

Anke Schmidt

Tageszeitungen im World Wide Web

Eine Bestandsaufnahme

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

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

Copyright © 1999 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832422080

Anke Schmidt

Tageszeitungen im World Wide Web

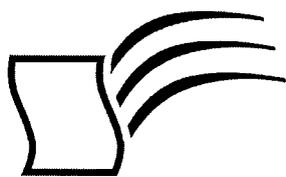
Eine Bestandsaufnahme

Anke Schmidt

Tageszeitungen im World Wide Web

Eine Bestandsaufnahme

**Magisterarbeit
an der Universität des Saarlandes
Fachbereich Informationswissenschaft
Prüfer Priv.-Doz. Dr. Ilse Harms
Institut für Informationswissenschaft
Oktober 1999 Abgabe**



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

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 2208

Schmidt, Anke: Tageszeitungen im World Wide Web: Eine Bestandsaufnahme /

Anke Schmidt - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000

Zugl.: Saarbrücken, Universität, Magister, 1999

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

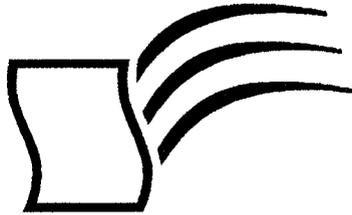
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

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

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR

Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg

Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

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

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

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

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

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

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

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

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

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

Tageszeitungen im World Wide Web.

Eine Bestandsaufnahme

Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades
eines Magister Artiums (M.A.)
vorgelegt an der Fachrichtung Informationswissenschaft
der Universität des Saarlandes

Erstgutachterin: Priv.-Doz. Dr. Ilse Harms

Zweitgutachterin: Prof. Dr. Eva-Maria Jakobs

Anke Schmidt
Eckstraße 60
66424 Homburg

Homburg, im Oktober 1999

**Die Moderne ist
das Wissen über Gestern,
das Verständnis für das Heute,
die Erahnung des Morgen.**

(Autor unbekannt)

Vorwort

Die vorliegende Arbeit kann aufgrund der ständigen Transformationen im World Wide Web nicht den neusten Stand der Entwicklung von Online-Zeitungen widerspiegeln – sie dokumentiert vielmehr die Evolution der implementierten Anwendungen über einen Zeitraum von eineinhalb Jahren.

Die Aktualität und die dynamischen Entwicklungen dieser Thematik zeigten sich auch schon anhand der Literatur. Viele der Veröffentlichungen sind erst während der Arbeitserstellung erschienen. Die meisten, davon gar nicht erst im Print, liegen nur als elektronische Dokumente vor. Hierbei handelt es sich trotzdem um ‚Fachliteratur‘, d. h. die elektronischen Quellen wurden ebenfalls auf Wissenschaftlichkeit geprüft, auf zweifelhafte Publikationen (welche im Netz in großer Masse existieren) wurde verzichtet. Die verwendeten Quellen wurden anschließend ausgedruckt, archiviert und sind mit dem Datum des letzten jeweiligen Aufrufs in der Literaturangabe versehen.

Eine weitere Schwierigkeit, die ebenfalls mit der Aktualität der Thematik in Abhängigkeit steht, ist die Schreibweise neuer Wortzusammensetzungen (Komposita), deren einheitliche Umsetzung noch so manche Schwierigkeiten birgt. Neue Komposita werden daher im weiteren mit Bindestrich geschrieben. In Zweifelsfällen wurde die Schreibweise der Autoren übernommen.

Die Substantive werden im Textverlauf in der männlichen Form verwendet, die weibliche ist jedoch stets mitgemeint und wird daher zur besseren Lesbarkeit vernachlässigt.

Die thematische Untersuchung hat das elektronische Genre der Tageszeitung als Schwerpunkt. Trotzdem können und sollen auch Angebote aus dem Bereich publikumsorientierte Zeitschriften und eigenständige Web-Präsentationen nicht völlig isoliert werden. Gerade im Bereich der Zeitschrift bietet sich ein „Blick über den Tellerrand“ gerade zu an, da beide Formen, Zeitung und Zeitschrift, sich mit den gleichen Merkmalsausprägungen des World Wide Webs in ähnlicher Form auseinanderzusetzen haben.

Diese Arbeit beschränkt sich außerdem auf diejenigen Online-Printangebote, die kostenlos im World Wide Web der Allgemeinheit einfach und ohne großes technisches Know-how zugänglich sind.

Um die Arbeit nicht „auseinanderzureißen“, sind nicht alle Definitionen in einem Kapitel vorgeschaltet, sondern werden an gegebener Stelle eingefügt. Ähnliches gilt für die Nachteile von Online-Print-Publikationen, für welche ein eigenes Kapitel am Ende der Arbeit reserviert ist.

Der Wandel und die Eigendynamik des Netzes mit seinen ständigen Veränderungen machten die Arbeit spannend, sehr interessant und zu einem vorzüglichen Motivator.

Inhaltsverzeichnis (Übersicht)

Abkürzungsverzeichnis	Seite	6
1. Einleitung	Seite	8
2. Die Zeitung im Medienwandel – von den Anfängen bis heute	Seite	14
3. Potentielle netzbasierte Mehrwerte aus Nutzersicht	Seite	46
4. Das Online-Engagement aus Sicht der Verlage	Seite	65
5. Erwartungen und Bewertungen aus Nutzersicht	Seite	76
6. Vergleich der Präsentationsform Online und Print	Seite	91
7. Potentiale und Problemfelder von Online-Publikationen	Seite	125
8. Resümee und Ausblick	Seite	132
<i>Literaturverzeichnis</i>	Seite	136
<i>URLs der verwendeten Internet-Präsentationen</i>	Seite	147
<i>Verzeichnis der Abbildungen</i>	Seite	148
<i>Verzeichnis der Tabellen</i>	Seite	151

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	Seite	6
1. Einleitung	Seite	8
1.1 Einführung in die Themenstellung	Seite	8
1.2 Zielsetzung der Arbeit	Seite	10
1.3 Aufbau der Arbeit	Seite	12
2. Die Zeitung im Medienwandel – von den Anfängen bis heute	Seite	14
2.1 Ein Kurzüberblick über das Medium Zeitung	Seite	14
2.1.1 Zur Etymologie des Terminus „Zeitung	Seite	14
2.1.2 Die Zeitung im Medienwandel	Seite	16
2.2 Zum Begriff der „Online-Zeitung	Seite	18
2.2.1 Definitionsansätze in der Literatur	Seite	19
2.3 Das Elektronische Publizieren	Seite	20
2.4 Online-Publizieren versus herkömmliches Publizieren	Seite	24
2.4.1 Text und Hypertext	Seite	27
2.4.2 Nichtlineares Erzählen: das „Story-Telling“ im Hypertext	Seite	28
2.4.2.1 Die Verlinkung im Hypertext	Seite	29
2.4.2.2 Textkonversion im Hypertext	Seite	36
3. Potentielle netzbasierte Mehrwerte aus Nutzersicht	Seite	46
3.1 Vorteile für Nutzer von Online-Publikationen	Seite	46
3.1.1 Interaktivität und Selektivität: Die Verwendung von Hyperlinks	Seite	47
3.1.2 Multimediale Präsentationsformen	Seite	51
3.1.3 Recherche-Möglichkeiten	Seite	54
3.1.4 Permanenz und Aktualität	Seite	55
3.1.5 Globale Verfügbarkeit und zeitliche Restriktion	Seite	59

3.2	Zusammenfassung	Seite	62
4.	Das Online-Engagement aus Sicht der Verlage	Seite	65
4.1	Aus dem Blickwinkel der Verlage: Gründe für und gegen eine Diversifikation in elektronische Märkte	Seite	65
4.2	Über Effizienz von Online-Zeitungen	Seite	68
4.3	Erwartungen und Anforderungen an Online-Angebote seitens der Verleger	Seite	71
5.	Erwartungen und Bewertungen aus Nutzersicht	Seite	76
5.1	Erwartungen an die Online-Zeitung	Seite	76
5.2	Auswirkungen durch das Internet auf die Mediennutzung der Printzeitung	Seite	87
5.3	Zusammenfassung und Auswertung der Ergebnisse	Seite	90
6.	Vergleich der Präsentationsform Online und Print	Seite	91
6.1	Die Bearbeitung von Zeitungsbeiträgen in der Online-Zeitung	Seite	91
6.1.1	Allgemeine Bearbeitung von Printartikeln in der Online-Version	Seite	91
6.1.2	Die Verlinkung der Online-Zeitung	Seite	94
6.1.3	Interaktivität	Seite	96
6.2	Onlinespezifische Neuerungen	Seite	98
6.2.1	Newsticker	Seite	98
6.2.2	Multimediale Präsentationsformen	Seite	101
6.3	Angebote aus Online-Zeitungen im Netz	Seite	102
6.3.1	Online-Zeitungen mit besonderen webspezifischen Applikationen	Seite	102
6.3.2	Online-Zeitungen mit individueller Zustellfunktion	Seite	106
6.4	Die Präsentation von Online-Zeitungen im WWW	Seite	108
6.4.1	SZonNET	Seite	109
6.4.2	BILD	Seite	112
6.4.3	SZ-Newsline	Seite	117

6.5	Auswertung der gewonnenen Ergebnisse	Seite	123
7.	Potentiale und Problemfelder von Online-Publikationen	Seite	125
8.	Resümee und Ausblick	Seite	132
	<i>Literaturverzeichnis</i>	Seite	136
	<i>URLs der verwendeten Internet-Angebote</i>	Seite	147
	<i>Verzeichnis der Abbildungen</i>	Seite	148
	<i>Verzeichnis der Tabellen</i>	Seite	151

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AFP	Agence France Presse
BGH	Bundesgerichtshof
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
DPA	Deutsche Presseagentur
ebd.	ebenda
E-Mail	Electronic Mail
EP	Elektronisches Publizieren
Hervorheb.	Hervorhebung
HTML	Hypertext Mark Up Language
Kap.	Kapitel
Kfz	Kraftfahrzeug
m. E.	meines Erachtens
n	Nennungen
o. ä.	oder ähnliches
OMS	Online Marketing Service
Org.	Original
PC	Personal Computer
sog.	sogenannte
SZ	Saarbrücker Zeitung/ Süddeutsche Zeitung (Spezifizierung durch Namensergänzung SZ-Newsline; SZonNet).
Tab.	Tabelle
u. a.	unter anderem

URL	Uniform Resource Locator
usw.	und so weiter
u. U.	unter Umständen
vgl.	vergleiche
WWW	World Wide Web
z. B.	zum Beispiel
zit.	zitiert
ZMG	Zentrale Marketing Gesellschaft

1. Einleitung

1.1 Einführung in die Themenstellung

Die Entwicklung neuer Informations- und Kommunikationstechniken verändert große Teile unseres Arbeits- und Lebensbereiches, indem u. a. neue Tätigkeitsfelder entstehen, aber auch in traditionellen Tätigkeitsgebieten aller Bereiche moderne Technologien eingesetzt werden.

Veränderungen machen sich vor allem im immer komplexer gestalteten beruflichen und privaten Umfeld der Bevölkerung bemerkbar. Schlagworte wie Globalisierung und Wettbewerb auf internationaler Ebene erheben die Forderung, nach arbeitsexternen Möglichkeiten zu suchen, die im Bereich des Informationssektors schneller, gezielter und auch unterhaltender die gewünschten Informationen bereitstellen.

Auf diese Problematik reagieren die traditionellen Medien der Massenkommunikation, insbesondere das Zeitungs-, bzw. Zeitschriftenwesen. Computergestützte Programme ermöglichen eine völlig neue Form des Publizierens, das elektronische Publizieren (EP). Neben einem organisatorischen und wirtschaftlichen Wandel, welcher die ursprüngliche Form von Wissensproduzent und Wissensdistribuent aufhebt (d. h. der Autor wird selbst zum Verleger), bietet das elektronische Publizieren neue Möglichkeiten zur Gestaltung wissenschaftlicher und publikumsorientierter Veröffentlichungen. Interaktive und/oder audiovisuelle Darstellungselemente erlauben ein neues Nutzerverhalten, welches im Printbereich bisher in dieser Art und Weise nicht realisierbar war. Konkret bedeutet dies, dass sich die Wirkungsrichtung der heutigen Medien umkehrt. Während Informationen bisher vorproduziert und unter die Masse gestreut wurden, werden in Zukunft die Konsumenten immer mehr in der Lage sein, die Informationen anhand ihres persönlichen Informationsrasters zu selektieren: *„Informationskanäle werden zu Medien des Verbrauchers, er nutzt sie so, wie es seinem Bedürfnis entspricht.“*¹

¹ Kinnebrock (1995): Neue Medienlandschaften und Werbung, S.3.