung von Symbolen, wenn es um eine Darstellung von Fakten, also realen Sachverhalten geht. Als Signale bezeichnet Bühler eine appellative Ausrichtung der Sprache, also eine Aufforderung oder Anregung zu einer gewissen Handlung. Die Symptome stellen das Gegenteil der Symbole dar, denn sie behandeln die emotionalen Elemente der Sprache, die zum Zuge kommen, wenn der Sprecher über seine Gefühle und Innerlichkeiten spricht. Somit steht das Symbol in enger und direkter Beziehung zur Umwelt, das Signal zum Empfänger und das Symptom folglich zum Sender. (Vgl. Bühler 1982: 28)

¹⁴ „Die Sprache ist dem Werkzeug verwandt; auch sie gehört zu den Geräten des Lebens, ist ein Organon wie das dingliche Gerät, das leibesfremde materielle Zwischending; die Sprache ist wie das Werkzeug *ein geformter Mittler*. (Bühler 1982: xxi) Karl Bühler stützt sich hierbei unter anderem auch auf Platon, der in dem dialektischen Dialog *Kratylos* bereits von einem Wortwerkzeug schreibt, welches erstens zur einer Unterscheidung des Wesens der Dinge und zweitens zur Belehrung anderer dienen soll. (Vgl. Derbolav 1972: 41) So soll Sokrates laut der Aufzeichnung von Platon gesagt haben: „Der Name ist also ein Werkzeug, das man braucht zur Belehrung, und ein Hilfsmittel zur Sonderung der Wesensart, so wie es das Weberschiffchen mit dem Gewebe macht.“ (Platon 1974: 329)

Dies gilt ebenfalls für die Rezeption von Sprache über das Radio. Hier trifft dies meinem Erachten nach sogar im Besonderen zu, da sich der Hörer ausschließlich auf die Stimme des Sprechers verlassen kann. Eine der wichtigsten Eigenschaften des klassischen Hörfunks ist es nämlich, dass ausschließlich Ton übertragen wird und so jedweder optischer Eindruck wegfällt. Der Ton wird also von einem Bild, beispielsweise dem des Sprechers, isoliert, und weitere Rezeptionskanäle, wie sie unter anderem durch die Mimik des Senders oder des Empfängers in der interpersonellen Kommunikation entstehen können, fallen weg. Die Akustik wird von der Optik getrennt, der Hörer ist, wenn er ein Bild zu den Klängen haben möchte, auf seine Vorstellungskraft angewiesen. Diese Trennung von Bild und Ton ermöglicht allerdings auch den vor allem in heutiger Zeit ausgeprägten, sekundären Charakter des Hörfunks. Denn trotz einem engen Bezug zwischen Hörer und Sprecher existiert eben doch kein wirklicher Dialog, kein zweiseitiges Kommunikationsverhältnis. Dies liegt sicherlich auch in der technischen Einseitigkeit des Radios begründet. Denn dieses ist in seiner ursprünglichen Form ein Medium ohne Rückkanal, bei dem der Hörer die ihm überlieferten Klänge ausschließlich konsumieren kann und keine direkte Möglichkeit hat, auf den Sprecher im Radio in einer Art Dialog einzugehen, wie zum Beispiel bei der Telefonie, die zwar auch die Töne isoliert, aber dennoch die Möglichkeit der direkten Interaktion mit einem Gesprächspartner eröffnet und sogar erfordert.

Durch diese beiden Aspekte, das Wegfallen aller anderen Sinnesreizungen außer der akustischen und der fehlende Rückkanal, wurde eine Entwicklung eingeleitet, die den Hörfunk vor allem in der letzten Zeit als sekundäres Medium etablierte. Das Radio bietet sich nämlich aufgrund der zuvor dargestellten Eigenschaften an, neben anderen Tätigkeiten, die zum Beispiel einen taktilen und optischen Einsatz erfordern, genutzt zu werden.

„Vom einstigen Leitmedium mit hoher Freizeitnutzung ist der Hörfunk zum überwiegend sekundär genutzten Begleitmedium, zum ubiquitären Klangteppich im Hintergrund geworden. Die Lizenzierung kommerzieller Radioprogramme hat diesen Prozess dadurch beschleunigt, dass sie Formatradiokonzepten den Boden bereitet hat, die weniger auf aufmerksame Zuhörer als vielmehr auf Nebenbeihörer des Radios setzen.“ (Volpers et al. 2001: 31ff.)

Gerade die bereits angesprochene Allgegenwärtigkeit des Hörfunks führt über eine persönliche zu einer unbewussten Nutzung. Das Radio ist immer da, beginnend beim Radiowecker über das Autoradio bis hin zu den Mobiltelefonen, die mittlerweile oft ein Radio für einen ort- und zeitunabhängigen Einsatz eingebaut haben. Daher erwuchs aus der intimen Relation zu

der Stimme des Radiomoderators eine derartige Gewöhnung und Normalität, dass der Hörfunk zu einem sekundären, also einem Begleitmedium werden konnte. Dementsprechend passte sich auch die Programm- und Formatstruktur des Hörfunks an, so dass man heutzutage zwischen einem gezielten Einschaltradio und eben dem Begleitradio differenziert.

Die Aufgabe des Radios „ist, die Welt für das Ohr darzustellen, und die reinen Formeigenschaften seines Gestaltungsmaterials, eben des Klanges, herauszuarbeiten“. (Arnheim 1979: 22f.)

Die breite Verfügbarkeit des Radios macht es ebenfalls zu einem Instrument der Demokratie, ähnlich wie es das Gutenbergsche Druckverfahren für das Buch erreichen konnte. Das Radio ist in der Lage, Grenzen zwischen den Bevölkerungsschichten aufzuweichen, da es grundsätzlich von jedem Menschen rezipierbar ist. Hinzukommend eröffnet es Analphabeten, Kindern und körperlich beeinträchtigten Menschen Informationen, die sie in optischen Medien nicht oder nur beschwerlich hätten bekommen können. Die Einrichtung zugänglicher Bürger- oder Lokalradios erweitert dieses demokratische Konzept zusätzlich, denn nun ist nicht mehr nur die Rezeption demokratisch, sondern auch die Produktion. Die Bürger- oder Lokalradios ermöglichen es jedem Interessierten, sich im Radiobetrieb einzubringen, eigene Sendungen zu konzipieren und zu produzieren. Auch wenn so immer noch kein echter Dialog über das Radio möglich wird, kann zumindest der aktiv am Radioprogramm beteiligte Hörer seinen Konsumentenstatus überwinden.

„Meiner Ansicht nach sollten Sie aus dem Radio eine wirklich demokratische Sache zu machen versuchen.“ (Brecht 1967: 121)

Bertolt Brecht setzte sich bereits 1932 mit den demokratischen Möglichkeiten des Radios auseinander und versuchte, dessen entsprechende Fähigkeiten auszuloten und eventuelle Erweiterungen vorzuschlagen. Den Rundfunk in seiner früher Phase sieht Brecht als eine Art Imitationsmaschine, denn er schildert, dass das Radio quasi ein „Stellvertreter des Theaters, der Oper, des Konzerts, der Vorträge, der Kaffeemusik, des lokalen Teils der Presse und so weiter“ (a.a.O.: 128) sei. Meiner Ansicht nach übersieht Brecht hier, dass auch in denen von ihm aufgezählten Eigenheiten des Radios ein hohes demokratisches Potential innewohnt. Nicht jeder Mensch kann häufig ins Theater oder in die Oper gehen, sei es aufgrund zeitlicher, finanzieller oder auch körperlicher Hürden. Somit geschieht genau das, was ich eben schilderte: das Radio ermöglicht es nun allen Menschen gleicherart, in den Genuss oben genannter Darstellungen zu kommen, soziale Hürden werden irrelevant. Bertolt Brecht tut diese Form

der Demokratisierung als eine unnütze Verschönerung des öffentlichen Lebens ab (vgl. Brecht 1967: 128), eine Einstellung, die ich nicht teilen kann. Er schreibt: „es kann nicht die Hauptaufgabe des Rundfunk sein, auch noch unter den Brückenbögen Empfänger aufzustellen“ (a.a.O.: 129). Und genau das ist es meiner Meinung nach doch, denn eine Informationsstreuung durch alle Schichten einer Gesellschaft hindurch ist heutzutage zur Ausbildung einer eigenen Meinung und eines individuellen Geistes unerlässlich, und kann hervorragend durch das Radio unterstützt werden.

Berthold Brecht befindet sich auf der Suche nach einem neuen „*Lebenszweck des Rundfunks*“ (Brecht 1967: 129), und er findet ihn in der bereits angesprochenen Ausweitung der Einseitigkeit des Kommunikationsverhältnisses im Hörfunk.

Deshalb unterbreitet er einen „Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einem Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, [...] wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“ (Brecht 1967: 129)

Im weiteren Verlauf der Quelle tut Brecht diesen Vorschlag selber als utopisch ab, und das ist er auch bezüglich des klassischen Hörfunks bis heute geblieben. Denn immer noch bleibt dem Zuhörer vor dem Empfangsgerät keine direkte Möglichkeit, auf den Sprecher im Radio einzugehen, sondern höchstens indirekt, zum Beispiel durch einen Telefonanruf. So bleibt schlussendlich festzuhalten, dass das klassische Radio zwar eine persönliche und intime, aber auch nur einseitig beanspruchbare Erweiterung der menschlichen Sinne darstellt.

Marshall McLuhan, der den Rundfunk als einen neuzeitlichen Ableger der Stammestrommel umschreibt, behauptet: „In noch stärkerem Maße als das Telefon oder der Telegraf ist der Rundfunk eine Erweiterung unseres Zentralnervensystems, dem nur die menschliche Sprache selbst gleichkommt.“ (McLuhan 1968: S. 457f.)

In meinen Augen ist der Rundfunk, hier genauer der Hörfunk, zwar eine Entkörperlichung und Projektion des Mundes, aber die von McLuhan gewählten Umschreibung des Nervensystems ist meiner Meinung nach nicht richtig. Das Nervensystem ist für mich eine Schaltstelle im Körper, welche ankommende Reize verarbeitet und als Antwort Impulse zur Auslösung eigener Handlungen freisetzt, folglich zu einer Reaktion auf äußere Einflüsse dient.

Und eben jene Wahrnehmung äußerer Einflüsse, also das Empfangen, läuft beim Rundfunk ins Leere, da hier Reaktionen des Hörers nicht weitergegeben werden können. Darum kann man meiner Ansicht nach nur von einem eingeschränkten Nervensystem sprechen, weshalb ich diesem Begriff lieber gänzlich ausweichen möchte. Auch wenn Sprache, an der McLuhan seine Argumentation festmacht, durchaus auch in einem monologartigen Charakter existieren kann, fehlt dennoch der von Bertolt Brecht geforderte Austausch von Informationen.

Ich möchte nun die angesprochene sinnenhafte Extension durch den klassischen Hörfunk als eine Mediensynthese ersten Grades aufzeigen. Der Mensch geht eine direkte Bindung mit dem Radio ein, und kann auf diese Weise seinen Mund externalisieren. Das Radio wird so zu einem exogenen oralen Werkzeug, einer Art Klang-Prothese. Dies ermöglicht dem Menschen, seine Sprache als Träger von Informationen weit über den interpersonellen Raum hinaus auszubreiten. Dementsprechend hoch ist auch der Einfluss auf die Wirklichkeitswahrnehmung des Menschen selber¹⁵, denn kein anderes Medium zuvor konnte Neuigkeiten und Informationen schneller über eine große Distanz verbreiten. Auch wenn dem Wirkungsraum des Radios je nach Übertragungsart technische Grenzen gesetzt sind, kann dennoch ein überregionales, gemeinsames Wissen geschaffen werden, welches nicht zuletzt auch kulturbildend und -fördernd, auch und vor allem in Bezug auf Spezialkulturen wie Jugendkulturen (vgl. Winter/Eckert 1990: 63), wirken kann. Somit kann das Radio eine Art Katalysator beim Aufbau von Identitäten und politischen Bewusstsein sein.

„Radio, ich hab’ den heißen Draht zur Welt, Radio, ich spiel dir vor, was mir gefällt, Radio, ich hab’ den schnellsten Draht zur Welt“ (Spliff 1995)

¹⁵ Vgl. Kapitel 2.3 der vorliegenden Arbeit

3.2 Das Radio und das Internet – eine Mediensynthese zweiten Grades

Mediale Verbindungen, die direkt den Menschen betreffen und ihm als unmittelbare Extensionen dienen, möchte ich als eine Mediensynthese des ersten Grades bezeichnen, so zum Beispiel ein Buch, ein Musikinstrument, aber auch das Radio. Wenn nun diese sinnhaften Ausweitungen wie beschrieben untereinander verschmelzen, findet meines Erachtens nach eine Mediensynthese der zweiten Stufe statt, die zu einem Ausbau bereits existenter Erweiterungen der menschlichen Fähigkeiten führt. Die endogenen Anlagen des Menschen werden mit der Kombination zweier oder mehrerer exogener Hilfsmittel nochmalig verstärkt.

Auch wenn es in der Historie bereits Mediensynthesen der zweiten Stufe wie unter anderem den Tonfilm gab, so eröffnet die Digitalisierung klassischer Massenmedien nun ein noch weiteres Feld für Medienfusionen und eben -synthesen. Da nun alle Medien auf das binäre Schema 1 und 0 zurückführbar werden, steht einer groß angelegten Kombination verschiedenster Medien nichts mehr im Wege. Unterschiedliche Medien können nun ohne großen Aufwand auf der unifizierenden Basis der Digitalisierung eine kombinierte Nutzbarkeit erfahren und so die Multimedialität erreichen. Als Plattform bietet sich für die medialen Symbionten natürlich das Internet an, welches inzwischen eine immense Verbreitung erfahren und eine dementsprechende dichte Informations-Infrastruktur vorzuweisen hat.

Wie ich bereits in dieser Arbeit schilderte, könnte sich nun die Frage ergeben, wie sich die althergebrachten Medien durch die Digitalisierung und vor allem durch die Kombination mit anderen Medien verändern. Als Untersuchungsgegenstand wählte ich das Radio, welches ich im vorhergehenden Kapitel bereits in seiner klassischen Ausprägung beschrieben habe. Nun ist ergo zu betrachten, wie sich der Hörfunk in der Verbindung mit dem Internet gewandelt hat oder noch wandeln könnte.

Das Medium des Internets bricht nun mit drei für den klassischen Hörfunk grundlegenden Eigenschaften. Erstens ist das globale Netzwerk stark optikfixiert, indem es neben textuellen Inhalten auch bildliche Darstellungen wie Grafiken, Photos und sogar Filme enthält, und zweitens bietet das Internet über verschiedene Kanäle die Möglichkeit einer direkten Interaktion. Hinzu kommt noch ein weltweiter Empfang eines jeden über das Internet empfangbaren Radiosenders in bestechender Qualität und sei es nur ein kleines Lokalradio oder gar ein privates Hobby-Radioprojekt. Dem Hörfunk war all dies bisher weitestgehend fremd.

Nun also wird das Radio durch die Integration in das Internet mit für das Medium neuartigen Eigenschaften und Strukturen konfrontiert.

3.2.1 Die Optik

Wie zuvor beschrieben, wurde im Hörfunk bislang die Bildlichkeit von der Akustik getrennt, und nun wird diese Trennung im Internet-Radio wieder aufgehoben. Seit der Veröffentlichung des ersten grafikfähigen Browsers *Mosaic* im April 1993 entwickelte sich die bildliche Repräsentanz im Internet rasant. Heute kommt kaum ein Webauftritt ohne Text und grafische Darstellungen wie Photos, Bilder oder Icons aus, und dementsprechend entwickelte sich das Nutzungs- und nicht zuletzt auch das Erwartungsverhalten der Reisenden im *Cyberspace*. Die Einschätzung und Beurteilung des Nutzers bezüglich einzelner Seiten im Netzwerk geht heute aufgrund der großen Auswahl an Angeboten sehr schnell von statten, und wenn eine Internetseite keine optischen Reize bieten kann, so ist das Risiko sehr hoch, dass der Nutzer diese Seite schnell schließen, respektive verlassen wird. Daher ist es für einen erfolgreichen Auftritt eines Radiosenders im Internet zwingend notwendig, dieses optische Bedürfnis des Internet-Nutzers zu befriedigen. Selbst rein textuelle Inhalte haben heutzutage wenige Chancen, im Zuge des schnellen Internet - Konsumverhaltens einen Besucher zu einer längeren Verweildauer zu bewegen. So muss sich der Internetauftritt des Hörfunks folglich diesen Konventionen anpassen.

Bilder funktionieren oftmals durch ihre Abgegrenztheit vom Text als ein *eye-catcher*, also als ein Blickfang oder Hingucker. Das Bild weckt das Interesse und die Aufmerksamkeit eines Betrachters und kann ihn auf diese Weise dazu bewegen, sich auch dem restlichen Inhalt der entsprechenden Webseite zu widmen. Zudem kann durch eine entsprechende Bebilderung auch ein gewisses individuelles und persönliches Verhältnis zum Nutzer aufgebaut werden. Spezifische Logos zum Beispiel vermitteln einen eigenständigen Charakter und einen hohen Wiedererkennungswert. Auch persönliche Fotos oder gar Filme der Macher des Angebots können ein näheres Verhältnis zum User aufbauen, wozu ein rein textueller Inhalt nicht unbedingt in der Lage wäre. So kann auch eine Bindung entstehen, die dazu führen kann, dass der Nutzer zukünftig die entsprechende Seite wieder besuchen wird.

Neben einer illustrierenden und personifizierenden Eigenschaft sind Bilder insbesondere auf einer symbolhaften Ebene weit verbreitet. Jedes Computerprogramm bedient sich inzwischen Symbolen, um Funktionen darzustellen, zum Beispiel Ordner für Dateiverzeichnisse oder Disketten, um eine Speicher- oder Ladefunktion auszulösen. Auf diese Weise entsteht eine „Reduzierung [...] auf das Wesentliche“ (Gombrich 1984: 140), die es auch über kulturelle und sprachliche Grenzen hinaus möglich macht, Information zu vermitteln. Die Schalter und

Knöpfe des bisherigen Empfangsgerätes könnten auf diese Weise als Bedienungselemente in das Internet transferiert werden, um einen klaren Bezug zum zugrunde liegenden Medium des Hörfunks zu kreieren.

Bezüglich des Radios eröffnen sich hier also durch die Aufhebung der Trennung von Bild und Ton Möglichkeiten, die den Hörfunk in eine starke Nähe zum Fernsehen setzen können.

„Ein TV-Sender wie MTV ist heute schon Radio mit Bildern; auch die computergestützte Programmzusammenstellung nach einem Format-Schema ist hier bereits realisiert. Wer will, schaltet den Ton auf seine HiFi-Anlage und den Bildschirm dunkel oder sieht eben einfach nicht hin – und hört ‚Radio‘.“ (Reetze 1992: 232)

Der Sprecher im Radio könnte nun neben der durch die Stimme übertragenen Persönlichkeit auch visuell präsent sein. Der Produktionsort des Programms könnte nun ebenfalls dargestellt werden, und dem Nutzer so Einblicke in die Entstehung der akustischen Informationen erlauben und die *Black Box* Radio ein wenig transparenter erscheinen lassen.

Die Verbindung des Internets mit dem Hörfunk vermag es, die bisher im Radio präsente Trennung zwischen Bild und Ton aufzuheben. Die isolierte Stimme des Sprechers wird wieder mit einer visuellen Präsenz verbunden und erschafft so einen visuellen Mehrwert.

3.2.2 Die Globalität

Die zumeist technisch bedingte Reichweitenbegrenzung des Radios kann durch die globale Präsenz des Internets aufgehoben werden. Ein zum Beispiel in Deutschland produziertes Radioprogramm könnte auf diese Weise auch in Indien in unverminderter Qualität gehört werden. Geographischer und kultureller Raum wird irrelevant, und die Stimme des Sprechers könnte an die Ohren einer weltweiten Zuhörerschaft gelangen. Die als erste Rundfunksendung der Geschichte angesehene Übertragung von Reginald Aubrey Fessenden im Dezember des Jahres 1906 hatte eine Reichweite von 18 Kilometern (vgl. Ackermann 2001: 46). Die für den Inlandshörfunk genutzte Übertragungsart der Ultrakurzwelle *UKW* besitzt eine mit dem Licht vergleichbare Reichweite, da die Wellen nicht wie bei der Kurz- oder Mittelwelle¹⁶ an der Erdatmosphäre reflektiert werden können. Zusätzlich ist neben der Reichweite auch der Frequenzrahmen eingeschränkt, in Europa zum Beispiel ist der Hörfunk über *UKW* im Bereich von 87,5 bis 108 MHz empfangbar. Dieses Spektrum müssen sich alle in einem geographischen Bereich empfangbaren Radiosender teilen. Durch das Internet ist es nun möglich, beide Begrenzungen zu eliminieren und jedwede Limitierung bezüglich der Reichweite oder der Anzahl der Sendestationen zu durchbrechen. Gerade die Aufhebung des engen Frequenzkorsetts wirkte befreiend auf das Radio. Viele Menschen nutzen nun im Internet die Chance, mit relativ einfachen Hilfsmitteln ihre eigenen, privaten Radiosender zu erstellen¹⁷. Somit entstand eine mannigfaltige Welt von Sendern, die nur im Internet übertragen wurden und jedweder musikalischen Richtung oder inhaltlicher Thematik eine Nische bieten können. Es gibt Sender, die zum Beispiel nur Musik aus Computerspielen im Programm haben¹⁸, Sender mit Einkaufstipps¹⁹ oder auch solche, die als Hauptthema die Vermittlung von Wissen haben²⁰. Auf der anderen Seite treibt die Entwicklung zu freien Radiosendern im Internet auch un-schöne Blüten, wie zum Beispiel Radiosender mit so genannten nationalen oder patriotischen Inhalten²¹. Viele dieser kleinen Sender müssen jedoch oft den Betrieb wieder einstellen, sei es aus Zeitmangel ihrer Betreiber, oder auch wegen entstehender Kosten, zum Beispiels durch die *GEMA*, die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, die auch von den Hobby-Radiobetreibern für das Spielen von kommerzieller Musik Gebühren verlangt. Auch bestimmen aktuelle Tariflisten der *GVL*, der Gesellschaft zur Verwertung von Leistungschutzrechten, seit September 2004 für

¹⁶ Die Qualität der Übertragung ist im Vergleich zu *UKW* niedriger anzusiedeln.

¹⁷ Eine Anleitung für die Erstellung eines eigenen Internet-Radios ist unter anderem unter (MPEX 2005) zu finden.

¹⁸ Siehe auch (Gamingfm)

¹⁹ Siehe auch (Kaufradio 2005)

²⁰ Siehe auch (Wilantis 2005)

²¹ Siehe auch (Tonstörung 2005) und (Freies Radio 2005)

Verwertung von Leistungschutzrechten, seit September 2004 für nichtkommerzielle Veranstalter eine pauschale Mindestgebühr von „€500,- pro Jahr und Kanal.“ (Vgl. GVL 2005) Hinzu kommen natürlich auch noch die Kosten für das im Internet übertragene Datenvolumen, welche auch nicht unterschätzt werden sollten.

„Radioprogramme erhalten eine neue Qualität: Sie verlassen die geographischen als auch die kulturellen und politischen Räume. Sie werden zum Transporteur von Bewusstseinsinhalten, die tief in fremde Kulturen eindringen und dort ihre Wirkung zeigen: Mozart am Amazonas, Hardrock am Himalaya, Hip-Hop für die australischen Aborigines und Heavy Metall [sic] bei den Bantu-Negern. Und Werbung für alle. Die Welt wird damit zunehmend zu einem ‚globalen Dorf‘, auf dessen Marktplatz alles der Öffentlichkeit preisgegeben wird: Kriege und Katastrophen, Kaufzwang und Kulturschock, Politik und Propaganda, Intimes und Indiskretes, aber auch Gutes wie Nützliches.“ (Schwanebeck 2001: 36)

Die bereits angesprochene Funktion des Hörfunks²² als wichtiger kulturbildender Faktor könnte über das Internet nun auch in die entlegensten Regionen dieser Erde gelangen und Menschen den Eindruck anderer Kulturen ermöglichen und so zwischen verschiedenen Kulturen vermitteln. Andersherum wäre es auch machbar, dass ein Zuhörer, der sich nicht in seinem Heimatland aufhält, trotzdem seine bevorzugten Hörfunkprogramme empfangen kann und so ein gewisses heimatliches Gefühl bekommt. Natürlich würde somit auch die Verbreitung von internationalen und regionalen Nachrichten und Informationen auf eine neue Ebene gehoben werden, denn ein Zuhörer in Afrika könnte ebenfalls spezifische lokale und überregionale Neuigkeiten aus anderen Ländern erfahren. Mit dem Eintritt in den virtuellen Raum des Internets lässt das Radio also alle bisherigen räumlichen Begrenzungen hinter sich.

Das Internet kann bisher bestehende, technische Limitierungen des Hörfunks bezüglich Senderanzahl und –reichweite aufheben. Deshalb können theoretisch unendlich viele Radiosender nun eine weltweite, qualitativ hochwertige Rezeption erfahren, die vorher nicht möglich gewesen wäre.

²² Vgl. Kapitel 3.1 dieser Arbeit

3.2.3 Die Interaktion

Ein wichtiger Bestandteil des Internets ist die Möglichkeit des interagierens. Um diese Möglichkeit ranken sich inzwischen vielfältige Thesen, deren Darstellung den Rahmen dieser Arbeit wie überschreiten würde. Daher möchte ich nun eine einfache Definition des Begriffes verwenden, die mir in diesem Rahmen angemessen erscheint.

Der Begriff der Interaktion beschreibt eine wechselseitige Einflussnahme verschiedenster Teilnehmer, sowohl auf verbalem als auch auf nonverbalem Niveau. Eine Interaktion erfordert also stets einen Rückkanal und schließt eine Einseitigkeit aus. Für mich spielt auch der Faktor Zeit eine Rolle, denn meinem Ermessen nach unterscheidet sich die Interaktion von einer Reaktion bezüglich des Zeitrahmens des Geschehens. Eine zeitnahe Aktion, die eine Reaktion erfordert, möchte ich als Interaktion definieren. Ein Mensch spricht zum Beispiel mit anderen Mitmenschen, die sich in seiner unmittelbaren Umgebung aufhalten und bekommt eine sofortige Antwort; Er interagiert mit ihnen. In frühester Zeit wurde die Unmittelbarkeit der Umgebung durch so genannte Rufposten aufgebrochen, in der heutigen Zeit durch die Telefonie. Nun war der Kommunikationspartner nicht mehr in direkter Nähe, aber dennoch fest an den stationären Fernsprecher gebunden. Durch die Mobiltelefone wurde diese feste Ortsbindung erneut aufgehoben, denn mit einem Handy kann von jeglichem Ort aus, an dem ein entsprechendes Netz besteht, telefoniert werden. Eine solche direkte wechselseitige Interaktion war zwischen Sprecher und Hörer im klassischen Radio unmöglich. Der Rezipient kann nicht direkt auf die Aussagen des Sprechers reagieren um einen Dialog zu erwirken. Über den Umweg des Telefons ist es zwar möglich, im Radiostudio anzurufen, die dortige Kontaktperson wird allerdings eher eine Empfangsperson als der Sprecher selbst sein. Ausnahmen sind so genannte *call-in*-Formate, in denen es tatsächlich zu einem Dialog zwischen Radiosprecher und Zuhörer kommt. Ein Beispiel dafür ist die Beratungssendung *Domian*, welche regelmäßig im Westdeutschen Rundfunk übertragen wird. Allerdings kann auch hier nur immer ein Zuhörer auf einmal mit dem Sprecher über das Telefon kommunizieren, alle anderen Zuhörer haben keine Möglichkeit zur Interaktion. Dadurch bleibt das Radio trotzdem immer noch ein Einer-für-Viele-Medium und wird nicht zu dem von Bertolt Brecht geforderten, mehrseitigen Kommunikationsinstrument.

Das Internet bringt dem Hörfunk weitere, direkte Kommunikationsmöglichkeiten nahe. Neben der postähnlichen Möglichkeit, Emails in das Studio zu senden, basiert die Kommuni-

kation im Internet hauptsächlich auf drei Aspekten, dem *Chat*, dem *virtuellen Gästebuch* und dem *Forum*.

Der Begriff *Chat* wurde von dem englischen Wort *to chat*, was plaudern bedeutet, abgeleitet. Das Nutzen eines *Chat*, oder eingedeutscht *chatten*, umschreibt eine direkte, textbasierte Unterhaltung zwischen zwei oder mehreren Personen über das Internet. In den meist thematisch festgelegten *Chatrooms* treffen sich mindestens zwei, theoretisch aber unbegrenzt viele Nutzer zu einem textuellen Gespräch. Sätze werden über die Tastatur eingegeben und am Bildschirm abgelesen. Es gibt sogar eine Art Mimik-Ersatz, bei dem Gesichtsausdrücke durch kleine Bilder, die so genannten *Emoticons*, repräsentiert werden. So könnte ein reger zeitnahe Meinungsaustausch entstehen, an dem sich auch der Sprecher im Studio beteiligen könnte. Denn in einen *Chat* könnten die Zuhörer unter anderem Vorschläge zur Programmverbesserung, musikalische Wünsche oder ähnliches schreiben, auf die der Moderator der entsprechenden Sendung sofort eingehen könnte. Genauso wären Diskussionen über Themen aus dem aktuellen Programm denkbar, wie zum Beispiel die Nachrichten.

Im Gegensatz zum *Chat* ermöglicht das virtuelle *Gästebuch* keine Kommunikation in Echtzeit. Wie die auch in der Realität vorhandenen Gästebücher dienen ihre virtuellen Pendant dem Zweck, es dem Nutzer zu ermöglichen, auf einer Internetseite seinen Namen und eine kurze Nachricht zu hinterlassen. Im Unterschied zu den realen werden viele *virtuelle Gästebücher* von den Betreibern der entsprechenden Seiten oftmals kommentiert, das heißt sie äußern sich konkret zu den gemachten Beiträgen. Andere Nutzer des *virtuellen Gästebuchs* äußern sich jedoch so gut wie nie zu gemachten Einträgen. Somit wird zwar keine richtige und zeitnahe Kommunikation ermöglicht, aber doch zumindest eine Reaktion. So könnten auch hier Verbesserungsvorschläge von Seiten der Hörer unterbreitet werden, eine Antwort jedoch kann überhaupt nicht oder zumindest nicht in nächster Zeit erwartet werden, und eine Diskussion ist somit zumeist ausgeschlossen. Daher würde sich ein *virtuelles Gästebuch* im Bezug auf das Internet eher für allgemeines Lob oder Kritik eignen, die nicht in direktem Bezug auf eine bestimmte zukünftige Sendung stehen.

Ein *Forum* stellt eine Zwischenform von *Chat* und *virtuellem Gästebuch* dar. Es arbeitet nicht in Echtzeit wie ein *Chat*, da es hauptsächlich eine Plattform für einen asynchronen Meinungsaustausch bietet. Im Gegensatz zum *virtuellen Gästebuch* jedoch ist ein Forum für Diskussionen mit anderen Nutzern ausgelegt. Das bedeutet also, dass ein *Forum* zwar eine Interaktion mit anderen ermöglicht, diese allerdings nicht in einen direkten zeitlichen Rahmen

setzt. Es wird folglich eine Antwort erwartet, aber nicht sofort. Das *Forum* als Bindeglied zwischen *Chat* und *virtuellem Gästebuch* eröffnet dem Nutzer auch ebenfalls die Möglichkeit zu konstruktiver Kritik und zur Interaktion mit den Radiomachern. Dies erfordert allerdings auch Geduld bezüglich der Erwartung einer Antwort. Somit ist ein *Forum* ein brauchbares Interaktionswerkzeug, wenn eine Beantwortung im Laufe einer Diskussion nicht dringlich ist, zum Beispiel falls zwischen ähnlichen Sendungen einige Zeit zum Ausüben von Lob oder Kritik liegt, oder wenn eine Thematik nicht immanent behandelt werden muss.

Diese drei Instrumente der Interaktion respektive Reaktion könnten dem Hörfunk eine enge Bindung an den Hörer bescheren. Insbesondere der *Chat* und das *Forum* kommen Brechts Vision von einem „Kommunikationsapparat“ (Brecht 1967: 129) am Nächsten, da sie eine größtenteils direkte Interaktion sowohl mit den Machern des Radios, als auch mit anderen Hörern ermöglichen und damit aus dem Hörfunk in gewissem Rahmen ein Viele-für-Viele Medium machen könnten. Natürlich dringen auch so immer noch nicht die Stimmen des Hörers aus dem Lautsprecher, denn das Radio wird immer noch konsumiert, ohne dass der Hörer zu einem wirklichen Produzenten wird. Dennoch wird durch das Internet eine Kommunikation ermöglicht, die in Verbindung mit dem parallel ablaufenden Radio einen Mehrwert für einen thematischen Meinungs Austausch erzeugt.

Somit ist festzustellen, dass der Hörfunk erst den virtuellen Raum betreten musste, um sich seinem Brechtschen Lebenssinn annähern zu können.

Die interaktiven Möglichkeiten des Internets befähigen den Hörfunk, direkter und konkreter auf seine Nutzer einzugehen und ihre Ideen und Vorschläge zu erörtern und gegebenenfalls umzusetzen. Des Weiteren gibt das Programm des Radios auch viele thematische Richtungen für weiterführende Diskussionen vor, die der Erörterung verschiedenster Perspektiven und damit nicht zuletzt zur individuellen Meinungsbildung dienen könnten.

3.2.4 Nachteile des Internet-Radios

Ein großer Nachteil des Internet-Hörfunks gegenüber der klassischen terrestrischen Ausstrahlungsart ist die Mobilität. Empfangsgeräte für Radiowellen sind in heutiger Zeit in einer kleinen und handlichen Form verfügbar, die überall mit hingenommen werden können²³. Mit dem Internet gestaltet sich dies ungleich schwerer, da die für den Zugang zum Internet notwendigen Computer meistens noch zu sperrig für die Jackentasche sind. Außerdem ist für einen Zugang zum Internet noch oftmals ein stationärer Anschluss von Nöten, über den sich per Kabel das weltweite Netzwerk eröffnen kann. Als Alternative zum Einsatz eines Kabels bieten sich funkgestützte *WLAN*- oder *Bluetooth* - Lösungen an, also kabellose Funknetzwerke, welche allerdings auch noch nicht flächendeckend Angeboten werden. Neben den kleinen Mini-PCs genannt *Personal Digital Assistants*, kurz *PDA*s, die auch auf ein Funknetz als Zugang zum Internet angewiesen sind, ist es seit kurzem auch möglich, mit so genannten *Smartphones* Webradio zu empfangen. Diese *Smartphones*, oder auch *Mobile Digital Assistant* kurz *MDA*, stellen eine Kombination aus Mobiltelefon und *PDA* dar und ermöglichen einen nur vom Netz des Telefonanbieters abhängigen Zugang zum Internet und somit auch zum Cyberradio. Natürlich entstehen hier Kosten für die Nutzung des Internets genauso wie für die Anschaffung eines entsprechenden Geräts. Ein handliches, batteriebetriebenes Radio mit terrestrischer Antenne ist heute schon für etwa fünf Euro zu haben, und selbst eine eventuell hinzukommende Gebühr der Gebühreneinzugszentrale *GEZ* wird nicht einmal eine annähernd hohe Investition notwendig machen. Somit ist meiner Ansicht nach diese Art des mobilen Webradiokonsums noch nicht wirklich praktikabel.

Beim Internet-Radio kann es auch unter Umständen zu Engpässen in der Übertragungsbandbreite kommen. Beim terrestrischen Radio ist es egal, wie viele Menschen zuhören. Beim Webradio liegt der Sachverhalt anders, denn die Anzahl der Zuhörer ist stets durch die zur Verfügung stehende technische Bandbreite bezüglich der Übertragungsrate des Senders begrenzt, da jeder Zuhörer die entsprechenden Daten der Radioübertragung, des so genannten Streams, transferiert bekommen muss. Inzwischen wird diese Gefahr des Bandbreiten-Engpasses jedoch durch verschiedene weiterentwickelte Technologien größtenteils verhindert.

²³ Vgl. Kapitel 3.1 dieser Arbeit.

3.3 Beispiele aus der aktuellen Realität des Internet-Radios

Praktisch jeder größere Radiosender kann inzwischen nicht mehr auf eine Präsentation im Internet verzichten. Vier dieser Auftritte möchte ich nun als Beispiel für die derzeitige Kombination der beiden Medien Hörfunk und Internet, also einer Mediensynthese zweiter Ordnung, anführen.

Das duale Rundfunksystem in Deutschland sieht eine strikte Trennung von öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Sendeanstalten vor, daher möchte ich zunächst aus beiden Bereichen ein bekannteres Beispiel darlegen. Die Verschiedenartigkeit beider Seiten des deutschen Rundfunksystems machen einen direkten Vergleich unmöglich. Die Internetpräsenzen aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich müssen kosten- und fremdwerbefrei sein, während die privaten auf ihren Internetseiten auch durchaus kommerziellen Nutzen ziehen können. Die öffentlich-rechtlichen Sender finanzieren sich im Wesentlichen durch die Rundfunkgebühren, die durch die Gebühreneinzugszentrale von jenen Bürger Deutschlands erhoben werden, die ein Empfangsgerät (Radio, Fernseher und ab 2007 auch Computer mit TV-Karte) bereithalten und nicht von der Gebühr befreit sind. Außerdem darf bis zu einem bestimmten Grade auch Werbung ausgestrahlt werden. Öffentlich-rechtliche Sender dürfen jedoch keinen Gewinn im privatwirtschaftlichen Sinne erwirtschaften, so dass eventuell entstehende Überschüsse zur Deckung möglicher Defizite herangezogen werden müssen. Die Rundfunkgebühr ist in der Regel für einen Zeitraum von vier Jahren (Gebührenperiode) so festgelegt, dass am Ende kein Überschuss erwirtschaftet wird. Ergeben sich trotzdem Überschüsse am Ende einer Gebührenperiode, so werden diese Mittel finanzbedarfsmindernd auf die folgende Gebührenperiode angerechnet. Alle Einnahmen dürfen nur für den fortgeführten Betrieb der Rundfunkhäuser verwendet werden, eventuell entstehende finanzielle Überhänge werden somit ebenfalls nur für den Programmbetrieb eingesetzt. Diese Restriktionen treffen auf die privat-kommerziellen Sender nicht zu.²⁴

Die "Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland GmbH & Co. KG", im folgenden *FFN* genannt, ging 1986 mit dem ersten privaten Radiosender in Niedersachsen, *Radio FFN*, on air.²⁵ Heute ist aus diesem Projekt der beliebteste private Hörfunksender ganz Niedersachsens erwachsen. (Vgl. Media Analyse 2005) *Radio FFN* widmet sich einer Zielgruppe in einer

²⁴ Vgl. den Rundfunkstaatsvertrag unter <<http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000712,00.pdf>>

²⁵ Im Folgenden möchte ich *FFN* und *Radio FFN* synonym benutzen.

Altersspanne von 20 – 39 Jahren, und spielt so genannte Hot AC²⁶ Musik, also auf den zeitgenössischen, aktuellen Höreergeschmack abgestimmte Popmusik (Vgl. FFN 2005a).



Abbildung 7: Die Startseite von <http://www.ffn.de>

Das dritte Hörfunkprogramm des öffentlich-rechtlichen Südwestrundfunks SWR, im Folgenden SWR3 genannt, hat sich auf eine ähnliche Zielgruppe spezialisiert, nämlich auf „Erwachsene ab 14 Jahren“. (Vgl. SWR3 2005a) Dementsprechend wird auch hier das Hot AC Format genutzt.

²⁶ AC steht hierbei für adult contemporary, also zeitgenössische Erwachsenen-Musik. Hierbei wird meistens eine musikalische Zeitspanne von etwa 20 Jahren einberaumt. Hot AC ist also demnach topaktuelle zeitgenössische Musik.



Abbildung 8: Die Startseite von <<http://www.swr3.de>>

Sowohl *SWR3* als auch *Radio FFN* sind im Internet vertreten, und beide bieten die so genannte Simulcast-Übertragung an, die sowohl einen analog-terrestrische Empfang über Antenne als auch eine gleichzeitige digitale Verbreitung via Internet ermöglicht. (Vgl. *SWR3 2005b* und *FFN 2005b*)

Beide Sender bieten gleichermaßen direkt auf der Eingangsseite die Möglichkeit, den Titel des aktuell hörbaren Musikstückes abzulesen, *SWR3* bietet sogar falls vorhanden ein Bild des entsprechenden Covers des Tonträgers an. Durch die Auswahl der Option ‚Webradio‘ (*SWR3*) oder ‚Playlist‘ (*FFN*) können auch die Titel der zwei (*SWR3*) oder drei (*FFN*) vorhergegangenen Lieder abgelesen werden, und zusätzlich ermöglichen es beide Sender, eine minutengenaue Musikrecherche für das Programm der zurückliegenden zwei Wochen durchzuführen. Hier sind allerdings auch bereits die ersten Unterschiede zu erkennen, denn *Radio FFN* bietet zu jedem Lied eine anklickbare Verknüpfung, die ein neues Fenster mit dem entsprechenden Titel aus dem Sortiment eines großen Internet-Versandhandels aus dem Bereich des *E-Commerce*²⁷ öffnet. Beim öffentlich-rechtlichen Sender *SWR3* ist eine Kommerzialisierung nicht zu finden, da diese durch den Rundfunkstaatsvertrag untersagt ist. Neben den Verknüpfungen der gespielten Musiktitel zu einem entsprechenden Händler ist es im Rahmen der Internetpräsenz von *FFN* noch möglich, Klingeltöne und Hintergrundbilder für Mobiltelefone zu erwerben sowie in einem eigenen Internet-Shop Sender-Devotionalien wie Jacken, Taschen, T-Shirts, Tassen oder Mützen käuflich zu erwerben. All dies ist bei *SWR3* aus dem

²⁷ *E-Commerce* ist der geläufige Begriff für elektronischen Handel über das Internet.

oben genannten Grund nicht machbar. Das Beispiel von *Radio FFN* zeigt jedoch schon einen deutlichen Mehrwert des Internets bezüglich der Wertschöpfungskette vor allem im Musikabsatz. Durch das Radio kann nunmehr die Musik nicht nur durch den Sender präsentiert und vorgestellt, sondern auch einfach per Mausklick vom Nutzer gekauft werden. So rücken durch das Internet im Bereich des privat-kommerziellen Radios der Markt und der Endkunde näher zusammen und der Einkauf wird komfortabler. Der Kunde muss sich nun nicht mehr in ein Geschäft begeben oder im Internet einen Versandhandel auswählen, dies geschieht nun schon alles im Vorfeld durch entsprechende Kooperationen zwischen privaten Radiostationen und Händlern.

Bei *SWR3* wird anstelle des *E-Commerce* eine andere Option bezüglich der aktuellen Musiktitel geboten: Ein Musiklexikon. Dieses öffnet sich bei einem Klick auf den Titel des aktuellen Liedes, und kann reichhaltige Informationen wie eine Biografie, eine Discografie und oftmals sogar die Liedtexte anbieten. Auf diese Weise kann dem Nutzer bei gegebenem Interesse eine notwendige Recherche auf anderen Seiten im Internet oder gar in einschlägigen Print - Enzyklopädien erspart werden. Dies stellt also in gewissem Rahmen einen Ausgleich des kommerziellen Angebots des privaten Hörfunks durch Inhalte dar.

Beide Netzauftritte bieten die Möglichkeit, aktuelle Nachrichten und Verkehrsinformationen zu lesen, nicht gebunden an die Uhrzeit, und somit unabhängig vom Programmablauf des Radios. Dieser legte es zuvor fest, wann der Zuhörer Nachrichten hören kann; Nun kann der Nutzer dies selber entscheiden. So wird also die programmgebundene, starre Informationsstruktur aufgelöst und der Zuhörer bekommt durch die Synthese von Internet und Hörfunk mehr eigenständige Handlungsmöglichkeiten. Insbesondere bei *SWR3* ist dieses Angebot deutlich ausgeprägt, denn die Informationsbreite umfasst nicht nur Nachrichten oder Verkehrsinformationen, sondern auch kulturelle Elemente wie sofort abrufbare Kino- und Literaturtipps.

Sowohl *FFN* als auch *SWR3* bieten nähere, bebilderte Informationen zu Moderatoren und Machern, die Distanz des Hörers zu der Stimme im Radio kann so verringert werden, und der Hörer kann bis zu einem gewissen Grad auch den Menschen auf der anderen Seite des Empfangsgerätes kennen lernen. *Radio FFN* bietet zusätzlich noch einen mit der Maus anklickbaren, aus Grundrissen und Bildern bestehenden, interaktiven Rundgang durch das Funkhaus sowie eine *Webcam* ins Studio, die alle vier Sekunden ein aktualisiertes Bild präsentiert, und

so den Ton des Radios eng mit optischen Eindrücken verbindet, und damit einen Schritt in Richtung Fernsehen geht.

Der Brechtschen Forderung des Radio als „Kommunikationsapparat“ (Brecht 1967: 129) wird von beiden Internetauftritten ebenfalls näher gekommen, denn sowohl *SWR3* als auch *Radio FFN* bieten verschiedene Interaktionsmöglichkeiten. Bei beiden ist ein Chat vorhanden, also wie zuvor beschrieben eine direkte, textbasierte Unterhaltung. Für den *Chat* des *SWR3* ist eine Anmeldung mit einem spezifischen Nutzernamen (genannt *Nick*, abgeleitet von dem englischen Wort *Nickname*, welches Spitzname bedeutet) Voraussetzung, bei *FFN* ist dies nicht unbedingt von Nöten. Jedoch eröffnet die Registrierung bei *Radio FFN* dem Nutzer noch zusätzliche Möglichkeiten, wie ein persönliches *Gästebuch* oder den Zugang zu einem *Forum*.

Jedoch dienen die *Chat*-Programme bei beiden Sendern nur als Kommunikationsebene für die Nutzer, die Radiomacher betreten den *Chat* nur selten oder gar nicht²⁸, und eine direkte Einflussnahme des Hörers auf das Programm ist folglich unmöglich. Somit können sich, von wenigen Ausnahmen abgesehen, ausschließlich nur die Hörer untereinander austauschen, die Kommunikation mit Moderatoren bleibt, wie beim terrestrischen Radio auch, weitestgehend mangelhaft. Aber selbst der Austausch zwischen den Hörern ist ein Element, welches das klassische Radio nicht leisten konnte, und ist somit der Mediensynthese zuzurechnen. Ein durch die Zielgruppenfunktion des Radiosenders zusammengebrachtes Publikum bekommt durch die Verbindung mit dem Internet eine Plattform zur (wenn auch eingeschränkten) zwischenmenschlichen Interaktion. Diese Gruppe, deren Bindeglied ein gemeinsames Interesse ist (in diesem Fall der Radiosender), nennt man im Internet auch *Community*. Somit ist meiner Ansicht nach der Zweck sowohl der *Community* von *SWR3* als auch der von *FFN* nicht die direkte Stärkung des Einflusses auf das Programm durch den Hörer, sondern eher die Hörerbindung an den jeweiligen Sender.

SWR3 bietet zudem noch die Möglichkeit des Versendens einer direkten Nachricht in das Studio, und eröffnet mittels eines vorgefertigten Formulars die Übersendung von Wunschlchern durch den Hörer. Beide Optionen geben jedoch nicht die Möglichkeit zu einer zweiseitigen Interaktion, da der Nutzer nicht unbedingt eine direkte Antwort bekommt, und daher auch nicht sicher sein kann, ob seine Vorschläge oder Wünsche überhaupt umgesetzt werden.

²⁸ Während meiner regelmäßigen Besuche in den *Chats* beider Sender im Zeitraum vom 1.6.2005 bis zum 10.9.2005 konnte ich dies feststellen.

Natürlich bieten beide Seiten noch mehr Informationen und Inhalte, deren vollständige Darstellung allerdings den Rahmen dieser Arbeit sprengen würden; Ich möchte soweit nur festhalten, dass die Verbindung eines terrestrischen Hörfunksenders mit dem Internet auch in der heutigen Praxis durchaus Vorteile und Mehrwerte für den Nutzer bieten kann.

Neben den beiden vorgestellten Lösungen für eine Simulcast-Übertragung möchte ich noch zwei andere Beispiele für Radio im Internet kurz vorstellen.

Durch die Verbreitung steigender Bandbreiten wurde es möglich, relativ unproblematisch Radiosender zu erstellen, die ausschließlich im Internet übertragen. Ein Beispiel dafür ist das Webradio *Orange* (vgl. Radio Orange 2005). Dieses ist kein professionelles Radio, wird also von seinen Machern in freiwilliger Arbeit erstellt. Wie die meisten so gearteten Webradios zielt *Radio Orange* auf eine musikalische Nische ab, in diesem Fall hauptsächlich auf den Bereich der Rock- und Metalmusik. Wie die zuvor beschriebenen *Simulcast*-Sender bietet auch *Radio Orange* die Möglichkeit, unabhängig vom Programmplan Neuigkeiten zu lesen, per Formular Musikwünsche zu übermitteln und in einem *Forum* mit anderen Hörern zu diskutieren. Was diese Art der Hobby-Radios jedoch im Gegensatz zu den bereits beschriebenen auszeichnet, ist eine weitaus höhere Möglichkeit zur tatsächlichen Interaktion zwischen Nutzer und Macher. Diese manifestiert sich bei *Radio Orange* vor allem in zwei Elementen: dem *IRC* und dem *Teamspeak*. Der *IRC*, also der *Internet Relay Chat*, ist wie alle zuvor beschriebenen *Chats* eine Option für textbasierte Kommunikation. Im Gegensatz zu den vorher beschriebenen Systemen ist der *IRC* jedoch nicht Teil des *World Wide Web*, und wird dementsprechend nicht mittels eines *Browsers* genutzt, sondern erfordert eine spezielle Software. Im Rahmen des *IRC* ist es jedem Nutzer möglich, ohne großen Aufwand eigene thematische Gesprächsrunden, die so genannten *Channels*, zu eröffnen. *Radio Orange* bietet seinen Nutzern einen eigenen *Channel* an, in dem sich parallel zur laufenden Sendung neben anderen Hörern auch der jeweilige Moderator aufhält, und so einen direkten Austausch ermöglicht. So vertraute mir einer der *Radio Orange* Moderator ‚maikmusik‘²⁹ im *IRC-Channel* des Senders an: „man [sic!] sollte als mod [Moderator, Anmerkung des Autors] schon auf die listener [Hörer, Anmerkung des Autors] eingehen und da ist da [sic!] irc der direkte draht“.

Weiterhin bietet *Radio Orange* auch das so genannte *Teamspeak* (vgl. Teamspeak 2005) an. Dabei handelt es sich um eine Software, die es Internet-Nutzern ermöglicht, per Kopfhörer und Mikrofon miteinander zu reden, wobei der Aufbau dem des *IRC* ähnelt, da auch hier eine

²⁹ Die Moderatoren treten unter so genannten *Nicks*, also Spitznamen, auf.

thematisch festgelegte *Channel*-Struktur vorhanden ist. So ermöglicht *Radio Orange* seinen Nutzern, nicht nur per Text untereinander oder mit den Moderatoren zu kommunizieren, sondern auch mittels der Sprache. Außerdem wird es so machbar, dass die Hörer mittels *Teamspeak* direkt in die laufende Sendung geschaltet werden, ähnlich dem Telefonanruf beim klassischen Radio. Dennoch gehen ehrenamtlich betriebene Webradios wie *Radio Orange* bezüglich der Interaktion mit den Hörern einen Schritt weiter als die großen, kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Funkhäuser, und nutzen somit die Strukturen des Internets weitaus besser.

Als letzte Form des Radios im Internet möchte ich kurz ein so genanntes personalisierbares Radio vorstellen. Der Internet-Dienstleister *Yahoo!* hat mit seinem *Launchcast* (vgl. *Launchcast 2005*) einen Webradio-Sender im Angebot, der es seinen Nutzern ermöglicht, ihr ganz persönliches Programm nach eigenem Ermessen zu bestimmen. Dies funktioniert auf Basis eines Bewertungssystems, bei dem der Nutzer einzelne Musiktitel mittels einer Skala von Eins bis Vier bewerten oder ganz vom Programm ausschließen kann. Der Bewertung durch den Nutzer folgend werden dann durch den Hörer als schlecht eingestufte Musiktitel weniger gespielt als solche, die eine positive Bewertung erfahren haben. Allerdings ist dies natürlich durch eine vorgegebene Auswahl an Musiktiteln aus lizenzrechtlichen Gründen eingeschränkt, redaktionelle Wortbeiträge und Moderationen gibt es keine. Dadurch ähnelt *Launchcast* eher einer virtuellen HiFi-Anlage, die zufällig Titel auswählt, als einem tatsächlichen Radiosender.

Aktuelle Radiopräsenzen im Internet scheinen neben der Radioübertragung auch die Hinzugewinne durch das Internet ausnutzen zu wollen. Hinsichtlich *Simulcast* wird auf öffentlich-rechtlicher Seite hauptsächlich ein Mehrwert von nicht sendungsgebundener Information übermittelt, während private Sender eher dazu tendieren, neue Möglichkeiten in der Wertschöpfungskette zu erschließen. Auf der anderen Seite wird bei nur im Internet übertragenden, nichtkommerziellen Hobbysendern zumeist auf die Ausnutzung der technischen Möglichkeiten zwecks einer engen Interaktion zwischen Machern und Hörern abgezielt, die bei *Simulcast*-Stationen oftmals vernachlässigt wird.

4. Die Umfrage

4.1 Grundlegendes

Im Rahmen dieser Masterarbeit führte ich eine Umfrage bezüglich des Hörfunks durch, mit Schwerpunkt auf der Nutzung des Internet-Hörfunks. Mein vorrangiges Ziel war es herauszufinden, ob Nutzer der Verbindung von Radio und Internet einen Unterschied zum klassischen Hörfunk feststellen können. Es galt also zu ermitteln, ob die Mediensynthese nicht nur theoretisch einen Mehrwert erbringt, sondern auch praktisch, und ob sich dementsprechend das Nutzungsverhalten des Internet-Radios gegenüber dem klassischen Hörfunk verändert oder ob das Radio im Internet im Endeffekt nicht mehr als nur das klassische Medium in einem neuen Gewand ist.

Um direkt eine entsprechende Zielgruppe erreichen zu können, entschied ich mich für eine Online-Umfrage im Internet, programmiert in *HTML*³⁰ und *PHP*³¹ mit Anbindung an eine *SQL*³²-Datenbank. Durch die Platzierung der Umfrage im Internet konnte ich nämlich direkt den Kreis der teilnehmenden Personen auf Internet-Nutzer einschränken. Zudem eröffneten mir die Strukturen des Internets noch die Möglichkeit, in Radio- und Internet-Radio-spezifischen *Foren* direkt auf diese Umfrage hinzuweisen, und so unmittelbar Nutzer des Webradios anzusprechen.

Der Fragenkatalog umfasst inklusive des statistischen Teils fünfzehn Fragen, von denen in einer vollständigen Beantwortung des Fragebogens mindestens neun, und höchstens eben fünfzehn Fragen bearbeitet werden sollten. Diese beiden unterschiedlichen Fragenanzahlen resultieren daher, dass ich eine Trennung zwischen Teilnehmern, die ausschließlich Internet-Radio nutzen und zwischen Teilnehmern, die sich sowohl des klassischen Hörfunks als auch des Webradios bedienen, vornahm. Denn ich zielte in der Konzeption der Fragen auch auf einen Vergleich der beiden Hörfunk-Arten ab, den wohl nur Teilnehmer der Umfrage leisten können, die auch beide Arten nutzen. Dementsprechend fiel die Beantwortung des Fragebogens für Radiohörer, die ausschließlich das Webradio nutzen, etwas kürzer aus. Teilnehmer, die entweder nur das klassische oder eventuell sogar gar kein Radio hören, konnten den Fragebogen nach der ersten, die Zielgruppe bestimmenden, Frage nicht fortfahren.

³⁰ *HTML*, die ‚Hypertext Markup Language‘, ist eine Auszeichnungssprache zur Erstellung von Dokumenten im Internet.

³¹ *PHP*, der ‚Hypertext Preprocessor‘ ist eine Skriptsprache zur Erstellung dynamischer Internetseiten

³² *SQL*, die ‚Structured Query Language‘, ist eine Programmiersprache, die in Datenbanken zum Einsatz kommt.

Unter den jeweils neun oder fünfzehn Fragestellungen befanden sich unterschiedlich konzipierte Antwortmöglichkeiten. Ohne den statistischen Teil gab es unter den geschlossenen Fragen³³ drei mit vorformulierten alternativen Antworten und die Übrigen waren Fragen mit einer intensitätsmäßigen Abstufungsmöglichkeit von Null bis Vier. Zudem gab es ebenfalls noch eine offene Frage ohne Vorgaben, die mit einem Feld zur freien Texteingabe versehen war.

Der zeitliche Rahmen der Erhebung, welche unter <http://www.mediensynthese.de.vu> erreichbar war, belief sich auf einen Monat, und zwar vom 1.7.2005 bis zum 30.7.2005. Insgesamt beteiligten sich 407 Personen an der Umfrage, von denen 320 den Fragebogen vollständig bearbeiteten und somit ausgewertet werden konnten; Die Abbrecherquote liegt demnach bei 21,38%.

Von diesen 320 Personen wurden in der ersten Frage bereits 108 herausgefiltert, da sie wie oben beschrieben, entweder nur das klassische (67 Teilnehmer, also 20,94%) oder eventuell sogar gar kein Radio hörten (41 Teilnehmer, also 12,81%).

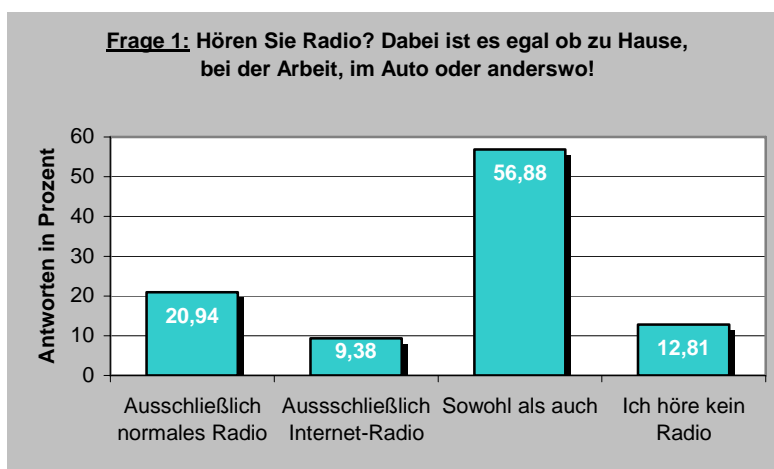


Tabelle 1: Hören Sie Radio?

Somit verblieb eine Summe von 212 ausschließlich Internet-Radio (30 Teilnehmer, also 14,15%) und sowohl klassischen Hörfunk als auch Webradio hörenden Teilnehmern (182 Teilnehmer, also 85,85%), die die Grundlage für die folgende Auswertung bilden.

Die 212 Teilnehmer setzten sich aus 30 Frauen (14,15%) und 182 Männern (85,85%) zusammen. Eine Auswertung bezüglich der Altersgruppen ergab, dass 42 der Teilnehmer zwi-

³³ Der Terminus der geschlossenen Frage beschreibt eine Fragestellung, bei der die Antwortmöglichkeiten bereits vorgegeben sind.

schen 0 und 19 Jahren alt waren (19,81% von der Gesamtzahl n=212, davon waren wiederum 4 Teilnehmer weiblich, also 9,52% der 0 bis 19 Jährigen), 65 der Teilnehmer zwischen 20 und 29 (30,66%, davon waren 12 Teilnehmer weiblich, also 18,46%), 53 der Teilnehmer zwischen 30 und 39 (25%, davon waren 3 Teilnehmer weiblich, also 5,66%), 31 der Teilnehmer zwischen 40 und 49 (14,62%, davon 7 Frauen, also 22,58%), 16 der Teilnehmer zwischen 50 und 59 (7,55%, davon 1 weibliche Teilnehmerin, also 6,25%), und über 60 Jahre alt waren 3 der Teilnehmer (1,41%, davon 2 Teilnehmerinnen, also 66,67%), während 2 Personen die Angaben zum Alter verweigerten (0,94%, davon 1 Frau, also 50%).

Dies zeigt eine deutlich stärkere Beteiligung von Männern an der Umfrage, die sich durch fast alle Altersschichten zieht. Dieses Ergebnis kann jedoch nicht als für die allgemeine Internetnutzung repräsentativ angesehen werden, da unter anderem die Umfrage des Statistischen Bundesamts keinen solch großen Unterschied beim Gebrauch des Internets bezüglich der Geschlechter aufweist. (Vgl. Destatis 2004)

Ich möchte daher weiterhin keine Trennung zwischen Geschlecht und Alter vornehmen. Ich werde nur allgemein von Radionutzern sprechen, und kein Augenmerk darauf legen, welchem Geschlecht oder welcher Altersgruppe sie angehören.

Screenshots der Umfrage sind in Anhang A dieser Arbeit zu finden, und einen vollständigen Überblick über die Ergebnisse der Umfrage gibt Anhang B.

4.2 Die Darstellung der Ergebnisse

4.2.1 Fragen zum Vergleich zwischen Webradio und normalem Hörfunk

Die Summe der Teilnehmer, die bei dieser Erhebung angaben, sowohl das klassische Radio als auch das Internet-Radio zu nutzen, belief sich auf 182 Personen, also 85,85% aller beteiligten 212 Nutzer des Webradios. Es findet also keine Polarisierung zwischen den Übertragungsarten statt, vielmehr ist eine Parallelität der Fall, woraus sich nun die Frage ergibt, ob das Webradio den klassischen Hörfunkkonsum gegebenenfalls zumindest beeinflussen kann.

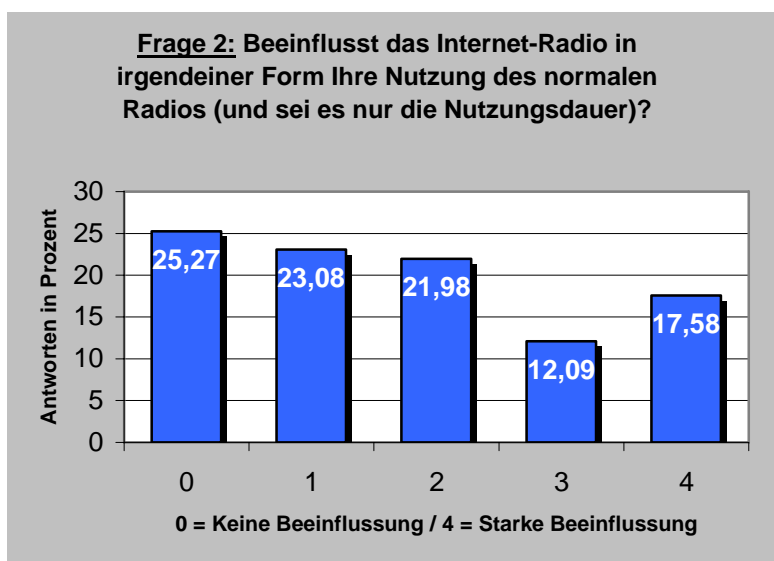


Tabelle 2: Beeinflusst das Internet-Radio Ihre Nutzung des normalen Radios?

Die Antworten auf diese Frage präsentieren sich eindeutig. Fast die Hälfte (48,35%) der Antworten zeigen keine oder nur eine leichte Beeinflussung, wohingegen nur 29,67% eine erhöhte bis starke Beeinflussung aufweisen. Allerdings ist durch die Stärke der mittleren Position auch eine erhebliche Unentschlossenheit festzustellen. Wenn also kaum eine Einflussnahme des Internet-Radios bezüglich der Nutzung des normalen Hörfunks stattfindet, könnte es sich als interessant erweisen, ob eine Hörfunk-Weise von den Nutzern beider Arten insgesamt stärker verwendet wird als die andere, oder ob auch bei der Nutzung eine gewisse Gleichmäßigkeit der Fall ist.

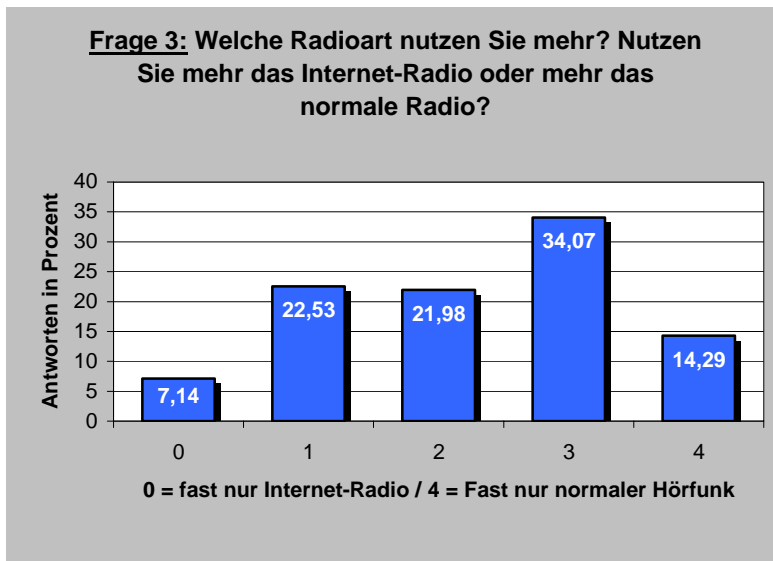


Tabelle 3: Welche Radioart nutzen Sie mehr?

Hier zeigt sich eine deutliche Tendenz zum klassischen Hörfunk. Eine fast ausschließliche Nutzung wird auf beiden Seiten der Empfangsart kaum betrieben, wobei die alleinige Nutzung des terrestrischen Radios mit dem doppelten prozentualen Anteil noch als weitaus höher zu beziffern ist als die es Internet-Radios. Am deutlichsten sind hier die Tendenzen ausgeprägt, und am stärksten unter ihnen die zum althergebrachten Radioempfang.

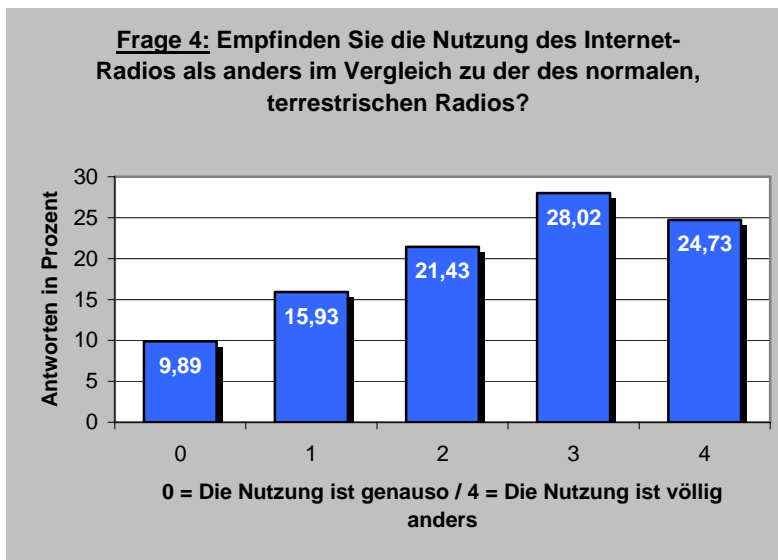


Tabelle 4: Empfinden Sie die Nutzung des Internet-Radios als anders?

Offenbar wird die Verwendung der Mediensynthese zwischen Internet und Radio tatsächlich als stark unterschiedlich zum klassischen Hörfunk empfunden. Mehr als die Hälfte (52,75%) der Teilnehmer an dieser Erhebung konstatieren dem Webradio eine leichte bis stark abwei-

chende Einsatzweise hinsichtlich des normalen Radios, während nur 25,82% der Nutzer sowohl des Webradios als auch des traditionellen Hörfunks die Gebrauchsweise als genauso oder zumindest ähnlich empfinden. So ist nun zu fragen, ob das Radio im Netz mehr und anderes anbieten kann, als es der übliche Hörfunk tut, um eine solche Andersartigkeit in der Verwendung zu erreichen.

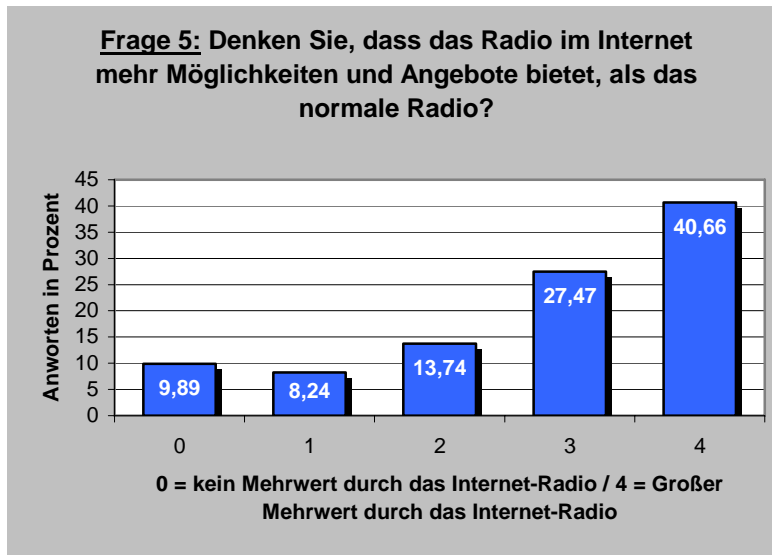


Tabelle 5: Hat das Radio im Internet mehr Möglichkeiten und Angebote?

Die Antwort fällt eindeutig aus, denn 68,13% Hörer des Webradios und des normalen Hörfunks bescheinigen dem Internet-Radio einen leichten bis großen Mehrwert an Leistungen, den der klassische Rundfunkempfänger anscheinend nicht bieten kann. Die Strukturen des globalen Netzwerks eröffnen dem Radio also in ihrer multimedialen Verbindung einen starken Zugewinn an Möglichkeiten, die zur Verwendung bereitstehen. Nur ist alleine die Bereitstellung eines Mehrwertes nicht ausreichend, da letztendlich der Nutzer durch seinen Gebrauch der Angebote über deren Bedeutung entscheidet. Also gilt es nun zu hinterfragen, ob entsprechende Potentiale des Webradios genutzt werden, oder eben nicht.

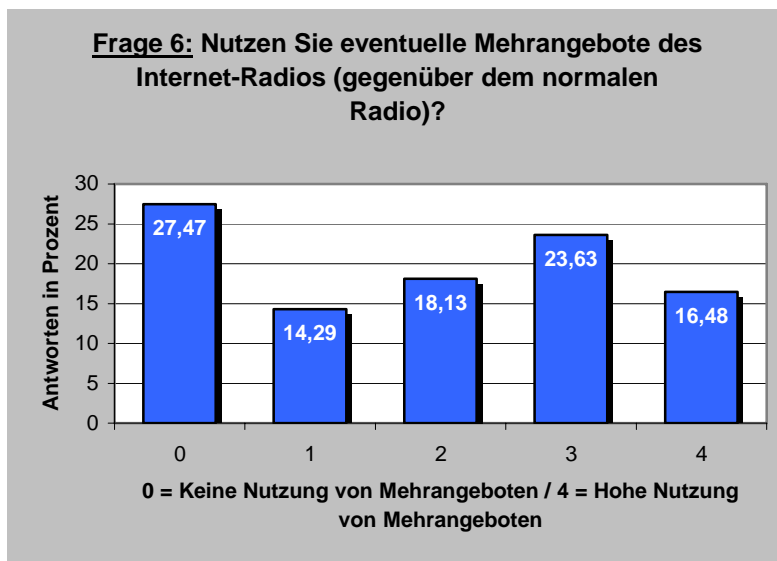


Tabelle 6: Nutzen Sie die Mehrangebote des Internet-Radios?

Dieses Ergebnis ist überraschend, denn so scheint doch ein ungefähres Gleichgewicht zwischen Nutzung und Nichtanwendung der Mehrangebote zu existieren. 41,76% der sowohl Hörfunk als auch Internet-Radio konsumierenden Teilnehmer gebrauchen die Angebote kaum oder gar nicht, während 40,11% die Offerten des Webradios nutzen. Hierbei fällt die Schwerpunkt-Verteilung in der Bewertungsskala klar auf, denn während mit 27,47% die Mehrzahl der beide Radio-Arten nutzenden Teilnehmer gar keine Verwendung für die Mehrwerte zu haben scheint, gibt es mit der zweitstärksten Position von 23,63% zumindest eine hohe Tendenz zum eingeschränkten Gebrauch der Mehrangebote. Dementsprechend ist zu untersuchen, worin die starke Nichtnutzung der zusätzlichen Potentiale des Internets begründet sein könnte.

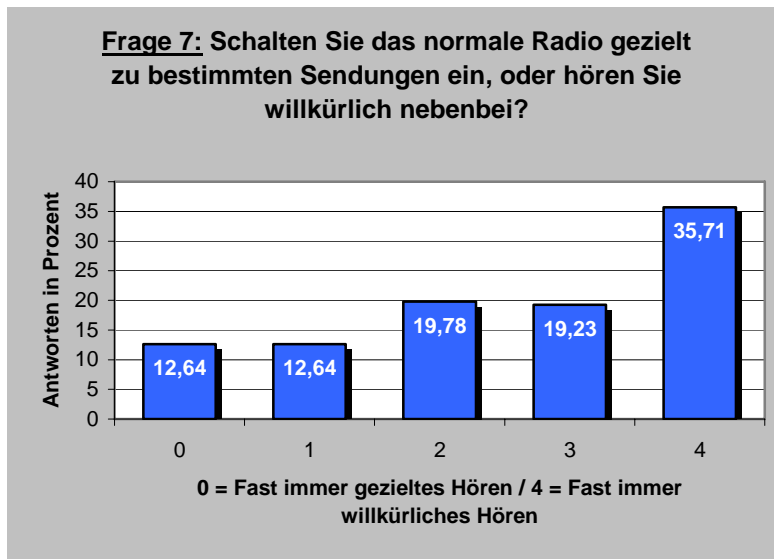


Tabelle 7: Nutzen Sie das normale Radio gezielt oder willkürlich?

Die weit verbreitete Behauptung bezüglich der nebensächlichen Verwendung des klassischen Hörfunks wird hier eindeutig bestätigt. 35,71% der Nutzer sowohl des Webradios als auch des klassischen Hörfunks bestätigen dessen stark willkürlichen und sekundären Einsatz.

4.2.2 Fragen zum Internet-Radio

Die jetzt folgenden Fragen behandeln nicht mehr oder kaum noch direkt den herkömmlichen Radioempfang, nun liegt der Fokus auf dem Webradio. Deshalb nahm ich in der Umfrage eine Trennung zwischen den nur das Internet-Radio nutzenden und den Hörern, die beide Arten des Hörfunkempfangs nutzen. In den vorhergehenden Fragestellungen zielte ich nur auf die Nutzer beider Empfangsarten ab, da es mir primär um einen Vergleich zwischen Internet-Radio und klassischen Hörfunk ging. In den folgenden Fragen werden nun auch die Teilnehmer dieser Erhebung herangezogen, die nur das Webradio nutzen. Die Zahl der ausschließlichen Internet-Radio Hörern liegt hier bei 30 Personen, was einen prozentualen Anteil an den 212 Teilnehmern, die zumindest das Internet-Radio nutzen, von 14,15% ausmacht. Die restlichen 85,85% der Teilnehmer, welche beide Radioarten einsetzen, werden natürlich auch weiterhin in den anschließenden Fragen berücksichtigt. Analog zu der letzten Frage bezüglich des gezielten oder willkürlichen Einschaltens des herkömmlichen Radios, wollte ich nun wissen, ob das Verhalten beim Internet-Radio auch diesem sekundären Charakter ähnelt.

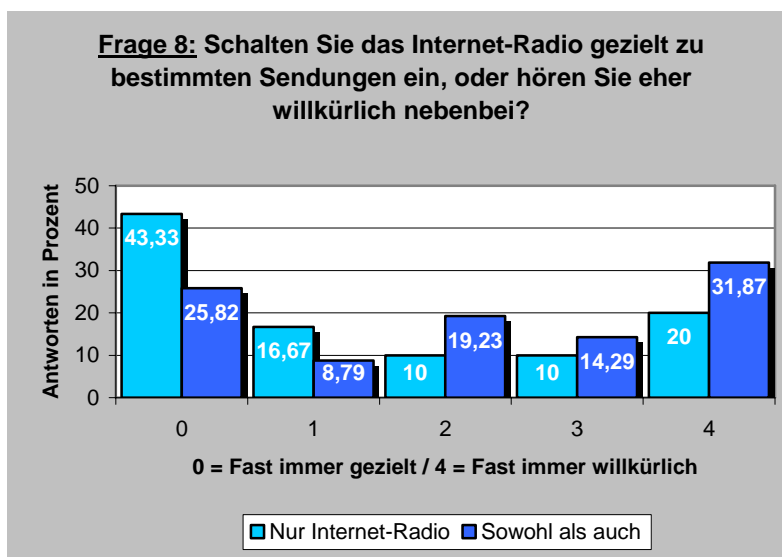


Tabelle 8: Nutzen Sie das Internet-Radio gezielt oder willkürlich?

Hier zeigt sich nun eine klare Trennung. Denn während die Teilnehmer, die ausschließlich das Internet-Radio nutzen, offenbar zum Großteil gezielt zu bestimmten Programmen einschalten, verfolgen die Nutzer beider Empfangsarten weiterhin den schon bei der siebten Frage aufgewiesenen Trend zur Berieselung, die neben anderen Aktivitäten geschehen kann. Deshalb scheint mir die Frage interessant, welche Art von Internet-Radio denn genutzt wird.

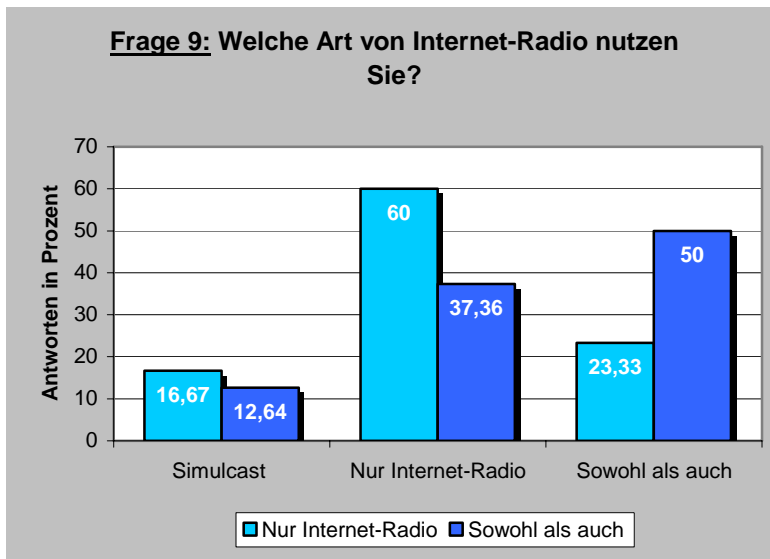


Tabelle 9: Welche Art von Internet-Radio nutzen Sie?

Hier zeigen die Ergebnisse beider Gruppen, dass die gleichzeitige Übertragung des normalen Radios sowohl analog als auch im Internet, also per *Simulcast*, die schwächste Nutzung erfährt. Die ausschließlichen Hörer von Internet-Radio nutzen hauptsächlich nur Radiosender, die allein im Internet zu hören sind, während die Nutzer beider Arten am liebsten sowohl *Simulcast* als auch nur im Netz übertragenes Radio hören, aber auch eine starke Tendenz zum alleinigen Webradio aufweisen.

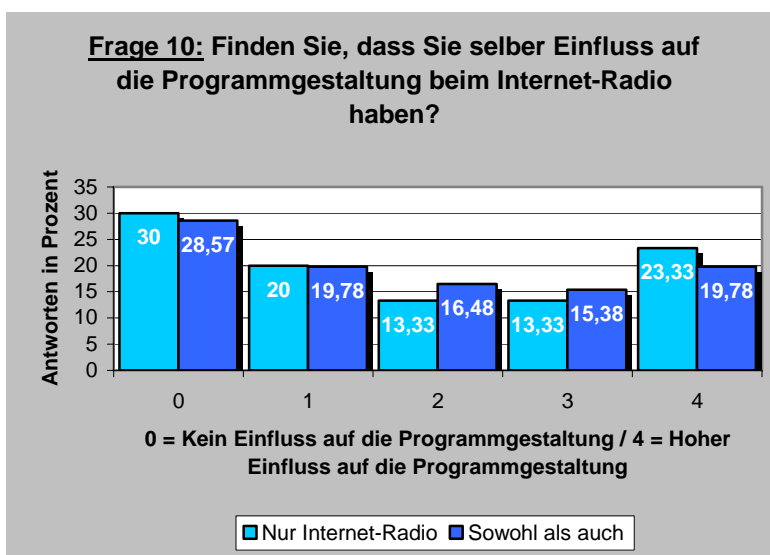


Tabelle 10: Haben Sie Einfluss auf das Programm des Internet-Radios?

Diese Frage wurde von beiden Gruppen sehr einhellig beantwortet, denn offenbar ist die Einflussmöglichkeit auf das Programm des Internet-Radios in jeglicher Form als nicht vorhanden

anzusehen. Interessanter Weise sind jedoch die jeweils zweithöchsten Prozentsätze der genaue Gegensatz, und beschreiben eine hohe Einflussmöglichkeit. Der ausschlaggebende Faktor sind hier also die Tendenzen, unter denen sich vor allem Position 3 hervortut, und somit das Meinungsbild dahingehend verschiebt, dass der tatsächliche Einfluss auf das Radioprogramm im Internet eher nicht bis gar nicht vorhanden ist.

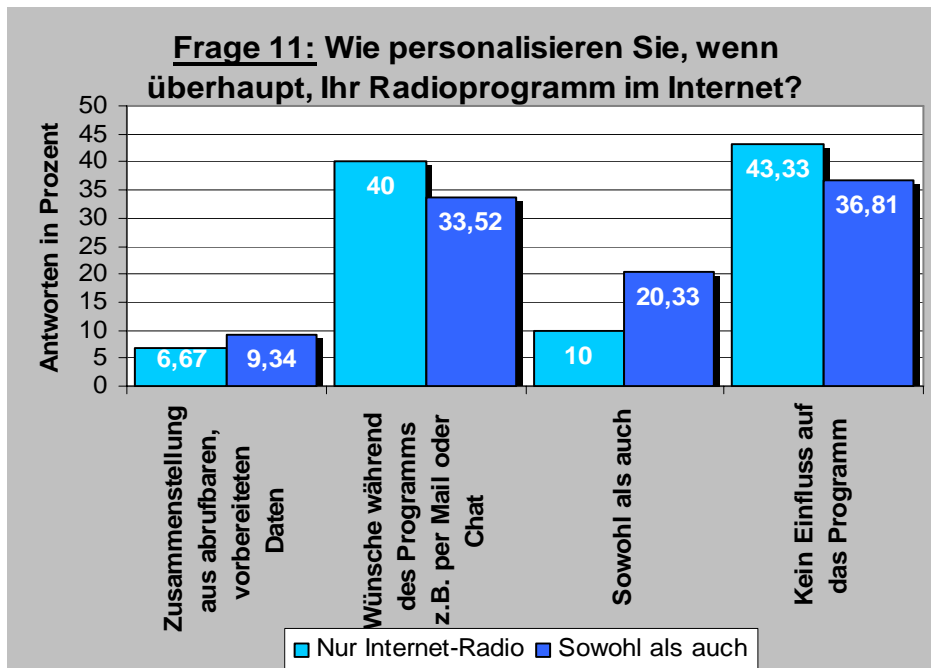


Tabelle 11: Wie personalisieren Sie, wenn überhaupt, das Internet-Radio?

Den Antworten der vorherigen Frage folgend sind die meisten Teilnehmer der Erhebung aus beiden Gruppen der Ansicht, dass es keinen wesentlichen Einfluss auf die Programmgestaltung gibt. Unter denjenigen, die dem Internet-Radio jedoch eine personalisierbare, also eine sich an die Wünsche des jeweiligen Hörers anpassbare Funktion zusprechen, und diese auch nutzen, ist die parallel zum Programm erfolgende Abgabe von Wünschen die favorisierteste Methode. Nur wenige Teilnehmer beider Gruppen scheinen hauptsächlich Internet-Radio-Formate wie *Yahoos Launchcast* zu nutzen, bei denen die Programme aus vorgegebenen Dateien selbst zusammengestellt werden können. Die Kombination von Wunschäußerung und Selbstzusammenstellung allerdings wird noch mit 20,33% der Nutzer beider Radio-Arten relativ häufig verfolgt.

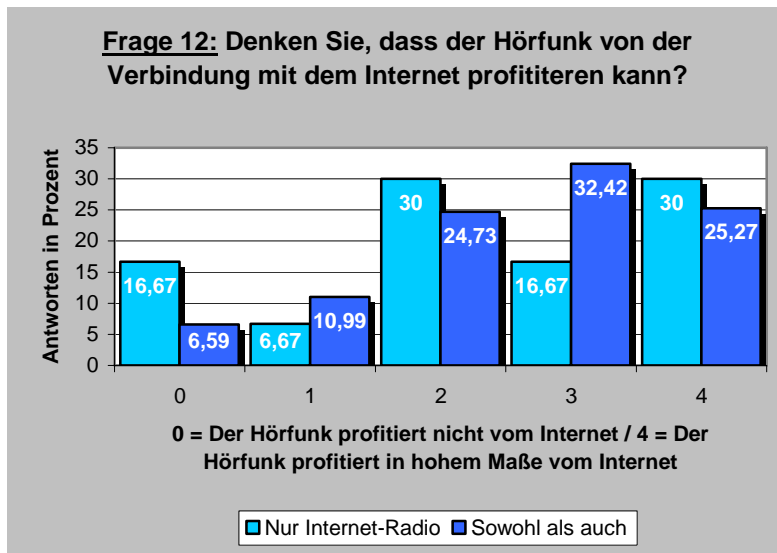


Tabelle 12: Kann der Hörfunk durch die Verbindung mit dem Internet profitieren?

Insgesamt scheinen die Teilnehmer dieser Umfrage davon überzeugt zu sein, dass das herkömmliche Radio aus der Verbindung mit dem Internet einen Gewinn erfährt. Überraschend hoch fiel allerdings der Prozentsatz der mittleren Position auf Nummer Zwei aus, was besagt, dass noch ein hoher Grad an Unschlüssigkeit ob dieser Thematik besteht. Ebenfalls überraschend ist der mit 16,67% relativ hohe Wert der ausschließlichen Internet-Radio Nutzer, die dem Radio gar keinen positiven Zugewinn durch die Synthese mit dem Netz zuschreiben, während die Nutzer beider Radioarten am stärksten von der Verbindung des Radios mit dem Internet überzeugt zu sein scheinen.

4.3 Die Deutung der Ergebnisse

In diesem Kapitel möchte ich nun meine persönliche Deutung der zuvor dargestellten Ergebnisse der Umfrage präsentieren. Dazu werde ich auch von den Teilnehmern in der offenen Frage eingegebene Statements anführen, die vollständige Liste aller von den Teilnehmern abgegebenen Statements entnehmen Sie bitte dem Anhang C dieser Arbeit.

Mein vorrangiges Ziel in dieser Umfrage war es herauszustellen, ob die Mediensynthese von Hörfunk und Internet in der Lage ist, ein neues Medium zu erzeugen, das so eigenständig ist, um sich vom klassischen Hörfunk zu unterscheiden, dass also der im Zuge der Mediensynthese entstehende Mehrwert eigene Konventionen für das Webradio zu schaffen vermag. Schon die Antworten auf die erste Frage zeigen jedoch, dass die ausschließliche Nutzung der Radioübertragung im Internet relativ gering ist, und daher kaum als tatsächlich eigenständig angesehen wird, und dementsprechend gering ausschließliche genutzt wird. Nur 30 der 212 Internet-Radio hörenden Teilnehmer der Umfrage verzichten ganz auf die terrestrische Ausstrahlungsform des Hörfunks und konsumieren ihn nur im Internet. Der mit 85,85% größte Teil der an dieser Umfrage beteiligten Konsumenten des Internet-Radios nutzen dieses weiterhin parallel zum althergebrachten Empfangsgerät. Somit kann ich zur Zeit keine Tendenz feststellen, dass das Internet-Radio den klassischen Hörfunk in irgendeiner Form ablösen oder ersetzen wird.

Ein Teilnehmer der Umfrage schilderte in der offenen Frage seine Meinung deutlich: „Die Qualität (zu niedrige Datenrate und statt Stereo manchmal nur Mono, z.B. beim BR), das manchmal häufige Aussetzen (mit Rebufferung), das automatische Unterbrechen des Streams [sic!] nach 35 Minuten (BR und WDR), die Meldung: ‚die Anzahl der maximal möglichen Nutzer ist erreicht, bitte versuchen Sie später‘, der untaugliche Versuch mittels Real-Player-Stream den Nutzer am Aufnehmen des Gehörten zu hindern, die umständliche Bedienung (ein UKW-Radio spielt sofort auf Knopfdruck), die Datensammelwut von WMP [Windows Media Player, Anmerkung des Autors] und Real-Player (der nach jedem Aufruf des Programmes nach Hause telefoniert und mir ein Update verkaufen will), das alles sind Gründe, warum Internet-Radio für mich nur eine Notlösung ist und voraussichtlich bleiben wird.“ (Anonym, 2005)

Dies ist natürlich eine Einzelmeinung, dennoch möchte ich auch darauf Hinweisen, dass sich das Internet-Radio noch in seiner Entwicklung befindet, und so noch nicht frei von techni-

schen Mängeln sein kann. Die klassische Hörfunk-Distribution gibt es bereits viel länger, und sie ist dementsprechend auch technisch weitestgehend fehlerfrei und zudem oftmals ein fester Teil des Alltags vieler Menschen geworden. Das Internet konnte sich im Gegensatz dazu erst in den letzten Jahren als ein Massenmedium etablieren, und somit ist die Gewöhnung der Nutzer klar auf Seiten des althergebrachten Radioempfangs anzusiedeln. Daher erscheint die mit insgesamt 48,36% in Tabelle 3 durch die Nutzer beider Übertragungsarten ausgedrückte, starke Tendenz zur hauptsächlichlichen Verwendung des normalen Hörfunks nur konsequent. Allerdings wird der Gebrauch des Internet-Radios auch als sehr anders im Vergleich zum klassischen Hörfunk rezipiert, wie Tabelle 4 deutlich zeigt. So sind insgesamt 52,75% der teilnehmenden Nutzer von klassischem Hörfunk und Internet-Radio davon überzeugt, dass das Radio durch das Internet eine leichte bis starke Andersartigkeit in der Verwendung erfährt. Dies kann natürlich daran festgemacht werden, dass die technische Nutzungssituation deutlich von der der klassischen Radios abweicht, so ist es doch etwas anderes, einfach den Einschalter eines üblichen Empfangsgeräts zu betätigen als erst den Rechner hochzufahren, sich ins Internet einzuwählen und dann erst mit dem Radiokonsum beginnen zu können. Andersherum ist dieser Sachverhalt allerdings auch zu betrachten, denn wie ein Teilnehmer der Umfrage schrieb: „Beim normalen Radio muss man die Kanäle erst durchsuchen [sic!], bis man den richtigen (für sich) gefunden hat. Beim I-net Radio werden die Programme meistens aufgelistet und [man, Anmerkung des Autors] kann sich seinen Favoriten herauspicken.

Dies ist aber offensichtlich nicht der einzige Unterschied in der Verwendung der beiden Radioarten, denn wie Tabelle 5 zeigt, besteht eine klare Überzeugung davon, dass der Hörfunk im Internet weitaus mehr bieten kann als der klassische. 68,13% der Nutzer beider Radio-Arten sind nämlich davon überzeugt, dass das Radio im Internet einen Mehrwert bieten kann, der zuvor nicht vorhanden war. Folglich scheint mir der überwiegende, parallele Gebrauch beider Radio-Arten unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse darin begründet, dass sich beide Weisen des Empfangs so grundlegend unterscheiden, dass eine Koexistenz möglich wird. Das ist in meinen Augen auch ein Argument dafür, dass mit 48,35% fast die Hälfte aller Nutzer beider Radio-Arten der Meinung sind, dass das Webradio die Nutzung des normalen Radios nicht beeinflusst. Beide Radio-Arten scheinen eine spezifische Zielgruppe zu bedienen, die jeweils andere Anforderungen an das Medium stellt. Überraschend sind unter diesem Gesichtspunkt jedoch die Antworten, die in Tabelle 6 einsehbar sind. 41,76% der Nutzer beider Radio-Arten geben an, die Mehrangebote des Webradios nicht oder nur kaum zu nutzen, während 40,11% diese leicht oder stark verwenden. Somit entsteht hier eine deutliche Polari-

sierung, die besagt, dass ein großer Teil der Nutzer beider Radio-Arten das Webradio wohl als Äquivalent zum klassischen Radio einsetzt, während der andere Großteil der Teilnehmer darüber hinausgehend auch die besonderen Eigenschaften des Internet-Radios für sich nutzt. Meiner Ansicht nach liegt diese Aufspaltung wieder in der gewohnten Nutzung des klassischen Radios begründet. Denn ich vermute, dass die Nutzer beider Arten den gewohnten Gebrauch des terrestrischen Radios auf das Webradio projizieren, während die überwiegend das Webradio konsumierenden Teilnehmer dieses wegen der vorhandenen Mehrwerte schätzen und nutzen. Tabelle 7 zeigt, dass der Hörfunk in seiner klassischen Ausprägung von den Nutzern beider Radio-Arten hauptsächlich willkürlich und nebenbei genutzt wird. Tabelle 8 jedoch zeigt deutlich, dass das Internet-Radio im Gegensatz zum üblichen Radioempfang nicht mehr derart überwiegend als Klangteppich eingesetzt wird. Die Nutzer beider Radio-Arten scheinen hier, wie bereits spekuliert, die gewohnte Verwendungsart des klassischen Hörfunks auf das Webradio umzulegen, denn insgesamt 46,16% der genannten Teilnehmer schalten auch das Internet-Radio oft und hauptsächlich als Hintergrund-Berieselung ein. Die Teilnehmer dieser Umfrage, die das Internet-Radio ausschließlich Nutzen, verwenden dieses auch anders: 43,33% dieser Gruppe schaltet das Webradio nämlich fast immer gezielt ein, von einem sekundären Charakter kann somit nicht mehr die Rede sein. Dies liegt meines Erachtens daran, dass die ausschließlichen Nutzer des Webradios viel stärker dessen Mehrwerte verwenden, als es die Hörer beider Radio-Arten tun. Somit möchte ich folgern, dass die ausschließlichen Internet-Radiohörer dieses spezifischer verwenden, während sich die Konsumenten beider Radio-Arten beim Einsatz des Webradios überwiegend wie beim normalen Radio verhalten. Meiner Meinung liegt dies einerseits daran, dass eine Verwendung der Internet-spezifischen Mehrwerte größtenteils einen sekundären Charakter verhindert und die Ausübung von anderen Tätigkeiten nebenher erschwert, und andererseits auch daran, dass nicht alle Radiosender im Internet vierundzwanzig Stunden am Tag senden. Gerade die nicht-professionellen Webradios können manchmal nur wenige Male in der Woche oder sogar im Monat übertragen, und erfordern deshalb auf diese Weise des Radiokonsums häufig ein gezielteres Einschalten.

Auch eine eventuelle Aufnahme von Musik zwecks einer Konservierung gestaltet sich im Internet anders. Wo man vorher einen Kassettenspieler mit Aufnahmemöglichkeit und natürlich auch eine leere Musikkassette brauchte, reicht nun der Einsatz bestimmter Software, die man im Internet umsonst finden kann. Hier gehen jedoch die Meinungen auseinander, denn ein Teilnehmer der Umfrage „nur das Aufnehmen von Liedern funktioniert [sic!] schlechter.“ Die meisten anderen Teilnehmer der Umfrage, die sich in der offenen Frage zu diesem

Aspekt äußerten, widersprachen diesem jedoch; Viele hoben die „bessere Aufnahmemöglichkeit in digitaler Qualität“ (Anonym, 2005) hervor.

In Tabelle 9 wird deutlich, dass die ausschließlichen Nutzer des Webradios zu 60% das alleinige Internet-Radio als Übertragungsform bevorzugen, während die Nutzer beider Radio-Arten mit 50% größtenteils sowohl *Simulcast*-Lösungen als auch das alleinige Internet-Radio einsetzen. *Simulcast*-Übertragungsformen werden jedoch von beiden Gruppen nur kaum ausschließlich genutzt, hier scheint also die Ähnlichkeit zum klassischen Radio zu stark ausgeprägt zu sein.

Dies korrespondiert in meinen Augen mit Tabelle 4, denn offensichtlich wird beim Radio-konsum im Internet stets mehr erwartet als die Art des Radiohörens, welche ein althergebrachtes Empfangsgerät ermöglicht. Diese Erwartungen können wohl am ehesten durch Radiosender erfüllt werden, die sich allein auf das Internet konzentrieren und daher eine bessere Ausnutzung der neuen Potenziale und Strukturen bieten können als *Simulcast*-Sender.

Des Weiteren möchte ich diesen Sachverhalt so deuten, dass die ausschließlich das Internet-Radio nutzenden Teilnehmer dieser Umfrage mit dem terrestrischen Radio im Allgemeinen nicht viel anfangen können, egal auf welche Weise es übertragen wird, und damit auf eine Einzigartigkeit des Webradios hindeuten. Ein Teilnehmer der Umfrage schrieb: „Mehr Möglichkeiten durch das Webradio durch eine wesentlich höhere Spartendichte. Das normale Radio ist doch nur ‚Middle of the road‘“. (Anonym, 2005)

Beide Gruppen konstatieren jedoch, dass sie kaum oder keinen Einfluss auf die Programmgestaltung beim Internet-Radio haben, insoweit kann hier also kein großer Unterschied zwischen dem klassischen Radioempfang und dem Webradio festgestellt werden. Dies spiegelt sich auch in meinen Augen in Tabelle 11 deutlich wieder. Ich möchte daher vermuten, dass die meisten Nutzer die multimedialen Möglichkeiten des Webradios eher als eine Zugabe betrachten, jedoch nicht als hauptsächlichen Grund für dessen Einsatz.

Demzufolge bin ich der Ansicht, dass der Hauptvorteil des Internet-Radios bei seiner Programmvielfalt liegt, und nicht nur in den erweiterten, technischen Funktionen. Durch die weltweite Empfangsmöglichkeit und dem Wegfall der Frequenzbeschränkungen ist es nun möglich, eine quasi unbegrenzte Auswahl an musikalischen Stilrichtungen oder Wortbeiträgen zur weltweiten Verfügung zu haben, die der klassische Hörfunk in ansprechender

Qualität nicht leisten kann. Genau diese Reichweite und Vielfältigkeit waren die Aspekte, die die meisten Teilnehmer der Umfrage in der offenen Frage hervorhoben.

Die *Simulcast*-Übertragungen bieten im Internet nur die Programminhalte, die sie über ein normales Empfangsgerät auch liefern können, und dieser Sachverhalt erklärt meines Ermessens nach die wenig ausschließliche Nutzung dieser Angebote. Ich möchte die These aufstellen, dass die Nutzer des Internet-Radios mit dem terrestrisch empfangbaren Programm insgesamt unzufrieden sind, und sich daher zu anderen Programmangeboten hin orientieren. Die Nutzer des normalen Hörfunks und des Internet-Radios scheinen in meinen Augen größtenteils mit den Inhalten des klassischen Radios zufrieden, wünschen sich jedoch auch manchmal andere Musikrichtungen. Denn, wie es ein Teilnehmer der Umfrage formulierte, „hat man im Internet eher die Möglichkeit auf Nischenprogramme als auf Massenware zurückzugreifen.“ (Anonym, 2005) Ein anderer Teilnehmer bringt es auf den Punkt: „Ich kann ihm [sic!] Internet Radio die Musik hören, die normalerweise im herkömmlichen Radio nicht [sic!] gespielt wird.“ (Anonym, 2005)

Der zweite ausschlaggebende Faktor ist meiner Meinung nach die im Internet vorhandene, direktere Nähe zwischen Hörern und Machern, und genauso zwischen den Hörern untereinander. Hier ist erstens die Größe der Radiosender als ein wichtiger Punkt anzusehen, denn vor allem die kleineren, hobbymäßig betriebenen Radiosender im Internet sind nicht mehr so anonym und ungreifbar wie die großen Radiostationen des terrestrischen Hörfunks. Ein Teilnehmer drückte dies so aus: „Hörernähe ist hier der Ausschlaggebende [sic!] Punkt, da der Moderator greifend [sic!] nah erscheint.“ (Anonym, 2005)

Auf technischer Seite sind daher in das Internet-Radio integrierte Kommunikationsinstrumente wie der *Chat* hervorzuheben, denn durch diese wird vorrangig der Austausch zwischen Nutzern und Machern möglich. Daher wurden durch die Teilnehmer in Tabelle 11 im Besonderen die Möglichkeit des Chat und der E-Mail zur Interaktion und zur Personalisierung des Radioprogramms hervorgehoben.

Abschließend möchte ich also sagen, dass die meisten Nutzer durchaus die Mehrwerte des Internet-Radios zu schätzen wissen, sie jedoch kaum anwenden. Vor allem *Simulcast*-Sender werden anscheinend nicht viel anders genutzt als der herkömmliche Hörfunk, alleine bei Sendern, die nur im Internet übertragen, scheint ein größeres Interesse am Einsatz der neuen Möglichkeiten zu existieren. Die Faktoren, die die meisten Hörer zum Konsum des Web-radios bewegen, scheinen der weltweite Empfang und die höhere Spartenweite zu sein.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Im Rahmen dieser Arbeit wurde der Begriff der Mediensynthese vorgestellt, mit aktuellen Positionen der Wissenschaft verglichen und Beispiele für seine tatsächliche Realisation im Bezug auf das Radio im Internet dargestellt. Des Weiteren umfasste diese Arbeit noch eine im Internet durchgeführte Umfrage, welche die Nutzer des Internet-Radios selber heranzog. Nun werden die theoretischen Potenziale und tatsächlichen Nutzungen der medialen Synthese abschließend noch einmal kurz dargestellt und bewertet.

5.1 Fazit

Es ist festzustellen, dass die Mediensynthese den klassischen Hörfunk in einer Verbindung zweiten Grades mit dem Internet tatsächlich mit Mehrwerten ausstattet, wie beispielsweise einem erhöhten Empfangsradius und einer verstärkten Interaktion. Die von Bertolt Brecht einst gestellten Forderungen an das Radio bezüglich einer mehrseitigen Kommunikationsmaschine (vgl. Brecht 1967) können allerdings immer noch nicht erfüllt werden, auch wenn eine gewisse Annäherung an dieses Ideal durchaus zu verzeichnen ist. Abseits dieses Gedankens werden allerdings im Bereich der privaten Sender vielfältige und neue ökonomische Wertschöpfungsketten eingesetzt, während die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zumindest mittels des Webradios starre Programmstrukturen aufbrechen können und dem Konsumenten einen viel offeneren und freieren Zugang zu programmbegleitenden Informationen ermöglichen. Das Nutzerverhalten weist allerdings darauf hin, dass auf beiden Seiten noch ein zu starkes Festhalten an alten Gewohnungen und Konventionen besteht, denn so wird das Internet-Radio doch größtenteils nicht viel anders genutzt als das klassische Radio zuvor auch, nur dass nun noch eine weitaus größere Bandbreite an verschiedensten Inhalten und eine erhöhte Reichweite besteht. Ich möchte also festhalten, dass das Internet-Radio noch weit davon entfernt ist, ein neues und eigenständiges Medium zu sein. Es gibt zwar reichhaltige Verbesserungen, die das normale Medium in der Mediensynthese mit dem Internet vielleicht zu einer Art Supermedium machen, aber dennoch scheint es doch letztendlich nur ein weiterer Distributionsweg neben dem terrestrischen Hörfunk zu sein, ähnlich wie es auch Satelliten und Kabel sind. Der Hörfunk im Netz befindet sich ergo noch zu stark in seinen traditionellen Strukturen, was eine völlige Neuorientierung verhindert oder zumindest verlangsamt. Denn viele kleine Radiosender, die zumeist hobbyartig ausschließlich über das Internet senden, versuchen durchaus, neue Potenziale zu erkennen und freizusetzen, nur dies betrifft eben nicht den Großteil der Hörfunkmacher und -konsumenten. Zudem hat das Web-

radio auch noch damit zu kämpfen, Eigenschaften umzusetzen, die das klassische Radio auszeichnen und besonders machen, wie zum Beispiel die Mobilität.

5.2 Ausblick

Das Internet-Radio hat Potenziale, die es in der Zukunft auszubauen gilt, sowohl auf Seite der Produzenten als auch auf der Seite der Rezipienten. Die Entwicklung der Technik schreitet rasant voran, und so kann es durchaus sein, dass das Internet-Radio schon in nächster Zeit in der Lage sein wird, den althergebrachten Hörfunkkonsum zu revolutionieren. Zur Zeit sollte allerdings meiner Ansicht nach das Hauptaugenmerk darauf liegen, sich von klassischen Hörfunk in gewissen Maße zu entfernen und viel mehr Gewichtung auf den Ausbau und die weitere Entwicklung von Möglichkeiten zu legen, die das klassische Radio eben nicht bieten kann, beispielsweise den Faktor der Interaktivität. Trotzdem sollte auch darauf geachtet werden, dass sich das Internet-Radio nicht zu stark von seinen Wurzeln entfernt, denn eine Annäherung an optische Medien wie das Fernsehen scheint mir nicht sinnvoll. Es ist also keine leichte Aufgabe, die hier auf Macher und Nutzer des Internet-Radios wartet, und erst die Zeit wird zeigen, ob das Webradio tatsächlich in der Lage ist, seine Mehrwerte gegenüber dem traditionellen Radioempfang zu kanalisieren und dadurch zu verbessern und auszuweiten.

6. Literaturverzeichnis

[Ackermann 2001] Ackermann, Max: Welt und Radio – oder der ferne Tod des Mandarins, in: Ackermann, Schwanebeck (Hrsg.) (2001): Radio erobert neue Räume. Hörfunk: global, lokal, virtuell. Reinhard Fischer Verlag 2001, S. 43- 66.

[Anders 1980] Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen, Bd 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. Beck Verlag 1980.

[Arnheim 1979] Arnheim, Rudolf: Rundfunk als Hörkunst. Carl Hanser Verlag 1979.

[BMW] <http://www.bmwa.bund.de/Navigation/Wirtschaft/Telekommunikation-und-Post/digitaler-rundfunk.html>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:05h.

[Blaupunkt] http://www.blaupunkt.de/company_1.asp, verifiziert am 19.10.2005 um 07:48h.

[Borchers 2003] Borchers Detlef: Das erste Steinchen. Happy Birthday: Der Mosaic-Browser ist 10 Jahre alt. In: c't 10/2003, S. 64, <http://www.heise.de/ct/03/10/064/>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:54h.

[Brecht 1967] Brecht, Bertolt: Gesammelte Werke, Bd. 18: Schriften zur Literatur und Kunst 1. Suhrkamp Verlag 1967.

[BRS Media 2005] http://www.web-radio.fm/in_g.cfm, verifiziert am 19.10.2005 um 07:53h.

[Bruns 1907] Bruns, Johannes: Die Telegraphie in ihrer Entwicklung und Bedeutung, Teubner Verlag 1907. Zitiert nach: <http://www.altarmee.de/telegraphen.htm>, verifiziert am 18.10.2005 um 21:41h.

[Buchholz 1997] Buchholz, Agon: Ausblick. Rundfunk via Internet. <http://www.kefk.net/Research/Kabelnetze/tv-via-internet.html#Hoerfunk>, verifiziert am 19.10.2005 um 07:42h.

[Bühler 1982] Bühler, Karl: Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Gustav Fischer Verlag 1982.

[Chardin 1967] Chardin, Teilhard de: Auswahl aus dem Werk. Fischer Verlag 1967.

[Chardin 1969] Chardin, Teilhard de: Der Mensch im Kosmos. C.H. Beck Verlag 1969.

[Der Spiegel 2005] Radio aus dem Netz. In: Der Spiegel Nummer 22, 30.05.2005, S. 134

[Destatis 2004] http://www.destatis.de/download/d/veroe/tab_ikt_04.pdf, verifiziert am 19.10.2005 um 10:40h.

[Deutsche Welle] <http://www.dw-world.de>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:41h.

[Die Bibel] Die Bibel, altes und neues Testament. Herder Verlag 1980.

[Drosdowski et al. 1996] Drosdowski, Günther (Hrsg.) : Der Duden, in 12 Bänden. Bd. 1: Rechtschreibung der deutschen Sprache. Dudenverlag 1996.

- [Drosdowski et al. 1997] Drosdowski, Günther (Hrsg.) : Der Duden, in 12 Bänden. Bd. 7: Etymologie. Dudenverlag 1997.
- [Faßler 1997] Faßler, Manfred: Was ist Kommunikation? Wilhelm Fink Verlag 1997.
- [Faulstich 1995] Faulstich, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. Wilhelm Fink Verlag, 1995.
- [FFN 2005a] http://212.59.34.242/ffnlive/homepage/faq_agb_234.html, verifiziert am 19.10.2005 um 10:30h.
- [FFN 2005b] <http://www.ffn.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:33h.
- [Freies Radio 2005] <http://www.freies-radio.com>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:21h.
- [Freud 2004] Freud, Sigmund: Das Unbehagen in der Kultur. Fischer Verlag 2004.
- [Gamingfm 2005] <http://www.gamingfm.com>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:16h.
- [Goldhammer/Zerdick 1999] Goldhammer, Klaus, Zerdick, Axel: Rundfunk online. Entwicklung und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und Fernsehanbieter. Vistas Verlag 1999.
- [Gombrich 1984] Gombrich, Ernst: Bild und Auge. Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung. Klett-Cotta 1984.
- [Gründel 2005] Gründel, Niels: Schluss mit Analog bis 2012. <http://www.rein hoeren.de/inhalt/203.shtml>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:43h.
- [GVL 2005] <http://www.gvl.de/gvl-neuer-webcastingtarif.htm>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:22h.
- [Haeckel/Schneider] Haeckel, Helmut, Schneider, Norbert: Vorwort. In: Goldhammer, Klaus, Zerdick, Axel: Rundfunk online. Entwicklung und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und Fernsehanbieter. Vistas Verlag, 1999, S. 9f.
- [Hegel 1830] Hegel, Georg Wilhelm Friedrich: Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundriss, zitiert nach <http://pedagogie.ac-toulouse.fr/philosophie/textes/wl115.htm>, verifiziert am 19.10.2005 um 08:07h.
- [Herder 2001] Herder, Johann Gottfried: Abhandlung über den Ursprung der Sprache. Reclam Verlag 2001.
- [Hiebel 1999] Hiebel, Hans: Technik und Leistung, Entstehung und Geschichte neuzeitlicher Medien. In: Hiebel, Hans et al.: Große Medienchronik. Wilhelm Fink Verlag 1999, S. 9-24.
- [Hiebler 1998] Hiebler, Hans: Akustische Medien. In: Hiebel, Hans et al.: Die Medien. Logik, Logistik, Geschichte. Wilhelm Fink Verlag 1998, S. 127-178.
- [Hiebler 1999] Hiebler, Heinz: Akustische Medien. In: Hiebel et al.: Große Medienchronik. Wilhelm Fink Verlag 1999, S. 541-782.

[Hirschberger 1985] Hirschberger, Johannes: Kleine Philosophie Geschichte. Herder Verlag 1985.

[Höflich 1999] Höflich, Joachim: Der Mythos vom umfassenden Medium. Anmerkungen zur Konvergenz aus einer Nutzerperspektive. In: Latzer, Michael et al. (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Studien Verlag 1999, S. 43-60.

[JKM Media 2004] Not macht erfinderisch – auch Affen.
http://www.vistaverde.de/news/Natur/0412/10_kapuzineraffe.php, verifiziert am 19.10.2005 um 08:28h.

[Kaufradio 2005] <http://www.kaufradio.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:18h.

[Koch 2000] Koch, Howard, zitiert nach
<http://www.wdr.de/radio/wdr3/archiv/sendungen/stukun/arsacustica/welles/werke01.html>,
verifiziert am 19.10.2005 um 08:48h.

[Kogler 1999] Kogler, Karl: Schrift/Druck/Post. In: Hiebel, Hans et al. (Hrsg.): Große Medienchronik. Wilhelm Fink Verlag 1999, S. 29-280.

[Kolonko 2005] Kolonko, Petra: Zensiertes Netz. In: F.A.Z. Nr 138, 17.06.2005, S. 3. Zitiert nach:
<http://www.faz.net/s/RubDDBDABB9457A437BAA85A49C26FB23A0/Doc~E5688091DB4AD42E98DA5ED340288A3B3~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, verifiziert am 26.09.2005 um 17:12h.

[Kommission der Europäischen Gemeinschaften 1997] Kommission der Europäischen Gemeinschaften (Hrsg.): Grünbuch zur Konvergenz der Branchen Telekommunikation, Medien und Informationstechnologie und ihren Ordnungspolitischen Auswirkungen. Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften 1997.

[Latzer 1997] Latzer, Michael: Mediamatik. Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk. Westdeutscher Verlag 1997.

[Latzer 1999] Latzer, Michael: Konvergenz. In: Latzer, Michael et al. (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Studien Verlag 1999, S. 25-28.

[Launchcast 2005] <http://de.music.yahoo.com/launchcast/default.asp>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:38h.

[Manovich 2001] Manovich, Lev: The language of new media. MIT Press 2001.

[McLuhan, M. 1968] McLuhan, Marshall: Die magischen Kanäle. Econ Verlag 1968.

[McLuhan, M. / Fiore 1984] McLuhan, Marshall, Fiore, Quentin: Das Medium ist Massage. Ullstein Verlag 1984.

[McLuhan, E. / Zingrone 1995] McLuhan, Eric, Zingrone, Frank (Hrsg.): Essential McLuhan. Basic Books 1995.

[Media Analyse 2005] <http://ma.bik-gmbh.de/rms/rw/lbg16>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:27h.

[Meier 1999] Meier, Werner: Was macht die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit der Konvergenz? In: Latzer, Michael et al. (Hrsg.): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Studien Verlag 1999, S. 29-42.

[MPEX 2005] <http://www.mpex.net/info/radio.html>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:14h.

[Müller 2004] Müller, Corinna: Tonfilm eine audiovisuelle „Revolution“? in: Segeberg, Harro (Hrsg.): Die Medien und ihre Technik. Theorien-Modelle-Geschichte. Schüren Verlag 2004, S. 257-270.

[Nietzsche 1999] Nietzsche, Friedrich: Also sprach Zarathustra. Ein Buch für alle und keinen. Insel Verlag 1999.

[Oberweis 1997] Oberweis, Marcel: Alexander Graham Bell. Zitiert nach: http://winnetou.lcd.lu/~lcdonline/sciencesnat/physique/physiciens/bell_alexander.htm, verifiziert am 18.10.2005 um 22:21h.

[Platon 1974] Platon: Sämtliche Werke Bd. 5: Spätdialoge 1. Artemis Verlag 1974.

[Pool 1983] Pool, Ithiel de Sola: Technologies of freedom. Harvard 1983.

[Radio Orange 2005] <http://www.webradio-orange.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:35h.

[Reetze 1992] Reetze, Jan: Die Realität der Medien. Metzler Verlag 1992.

[Reetze 1993] Reetze, Jan: Medienwelten. Schein und Wirklichkeit in Bild und Ton. Springer Verlag 1993.

[Rockland 2005] http://www.rockland-digital.de/start.php?pageview.htmlseiten/digitales_radio2.html&part=digital, verifiziert am 18.10.2005 um 22:50h.

[Roselius 2005] Roselius, Uwe: Deutschland Live Radio. <http://www.surfmusik.de/land/deutschland.html>, verifiziert am 19.10.2005 um 07:57h.

[Ruhrmann/Nieland 1997] Ruhrmann, Georg, Nieland, Jörg-Uwe: Interaktives Fernsehen. Entwicklung, Dimensionen, Fragen, Thesen. Westdeutscher Verlag 1997.

[Sammelpunkt] Abstract: Narration und Fernsehkartographie. Zitiert nach: http://sammelpunkt.philo.at:8080/archive/00000012/01/e_Wien_Abstract_Transfer.htm, verifiziert am 19.10.2005 um 09:41h.

[Sauer 2005] Sauer, Moritz: Heiße Quelle. Web-Radio versus Podcast. In: Intro Nummer 127, Mai 2005, S. 88.

[Schäffner 1995] Schäffner, Gerhard: Hörfunk. In: Faulstich, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. Wilhelm Fink Verlag 1995, S. 235-254.

[Schlowski] Schlowski, Jürgen <http://www.ce-markt.de/CE-Markt-Exklusiv/Verkehrsfunk/verkehrsfunk.html>, verifiziert am 08.08.2005 um 14:36h.

[Schnieder 2000] Schnieder, E.: Evolution von Entwicklungswerkzeugen der Automatisierungstechnik. In: A&D Kompendium, 2000, S. 42ff. Zitiert nach: <http://www.publish-industry.net/page-index/audonline/redaktion/fachbeitraege/10000432.html>, verifiziert am 19.10.2005 um 08:25h.

[Schwanebeck 2001] Schwanebeck, Axel: Von der Telegraphenstation zum Internet. Wie der Hörfunk neue Räume eroberte. In: Schwanebeck, Axel, Ackermann, Max: Radio erobert neue Räume. Hörfunk: global, lokal, virtuell. Reinhard Fischer Verlag 2001, S. 33-42.

[Schweiger 2002] Schweiger, Wolfgang: Cross-Media zwischen Fernsehen und Web. Versuch einer theoretischen Fundierung des Crossmedia-Konzepts. In: Theunert, Helga, Wagner, Ulrike: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Fischer Verlag 2002.

[Scriba] Scriba, Arnulf. Zitiert nach <http://www.dhm.de/lemo/html/nazi/alltagsleben/volksempfaenger/>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:35h.

[Seeger 1996] Seeger, Peter: Rundfunk, Telekommunikation und Elektronische Datenverarbeitung – Konvergenzpotentiale und Gestaltungsperspektiven. In: Tauss, Jörg et al. (Hrsg.): Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. Nomos Verlagsgesellschaft 1996.

[Softonic] <http://www.softonic.de/glossar/P2P/index.phtml>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:02h.

[Spliff 1995] Spliff, von dem Album Schwarz auf Weiss das Lied Nummer 3: Radio. Sony BMG 1995.

[SWR3 2005a] http://www.swr.de/werbung/radio/swr3/reichweite_swr3_.htm, verifiziert am 19.10.2005 um 10:30h.

[SWR3 2005b] <http://www.swr3.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:32h.

[Teamspeak 2005] <http://www.goteamspeak.com>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:36h.

[The Electrical Engineer 1895] <http://earlyradiohistory.us/1895th.htm>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:26h.

[Theunert/Wagner 2002] Theunert, Helga, Wagner, Ulrike: Vorwort der Herausgeberinnen. In: Theunert, Helga, Wagner, Ulrike: Medienkonvergenz. Angebot und Nutzung. Fischer Verlag 2002.

[Titanic 2005] Titanic – das endgültige Satiremagazin 02/05, S. 41.

[Tonkuhle 2005] <http://www.tonkuhle.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 07:59h.

[Tonstörung 2005] <http://radio.tonstoerung.net>, verifiziert am 19.10.2005 um 10:20h.

[Volpers et al. 2001] Volpers, Helmut, Salwiczek, Christian, Schnier, Detlef : Kulturradioangebote der ARD im Internet. In: Media Perspektiven 1/2001 S. 31-42.

[Weizenbaum 1982] Weizenbaum, Joseph: Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft. Suhrkamp Verlag 1982.

[Welles 1983] Welles , Orson, zitiert nach
http://www.pensamientocritico.cl/upload/est/adj_031205215655_0_41_35.htm, verifiziert am 19.10.2005 um 08:52h.

[Wikipedia 2005] Triade (Philosophie).
http://de.wikipedia.org/wiki/Triade_%28Philosophie%29, verifiziert am 19.10.2005 um 08:14h.

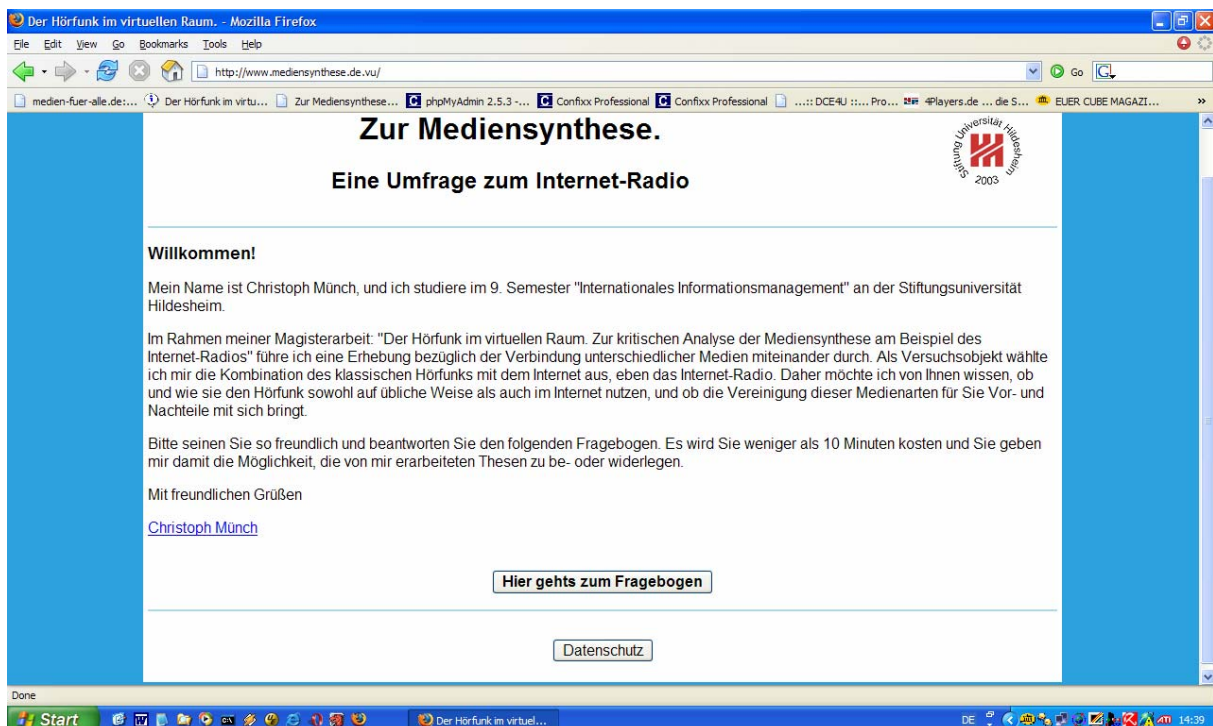
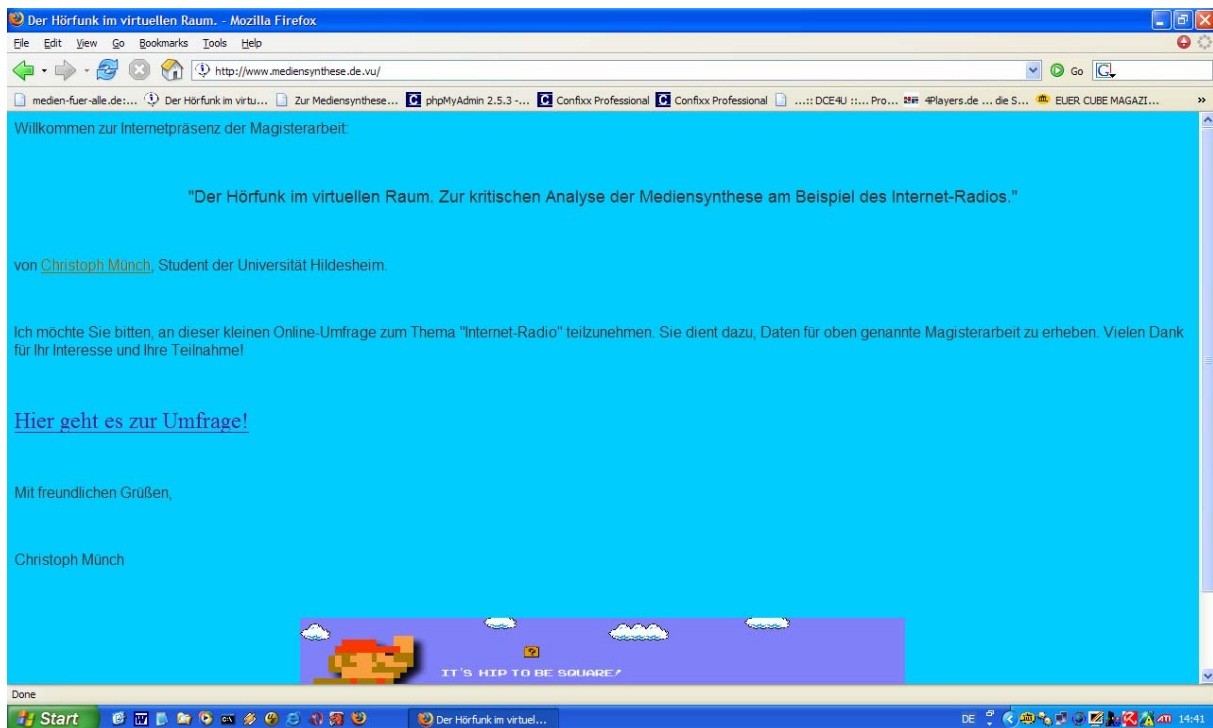
[Wilantis 2005] <http://www.wilantis.de>, verifiziert am 19.10.2005 um 10 :19h.

[Winter/Eckert 1990] Winter, Rainer, Eckert, Roland: Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Leske und Budrich Verlag 1990.

[WXYC] <http://wxyz.org/about/first/>, verifiziert am 18.10.2005 um 22:57h.

[Zakon 2005] Zakon, Robert: Hobbes' Internet timeline.
<http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/>, verifiziert am 18.10.2005 um 23:01h.

Anhang A Screenshots der Umfrage



Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 ~... Confixx Professional Confixx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Datenschutzerklärung:

Ich sichere Ihnen hiermit zu, die in dieser Umfrage erhobenen Daten ausschließlich im Rahmen meiner Magisterarbeit zu nutzen. Es wird weder Ihr Name abgefragt, noch weitere persönliche Details außer dem Geschlecht und der Altersgruppe.

Ihre Angaben werden entsprechend der deutschen Datenschutzgesetzgebung streng vertraulich behandelt und immer anonym ausgewertet. Dabei erhebe ich nicht Ihre persönliche Kontakt- und Adressdaten, lade Sie aber dazu ein, soziodemographische Merkmale, wie das Alter und das Geschlecht, anzugeben. Damit ermöglichen Sie mir eine detaillierte Auswertung der Umfrageergebnisse.

Die hier erhobenen Daten werden nur zu wissenschaftlichen Zwecken genutzt, und sie werden nicht an Dritte weitergegeben.

Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der Daten erfolgt nach den strengen Vorgaben des deutschen Datenschutzrechts. Die erhobenen Daten werden nur insoweit verarbeitet und genutzt, wie dies für die Durchführung dieser Magisterarbeit erforderlich, gesetzlich zulässig und von Ihnen gewünscht ist. Ihre Einwilligung ist völlig freiwillig und kann jederzeit widerrufen werden. Wenn Sie Auskünfte oder Informationen wünschen, stehe ich Ihnen per Email jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

[Christoph Münch](#)

Zurück zum Start

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:42

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 ~... Confixx Professional Confixx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Hören Sie Radio? Dabei ist es egal wo, ob zu Hause, bei der Arbeit, im Auto oder anderswo!

Ja, ich höre ausschließlich normales Radio

Ja, ich höre ausschließlich Internet-Radio.

Ja, ich höre sowohl normales Radio als auch Internet-Radio.

Nein, ich höre kein Radio.

Weiter

Fortschritt 0 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:42

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Hören Sie Radio? Dabei ist es egal wo, ob zu Hause, bei der Arbeit, im Auto oder anderswo!

Ja, ich höre ausschließlich normales Radio

Ja, ich höre ausschließlich Internet-Radio.

Ja, ich höre sowohl normales Radio als auch Internet-Radio.

Nein, ich höre kein Radio.

Bitte beantworten Sie die Frage !

Fortschritt 0 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:46

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Leider gehören Sie nicht zu der in dieser Umfrage anvisierten Zielgruppe, und daher kann der Fragebogen nicht fortgeführt werden.

Trotzdem möchte ich mich für Ihre Mitarbeit bedanken,

Mit freundlichen Grüßen,

[Christoph Münch](#)

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:43

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Beeinflusst das Internet-Radio in irgendeiner Form Ihre Nutzung des normalen Radios (und sei es nur die Nutzungsdauer)?
(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass das Internet-Radio Ihren normalen Radiokonsum nicht beeinflusst, während 4 bedeutet, dass Ihre Nutzung des normalen Radios durch das Internet-Radio stark beeinflusst wird.)

0 1 2 3 4



Fortschritt 7 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:44

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Welche Radioart nutzen Sie mehr? Nutzen Sie mehr das Internet-Radio oder mehr das normale Radio?
(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie fast nur das Internet-Radio nutzen, während 4 bedeutet, dass Sie fast ausschließlich den normalen Hörfunk nutzen.)

0 1 2 3 4



Fortschritt 14 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:45

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Empfinden Sie die Nutzung des Internet-Radios als anders im Vergleich zu der des normalen, terrestrischen Radios?
 (Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie die Nutzung des Webradios als genauso empfinden wie die des normalen Radios, während die 4 bedeutet, dass Sie den Gebrauch des Internet-Radios als völlig anders empfinden.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 21 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtu... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Denken Sie, dass das Radio im Internet mehr Möglichkeiten und Angebote bietet, als das normale Radio?
 (Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass das Radio im Internet keine zusätzlichen Möglichkeiten bietet, während 4 bedeutet, dass das Internet-Radio im Vergleich zum normalen Radio viele Möglichkeiten und Angebote mehr bietet.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 29 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtuel... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Nutzen Sie eventuelle Mehrangebote des Internet-Radios (gegenüber dem normalen Radio)?
(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie keine Mehrangebote des Internet-Radios nutzen, während 4 bedeutet, dass Sie viele Möglichkeiten, die das Internet-Radio im Vergleich zum normalen Radio bietet, nutzen.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 36 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:49

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtuel... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Schalten Sie das normale Radio gezielt zu bestimmten Sendungen ein, oder hören Sie eher willkürlich nebenbei?
(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie fast immer gezielt normales, terrestrisches Radio hören, während 4 bedeutet, dass Sie fast immer willkürlich normales Radio hören.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 43 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:50

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Schalten Sie das Internet-Radio gezielt zu bestimmten Sendungen ein, oder hören Sie eher willkürlich nebenbei?
(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie fast immer gezielt Internet-Radio hören, während 4 bedeutet, dass Sie fast immer willkürlich Internet-Radio hören)

○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4



Fortschritt 50 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:50

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Welche Art von Internet-Radio nutzen Sie? Bitte markieren Sie alles auf Sie zutreffende.

Einen Sender, der sein Programm sowohl normal als auch im Internet überträgt (Simulcast).

Einen Sender, der sein Programm ausschließlich im Internet überträgt.

Sowohl als auch.

Fortschritt 57 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:51

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediansynthese.


Eine Umfrage zum Internet-Radio



Finden Sie, dass Sie selber Einfluss auf die Programmgestaltung beim Internet-Radio haben? (Können Sie persönlich den Programmablauf des Webradios Ihren Wünschen gemäß anpassen?)

(Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass Sie keinen Einfluss auf die Programmgestaltung haben, während 4 bedeutet, dass Sie einen großen Einfluss darauf haben.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 64 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:51

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Wie personalisieren Sie, wenn überhaupt, Ihr Radioprogramm im Internet? Bitte markieren Sie alles auf Sie zutreffende.

Ich stelle mir mein Programm aus abrufbaren, vorbereiteten Daten zusammen (On-Demand, Podcasting).
 Ich kann meine Wünsche jederzeit während des laufenden Live-Programms äußern (z.B. per Email, oder in einem Chat), und diese werden auch berücksichtigt.
 Sowohl als auch.
 Ich habe keinen Einfluss auf das Internet-Radio-Programm.

Weiter

Fortschritt 71 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:52

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox


File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...


Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Denken Sie, dass der Hörfunk von der Verbindung mit dem Internet profitieren kann?
 (Bitte antworten Sie anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet, dass der Hörfunk nicht vom Internet profitiert, während 4 bedeutet, dass der Hörfunk in hohem Maße vom Internet profitiert.)

0 1 2 3 4



Weiter

Fortschritt 77 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:52

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediansynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de... Der Hörfunk im virtu... Zur Mediansynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediansynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Bitte tragen Sie in diese Box ein, welche Mehrwerte das Internet-Radio in Ihren Augen gegenüber dem normalen Radio bieten kann und / oder könnte!

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...

Weiter

Fortschritt 83 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:53

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtuel... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Welches Geschlecht haben Sie?

männlich

weiblich

Fortschritt 89 %

Done

Start

Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:53

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.mediensynthese.de/vu/

medien-fuer-alle.de: Der Hörfunk im virtuel... Zur Mediensynthese... phpMyAdmin 2.5.3 -... Confxx Professional Confxx Professional ...: DCE4U :... Pro... Players.de ... die S... EUER CUBE MAGAZI...

Zur Mediensynthese.

Eine Umfrage zum Internet-Radio



Wie alt sind Sie?

jünger als 20 Jahre

20-29 Jahre

30-39 Jahre

40-49 Jahre

50-59 Jahre

älter als 60 Jahre

Keine Angabe

Fortschritt 95 %

Done

Start


Der Hörfunk im virtuel...

DE 14:54

Der Hörfunk im virtuellen Raum. - Mozilla Firefox

http://www.mediansynthese.de/vu/

Zur Mediansynthese.



Eine Umfrage zum Internet-Radio

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an dieser Umfrage!

Ich hoffe, es hat Ihnen Vergnügen bereitet, die Fragen zu beantworten.

Für Anregungen und Kritik mailen Sie mir bitte!

Mit freundlichen Grüßen,

[Christoph Münch](#)

Done

usr_web239_1.ma auf localhost - phpMyAdmin 2.5.3 - Mozilla Firefox

https://server2.dce4u.de/phpMyAdmin/

Datenbank *usr_web239_1* - Tabelle *ma* auf localhost

Struktur Anzeigen SQL Teilw. anzeigen Einfügen Exportieren Operationen Leeren Löschen

Feld	Typ	Attribute	Null	Standard	Extra	Aktion
<input type="checkbox"/> Id	int(11)		Nein	0		
<input type="checkbox"/> frage1	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage2	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage3	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage4	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage5	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage6	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage7	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage8	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage9_a	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage10	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage11_a	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage12	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage12a	text		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage13	int(11)		Ja	NULL		
<input type="checkbox"/> frage14	int(11)		Ja	NULL		

Alle auswählen / Auswahl entfernen markierte:

Indizes: [\[Dokumentation\]](#)

Name	Typ	Kardinalität	Aktion	Feld	Typ	Verbrauch	Angaben	Wert
PRIMARY	PRIMARY	407	Löschen Bearbeiten	Id	Daten	53.000 Bytes	Format	dynamisch
					Index	6.444 Bytes	Zeilen	107

Abfragefenster

Done

usr_web239_1.ma au...

usr_web239_1.ma auf localhost - phpMyAdmin 2.5.3 - Mozilla Firefox

https://server2.dce4u.de/phpMyAdmin/

Datenbank usr_web239_1 - Tabelle ma auf localhost

Struktur Anzeigen SQL Teilw. anzeigen Einfügen Exportieren Operationen Leeren Löschen

Zeige Datensätze 0 - 29 (407 insgesamt, die Abfrage dauerte 0.0006 sek)

SQL-Befehl: [Bearbeiten] [SQL erklären] [PHP-Code erzeugen]
SELECT *
FROM 'ma'
ORDER BY 'Id' ASC LIMIT 0, 30

Zeige: 30 Datensätze, beginnend ab 30
untereinander angeordnet und wiederhole die Kopfzeilen nach 100 Datensätzen. Seite: 1

	Id	frage1	frage2	frage3	frage4	frage5	frage6	frage7	frage8	frage9_a	frage10	frage11_a	frage12	frage12a	frage13	frage14
	1	1	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL
	2	3	2	3	2	3	1	4	4	3	2	3	2	NULL	NULL	NULL
	3	3	2	2	0	3	0	4	1	1	2	2	3	Man kann durch das internet gewinnspiele etc. bess...	1	1
	4	3	4	0	1	3	2	4	4	2	4	2	1	Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...	1	1
	5	3	1	3	3	4	3	4	4	3	4	1	4	Mehr Möglichkeiten durch das Hintergr...	1	2
	6	3	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL
	7	1	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL	NULL
	8	3	0	3	2	4	0	3	4	1	0	4	3	Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...	1	1

Abfragefenster

Anhang B Ergebnisse der Umfrage

```
# phpMyAdmin SQL Dump
# version 2.5.3
# http://www.phpmyadmin.net
#
# Host: localhost
# Erstellungszeit: 30. Juli 2005 um 14:58
# Server Version: 4.0.15
# PHP-Version: 4.3.10
#
# Datenbank: `usr_web239_1`
#
# -----
#
# Tabellenstruktur für Tabelle `ma`
#
CREATE TABLE `ma` (
  `Id` int(11) NOT NULL default '0',
  `frage1` int(11) default NULL,
  `frage2` int(11) default NULL,
  `frage3` int(11) default NULL,
  `frage4` int(11) default NULL,
  `frage5` int(11) default NULL,
  `frage6` int(11) default NULL,
  `frage7` int(11) default NULL,
  `frage8` int(11) default NULL,
  `frage9_a` int(11) default NULL,
  `frage10` int(11) default NULL,
  `frage11_a` int(11) default NULL,
  `frage12` int(11) default NULL,
  `frage12a` text,
  `frage13` int(11) default NULL,
  `frage14` int(11) default NULL,
  PRIMARY KEY (`Id`)
) TYPE=MyISAM;

#
# Daten für Tabelle `ma`
#

INSERT INTO `ma` VALUES (1, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (2, 3, 2, 3, 2, 3, 1, 4, 4, 3, 2, 3, 2, NULL, NULL,
NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (3, 3, 2, 2, 0, 3, 0, 4, 1, 1, 2, 2, 3, 'Man kann
durch das internet gewinnspiele etc. besser machen.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (4, 3, 4, 0, 1, 3, 2, 4, 4, 2, 4, 2, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (5, 3, 1, 3, 3, 4, 3, 4, 4, 3, 4, 1, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nHintergrundinfos zu Band und ihren
Songs, weltweiter "Empfangs"radius, mehr Interaktivität, weniger Gebunden-
sein an gewisse Mainstream-Richtungen', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (6, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (7, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (8, 3, 0, 3, 2, 4, 0, 3, 4, 1, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (9, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (10, 3, 4, 0, 0, 4, 3, 3, 4, 3, 2, 3, 4, 'aktuelle
Songanzeige auf der Webpage\r\nindirekte Requests\r\nweltweiter Empfang\r\n',
1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (11, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (12, 3, 1, 3, 2, 3, 3, 4, 2, 3, 4, 3, 2, 'Man kann
oft einfacher selber die Sendungen beeinflussen', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (13, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (14, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (15, 3, 0, 3, 2, 4, 4, 2, 2, 3, 3, 3, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (16, 3, 1, 3, 0, 3, 0, 4, 4, 2, 2, 2, 3, 'Gezielter;
Keine zusätzlichen Geräte notwendig, da eh in fast jedem Haushalt ein
Computer mit Internetzugang steht; Keine großartige Frequenzsuche', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (17, 3, 1, 4, 3, 3, 1, 1, 4, 3, 0, 4, 2, 'Infos zu
den aktuellen Liedern, Vorschau (Trackliste), direkte Kommunikation mit den
Moderatoren, direkte Musikwünsche, ', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (18, 3, 2, 1, 2, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (19, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (20, 3, 3, 1, 2, 1, 2, 1, 4, 3, 1, 1, 4, 'Keine
Werbung!', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (21, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (22, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (23, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (24, 3, 4, 2, 1, 1, 3, 4, 4, 3, 3, 2, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nBeim normalen Radio muss man die
Kanäle erst durchsuche, bis man den richtigen ( für sich ) gefunden hat.
Beim I-net Radio werden die Programme meistens aufgelistet und kann sich
seinen Favoriten herauspicken.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (25, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (26, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 4, 4, 3, 1, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (27, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (28, 3, 3, 2, 3, 3, 1, 3, 4, 2, 1, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\n- mehr Auswahl\r\n- es ist ein-
facher ausländische Sender zu hören\r\n- mehr spezialisierte Sender (bzgl.
Musikgenres)', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (29, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (30, 3, 4, 1, 1, 0, 0, 4, 1, 1, 0, 4, 4, 'Bessere
Aufnahmemöglichkeiten in digitaler Qualität', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (31, 3, 4, 3, 4, 4, 3, 0, 0, 1, 3, 2, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nMehr Identifikation mit dem
Radio.\r\nMehr Einfluss aufs Programm.\r\nHöhere Zufriedenheit durch mehr
Auswahl.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (32, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (33, 3, 2, 3, 4, 4, 0, 4, 4, 2, 0, 3, 4, 'Flexi-
blere Programmgestaltung', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (34, 3, 0, 3, 2, 4, 3, 4, 4, 3, 2, 4, 1, NULL, NULL,
NULL);

```



```

INSERT INTO `ma` VALUES (35, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (36, 3, 1, 3, 0, 1, 1, 1, 4, 3, 0, 4, 2, '', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (37, 3, 1, 3, 1, 0, 0, 1, 4, 1, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (38, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (39, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 1, 3, 0,
4, 3, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (40, 3, 0, 3, 3, 3, 2, 4, 0, 2, 3, 1, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (41, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (42, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (43, 3, 1, 2, 0, 4, 3, 4, 4, 3, 3, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nKeine Regionale
einschränkungen\r\nKeine störungen/ Empfangs\'löcher\'\r\nDas Programm kann
teilweise über den ganzen Tag mit Musikwünschen angereichert werden.\r\nDie
Vielfalt, besonders in nischenbereichen ist beim Internet wesentlich
grösser.\r\nMan kann mit den Moderatoren teilweise viel leichter in kontakt
treten als beim normalen Hörfunk.', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (44, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (45, 3, 4, 1, 0, 4, 4, 4, 4, 2, 4, 2, 0, 'Besseres
Miteinbeziehen der Zuhörer, kein nerviges Frequenz-suchen, weniger Werbung,
spezialisierung auf einzelne Musikrichtungen...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (46, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (47, 3, 1, 1, 3, 4, 1, 0, 2, 2, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nGezieltere Musikauswahl nach Stilen
und Interpreten\r\nKein zgedudelt werden mit Massenhits\r\nKein dummes
gute Laune gelaber von Moderatoren\r\nKein Verkehrsfunk', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (48, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (49, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (50, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (51, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (52, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (53, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (54, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 2, 3,
2, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...dass ich am computer sitzen
kann.....', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (55, 3, 1, 4, 1, 4, 0, 0, 0, 2, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nMan braucht kein anderes Gerät
als den PC, ist nicht lokal-beschränkt, gibt Themen-Kanaäle (zB "Rock")', 1,
2);
INSERT INTO `ma` VALUES (56, 3, 1, 3, 2, 4, 3, 2, 4, 2, 0, 3, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (57, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (58, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (59, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (60, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (61, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (62, 3, 4, 1, 4, 0, 0, 0, 0, 1, 1, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (63, 3, 0, 4, 3, 3, 0, 4, 0, 1, 0, 4, 3, 'Die
Möglichkeit lokale Sender auch außerhalb des normalen Sendegebietes zu
hören.', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (64, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (65, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (66, 3, 1, 3, 3, 0, 1, 4, 4, 3, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (67, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (68, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (69, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (70, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (71, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (72, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (73, 3, 0, 2, 3, 3, 3, 2, 4, 3, 1, 1, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (74, 3, 2, 2, 0, 4, 3, 0, 2, 3, 2, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio... \r\nEs gibt mehr Sendungen die nicht
auf "Charts" gezieht sind. Musikrichtungen, die unbekannter sind, bzw. im
Underground haben durch das Internetradio eine breite zuhörerschaft.', 1,
2);
INSERT INTO `ma` VALUES (75, 3, 0, 3, 2, 0, 0, 4, 4, 3, 1, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (76, 3, 0, 4, 2, 2, 2, 2, 4, 3, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...können sowieso erst entstehen, wenn die
Qualität und zuverlässigkeit der Internetradios zunimmt. Dann könnte natür-
lich der Vorteil sein, dass es mehr Radiostationen für jeden Geschmack gibt,
wie es in Amerika möglich ist. Ansonsten ist eine enge Verbindung zwischen
Internetchats und ähnlichem zum laufendem Programm ja auch beim terres-
trischen Radio möglich.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (77, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (78, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (79, 3, 1, 3, 4, 4, 3, 1, 0, 3, 2, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (80, 3, 2, 4, 4, 4, 3, 4, 4, 2, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\n- erreichen von definierten
Zielgruppen\r\n- auch nicht populäre Musikrichtungen werden angeboten (und
zwar 24 Stunden / 7days a week)\r\n- Möglichkeit der Auswahl persönlich be-
vorzugter Musikstile ( kein "Einheitsbrei" wie im heerkömlichen Radio.', 1,
3);
INSERT INTO `ma` VALUES (81, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (82, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (83, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (84, 3, 0, 3, 0, 0, 0, 4, 2, 2, 0, 3, 4, NULL, NULL,
NULL);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (85, 3, 0, 4, 1, 2, 0, 4, 4, 3, 1, 2, 1, 'Man kann
ausländische Sender und Sender die man selbst nicht empfangen kann hören.',
1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (86, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (87, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (88, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (89, 3, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (90, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (91, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (92, 3, 0, 1, 0, 1, 0, 0, 0, 3, 1, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (93, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (94, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 3, 0,
4, 4, 'Höhere Vielfalt!', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (95, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (96, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (97, 3, 1, 4, 4, 2, 0, 2, 3, 1, 0, 2, 1, 'Intera-
ktives Radio', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (98, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (99, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (100, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (101, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (102, 3, 0, 4, 3, 4, 3, 4, 4, 1, 1, 3, 4, 'Beim
Webradio werden die Namen der gespielten Titel, die Genre und weitere Infos
im Livestream bereitgestellt. Desweiteren reicht ein kleiner Klick auf den
Link und schon ist man auf deren Website.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (103, 3, 1, 3, 3, 2, 0, 1, 3, 3, 2, 3, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (104, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (105, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (106, 3, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (107, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
0, 4, 4, 'Sehr viel größere Auswahl! Höre eigentlich nur Musik aus dem
Gothic-Sektor, da gibt es im normalen Radio so gut wie keine Auswahl - ganz
im Gegensatz zum I-Net.\r\n\r\nAußerdem kann man leicht Streams mitschnei-
den.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (108, 3, 2, 2, 3, 4, 3, 2, 2, 3, 2, 4, 4, 'Größere
Auswahl an Sendern und Programmen', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (109, 3, 1, 3, 3, 3, 4, 1, 0, 1, 1, 1, 3, 'indivi-
duell', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (110, 3, 1, 3, 1, 3, 4, 1, 0, 1, 2, 2, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...auf der ganzen Welt einen Sender zu emp-
fangen.\r\nRauschfreies Programm zu hören. Die Musik mit Sofwearlösungen
die Musik aufzeichnen und f. ipod oder USB Stik zu verwenden.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (111, 3, 1, 4, 3, 3, 1, 2, 3, 2, 1, 4, 3, 'größere
Musikauswahl', 1, 2);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (112, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (113, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (114, 3, 1, 3, 4, 3, 0, 3, 1, 2, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nflexibler\r\nbessere mitgestaltung',
1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (115, 3, 4, 2, 2, 4, 3, 4, 4, 3, 0, 4, 4, '- mehr
Partizipation des Hörers durch direkte und unkomplizierte Einflussnahme
\r\n- ev. bessere Tonqualität (?) \r\n- die große Auswahl an internatio-
nalen Sendern \r\n- zusätzliche Bildübertragung möglich\r\n\r\n', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (116, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (117, 3, 0, 3, 3, 2, 0, 4, 4, 3, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (118, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (119, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
4, 2, 4, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (120, 3, 3, 2, 1, 3, 1, 4, 4, 3, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nEmpfang weltweiter Sender, Aufnahme
im mp3 etc. möglich', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (121, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (122, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (123, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (124, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (125, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (126, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (127, 3, 3, 3, 1, 0, 0, 3, 3, 3, 0, 4, 1, 'Naja, es
ist bunter, optischer eben...aber ansonsten tut sich nicht viel. Nur das
Aufnehmen von Liedern funktioniert schlechter.', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (128, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (129, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (130, 3, 1, 4, 4, 1, 2, 2, 0, 3, 0, 1, 1, 'Welchen
Mehrwert das Internetradio bietet?\r\nWenig.\r\nDas Gefährlichste wäre,
wenn es nur noch Internetradios gäbe. Einem totalitären Staat wäre es ein
Leichtes, den Zugang zu ausländischen Medien beschränken.
(China)\r\n\r\nIch nutze das Internetradio nur, wenn das gewünschte
Radioprogramm anders nicht zu empfangen ist. Denn so kann man Radiosta-
tionen/-programme hören, die in der hiesigen Gegend weder terrestrisch, noch
via Kabel, noch über Satellit empfangbar sind: z. B. die Programme vom RBB
oder der englischen BBC.\r\n\r\nZunächst würde ich versuchen, das gewünsch-
te Programm mit dem UKW-Radio zu empfangen. Dann würde ich untersuchen, ob
es das Programm über Astra oder Eutelsat ausgestrahlt wird. Erst dann wird
gewissermaßen als letzte Notlösung, oder wenn eine Sendung auf den vor-
genannte Verbreitungswegen verpaßt wurde und via Internet nachträglich ge-
hört werden kann (z. B. DLF und BBC)) das Internetradio eingeschal-
tet.\r\n\r\nDie Qualität (zu niedrige Datenrate und statt Stereo manchmal
nur Mono, z. B. beim BR), das manchmal häufige Aussetzen (mit Rebufferung),
das automatische Unterbrechen des Streams nach 35 Minuten (BR und WDR), die
Meldung: "die Anzahl der maximal möglichen Nutzer ist erreicht, versuchen
Sie später", der untaugliche Versuch mittels Real-Player-Stream den Nutzer
am Aufnehmen des Gehörten zu hindern, die umständliche Bedienung (ein UKW-
Radio spielt sofort auf Knopfdruck), die Datensammelwut von WMP und Real-
Player (der nach jedem Aufruf des Programmes nach Hause telefoniert und mir

```

ein Update verkaufen will), das alles sind Gründe, warum Internet-Radio für mich nur eine Notlösung ist und voraussichtlich bleiben wird. Zudem muß ich darauf achten, daß ich nicht zu viel Datenverkehr erzeuge, weil ich keine Flatrate habe. \r\n\r\nWährend sich das Vorgesagte auf Internet-Radioprogramme bezieht, die auch über Antenne irgendwo in der Welt zu hören sind, möchte ich noch einige Bemerkungen zu den reinen Internetradios machen. Für meine Ohren ist das Hören eines Internet-Radioprogrammes, das nur eine Musifarbe kennt, auf Dauer recht monoton. Hinzu kommt bei amerikanischen Programmen die für deutsche Ohren ungewohnte permanente Werbung, verbunden mit Aufrufen, doch für das Programm zu spenden, die mich solche Programme schnell abschalten lassen.\r\n', 1, 5);

INSERT INTO `ma` VALUES (131, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 1, 4, 3, 4, 'Mehr Hörer dank Reichweite.', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (132, 3, 4, 1, 4, 4, 3, 2, 0, 3, 4, 2, 4, 'Nischen-sendungen und Specials, die meinen Musikgeschmack wirklich treffen und konstruktiv weiterentwickeln.', 2, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (133, 3, 2, 1, 4, 4, 4, 0, 3, 3, 4, 3, 3, '-für viele Leute ist es bequemer, wenn sie beim surfen einen stream hören können, als wenn sie extra das radiogerät einschalten und den richtigen sender suchen müssen\r\n\r\n\r\n-das webradio bietet mehr möglichkeiten zur interaktion/man kann sich sein eigenes wunschprogramm zusammenstellen\r\n\r\n\r\n-man hat im internet eine große auswahl von internationalen sendern', 1, 1);

INSERT INTO `ma` VALUES (134, 3, 1, 3, 4, 4, 0, 0, 0, 3, 2, 4, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nim Chat mit dem Macher zu kommunizieren\r\n\r\nim Chat mit anderen Hörern kommunizieren\r\n', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (135, 3, 4, 2, 3, 3, 2, 4, 0, 3, 4, 3, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio... Musik die ich hören will', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (136, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 3, 3, 1, 3, 2, 'Es kann mehr und spezieller auf unterschiedliche Musiksparten eingehen bzw. zugeschnitten werden.', 2, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (137, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (138, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (139, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (140, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (141, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (142, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (143, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (144, 3, 2, 3, 3, 4, 3, 0, 0, 3, 3, 3, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Ich kann ihm Internet Radio die Musik hören, die normalerweise im herkömmlichen Radio nicht gespielt wird', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (145, 3, 2, 1, 1, 3, 2, 3, 3, 2, 2, 3, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (146, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 1, 0, 4, 2, 'Beispielsweise weltweite Verbreitung des Programms eines regionalen Senders.', 1, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (147, 3, 0, 2, 4, 4, 4, 4, 0, 3, 0, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nIch höre zum einen regelmäßig eine Radiosendung per Internet, die ich sonst nicht hören könnte ("Roots", RadioEins). Dazu gibt es ebenso einen Live-Chat wie zu den von Forumsgliedern des Rolling-Stone-Forums (potenziell also auch mir selbst) zusammengestellte Radiosendungen.\r\n\r\nNormales Radio ("Eins Live") höre ich morgens nebenbei, wegen der Nachrichten und aktueller Musik.', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (148, 3, 2, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

```

INSERT INTO `ma` VALUES (149, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (150, 3, 0, 4, 0, 0, 0, 0, 1, 2, 0, 4, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...nix', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (151, 3, 0, 4, 3, 1, 0, 1, 1, 2, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (152, 3, 2, 4, 2, 2, 2, 4, 0, 2, 4, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Selbstbestimmung', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (153, 3, 2, 3, 3, 3, 3, 3, 0, 3, 3, 4, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nInteraktivität\r\nCross-Medialität\r\nneigene Einflussnahme\r\nMöglichkeit selbst ein Programm zu gestalten\r\ngrößere Auswahl', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (154, 3, 2, 3, 2, 4, 3, 2, 4, 3, 3, 1, 3, 'Kein "Format-Radio" / Keine Werbung / Nischen-Sparten werden berücksichtigt', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (155, 3, 1, 3, 3, 2, 2, 2, 2, 2, 2, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (156, 3, 2, 2, 2, 1, 2, 2, 2, 3, 2, 2, 2, 'Das Internet-Radio kann verlorene Hörer, die viel im I-Net verweilen zurück gewinnen.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (157, 3, 0, 2, 4, 3, 2, 4, 0, 3, 3, 4, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nMusik, die im normalen Radio nicht vorkommt, wird im Internet-Radio angeboten', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (158, 3, 0, 1, 4, 4, 2, 0, 0, 2, 3, 2, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (159, 3, 2, 3, 3, 0, 2, 0, 0, 3, 1, 3, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (160, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (161, 3, 0, 4, 3, 2, 1, 3, 0, 3, 1, 1, 2, 'Mehr Spezial und Minderheiten Angebote ', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (162, 3, 0, 2, 0, 2, 0, 4, 4, 3, 0, 4, 3, 'Sendervielfalt, speziell bestimmte Richtungen, Unabhängigkeit von politischer Einflussnahme..', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (163, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (164, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (165, 3, 1, 2, 1, 2, 1, 2, 2, 3, 0, 4, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Oldies aus bestimmten Zeiten, spezielle Musikrichtung', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (166, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (167, 3, 0, 4, 1, 3, 3, 0, 3, 3, 0, 4, 3, 'Mehr freie Gestaltung möglich durch nicht gelernte Radiomacher, mehr meinungsvielfalt', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (168, 3, 3, 2, 3, 4, 3, 2, 2, 3, 3, 2, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\ndirekte Beteiligung der Hörenden / Zugriff auf weltweite Programme / Musikalisch bzw. thematisch breiter gefächertes Spektrum', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (169, 3, 0, 3, 3, 1, 0, 0, 0, 3, 0, 4, 2, 'Weltweiten Empfang (falls Internetzugang besteht natürlich)', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (170, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (171, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 2, 2, 2, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 6);
INSERT INTO `ma` VALUES (172, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (173, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (174, 3, 0, 2, 0, 2, 0, 4, 4, 3, 0, 4, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (175, 3, 2, 3, 2, 4, 1, 2, 3, 3, 0, 4, 4, 'Empfang
von Sendern wird möglich, die man sonst (Antenne, Kabel) nicht empfangen
kann. Dadurch größere Sendervielfalt und mehr Musikvielfalt.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (176, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (177, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (178, 3, 2, 2, 3, 4, 2, 3, 4, 3, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nIch höre gerne Programme aus
anderen Gebieten der BRD. Über Internet höre ich auch sehr gerne normale
Radios aus den USA.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (179, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (180, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (181, 3, 2, 3, 2, 3, 3, 2, 4, 3, 0, 4, 3, 'noch
GEZ-frei, an jedem pc mit internetanschluss nutzbar, also auch im büro,
guter klang, riesengroße auswahl, leichte suche nach genre usw.,
verfügbarkeit internationaler sender', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (182, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (183, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (184, 3, 0, 3, 2, 4, 3, 0, 2, 3, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (185, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
0, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio durch eine wesentlich
höhere Spartendichte. Das normale Radio ist doch nur "Middle of the road."',
1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (186, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (187, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (188, 3, 1, 4, 2, 3, 1, 3, 3, 1, 1, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (189, 3, 4, 4, 4, 4, 3, 3, 3, 3, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nVoraussetzung wäre, das jegliche Ge-
stalter vom Sender im journalistischem Sinn-\r\nFREI und mit RECHERGEN
seiner via Sender, keine kungulierten Fehlmeldung in seiner Übertragung
übermittelt. Konkret: Ausblendung von politischen und wirtschaftlichen Inte-
ressen, FREI wirkliche TATSACHEN auch SENDEN darf.\r\nIm besonderem, wie die
eingestellte Fernsehsendung des WDR-BONN danach BERLIN am Rohr,\r\nBürger
und somit wirkliche Probleme "dann" auch ohne wenn und aber besprochen
werden könnten???\r\nEtwas abweichend, sollten Sie sich das Foren Angebot
im WDR mal einlesen.\r\nDialoge sind "nur" noch GEWÜNSCHT, sodaß sogenannte
angebliche STÖRER deren GEDANKENSPIEL nicht GEWOLLT und sofort GELÖSCHT
werden.\r\nKonkret: NUR mit Dialog kann es "zu" Diskussionen
kommen.\r\nSodaß entweder Ultra links Lastige oder rechts Lastige, deren
Inhalte zu SPÄT ERKANNT und der DUMMGehaltene Bürger, wie im Attentat
London, LEIDER wie immer, die/der zu LEID ERTRAGENDE Bürger-
bleibt.\r\nWahrheiten "können" jedem WEH tun, welcher "nur" ein
Volksverdummer und somit mit populismen das Volk BETRÜGEN
will.\r\nInteressanteste Frahe bisher, dieses sollten Sie immer BE-
ACHTEN. Eine persönliche Unterhaltung, hätte in Ihrer Fragestellung zu dieser
Frage-ein mehr.\r\n\r\n', 1, 6);
INSERT INTO `ma` VALUES (190, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (191, 3, 3, 2, 4, 4, 2, 2, 2, 3, 3, 3, 3, 'Mehr
Auswahl', 2, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (192, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (193, 3, 3, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (194, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 2,
2, 2, 4, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (195, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (196, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (197, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (198, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
1, 4, 4, 'Für den Hörer kostenloses Radio ohne störende Werbung oder
Moderation. Nischenprodukte wie\r\nz.B. Jazz 1920-1960 oder Bigbeat oder
Reggae werden vermehrt gefördert. Wer das spezielle,\r\nfür sich
massgeschneiderte Radioprogramm sucht stöbert vermehrt im Internet. Im
Shoutcast\r\noder bei Live365 kann der Konsument z.B. nach gerade gespiel-
ten Songs suchen! Ich wiederum\r\neniesse auf radiocrazy opera - Opern in
voller Länge ohne Werbeunterbrechung und spare das\r\nteure Opernticket.
Dafür spende ich dem Sender gerne ein paar Dollars, welches der Be-
treiber\r\nwiederum in neue CD\'s investieren kann :) In der Schweiz kann
Internet bald via Autoradio\r\nempfangen werden - bestimmt die Revolution :)
Grüsse, Carl', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (199, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (200, 3, 3, 0, 2, 4, 4, 2, 0, 2, 4, 2, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\naudiodateien legal mitschneiden\r\n',
1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (201, 3, 1, 4, 2, 4, 0, 0, 0, 3, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...durch Mitgestaltung des Pro-
gramms/Interaktivität', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (202, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (203, 3, 0, 1, 4, 0, 1, 3, 4, 3, 1, 1, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (204, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (205, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (206, 3, 2, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (207, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (208, 3, 2, 1, 3, 2, 2, 4, 2, 2, 2, 2, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (209, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (210, 3, 1, 1, 1, 4, 0, 4, 4, 1, 0, 4, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (211, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (212, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (213, 3, 1, 3, 4, 4, 4, 2, 4, 1, 1, 2, 3, 'Höhere
Programmvielfalt durch fehlende Kapazitätsengpässe in der Übertragung', 1,
2);
INSERT INTO `ma` VALUES (214, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
2, 3, 0, 'Spezielle Formate, keine Abhängigkeit von Medienpartnern, Förde-
rung des musikalischen Nachwuchses im stärkeren Maße, Verknüpfung mit neuen
Formen des Verkaufs von Musik, direktere Interaktion mit dem Hörer, aktives
Hören', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (215, 3, 1, 4, 3, 1, 0, 2, 4, 1, 0, 4, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nechte Spartenprogramm, was aller-
dings nur geringfügig von den Webradio-Veranstaltern getan wird.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (216, 3, 4, 0, 0, 4, 4, 0, 0, 2, 4, 2, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...Interaktiv kann man bei vielen Internet-

```


radios direkten Einfluß nehmen. Die eModeratoren unterliegen keinem Format und dadurch können diese sich mehr entfalten. Im herkömmlichen Radio ist durch Format keinerlei Ausbrüche möglich. Alles im Internet haben die Internetradios ganz klar die Vorteile auf Ihrer Seite, allerdings ist hier noch kein wirklicher Markt und auch die Umsetzung ist bei vielen Internetradios alles andere als gut.', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (217, 3, 1, 2, 2, 1, 0, 1, 4, 3, 0, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n- Verkauf von Titeln die eben liefern\r\n- Personalisierung (fehlt aber noch in weiten Teilen)', 1, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (218, 3, 2, 3, 3, 2, 1, 1, 2, 1, 1, 4, 3, 'Gezielte Auswahl von Sendungen und Sendern, die dem eigenen Musikgeschmack entsprechen.', 1, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (219, 3, 3, 1, 3, 4, 4, 1, 3, 2, 2, 2, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio... interaktivitaet; begeisterte Moderatoren, keine strenge Formatierung', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (220, 3, 4, 1, 4, 4, 4, 2, 0, 3, 4, 3, 4, 'Mehr Spartenprogramme, Beiträge / Sendungen jederzeit auf Abruf.\r\nIdealbeispiel: www.kcrw.com', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (221, 3, 2, 1, 4, 4, 4, 4, 4, 3, 2, 2, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (222, 3, 1, 1, 2, 1, 1, 2, 2, 2, 2, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (223, 3, 3, 1, 4, 4, 4, 3, 3, 3, 3, 2, 4, '-andere musik als im ukw-radio\r\n-beachtung alternativer musik\r\n-moderatoren die "von herzen" moderieren oder aus spass an der freude und nicht aus "pflicht" (zb angestellte beim kommerziellen ukw-radio)\r\n-höhere musikalische vielfalt beim webradio\r\n-wenig dümmliche gewinnspiele beim webradio\r\n\r\n', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (224, 3, 4, 1, 4, 4, 4, 4, 0, 2, 4, 3, 4, 'Webradio bietet eine einzigartige Verbindung von Hörer und Moderator, denn der Hörer kann in den meisten Fällen direkt Kontakt zum Moderator aufnehmen und dieser ist im Chat bzw. in etwas vergleichbaren präsent und lässt sich dadurch beeinflussen was den Hörern einfällt!', 1, 1);

INSERT INTO `ma` VALUES (225, 3, 0, 3, 2, 1, 0, 3, 4, 3, 3, 2, 3, 'Mehr Spielraum in der Programmgestaltung', 1, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (226, 3, 2, 1, 4, 3, 0, 4, 4, 3, 4, 3, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nInteraktion, da meist eine Anbindung an einen Chat oder Community besteht.\r\nExaktere Zielgruppe durch geringere Hörerzahlen', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (227, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (228, 3, 0, 3, 2, 2, 2, 2, 4, 3, 3, 3, 2, NULL, NULL, NULL);

INSERT INTO `ma` VALUES (229, 3, 2, 1, 1, 3, 0, 3, 4, 3, 3, 1, 0, '-Bessere Qualität\r\n-Mehr Programm Auswahl \r\n-Interaktive\r\n-Auf der ganzen Welt hörbar', 1, 1);

INSERT INTO `ma` VALUES (230, 3, 4, 1, 3, 3, 2, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 'Musikvielfalt, Hören eines Senders welcher nicht in der Umgebung ist, ', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (231, 3, 0, 3, 4, 0, 0, 2, 3, 3, 2, 2, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio \r\n\r\n1. Mehr interaktion, Chat\r\n2. Einblicke durch Webcam\r\n3. Wenn schon beim Surfen, dann gleich mit Musik', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (232, 3, 2, 3, 1, 3, 3, 4, 2, 2, 1, 2, 3, 'Mehr Interaktivität.', 1, 4);

INSERT INTO `ma` VALUES (233, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 1, 2, 1, 4, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Hier kann ich die Musik hören, die sonst kein Sender spielt.', 1, 5);

INSERT INTO `ma` VALUES (234, 3, 3, 3, 3, 1, 4, 3, 0, 2, 3, 2, 4, 'Chat mit den Moderatoren, ', 1, 3);

INSERT INTO `ma` VALUES (235, 3, 0, 3, 4, 4, 4, 3, 4, 2, 4, 2, 3, 'Hohe interaktivität und Hörernähe.', 1, 2);

INSERT INTO `ma` VALUES (236, 3, 1, 4, 3, 4, 2, 1, 0, 1, 2, 3, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nzeitversetztes hören spezieller Sen-

```

dungen oder Einzelner Beiträge\r\nZusatzinfos zu Beiträgen, Links zu vertiefenden Infos, ...'\r\n', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (237, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (238, 3, 0, 1, 4, 3, 1, 4, 2, 2, 4, 3, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nDer direkte Kontakt mit dem Hörer und die daraus entstehenden Möglichkeiten der Interaktivität. Der heutige Hörfunk is langweilig und trist geworden. Sehr berechenbar halt', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (239, 3, 4, 1, 2, 0, 0, 4, 4, 2, 4, 2, 4, 'Interaktivität, neue Talente finden, Weltweite Übertragung', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (240, 3, 1, 3, 4, 2, 3, 4, 0, 2, 2, 3, 'Da Webradio fast ausschließlich (außer Simultcast) von Hobby-Enthusiasten produziert wird, merkt man einen deutlichen Unterschied: Weniger Professionalität, jedoch mehr Interesse für den Hörer und Engegement, was Spaß macht und den Hörer motiviert.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (241, 3, 2, 1, 2, 4, 2, 2, 2, 3, 3, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio... in Musikgestaltung , mehr Senderauswahl je nach Stimmungslage', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (242, 3, 2, 3, 3, 2, 0, 4, 3, 3, 1, 1, 2, '"On-Demand" Musik ist natürlich interressant, Digital-Tonqualität ist auch ganz gut...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (243, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (244, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 2, 3, 2, 2, '', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (245, 3, 0, 3, 4, 3, 2, 1, 0, 2, 2, 4, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nweltweite erreichbarkeit\r\nnutzung am arbeitsplatz\r\n', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (246, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 3, 3, 4, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (247, 3, 2, 4, 4, 1, 1, 4, 4, 2, 4, 2, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (248, 3, 0, 3, 4, 3, 2, 4, 4, 3, 0, 4, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio: Spartenkanäle', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (249, 3, 0, 3, 4, 2, 0, 4, 4, 2, 2, 4, 2, 'kann den dj anscheissen. und mir können die ohren bei zu lauten unfähigen ansagerinnen platzen. nur scheißen kann ich dabei eigentlich nicht, weil am klo kein rechner steht. dazu saufen kannsch eigentlich überall. denke unentschieden. ', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (250, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (251, 3, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (252, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (253, 3, 0, 2, 0, 3, 3, 0, 0, 3, 1, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (254, 3, 3, 1, 2, 3, 2, 0, 2, 2, 4, 2, 1, 'Gezielter auf bestimmte Zielgruppen eingehen, freier formatwahl, kein druck durch radioleitung, "nur" hobby', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (255, 3, 4, 2, 4, 4, 3, 4, 1, 3, 4, 3, 3, 'Hörernähe ist hier der Ausschlaggebende Punkt, da der Moderator greifend nah erscheint.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (256, 3, 2, 3, 3, 2, 0, 3, 4, 2, 2, 2, 3, 'Bequemes radio hören während man am pc sitzt\r\nbessere Qualli wegen meinen Boxen\r\nbessere Musik da weitgehend alle sender thematisiert sind und man immer das beste für sich findet', 2, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (257, 3, 2, 2, 4, 3, 1, 4, 0, 2, 2, 2, 2, 'Interaktivität, Einfluss durch Musikwünsche beispielsweise, Chat etc.', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (258, 3, 3, 2, 1, 4, 3, 4, 2, 2, 0, 2, 4, 'Durch Chat auf den Webseiten des Radios andere Hörer kennenlernen', 1, 3);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (259, 3, 0, 0, 2, 0, 0, 1, 0, 3, 0, 4, 2, 'Ich sehe keine Vorteile in alleiniger Verbreitung von Internetradio, sondern nur in Simultanbetrieb mit z.B. UKW oder DAB', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (260, 3, 4, 4, 0, 4, 4, 0, 0, 2, 4, 2, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...aus moderator sich das eingehen auf die user , aus hörler sicht das ich mitmachen kann ohne teure nummern anzurufen und auch gewinnen kann , das internetradios in den seltensten fällen ihre hörler abzocken wollen als betreiber ( der ich bin ;) ich habe meine hörler vor augen genau so wie ich hörler habe die ich nicht sehe aber ich kann sie befriedigen sobald sie ihre wünsche äussern .', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (261, 3, 4, 3, 4, 4, 4, 4, 2, 2, 4, 2, 4, 'durch das internet ist es möglich eine sehr grosse anzahl radio stationen aus aller welt zu "empfangen". egal woher sie kommt, egal wie klein die station ist, sie findet irdendwo ihre anhänger. unter den internet radios gibt es sehr viele kleine stationen mit ausgesuchtem musik programm das sonst auf keinem komerziellen radio sender zu hören wäre und so zur bekanntheit gewisser musikstile und bands beiträgt. auch ist es mit onlineradios viel einfacher möglich nachrichten aus der heimat zu hören, wenn man im ausland ist oder im ausland wohnt. \r\nonline radio ist so eine art Mischung aus kurzweile und piratensender, so günstig und einfach dass es fast jeder machen kann mit der weltweiten empfangbarkeit durch das internet.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (262, 3, 2, 1, 4, 3, 3, 4, 4, 2, 1, 1, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (263, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (264, 3, 1, 2, 2, 3, 0, 2, 3, 2, 3, 2, 2, '', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (265, 3, 2, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (266, 3, 2, 3, 3, 3, 2, 1, 2, 3, 2, 2, 2, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (267, 3, 2, 1, 3, 4, 2, 4, 4, 3, 1, 4, 3, 'Durch das Internet-Radio bekommt man mehr Sender, die den Gemre liefern, den man am meisten mag.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (268, 3, 0, 4, 4, 2, 0, 4, 0, 2, 4, 3, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Ein gruppenspezifischeres Programm, da hier gezielt HörerInnen angesprochen werden können.', 2, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (269, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (270, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (271, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (272, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (273, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 1, 0, 4, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (274, 3, 0, 1, 3, 0, 0, 4, 4, 2, 0, 4, 0, 'Bei mir Anschluß eines besseren Soundsystems, ansonsten keine Mehrwerte', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (275, 3, 2, 4, 4, 3, 1, 1, 1, 3, 0, 2, 3, 'Interaktion mit den Machern des (Web-) Radios; nicht nur Moderatoren, sondern auch im Hintergrund tätige Mitarbeiter wie Musik-Redakteure.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (276, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (277, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (278, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (279, 3, 3, 1, 1, 4, 4, 0, 0, 3, 3, 3, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n- Mitgestaltung\r\n- Mitschnitt\r\n- Aufnahmeunabhängiger', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (280, 3, 1, 3, 3, 4, 2, 3, 0, 2, 2, 2, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (281, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (282, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (283, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (284, 3, 1, 3, 3, 4, 2, 2, 0, 2, 1, 1, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (285, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2, 3, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...: \r\n\r\nkein Format-radio\r\n\ndan kann selbst Sendungen machen', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (286, 3, 0, 1, 2, 2, 0, 1, 3, 3, 1, 4, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (287, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (288, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (289, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2, 4, 3, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nSpeziellere Zielgruppe\r\nBelebung der Radiolandschaft durch Vielfalt\r\nDezentralisierung\r\nDirektere Hörerbeziehung\r\nzeitnahe Chat mit dem Moderator/Redakteur\r\nkleine Sender mit kleinen Hörergruppen (Freundeskreis)\r\nPromotionmöglichkeit für unbekanntere Bands/Musiker', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (290, 3, 4, 2, 3, 3, 2, 1, 1, 3, 2, 4, 2, 'Kein Einheitsbrei, besser Mitschneidemöglichkeiten, Informationen zu bestimmten Inhalten sofort abrufbar, sofortiger Austausch mit anderen Hörern z.B. per Chat, ', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (291, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (292, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (293, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 1, 3, 0, 1, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...überall auf der welt zu hören wo es internetzugänge gibt', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (294, 3, 1, 3, 2, 2, 1, 3, 2, 3, 0, 4, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (295, 3, 1, 1, 4, 3, 3, 4, 0, 3, 1, 4, 2, 'speziellere Angebote für bestimmte Interessengruppen (Musikstile etc.); Themensendungen; Möglichkeiten der Mitgestaltung durch den Hörer; Informationen über Titel, Interpret, Album etc. können zeitgleich übertragen werden; statt Radiowerbung mögliche Kooperation mit Musikanbietern (Links zu Amazon o.Ä.)', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (296, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (297, 3, 0, 2, 4, 4, 0, 3, 3, 2, 3, 4, 3, 'Bessere spezifizierung auf bestimmte Hörergruppen.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (298, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (299, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (300, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (301, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 1, 1, 1, 3, '', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (302, 3, 4, 1, 3, 4, 3, 2, 2, 3, 3, 2, 3, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio... interaktivität, spezielle informationen und musik, aktualität ohne servicedaten als nachrichten verkaufen zu müssen', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (303, 3, 0, 2, 3, 2, 4, 3, 1, 1, 2, 4, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nPlaylist-Infos (Past/Future), gezieltes Abrufen von (Programm-/Sender-Informationen), Möglichkeit des "Recordings" via stream, Möglichkeit des Empfangs von Radio-Stationen weltweit', 1, 5);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (304, 3, 4, 1, 2, 3, 0, 4, 4, 2, 3, 3, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (305, 3, 0, 3, 2, 3, 2, 3, 4, 3, 1, 4, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (306, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (307, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (308, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 2, 3,
2, 2, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (309, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 1,
0, 4, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (310, 3, 1, 3, 0, 3, 1, 4, 4, 1, 0, 4, 3, 'Inter-
aktivität i.e. Angebot von Clips, Zusenden von Musikwünschen per Internet',
1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (311, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (312, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (313, 3, 4, 3, 1, 4, 1, 1, 3, 3, 1, 4, 4, '- welt-
weit empfangbar\r\n- reine Internetsender nehmen - da meist nicht- oder
wenig kommerziell betrieben - stärker Rücksicht auf "Special
Interests"\r\n- Unabhängigkeit von den örtlich zu empfangenden Radio-
sendern', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (314, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (315, 3, 2, 2, 2, 3, 3, 0, 0, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (316, 3, 1, 2, 3, 3, 1, 3, 2, 3, 1, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio... \r\ngrösseres Angebot an verschiedenen
Musikrichtungen und Radioformaten\r\nkeine regionale Beschränkung', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (317, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (318, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (319, 3, 0, 4, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (320, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (321, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 2, 3,
0, 4, 3, '1.\r\nIm Webradio sind viel mehr Spartenprogramme möglich (z.B.
eigene Sender für jede Musikrichtung oder Themenradio). Durch Webradio ist
auch "Bürgerfunk" noch unkomplizierter.\r\n\r\n2. \r\nBessere
Feedbackmöglichkeiten per Chat oder Mail. Zudem ist zu Programm passende
Kommunikation des Senders über die eigenen Webseiten möglich. Beim normalen
Funkradio werden die Webseiten bzw. Internetdienste eher seltener genutzt,
denke ich.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (322, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (323, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
0, 2, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...digitaler bullshit !!!!!',
2, 6);
INSERT INTO `ma` VALUES (324, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (325, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (326, 3, 4, 2, 3, 4, 3, 2, 2, 3, 1, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...spezielleres Programm, weltweites Ange-
bot nutzbar.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (327, 3, 2, 2, 4, 3, 3, 4, 4, 2, 3, 1, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nman kann sich seine musikrichtung
auswählen. im normalen radio läuft zur zeit leider fast nur ausschliesslich
rap, hip hop und sowas in der richtung. da ich eher zur elektrischen musik

```

tendiere bietet mir das webradio eine alternative zum radio oder halt auch zur cd. dazu kommen noch die sachen, dass man wunsche äußern kann, was bei ausländischen sendern manchmal schwer ist, welchen titel man hören möchte.

```

', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (328, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 2, 3,
1, 4, 3, 'Da es meistens eher unabhängiger ist als Rundfunkanstalten und
mehr Auswahl gibt, hat man im Internet eher die Möglichkeit auf Nischenpro-
gramme als auf Massenware zurückzugreifen.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (329, 3, 0, 3, 3, 4, 2, 1, 2, 2, 0, 1, 3, 'keine
GEZ-Gebühr...glaub ich', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (330, 3, 2, 2, 1, 4, 4, 1, 2, 3, 1, 4, 4, 'chat-
funktionen statt warteschleifen, einfache verlosungen, umfragen, etc. per
mail, visualisierungsmöglichkeiten auf der homepage, playlists, links zu
künstler- und anderen infos, livestream (mit video) bei radiokonzerten,
etc.', 2, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (331, 3, 1, 2, 3, 4, 3, 4, 3, 1, 0, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (332, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (333, 3, 0, 3, 3, 4, 2, 0, 3, 3, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (334, 3, 4, 1, 2, 4, 4, 4, 0, 2, 4, 2, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (335, 3, 2, 0, 2, 1, 1, 4, 1, 2, 4, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (336, 3, 4, 0, 2, 4, 3, 4, 0, 2, 4, 2, 4, 'Direkter
Kontakt über Chat mit anderen Hörern und Moderatoren. Musikqualität is
gleich bzw fasst besser wie im normalen Radio', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (337, 3, 4, 0, 4, 4, 4, 0, 4, 2, 4, 2, 4, '-
Chat\r\n- Interaktives Radio\r\n- Content', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (338, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 1, 2,
4, 2, 4, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (339, 3, 0, 1, 3, 4, 4, 2, 2, 2, 4, 2, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (340, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (341, 3, 1, 2, 1, 3, 1, 4, 0, 1, 1, 3, NULL, NULL,
NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (342, 3, 1, 3, 2, 4, 2, 4, 4, 2, 1, 3, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n- weltweite Vernetzung der Radiosen-
dungen\r\n- abrufbarer Informationsspeicher', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (343, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (344, 3, 1, 4, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (345, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (346, 3, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (347, 3, 3, 2, 4, 2, 4, 4, 1, 2, 4, 2, 4, 'Persön-
licher, weniger kommerziell. Wenig Werbung und weniger formatiert.', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (348, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (349, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (350, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
3, 2, 3, 'Viele Möglichkeiten fuer unbekannte Künstler, die sonst nie ge-
spielt werden...', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (351, 3, 3, 1, 1, 4, 2, 4, 1, 2, 2, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...billiger, interaktiver, medialer', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (352, 3, 0, 4, 4, 0, 0, 3, 4, 3, 1, 4, 0, 'keine.',
1, 3);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (353, 3, 4, 1, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (354, 3, 1, 0, 3, 4, 2, 3, 3, 3, 4, 3, 3, 'Regio-
nale sender können überregional über das Netz abgerufen werden.\r\nDas
Speichern von laufenden Radiosendungen auf die Festplatte ist möglich.\r\n',
1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (355, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 4, 2,
4, 2, 2, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nausführlichere
informationen durch zb links, direktere und persönlichere
hörerbindung(chat,forum etc),vielfältigere musikauswahl/bzw anbot nur
einer musikrichtung,wegfall einer zwangsgebühr(gez)', 1, 7);
INSERT INTO `ma` VALUES (356, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (357, 3, 1, 3, 1, 1, 0, 1, 0, 3, 1, 3, 2, 'ob ich
terrestrisches Radio höre und dazu die entsprechende Internetseite mit
Informationen und Kontaktmöglichkeiten habe oder ob ich internet Radio höre
und ebenfalls eine solche Seite habe ist denke ich egal. Wichtig finde ich,
dass alle das gleiche hören (wenn sie den gleichen Sender hören), damit man
sich nachher, auf der Arbeit, unter Freunden darüber unterhalten kann. Wenn
das Radio zu individuell wird fällt diese Art der Kommunikation weg.', 2,
4);
INSERT INTO `ma` VALUES (358, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (359, 3, 2, 2, 2, 3, 3, 2, 3, 1, 1, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (360, 3, 4, 3, 3, 2, 0, 3, 3, 1, 0, 4, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio... Ich kann über das WWW den Sender emp-
fangen, den ich über UKW nicht empfangen kann. Nur deshalb nutze ich das
WWW.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (361, 3, 3, 2, 1, 3, 3, 2, 3, 3, 4, 3, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n- interaktiv\r\n- zeitlich unabhän-
gig (archiv)\r\n- weltweit verfügbar', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (362, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (363, 3, 2, 2, 2, 4, 3, 4, 2, 2, 4, 2, 4, 'fle-
xibler\r\nmehr Kundennähe\r\nbessere Zielgruppenaffinität\r\nusw.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (364, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (365, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (366, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (367, 3, 0, 3, 2, 3, 3, 3, 0, 2, 2, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n- Einflussnahme auf das Musikpro-
gramm\r\n- themenspezifischere Inhalte', 2, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (368, 3, 3, 0, 4, 3, 4, 4, 2, 4, 2, 2, 2, 'Das
InternetRadio ist näher am Hörer. Da man zum Hören ja sowieso schon im
Internet ist, schaut man meist auch auf der Homepage des Betreibers vorbei.
Hier finden sich Foren, News, Umfragen u.s.w. Dies bindet den Hörer am
Format Internetradio. Während man beim "normalen" Radio hoffen muss das sein
Wunsch gespielt wird, so kann man beim Onlineradio sicher sein, das man den
Wunsch hören wird, solange der Moderator ihn hat.', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (369, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (370, 3, 0, 3, 4, 4, 3, 2, 2, 3, 4, 3, 2, 'grosse
musikalische Bandbreite', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (371, 3, 4, 1, 1, 4, 4, 2, 1, 3, 0, 1, 2, 'Audio on
Demand\r\nWeltweit hörbar\r\n', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (372, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (373, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
4, 2, 0, 4, 2, NULL, NULL, NULL);

```

```

INSERT INTO `ma` VALUES (374, 3, 2, 2, 2, 3, 2, 2, 2, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (375, 3, 2, 1, 3, 4, 4, 3, 1, 2, 4, 2, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nMehr INTERaktion durch Chat und eine
engere Hörerbindung', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (376, 3, 2, 1, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (377, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (378, 3, 3, 2, 3, 4, 3, 4, 4, 2, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio... durch ergänzende Infos, breitere
Sender- und Programmvielfalt, Interaktivität', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (379, 3, 2, 1, 3, 4, 3, 4, 1, 2, 4, 2, 3, 'UKW = zu
viel Mainstream', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (380, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (381, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (382, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (383, 3, 0, 4, 0, 0, 0, 2, 4, 1, 1, 2, 3, 'Inter-
aktive Teilnahme der Zuhörer', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (384, 4, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (385, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 0, 2,
4, 2, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nzielgruppenradio
machen', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (386, 3, 4, 3, 1, 4, 4, 3, 3, 3, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\nSpartenprogramm durch Unabhängigkeit
von Landesmedienanstalten bzw. Media-Analysen,\r\nweniger Kosten für Web-
radiobetreiber und damit Randgruppenprogramme und mehr Vielfalt, was aller-
dings gerade aktuell dank großer Medienkonzerne und aufgesetzter Gesell-
schaften in Deutschland zwanghaft zerstört werden soll, da die Kosten
aufgrund neuer GVL- und GEMA-Tarife explodieren und Auflagen unberechtigt
im Gegensatz zu herkömmlichen Radiosendern immer "heftiger"
werden.\r\nTechnische Weiterentwicklung durch Webradio, die auch blockiert
wird (aufgrund der aktuellen Pläne), um aufgesetzte, alte, teuer bezahlte
und vor allem mal "exklusive" Techniken zwanghaft aufrecht zu halten...
(UKW Frequenzen, DAB, etc. könnten bald nicht mehr benötigt werden, wenn
sich UMTS, WLAN etc. durchsetzt).\r\n\r\nNoch einige Gedanken und Aspekte,
die man anbringen sollte, um Leute endlich wachzurütteln, auch wenn im Be-
reich "Webradio" viel "unprofessionelles produziert wird"...\r\n- Musik-
industrie setzt solche Maßnahmen mehr oder weniger an, um der Raubkopie
entgegenzuwirken - man schiebt alles immer auf das "böse Internet", auch
wenn Webradiobetreiber eigentlich am wenigstens mit Raubkopiererei zu tun
haben. Hier liegt ein völlig falsche Ansatz vor! Inkompetenz! Man macht
gleich mal alles pauschal platt, weil man sich selber nicht eingestehen
will, die Entwicklung lange Zeit verschlafen zu haben (und dies immer noch
hat, da man sogar jetzt bei der GVL 1000 Probleme hat, die neuen Richt-
linien überhaupt durchzusetzen...)\r\n\r\nWebradios würden eher eine
Chance bieten, mehr Vielfalt, weniger Mainstream-Programm! Neue Klänge,
neue Bands, neuer Sound. Aber große Labels versuchen zwanghaft, auch ihre
Top 100 - Position zu halten! Alles andere is ja nicht vermarktbar (auf UKW
schon garnicht) und wird pauschal platt gemacht...Eine ähnliche Politik,
wie sie auch gegen den Kampf des Terrorismus betrieben wird, wenn man es
mal ganz krass vergleicht!!! Einfach mal drüber nachdenken...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (387, 3, 3, 3, 1, 0, 1, 4, 2, 3, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (388, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (389, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 2, 2,
2, 2, 1, NULL, NULL, NULL);

```



```

INSERT INTO `ma` VALUES (390, 3, 0, 3, 2, 4, 1, 2, 2, 3, 0, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nindividuell zusammengestelltes
Programm zu der Zeit, in der man es hören möchte', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (391, 3, 2, 3, 4, 4, 2, 3, 1, 3, 1, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\n-bessere Anpassung an indivi-
duelle Vorlieben bezüglich der Musik\r\n\r\n-höhere Multitasking-Funktion, man
kann nebenbei besser und schneller arbeiten\r\n\r\n-gezielte Nachfrage von ge-
wünschten Daten\r\n\r\n-bessere und direktere Beteiligung am Radiobetrieb durch
Email, Chat...\r\n\r\n-Erstellung eigener Musik-Profile im Internet, die für
andere zugänglich sind', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (392, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (393, 3, 3, 1, 2, 3, 3, 4, 4, 2, 2, 4, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (394, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 1, 2,
2, 2, 1, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (395, 3, 3, 1, 3, 3, 2, 3, 3, 2, 2, 2, 3, 'Inter-
aktivität (bessere Möglichkeit Wünsche abzugeben)', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (396, 3, 1, 3, 3, 3, 3, 3, 1, 2, 3, 2, 2, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\nInteraktivität, weil Moderator im
Chat.\r\n\r\nUnterhaltung mit "Oldiefans" im Chat während Oldiesendung.', 1, 5);
INSERT INTO `ma` VALUES (397, 2, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, 3, 2,
1, 2, 0, 'Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (398, 3, 2, 2, 2, 3, 0, 2, 2, 3, 3, 3, 4, 'Radio
weltweit übers Internet hören Titel und interpretieren anzeige ...', 1, 1);
INSERT INTO `ma` VALUES (399, 3, 0, 4, 1, 0, 0, 3, 2, 3, 0, 3, 3, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 2);
INSERT INTO `ma` VALUES (400, 1, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (401, 3, 0, 3, 1, 0, 0, 4, 3, 1, 0, 4, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (402, 3, 4, 1, 3, 2, 1, 1, 0, 2, 3, 2, 1, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...\r\n\r\n-direkter Kontakt zu Moderatoren und
Hörern im Chat\r\n\r\n-man kann direkt mitmachen,sich an dem Inernet-
Radioprojekt beteiligen (kein passives Hören)\r\n\r\n-Musikauswahl wesentlich
Hörerbezogener als bei terrestrischem Radio', 1, 4);
INSERT INTO `ma` VALUES (403, 3, 2, 2, 3, 2, 0, 4, 2, 2, 3, 3, 3, 'Größere
Bandbreite der Musik, größere Unabhängigkeit von Plattenfirmen und bessere
Kommunikation mit dem Kunden.', 1, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (404, 3, 4, 0, 0, 4, 3, 4, 0, 2, 4, 2, 4, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...direkter Kontakt zum Moderator, nette
gleichgesinnte Leute im Chat kennenlernen', 2, 3);
INSERT INTO `ma` VALUES (405, 3, 1, 3, 2, 3, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (406, 3, 0, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL, NULL,
NULL, NULL, NULL, NULL);
INSERT INTO `ma` VALUES (407, 3, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 3, 0, 3, 0, 'Mehr
Möglichkeiten durch das Webradio...', 2, 7);

```

Anhang C Die Ergebnisse des offenen Eingabefelds

Hier kann ich die Musik hören, die sonst kein Sender spielt.

dass ich am computer sitzen kann.....

Höhere Vielfalt!

Sehr viel größere Auswahl! Höre eigentlich nur Musik aus dem Gothic-Sektor, da gibt es im normalen Radio so gut wie keine Auswahl - ganz im Gegensatz zum I-Net. Außerdem kann man leicht Streams mitschneiden.

Mehr Hörer dank Reichweite.

Es kann mehr und spezieller auf unterschiedliche Musiksparten eingehen bzw. zugeschnitten werden.

Beispielsweise weltweite Verbreitung des Programms eines regionalen Senders.

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio durch eine wesentlich höhere Spartendichte. Das normale Radio ist doch nur "Middle of the road".

Für den Hörer kostenloses Radio ohne störende Werbung oder Moderation. Nischenprodukte wie z.B. Jazz 1920-1960 oder Bigbeat oder Reggae werden vermehrt gefördert. Wer das spezielle, für sich massgeschneiderte Radioprogramm sucht stöbert vermehrt im Internet. Im Shoutcast oder bei Live365 kann der Konsument z.B. nach gerade gespielten Songs suchen! Ich wiederum genieße auf radiocrazy opera - Opern in voller Länge ohne Werbeunterbrechung und spare das teure Opernticket. Dafür spende ich dem Sender gerne ein paar Dollars, welches der Betreiber wiederum in neue CD's investieren kann :) In der Schweiz kann Internet bald via Autoradio empfangen werden - bestimmt die Revolution :) Grüsse, Carl

Spezielle Formate, keine Abhängigkeit von Medienpartnern, Förderung des musikalischen Nachwuchses im stärkeren Maße, Verknüpfung mit neuen Formen des Verkaufs von Musik, direktere Interaktion mit dem Hörer, aktives Hören

:kein Formatradio\r\nman kann selbst Sendungen machen

Speziellere Zielgruppe Belebung der Radiolandschaft durch Vielfalt Dezentralisierung Direktere Hörerbeziehung\r\nzeitnahe Chat mit dem Moderator/Redakteur kleine Sender mit kleinen Hörergruppen (Freundeskreis) Promotionmöglichkeit für unbekanntere Bands/Musiker

überall auf der welt zu hören wo es internetzugänge gibt

1.Im Webradio sind viel mehr Spartenprogramme möglich (z.B. eigene Sender für jede Musikrichtung oder Themenradio). Durch Webradio ist auch "Bürgerfunk" noch unkomplizierter. 2.Bessere Feedbackmöglichkeiten per Chat oder Mail. Zudem ist zu Programm passende Kommunikation des Senders über die eigenen Webseiten möglich. Beim normalen Funkradio werden die Webseiten bzw. Internetdienste eher seltener genutzt, denke ich. Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...digitaler bullshit !!!!!

Da es meistens eher unabhängiger ist als Rundfunkanstalten und mehr Auswahl gibt, hat man im Internet eher die Möglichkeit auf Nischenprogramme als auf Massenware zurückzugreifen.

Viele Möglichkeiten fuer unbekannte Künstler, die sonst nie gespielt werden...

nausführlichere informationen durch zb links, direktere und persönlichere
hörerbindung(chat,forum etc),vielfältigere musikauswahl/bzw anbot nur einer
musikrichtung,wegfall einer zwangsgebühr(gez)

nzielgruppenradio machen

man kann durch das internet gewinnspiele etc. besser machen.

Hintergrundinfos zu Band und ihren Songs, weltweiter "Empfangs"radius, mehr Interaktivität,
weniger Gebundensein an gewisse Mainstream-Richtungen

aktuelle Songanzeige auf der Webpage direkte Requests\r\nweltweiter Empfang

Man kann oft einfacher selber die Sendungen beeinflussen

Gezielter; Keine zusätzlichen Geräte notwendig, da eh in fast jedem Haushalt ein Computer
mit Internetzugang steht; Keine großartige Frequenzsuche

Infos zu den aktuellen Liedern, Vorschau (Trackliste), direkte Kommunikation mit den
Moderatoren, direkte Musikwünsche,

Keine Werbung!

Beim normalen Radio muss man die Kanäle erst durchsuche, bis man den richtigen (für sich)
gefunden hat. Beim I-net Radio werden die Programme meistens aufgelistet und kann sich
seinen Favoriten herauspicken.

- mehr Auswahl\r\n- es ist einfacher ausländische Sender zu hören- mehr spezialisierte Sender
(bzgl. Musikgenres)

Bessere Aufnahmemöglichkeiten in digitaler Qualität

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Mehr Identifikation mit dem Radio.Mehr Einfluss
aufs Programm.Höhere Zufriedenheit durch mehr Auswahl.

Flexiblere Programmgestaltung

Keine Regionale einschränkungen Keine störungen/ Empfangs\'löcher\' Das Programm kann
teilweise über den ganzen Tag mit Musikwünschen angereichert werden. Die Vielfalt, be-
sonders in nischenbereichen ist beim Internet wesentlich grösser. Man kann mit den Modera-
toren teilweise viel leichter in kontakt treten als beim normalen Hörfunk.

Besseres Miteinbeziehen der Zuhörer, kein nerviges Frequenz-suchen, weniger Werbung,
spezialisierung auf einzelne Musikrichtungen...

Gezieltere Musikauswahl nach Stilen und Interpreten Kein zugeordnet werden mit Massenhits
Kein dummes gute Laune gelaber von Moderatoren Kein Verkehrsfunk

an braucht kein anderes Gerät als den PC, ist nicht lokal-beschränkt, gibt Themen-Kanaäle
(zB "Rock")

Die Möglichkeit lokale Sender auch außerhalb des normalen Sendebereiches zu hören.

Es gibt mehr Sendungen die nicht auf "Charts" gezielte sind. Musikrichtungen, die unbekannt
sind, bzw. im Underground haben durch das Internetradio eine breite Zuhörerschaft.

könnten sowieso erst entstehen, wenn die Qualität und Zuverlässigkeit der Internetradios zu-
nimmt. Dann könnte natürlich der Vorteil sein, dass es mehr Radiostationen für jeden Ge-
schmack gibt, wie es in Amerika möglich ist. Ansonsten ist eine enge Verbindung zwischen
Internetchats und ähnlichem zum laufendem Programm ja auch beim terrestrischen Radio
möglich.

- erreichen von definierten Zielgruppen- auch nicht populäre Musikrichtungen werden ange-
boten (und zwar 24 Stunden / 7days a week)- Möglichkeit der Auswahl persönlich bevor-
zugter Musikstile (kein "Einheitsbrei" wie im herkömmlichen Radio.

Man kann ausländische Sender und Sender die man selbst nicht empfangen kann hören.

Interaktives Radio

Beim Webradio werden die Namen der gespielten Titel, die Genre und weitere Infos im
Livestream bereitgestellt. Desweiteren reicht ein kleiner Klick auf den Link und schon ist man
auf deren Website.

Größere Auswahl an Sendern und Programmen

Individuell

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...auf der ganzen Welt einen Sender zu empfangen.
Rauschfreies Programm zu hören. Die Musik mit Softwarelösungen die Musik aufzeichnen
und f. iPod oder USB Stick zu verwenden.

größere Musikauswahl

flexibler bessere mitgestaltung

- mehr Partizipation des Hörers durch direkte und unkomplizierte Einflussnahme - ev. bessere
Tonqualität (?)- die große Auswahl an internationalen Sendern - zusätzliche Bildübertragung
möglich

Empfang weltweiter Sender, Aufnahme im mp3 etc. möglich

Naja, es ist bunter, optischer eben...aber ansonsten tut sich nicht viel. Nur das Aufnehmen
von Liedern funktioniert schlechter.'

'Welchen Mehrwert das Internetradio bietet? Wenig. Das Gefährlichste wäre, wenn es nur
noch Internetradios gäbe. Einem totalitären Staat wäre es ein Leichtes, den Zugang zu aus-

ländischen Medien beschränken. (China) Ich nutze das Internetradio nur, wenn das gewünschte Radioprogramm anders nicht zu empfangen ist. Denn so kann man Radiostationen/-programme hören, die in der hiesigen Gegend weder terrestrisch, noch via Kabel, noch über Satellit empfangbar sind: z. B. die Programme vom RBB oder der englischen BBC. Zunächst würde ich versuchen, das gewünschte Programm mit dem UKW-Radio zu empfangen. Dann würde ich untersuchen, ob es das Programm über Astra oder Eutelsat ausgestrahlt wird. Erst dann wird gewissermaßen als letzte Notlösung, oder wenn eine Sendung auf den vorgenannten Verbreitungswegen verpaßt wurde und via Internet nachträglich gehört werden kann (z. B. DLF und BBC)) das Internetradio eingeschaltet. Die Qualität (zu niedrige Datenrate und statt Stereo manchmal nur Mono, z. B. beim BR), das manchmal häufige Aussetzen (mit Rebufferung), das automatische Unterbrechen des Streams nach 35 Minuten (BR und WDR), die Meldung: "die Anzahl der maximal möglichen Nutzer ist erreicht, versuchen Sie später", der untaugliche Versuch mittels Real-Player-Stream den Nutzer am Aufnehmen des Gehörten zu hindern, die umständliche Bedienung (ein UKW-Radio spielt sofort auf Knopfdruck), die Datensammelwut von WMP und Real-Player (der nach jedem Aufruf des Programmes nach Hause telefoniert und mir ein Update verkaufen will), das alles sind Gründe, warum Internet-Radio für mich nur eine Notlösung ist und voraussichtlich bleiben wird. Zudem muß ich darauf achten, daß ich nicht zu viel Datenverkehr erzeuge, weil ich keine Flatrate habe. Während sich das Vorgesagte auf Internet-Radioprogramme bezieht, die auch über Antenne irgendwo in der Welt zu hören sind, möchte ich noch einige Bemerkungen zu den reinen Internetradios machen. Für meine Ohren ist das Hören eines Internet-Radioprogrammes, das nur eine Musikfarbe kennt, auf Dauer recht monoton. Hinzu kommt bei amerikanischen Programmen die für deutsche Ohren ungewohnte permanente Werbung, verbunden mit Aufrufen, doch für das Programm zu spenden, die mich solche Programme schnell abschalten lassen.

Nischensendungen und Specials, die meinen Musikgeschmack wirklich treffen und konstruktiv weiterentwickeln.

- für viele Leute ist es bequemer, wenn sie beim surfen einen stream hören können, als wenn sie extra das radiogerät einschalten und den richtigen sender suchen müssen
- das webradio bietet mehr möglichkeiten zur interaktion/man kann sich sein eigenes wunschprogramm zusammenstellen
- man hat im internet eine große auswahl von internationalen sendern

im Chat mit dem Macher zu kommunizieren im Chat mit anderen Hörern kommunizieren

Musik die ich hören will

Ich kann ihm Internet Radio die Musik hören, die normalerweise im herkömmlichen Radio nicht gespielt wird

Ich höre zum einen regelmäßig eine Radiosendung per Internet, die ich sonst nicht hören könnte ("Roots", RadioEins). Dazu gibt es ebenso einen Live-Chat wie zu den von Forumsmitgliedern des Rolling-Stone-Forums (potenziell also auch mir selbst) zusammengestellte Radiosendungen. Normales Radio ("Eins Live") höre ich morgens nebenbei, wegen der Nachrichten und aktueller Musik.

Nix
Selbstbestimmung

Interaktivität Cross-Medialität eigene Einflussnahme Möglichkeit selbst ein Programm zu gestalten größere Auswahl

Kein "Format-Radio" / Keine Werbung / Nischen-Sparten werden berücksichtigt

Das Internet-Radio kann verlorene Hörer, die viel im I-Net verweilen zurück gewinnen.

Musik, die im normalen Radio nicht vorkommt, wird im Internet-Radio angeboten

Mehr Spezial und Minderheiten Angebote

Sendervielfalt, speziell bestimmte Richtungen, Unabhängigkeit von politischer Einflussnahme..

Oldies aus bestimmten Zeiten, spezielle Musikrichtung

Mehr freie Gestaltung möglich durch nicht gelernte Radiomacher, mehr Meinungsvielfalt

direkte Beteiligung der Hörenden / Zugriff auf weltweite Programme / Musikalisch bzw. thematisch breiter gefächertes Spektrum

Weltweiten Empfang (falls Internetzugang besteht natürlich)

Empfang von Sendern wird möglich, die man sonst (Antenne, Kabel) nicht empfangen kann. Dadurch größere Sendervielfalt und mehr Musikvielfalt.

Ich höre gerne Programme aus anderen Gebieten der BRD. Über Internet höre ich auch sehr gerne normale Radios aus den USA.

noch GEZ-frei, an jedem pc mit internetanschluss nutzbar, also auch im büro, guter klang, riesengroße auswahl, leichte suche nach genre usw., verfügbarkeit internationaler sender

Voraussetzung wäre, das jegliche Gestalter vom Sender im journalistischem Sinn-FREI und mit RECHERGEN seiner via Sender, keine kungulierten Fehlmeldung in seiner Übertragung übermittelt. Konkret: Ausblendung von politischen und wirtschaftlichen Interessen, FREI wirkliche TATSACHEN auch SENDEN darf. Im besonderem, wie die eingestellte Fernsehsendung des WDR-BONN danach BERLIN am Rohr, Bürger und somit wirkliche Probleme "dann" auch ohne wenn und aber besprochen werden könnten ????. Etwas abweichend, sollten Sie sich das Foren Angebot im WDR mal einlesen. Dialoge sind "nur" noch GEWÜNSCHT, sodaß sogenannte angebliche STÖRER deren GEDANKENSPIEL nicht GEWOLLT und sofort GE-LÖSCHT werden. Konkret: NUR mit Dialog kann es "zu" Diskussionen kommen. Sodaß entweder Ultra links Lastige oder rechts Lastige, deren Inhalte zu SPÄT ERKANNT und der DUMMgehaltene Bürger, wie im Attentat London, LEIDER wie immer, die/der zu LEID ER-TRAGENDE Bürger-bleibt. Wahrheiten "können" jedem WEH tun, welcher "nur" ein Volksverdummer und somit mit populismen das Volk BETRÜGEN will. Interessanteste Frahe bisher, dieses sollten Sie immer BEACHTEN. Eine persönliche Unterhaltung, hätte in Ihrer Fragestellung zu dieser Frage-ein mehr.

Mehr Auswahl

audiodateien legal mitschneiden

durch Mitgestaltung des Programms/Interaktivität

Höhere Programmvielfalt durch fehlende Kapazitätsengpässe in der Übertragung

echte Spartenprogramm, was allerdings nur geringfügig von den Webradio-Veranstaltern getan wird.

Interaktiv kann man bei vielen Internetradios direkten Einfluß nehmen. Die eModeratoren unterliegen keinem Format und dadurch können diese sich mehr entfalten. Im herkömmlichen Radio ist durch Format keinerlei Ausbrüche möglich. Alles im allen haben die Internetradios ganz klar die Vorteile auf Ihrer Seite, allerdings ist hier noch kein wirklicher Markt und auch die Umsetzung ist bei vielen Internetradios alles andere als gut.

- Verkauf von Titeln die eben liefen - Personalisierung (fehlt aber noch in weiten Teilen)

Gezielte Auswahl von Sendungen und Sendern, die dem eigenen Musikgeschmack entsprechen.

interaktivität; begeisterte Moderatoren, keine strenge Formatierung

Mehr Spartenprogramme, Beiträge / Sendungen jederzeit auf Abruf. Idealbeispiel:
www.kcrw.com

-andere musik als im ukw-radio-beachtung alternativer musik-moderatoren die "von herzen" moderieren oder aus spass an der freude und nicht aus "pflicht" (zb angestellte beim kommerziellen ukw-radio)-höhere musikalische vielfalt beim webradio-wenig dümmliche gewinnspiele beim webradio

Webradio bietet eine einzigartige Verbindung von Hörer und Moderator, denn der Hörer kann in den meisten Fällen direkt Kontakt zum Moderator aufnehmen und dieser ist im Chat bzw. in etwas vergleichbaren präsent und lässt sich dadurch beeinflussen was den Hörern einfällt!

Mehr Spielraum in der Programmgestaltung

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...Interaktion, da meist eine Anbindung an einen Chat oder Community besteht. Exaktere Zielgruppe durch geringere Hörerzahlen

-Bessere Qualität-Mehr Programm Auswahl –Interaktive -Auf der ganzen Welt hörbar

Musikvielfalt, Hören eines Senders welcher nicht in der Umgebung ist,

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio 1. Mehr interaktion, Chat 2. Einblicke durch Webcam3. Wenn schon beim Surfen, dann gleich mit Musik

Mehr Interaktivität.

Chat mit den Moderatoren,

Hohe interaktivität und Hörernähe.

zeitversetztes hören spezieller Sendungen oder Einzelner Beiträge Zusatzinfos zu Beiträgen, Links zu vertiefenden Infos, ...

Der direkte Kontakt mit dem Hörer und die daraus entstehenden Möglichkeiten der Interaktivität. Der heutige Hörfunk ist langweilig und trist geworden. Sehr berechenbar halt

Interaktivität, neue Talente finden, Weltweite Übertragung

Da Webradio fast ausschließlich (außer Simultcast) von Hobby-Enthusiasten produziert wird, merkt man einen deutlichen Unterschied: Weniger Professionalität, jedoch mehr Interesse für den Hörer und Engagement, was Spaß macht und den Hörer motiviert.

in Musikgestaltung, mehr Senderauswahl je nach Stimmungslage

"On-Demand" Musik ist natürlich interessant, Digital-Tonqualität ist auch ganz gut...

weltweite Erreichbarkeit Nutzung am Arbeitsplatz

Spartenkanäle

Kann den DJ anscheissen. Und mir können die Ohren bei zu lauten unfähigen Ansagerinnen platzen. Nur scheißen kann ich dabei eigentlich nicht, weil am Klo kein Rechner steht. Dazu saufen kannsch eigentlich überall. Denke unentschieden.

Gezielter auf bestimmte Zielgruppen eingehen, freier Formatwahl, kein Druck durch Radioleitung, "nur" Hobby

Hörernähe ist hier der Ausschlaggebende Punkt, da der Moderator greifend nah erscheint.

Bequemes Radio hören während man am PC sitzt bessere Qualität wegen meinen Boxen bessere Musik da weitgehend alle Sender thematisiert sind und man immer das Beste für sich findet

Interaktivität, Einfluss durch Musikwünsche beispielsweise, Chat etc.

Durch Chat auf den Webseiten des Radios andere Hörer kennenlernen

Ich sehe keine Vorteile in alleiniger Verbreitung von Internetradio, sondern nur in Simultanbetrieb mit z.B. UKW oder DAB

Aus Moderator Sicht das eingehen auf die User, aus Hörer Sicht das ich mitmachen kann ohne teure Nummern anzurufen und auch gewinnen kann, das Internetradio in den seltensten Fällen ihre Hörer abzocken wollen als Betreiber (der ich bin ;) ich habe meine Hörer vor Augen genau so wie ich Hörer habe die ich nicht sehe aber ich kann sie befriedigen sobald sie ihre Wünsche äußern.

Durch das Internet ist es möglich eine sehr große Anzahl Radio Stationen aus aller Welt zu "empfangen". Egal woher sie kommt, egal wie klein die Station ist, sie findet irgendwo ihre Anhänger. Unter den Internet Radios gibt es sehr viele kleine Stationen mit ausgesuchtem Musikprogramm das sonst auf keinem kommerziellen Radio Sender zu hören wäre und so zur Bekanntheit gewisser Musikstile und Bands beiträgt. Auch ist es mit Onlineradios viel einfacher möglich Nachrichten aus der Heimat zu hören, wenn man im Ausland ist oder im Ausland wohnt. Nonline Radio ist so eine Art Mischung aus Kurzwellen und Piratensender, so günstig und einfach dass es fast jeder machen kann mit der weltweiten Empfangbarkeit durch das Internet.

Durch das Internet-Radio bekommt man mehr Sender, die den Genre liefern, den man am meisten mag.

Ein gruppenspezifischeres Programm, da hier gezielt HörerInnen angesprochen werden können.

Bei mir Anschluß eines besseren Soundsystems, ansonsten keine Mehrwerte

Interaktion mit den Machern des (Web-) Radios; nicht nur Moderatoren, sondern auch im Hintergrund tätige Mitarbeiter wie Musik-Redakteure.

- Mitgestaltung- Mitschnitt- Aufnahmeunabhängiger

Kein Einheitsbrei, besser Mitschneidemöglichkeiten, Informationen zu bestimmten Inhalten sofort abrufbar, sofortiger Austausch mit anderen Hörern z.B. per Chat,

speziellere Angebote für bestimmte Interessengruppen (Musikstile etc.); Themensendungen; Möglichkeiten der Mitgestaltung durch den Hörer; Informationen über Titel, Interpret, Album etc. können zeitgleich übertragen werden; statt Radiowerbung mögliche Kooperation mit Musikanbietern (Links zu Amazon o.Ä.)

Bessere Spezifizierung auf bestimmte Hörergruppen.

Interaktivität, spezielle Informationen und Musik, Aktualität ohne Servicedaten als Nachrichten verkaufen zu müssen

Playlist-Infos (Past/Future), gezieltes Abrufen von (Programm-/Sender-Informationen), Möglichkeit des "Recordings" via Stream, Möglichkeit des Empfangs von Radio-Stationen weltweit

Interaktivität i.e. Angebot von Clips, Zusenden von Musikwünschen per Internet

- weltweit empfangbar- reine Internetsender nehmen - da meist nicht- oder wenig kommerziell betrieben - stärker Rücksicht auf "Special Interests"- Unabhängigkeit von den örtlich zu empfangenden Radiosendern

grösseres Angebot an verschiedenen Musikrichtungen und Radioformaten
keine regionale Beschränkung

spezielleres Programm, weltweites Angebot nutzbar.

man kann sich seine Musikrichtung auswählen. im normalen Radio läuft zur Zeit leider fast nur ausschließlich Rap, Hip Hop und so was in der Richtung. da ich eher zur elektrischen Musik tendiere bietet mir das Webradio eine Alternative zum Radio oder halt auch zur CD. dazu kommen noch die Sachen, dass man Wünsche äußern kann, was bei ausländischen Sendern manchmal schwer ist, welchen Titel man hören möchte.

keine GEZ-Gebühr...glaub ich

chat-funktionen statt warteschleifen, einfache verlosungen, umfragen, etc. per mail, visualisierungsmöglichkeiten auf der homepage, playlists, links zu künstler- und anderen infos, livestream (mit video) bei radiokonzerten, etc.

Direkter Kontakt über Chat mit anderen Hörern und Moderatoren. Musikqualität is gleich bzw fasst besser wie im normalen Radio

- Chat\r\n- Interaktives Radio- Content

- weltweite Vernetzung der Radiosendungen- abrufbarer Informationsspeicher

Persönlicher, weniger kommerziell. Wenig Werbung und weniger formatiert.

billiger, interaktiver, medialer

keine.

Regionale sender können überregional über das Netz abgerufen werden. Das Speichern von laufenden Radiosendungen auf die Festplatte ist möglich.

ob ich terrestrisches Radio höre und dazu die entsprechende Internetseite mit Informationen und Kontaktmöglichkeiten habe oder ob ich internet Radio höre und ebenfalls eine solche Seite habe ist denke ich egal. Wichtig finde ich, dass alle das gleiche hören (wenn sie den gleichen Sender hören), damit man sich nachher, auf der Arbeit, unter Freunden darüber unterhalten kann. Wenn das Radio zu individuell wird fällt diese Art der Kommunikation weg.

Ich kann über das WWW den Sender empfangen, den ich über UKW nicht empfangen kann. Nur deshalb nutze ich das WWW.

Mehr Möglichkeiten durch das Webradio...- interaktiv- zeitlich unabhängig (archiv)- weltweit verfügbar

Flexibler mehr Kundennähe bessere Zielgruppenaffinität usw.

- Einflussnahme auf das Musikprogramm - themenspezifischere Inhalte

Das InternetRadio ist näher am Hörer. Da man zum Hören ja sowieso schon im Internet ist, schaut man meist auch auf der Homepage des Betreibers vorbei. Hier finden sich Foren, News, Umfragen u.s.w. Dies bindet den Hörer am Format Internetradio. Während man beim "normalen" Radio hoffen muss das sein Wunsch gespielt wird, so kann man beim Onlineradio sicher sein, das man den Wunsch hören wird, solange der Moderator ihn hat.

grosse musikalische Bandbreite

Audio on Demand Weltweit hörbar

Mehr INteraktion durch Chat und eine engere Hörerbindung

durch ergänzende Infos, breitere Sender- und Programmvielfalt, Interaktivität

UKW = zu viel Mainstream

Interaktive Teilnahme der Zuhörer

Spartenprogramm durch Unabhängigkeit von Landesmedienanstalten bzw. Media-Analysen, weniger Kosten für Webradiobetreiber und damit Randgruppenprogramme und mehr Vielfalt, was allerdings gerade aktuell dank großer Medienkonzerne und aufgesetzter Gesellschaften in Deutschland zwanghaft zerstört werden soll, da die Kosten aufgrund neuer GVL- und GEMA-Tarife explodieren und Auflagen unberechtigt im Gegensatz zu herkömmlichen Radiosendern immer "heftiger" werden. Technische Weiterentwicklung durch Web-radio, die auch blockiert wird (aufgrund der aktuellen Pläne), um aufgesetzte, alte, teuer bezahlte und vor allem mal "exklusive" Techniken zwanghaft aufrecht zu halten... (UKW Frequenzen, DAB, etc. könnten bald nicht mehr benötigt werden, wenn sich UMTS, WLAN etc. durchsetzt). Noch einige Gedanken und Aspekte, die man anbringen sollte, um Leute endlich wachzurütteln, auch wenn im Bereich "Webradio" viel "unprofessionelles produziert wird" ...- Musikindustrie setzt solche Maßnahmen mehr oder weniger an, um der Raubkopie entgegenzuwirken - man schiebt alles immer auf das "böse Internet", auch wenn Webradiobetreiber eigentlich am wenigstens mit Raubkopiererei zu tun haben. Hier liegt ein völlig falscher Ansatz vor! Inkompetenz! Man macht gleich mal alles pauschal platt, weil man sich selber nicht eingestehen will, die Entwicklung lange Zeit verschlafen zu haben (und dies immer noch hat, da man sogar jetzt bei der GVL 1000 Probleme hat, die neuen Richtlinien überhaupt durchzusetzen....) Webradios würden eher eine Chance bieten, mehr Vielfalt, weniger Mainstream-Programm! Neue Klänge, neue Bands, neuer Sound. Aber große Labels versuchen zwanghaft, auch ihre Top 100 - Position zu halten! Alles andere ist ja nicht vermarktbare (auf UKW schon garnicht) und wird pauschal platt gemacht...Eine ähnliche Politik, wie sie auch gegen den Kampf des Terrorismus betrieben wird, wenn man es mal ganz krass vergleicht!!! Einfach mal drüber nachdenken...

individuell zusammengestelltes Programm zu der Zeit, in der man es hören möchte

-bessere Anpassung an individuelle Vorlieben bezüglich der Musik -höhere Multitasking-Funktion, man kann nebenbei besser und schneller arbeiten -gezielte Nachfrage von gewünschten Daten -bessere und direktere Beteiligung am Radiobetrieb durch Email, Chat... - Erstellung eigener Musik-Profile im Internet, die für andere zugänglich sind

Interaktivität (bessere Möglichkeit Wünsche abzugeben)

Interaktivität, weil Moderator im Chat. Unterhaltung mit "Oldiefans" im Chat während Oldiesendung.

Radio weltweit übers Internet hören Titel und interpretieren anzeige

-direkter Kontakt zu Moderatoren und Hörern im Chat -man kann direkt mitmachen, sich an dem Internet-Radioprojekt beteiligen (kein passives Hören) -Musikauswahl wesentlich Hörerbezogener als bei terrestrischem Radio

Größere Bandbreite der Musik, größere Unabhängigkeit von Plattenfirmen und bessere Kommunikation mit dem Kunden.

direkter Kontakt zum Moderator, nette gleichgesinnte Leute im Chat kennenlernen

Erklärung

gemäß §31 Abs. 5 RaPO

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel und Quellen verwendet habe. Diese Arbeit lag in gleicher oder ähnlicher Weise noch keiner Prüfungsbehörde vor und wurde bisher noch nicht veröffentlicht.

Christoph Münch

Hildesheim, 20.10.2005