Das Web-Radio

Ein neues Medium im digitalen Zeitalter

Freie wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien)
an der Fakultät Medien
der Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:
Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:
Steffi Weickert

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS III

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS IV

1 EINLEITUNG 1

1.1 PROBLEMSTELLUNG 2

1.2 GANG DER UNTERSUCHUNG 4

2 DAS KLASSISCHE RADIO UNTER MEDIENTHEORETISCHEN GESICHTSPUNKTEN 5

2.1 DAS MEDIALE DES MEDIUMS RADIO 6

2.2 BRECHT'S RADIOTHEORIE 11

2.3 ZUSAMMENFASSUNG 16

3 EIN NEUES MEDIUM ENTSTEHT 18

3.1 WANDEL IN DER MEDIENLANDSCHAFT 18

3.2 EVOLUTIONSSCHRITTE DES RUNDFUNKS 23

3.3 KONVERGENZEN: ALTES UND NEUES TRIFFT AUFEINANDER 25

3.4 FORMEN VON 'RADIOÄHNLICHEN INTERNET-ANGEBOTEN' 27

4 DAS WEB-RADIO 32

4.1 DEFINITION UND ENTWICKLUNG 32

4.2 DIE TECHNISCHEN ASPEKTE 37

4.3 EIN PRODUKT DER MEDIENKONVERGENZ 43

4.4 AUSPRÄGUNGEN DES WEB-RADIO 46

4.5 KONTROVERSE: KLASSISCHES RADIO GEGEN WEB-RADIO! 47

5 FUNKTIONSVERSCHIEBUNGEN IM INTERNET: NEUE MÖGLICHKEITEN, EIGENSCHAFTEN UND MEHRWERTE DES WEB-RADIOS 52

5.1 GLOBALES RADIO - DER HÖRER ALS VIRTUELLER 'GLOBETROTTER' 53

5.2 INFORMATIVES HÖREN 59

5.3 DER HÖRER ALS KOMMUNIKATOR 61

5.4 INDIVIDUALISIERTES HÖREN 67

5.5 'REAL-TIME'- RADIO? 70

6 'ZUKUNFTSSIGNALE': FAZIT UND AUSBLICK 73

BIBLIOGRAFIE

Adam, Thomas (1999): Computer, Radio & Internet: alles über den Computereinsatz beim Funk- und Radioempfang, Siebel Verlag GmbH, Meckenheim, 1999

Albers, Sönke (1999): „Marketing mit Interaktiven Medien – Strategien zum Markterfolg", F.A.Z. Institut, Frankffurt a.M., 1999

Baudry, Jean-Louis (1975): Das Dispositiv: Metapsychologische Betrachtungen des Realitätseindrucks, in: Zeitschrift für Psychoanalyse und ihre Anwendungen, Heft 11, 1994

Bienert, Peter (1998): Information & Kommunikation: Technik und Anwendung in Wirtschaft und Medien, Springer Verlag, Berlin/ Heidelberg, 1998

Brecht, Bertolt (1932/33): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat, in: Gesammelte Werke, Band 18, Schriften zur Literatur und Kunst I, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a.M., 1967

Brünjes, Stephan/ Wenger, Ulrich (1998): Radio-Report: Programme, Profile, Perspektiven, TR-Verlagsunion, München, 1998

Eberenz, Mathias (1998): Internet, Landeszentrale für politische Bildung Thüringen (Hrsg.)

Eichmann, Hubert (2000): Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat: Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet, Bd. 5, Frankfurt a.M., 2000

Eimeren, Birgit van/ Gerhard, Heinz/ Frees, Beate (2001): ARD/ZDF-Online-Studie 2001: Internetnutzung stark zweckgebunden, in: media perspektiven, Ausgabe 8, 2001

Endres, Albert (2000): Digitale Bibliotheken: Informatiklösungen für globale Wissensmärkte, dpunkt Verlag, Heidelberg, 2000

Engell, Lorenz (1999): Kursbuch Medienkultur, DVA, Stuttgart, 1999

Fahle, Oliver (1999): Eine Debatte, in: Kursbuch Medienkultur, DVA, Stuttgart, 1999

Faßler, Manfred (2001): Netzwerke - Einführung in die Netzstrukturen, Netzkulturen und verteilte Gesellschaftlichkeit, Fink Verlag, München, 2001

Faulstich, Werner (1998): Grundwissen Medien, 3. Aufl., Wilhelm Fink Verlag, München 1998

Fischer, Eugen Kurt (1994): Der Rundfunk - Wesen und Wirkung, Curt E. Schwab Verlag, Stuttgart, 1994

Flichy, Patrice (1994): Tele - Geschichte der modernen Kommunikation, Campus Verlag, Frankfurt a.M., 1994

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit - Ein Entwurf, Carl Hanser Verlag, München/ Wien, 1998

Gates, Bill (1999): Digitales Business – Wettbewerb im Informationszeitalter, Heyne Verlag, München, 1999

Häusermann, Jürg (1998): Radio - Grundlagen der Medienkommunikation, Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 1998

Heider, Fritz (1921): Ding und Medium, in: Symposien, Philosophische Zeitschrift für Forschung und Aussprache, Band 1/ Heft 2, 1921

Heinrich, Jürgen (2001): Medienökonomie, Bd. 1, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2001

Hiebel, Hans H. (1997): Kleine Medienchronik, Becksche Verlagsbuchhandlung, München, 1997

Hrsg. von ARD und ZDF (1997): Was Sie über Rundfunk wissen sollten: Materialien zum Verständnis, Vistas Verlag, Berlin, 1997

IIS-A - Fraunhofer Institut für integrierte Schaltungen (Hrsg.) (15.11.2000): Pressemitteilung: Radio hören via Internet - kinderleicht ohne PC, elektronisch veröffentlicht: URL: http://www.iis.fhg.de/pub_rel/presse/2000/digitalsigns/index_d.html [Stand: 05.04.2002]

Kerckhove, Derrick de (1995): Vom Alphabet zum Computer, in: Kursbuch Medienkultur, 1999

Keuchel, Susanne/ Wiesand, Andreas J. (2001): Konvergenz oder Symbiose - Kunst, Kultur und Neue Technologien, : Perspektiven und Praxisbeispiele", ARCult Media, Bonn, 2001

Kloock, Daniela/ Spahr, Angela (1997): Medientheorien - Eine Einführung, Fink Verlag, München, 1997

Kotler/ Bliemel (1999): Marketingmanagement: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 1999

Krieb, Matthias (2001): Medienkonvergenz und Unternehmensstrategie - Schriften zur Wirtschaftsinformatik, Peter Lang Verlag, Frankfurt a.M., 2001

Lauff, Werner (2001): Was morgen anders ist, (Vortrag bei den Technology-, Media- und Communications-Gesprächen 2001 der Arthur Andersen Business Consulting), elektronisch veröffentlicht: URL: http://lauff.org/speeches/spandersen.html [Stand 14.01.2002]

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien, 2. Aufl., Westdeutscher Verlag, Opladen, 1996

Maier, Matthias (2000): Bürokommunikation und neue Medien, Sonderdruck aus: RKW-Handbuch Führungstechnik und Organisation, Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2000

Mäusli, Theo (1996): Schallwellen - Zur Sozialgeschichte des Radios, Chronos Verlag, Zürich, 1996

McLuhan, Marshall (1995): Die magischen Kanäle - Understanding Media, Verlag der Kunst, Basel, 1995

Meffert, Heribert (1998): Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 8. Aufl., Verlag Gabler GmbH, Wiesbaden, 1998

Oemichen, Ekkehardt/ Schröter, Christian (2001): Information: Stellenwert des Internets im Kontext klassicher Medien, Media Perspektiven 8/ 2001, S. 410 -421

Oenicke, Jens (1996): Online-Marketing – Kommerzielle Kommunikation im interaktiven Zeitalter, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1996

Postman, Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode - Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, 13. Aufl., Fischer Verlag, Frankfurt a.M., 2000

Schanze, Helmut/ Kammer, Manfred (1998): Interaktive Medien und ihre Nutzer, Bd. 1, Voraussetzungen, Anwendungen, Perspektiven, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 1998

Schreiber, Gerhard A. (1997): Neue Wege des Publizierens – Ein Handbuch zu Einsatz, Strategie und Realisierung aller elektronischen Medien, Vieweg & Sohn, Wiesbaden, 1997

Schulze, Gerhard (1997): Die Erlebnis-Gesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart, 7. Aufl., Studienausgabe, Campus Verlag, Frankfurt a.M., 1997

Breitsameter, Sabine (2001): AudioHyperspace, in: Schwanebeck, Axel/ Ackermann, Max: Radio erobert neue Räume, München, 2001, S. 67-83

Siegle, Jochen A.: Online-Marketing von Rundfunkmedien, Wiesbaden, 1999

Stein, Thomas M. (2000): Die Zukunft der Musikindustrie, in: OFW-Magazin, 2000

Stoll, Gerhard (1999): Internet-Radio und exzellente Tonqualität: Wunschtraum oder Wirklichkeit? IRT elektronisch veröffentlicht: URL: http://www.irt.de/IRT/FuE/as/internetradio.htm [Stand: 05.04.2002]

Wilkens, Dr. Henning (13.10.1998): IRT - Institut für Rundfunktechnik in München: Vortrag zur Medienkonvergenz, elektronisch veröffentlicht: URL: http://www.irt.de/IRT/publikationen/konvergenz/konvergneu.htm, [Stand: 05/04/2002]

Wirtz, Bernd W. (2000): Medien- und Internet-Management, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2000

Zerdick, Axel/ Picot, Arnold/ Schrape, Klaus (1999): Die Internet-Ökonomie - Strategien für die digitale Wirtschaft, Springer Verlag, Berlin/ Heidelberg, 1999

Zerdick,Axel/ Goldhammer, Kaus (1999): Rundfunk online: Entwicklungen und Perspektiven des Internets für Hörfunk- und Fernsehanbieter, 2. Aufl., 2000

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Friemert, Chup (1996): Radiowelten - Zur Ästhetik der drahtlosen Telegrafie, Cantz Verlag, Stuttgart, 1996

Frietsch, Christian: Vom Klassischen Radio zum Radio-Highway, Verlag AF & Z Medien GmbH, Karlsruhe, 1997

Heinrich, Jürgen: Medienökonomie - Band 2, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 1999

Knoche, Manfred/ Siegert, Gabriele: Strukturwandel in der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation, Verlag Reinhard Fischer, München, 1999

Mäusli, Theo: Talk about Radio - Zur Sozialgeschichte des Radios, Chronos Verlag, Zürich, 1999

Orians, Wolfgang: Hörerbeteiligung im Radio - Fallstudie zur Motivation, Erwartung und Zufriedenheit, Verlag Reinhard Fischer, München, 1991

Schwanebeck, Axel/ Ackermann, Max: Radio auf Abruf - Hörfunk im Umbruch, Verlag Reinhard Fischer, München, 1996

Stuhlmann, Andreas: Radio-Kultur und Hörkunst, Verlag Königshausen & Neumann, Würzburg, 2001

PLAYER-LINKS

http://www.microsoft.com/germany/
http://www.real.com/player/index.html?=de
http://www.winamp.com/getwinamp
http://www.apple.com/quicktime/download/support/

WEB-RADIO-LINKS

- Auflistung internationaler Web-Radios elektronisch unter:
  http://www.webradiolist.com
- Auflistung (inter-)nationaler Web-Radios elektronisch unter:
  http://www.surfmusic.de/webradio.htm

DEUTSCHE WEB-RADIOS

- www.chartradio.de
- www.cyberchannel.de
- www.echtradio.de/
- www.freedom-radio.de/
- www.hhradio.de/
- www.hipradio.de/
- www.jazznradio.com/
- www.radionanu.de
- www.oldie-radio.de/
- www.radio-sunshine.org/
- www.radiowebstar.net/
- www.travelradio.de/
- www.web-antenne.de/
- www.webradioplus.com/