

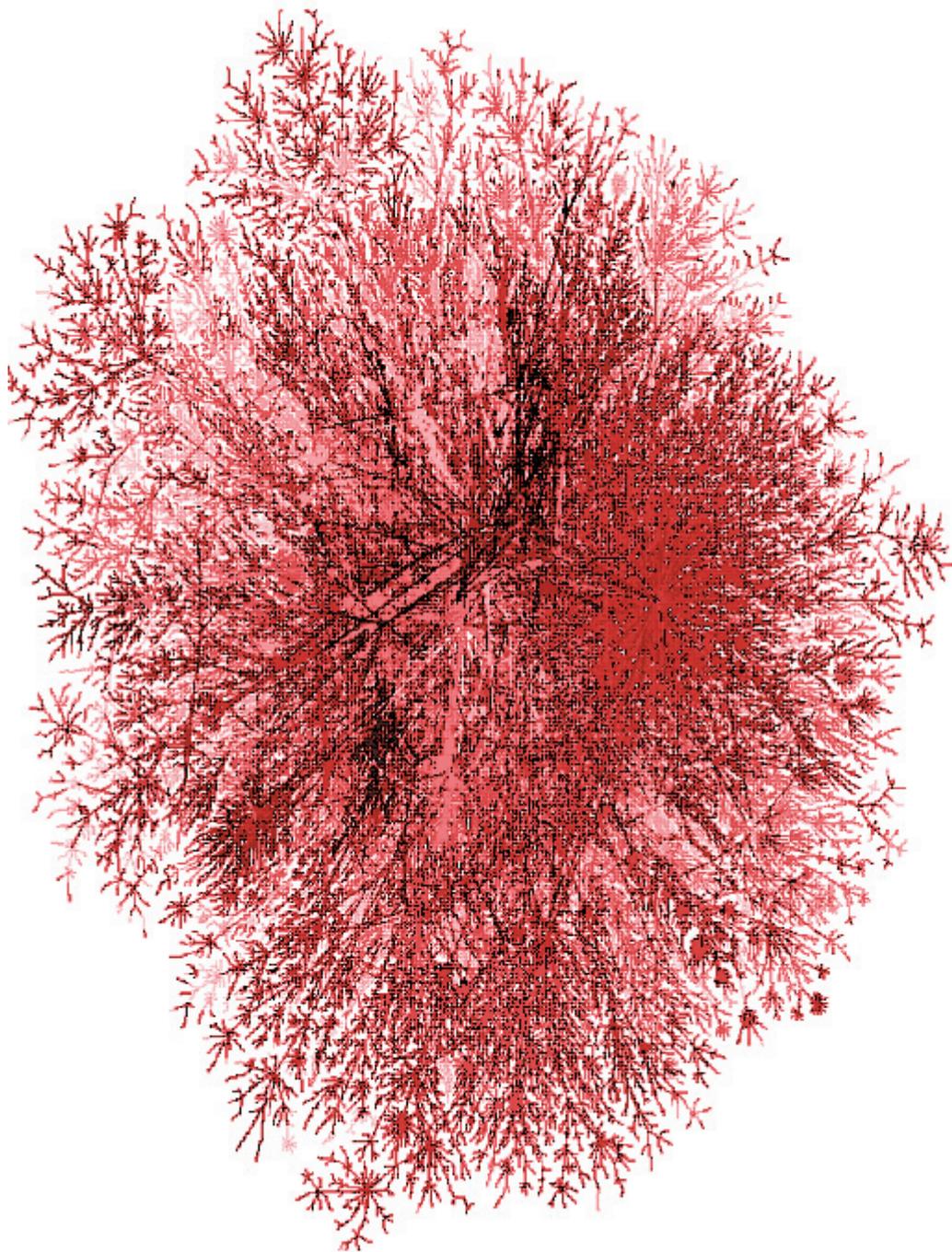
Zur Konzeption von filmportal.de

# Analyse von existierenden Filmportalen NO1

Jürgen Keiper

„filmportal.de - Das Internet-Portal zum deutschen Film“

Deutsches Filminstitut - DIF, April 2004



# Gliederung

1. Vorbemerkung.....	3
2. Portal-Konzeptionen.....	4
Exkurs: Die Stars der New Economy.....	9
3. Enzyklopädisches Wissen.....	13
4. Filmportale.....	16
5. Zusammenfassung.....	22
6. Abbildungen (Screenshots).....	25
7. Vergleich Portaltypen (Tabelle).....	118
8. Abbildungsindex.....	119

Vorderseite: Visualisierung des Internets (Netzstruktur)

© Alle Inhalte unterliegen dem Copyright.

2te, leicht überarbeitete Version [1.5.04]

*Jürgen Keiper*

ist wiss. Mitarbeiter beim Deutschen Filminstitut - DIF und Projektleiter von „filmportal.de“. Zuvor Projektleiter des EU-Projektes „Collate“ beim DIF und weiterer Internet-Projekte. Zahlreiche Lehraufträge, Vorträge und Publikationen zum Thema Internet, Netzkultur und Film, Verfasser eines Gutachtens für das nordrhein-westfälische Kultusministerium (im Auftrag der dfi) über die Verzahnung von Internet und Dokumentarfilm und Gründer und Herausgeber des filmwissenschaftl. Journals „Film und Kritik“.

### 1) Vorbemerkung

Die Anzahl von Filmportalen und filmbezogenen Seiten im Internet ist inzwischen unüberschaubar geworden. Auf den folgenden Seiten wird versucht, diese Unübersichtlichkeit zu strukturieren und mit einem Streifzug zu verbinden, innerhalb dessen einzelne Portale, ihre Ideen und Konzepte vorgestellt werden. Außerdem sind noch einige CD-Roms und DVDs einbezogen worden, weil sich deren Konzeptionen für die Internet-Portale produktiv machen lässt.

Bei der Diskussion einzelner Websites liegt der Fokus dieser Arbeit aber auch nicht in der detaillierten Einzelanalyse. Obwohl man nach rund 10 Jahren Internet im WWW immer wieder überrascht ist, welche Abgründe sich in Bezug auf Konzeption und Usability auftun, soll hier trotzdem nicht von Navigationskonzepten und barrierefreiem Webdesign die Rede sein. Dies würde den Rahmen dieser Untersuchung sprengen. Mein Interesse gilt vielmehr den konzeptionellen Spezifika von einzelnen Websites vor der Folie des Internet-Portals zum deutschen Film und neueren Entwicklungen im Informationsdesign.

Dieser Analyse folgt eine umfangreiche Dokumentation mit zahlreichen Screenshots. Diese haben nicht nur die Funktion, die Texte zu illustrieren, sondern sie sollen es dem Leser auch ermöglichen, sich die unterschiedlichen Konzepte in Ruhe anzusehen und Ideen zu entwickeln...

Gleichzeitig bilden sie auch so etwas wie eine Gesprächsgrundlage für den geplanten zweiten Teil dieses Textes. Hierin soll die Ausarbeitung der Konzeption von filmportal.de beschrieben werden, wie sie sich aus den zahlreichen Analysen, Gesprächen und Workshops herauskristallisiert hat.

## 2) PORTAL KONZEPTIONEN

Albert Einstein reagierte während einer Examensprüfung seiner Studenten auf den Einwand, dass die Fragen doch schon einmal im letzten Jahr gestellt worden seien, mit den Worten: „Dieses Jahr lauten die Antworten anders.“

Um den Bereich Film herum haben sich in den letzten Jahren verschiedene Typen von Portalen herausgebildet, die ich wie folgt unterscheiden möchte:

### Information brokering services (IBS)

Hierzu zählen zunächst die klassischen Directories (Verzeichnisse) wie Baseline [20]\*, das Hollywood Creative Directory (HCD) [19], Showbizdata [22] oder FFA [23], SPIO [24], ASV Infopool [96] und mediabiz [91], welche sowohl Informationen zu Schauspielern und Mitarbeitern vermitteln als auch filmwirtschaftliche und statistische Informationen. Daneben haben sich überregionale und branchenspezifische Portale etabliert. Erstere werden etwa durch Mandy's International Film and Television Production Directory [21] repräsentiert, einem weltweiten Informationsdienst mit lokalisierten Angeboten, um etwa Dreharbeiten in „unbekannten“ Regionen zu unterstützen; letztere orientieren sich an einschlägigen Berufsbildern wie etwa Cinematographer.com [29] oder Editorsnet.com. Beide sind übrigens inzwischen (mit weiteren) unterm Dach der CPC - creativePLANET communities [30] zusammengefasst worden. Auch in Deutschland haben sich inzwischen einige Branchenportale wie crew-united [126] etabliert.

Das Ziel der IBS besteht darin, gezielt Prozesse durch Bereitstellung von Information oder Wissen zu ermöglichen bzw. zu unterstützen; die Zielgruppe sind professionelle Nutzer aus der Film- und Medienbranche, die diesen Service zur Organisation ihrer eigenen Arbeit benötigen.

Obwohl der Schwerpunkt der IBS eindeutig im Business-Bereich liegt, finden sich auch für den wissenschaftlichen Bereich Beispiele. So existiert seit kurzem eine Metasuchmaschine [28], welche die Bestände zahlreicher deutscher Filmfachbibliotheken abfragt und zusammenfasst

Im weiteren Sinne gehören auch die zukunftssträchtigen elektronischen Programmführer (EPG) wie tvtv.de, welche die Auswahl und Aufnahme von TV- und Satellitenfernsehsendungen unterstützen, zu dieser Gruppe. Auch wenn ihre Adressaten nicht so sehr professionelle Nutzer als vielmehr „normale“ Fernsehzuschauer sind, unterstützen

[www.baseline.com](http://www.baseline.com)

sie sehr gezielt Prozesse auf der Basis umfangreicher Datenbanken und lassen die gewonnenen Nutzerprofile und Nutzungsszenarien auch teilweise wieder in ihre Datenbanken einfließen. Ihre Perspektiven verdanken sie weniger ihren Inhalten, als vielmehr der Tatsache, dass sie das von der Industrie schmerzlich vermisste Bindeglied zwischen der Consumer-Industrie mit ihren TV-Geräten und der Computer- und Internet-Welt sein werden.

The screenshot shows the website [www.tvtv.de](http://www.tvtv.de) with a browser window open. The main content area displays a TV program listing for 'New Jack City' on Saturday, March 27, 2004, at 22:55. The film is described as an action film from 1990, directed by Mario Van Peebles. The plot summary mentions Nino Brown as a powerful dealer in New York, and the film's connection to the 'Blade' series. A list of cast members and crew is provided at the bottom of the page.

**Detail-Ansicht: New Jack City**

**22.55 New Jack City**

1989: Der skrupellose Gangsterboss Nino Brown ist zum mächtigsten Dealer New Yorks geworden. Mit dem Kokain-Derivat "Crack" hat er sich ein riesiges Drogenetz aufgebaut. Inspektor Stone setzt die Polizisten Scotty und Nick auf den Fall an. Sie schliessen den ehemaligen Crackjunkie Pookie in die Organisation ein. Pookie wird rückfällig - und enttarnt. Für Scotty und Nick beginnt ein Wettlauf gegen die Zeit.

Regisseur Mario Van Peebles übernahm eine Rolle in seinem Film "New Jack City", "einem harten Gangsterfilm im Rhythmus der Rap- und Hip-Hop-Musik der späten 80er Jahre, der die authentische Beschreibung des Milieus mit einem engagierten Beitrag im Kampf gegen Drogen verbindet." ("film-dienst")

Er ist ein Hip-Hopper der ersten Stunde und wird oftmals als Vater des "Gangsta"-Raps bezeichnet: Ice-T, der auch die Karrieren von Musikern wie den Geto Boys oder Snoop Doggy Dogg förderte.

Mit aufregender Action darf man auch im dritten Teil der "Blade"-Reihe rechnen, in der Wesley Snipes wieder einmal die Titelrolle spielen wird. "Blade: Trinity" (Regie David S. Goyer) befindet sich zurzeit in der Postproduktion und wird voraussichtlich am 13. August in den USA anlaufen.

**New Jack City** - Actionfilm, USA 1990 Samstag, 27.03.2004  
Beginn: 22:55 Uhr Ende: 00:45 Uhr Länge: 110 Min.

Darsteller: Wesley Snipes (Nino Brown), Ice-T (Scotty Applestone), Mario Van Peebles (Stone), Judd Nelson (Nick Peretti), Allen Payne (Cee Money), Chris Rock (Pookie), Tracy Camilla Johns (Uniqua), Michael Michele (Selina), Vanessa Williams (Keisha), Russell Wong (Park), Anthony DeSando (Frankie Needles), John Aprea (Don Armatao), Manuel E. Santiago (Richter), Bill Cobbs (Alter Mann), Bill Nunn (Duh Duh Duh Man)

Author: Thomas Lee Wright  
Buch: Thomas Lee Wright, Barry Michael Cooper  
Original: New Jack City  
Titel: New Jack City  
Regie: Mario Van Peebles  
FSK: 16

[www.tvtv.de](http://www.tvtv.de)

## Product and Media Distribution Services (MDS)

Dieser Bereich umfasst den Vertrieb von Filmmaterial, DVDs & Videos, Photos, Posters, Scripts, Devotionalien etc. Komplette Filme auf 35mm-Basis werden nur selten übers Netz vertrieben, dagegen sind footage-Services sehr verbreitet. Footage.net etwa bietet eine Meta-Suche über mehrere 100.000 Film- und Videoausschnitte an. Hierbei sind sowohl Fernsehsender wie CNN, NBC als auch klassische Filmarchive wie das Londoner Archiv Film Images Ltd. oder Getty Images eingeschlossen. Auch große Institutionen wie die BBC haben ihren Bestand inzwischen zur Suche geöffnet [33] und mit exakten Inhaltsbeschreibungen erschlossen.

Auf Photos spezialisierte Portale sind etwa Hollywoodphotos, All Movie Photo [40] oder Classic Photos [39], in Deutschland beispielsweise Cinetext [41]; das bekannteste Portal für Filmposter ist Movie Poster [43]. Über Scripts bekannt geworden sind das Directory Simply Scripts oder All Movie Scripts [42].

Texte finden sich im Netz eher bei den einschlägigen Onlineseiten der Printmedien oder neuen Ezines wie Filmcritic.com [52], Moviereview oder Rotten Tomatoes [112f.].

Filme selbst werden inzwischen auch von zahlreichen Portalen wie Movielink [35], Movieflix [37] oder T-Online Vision [34] angeboten, entweder zum Download oder



- Global Search
- ZAP Request
- Login
- Register
- My Clipboards
- Demo Reels
- News
- About Us
- Home

On the Newswire: [FOCAL digitizes 80 hours for footage awards](#) [GO TO HEADLINES](#)



Since 1994, **FOOTAGE.net** has been the premiere stock footage resource to reach the trade's best stock footage sources - news, creative, archival, and RF. Now find better content faster than ever before.

**Global Search**- With a single search, you can locate the footage sources who have what you need. Call them up directly, or send specific clip information to them through the new Clipboard feature.

**ZAP Request**: No time to do your own search? Need help with an obscure request? Create a ZAP Request, which will be sent to over 50 of the world's largest footage sources. They'll contact you if they have footage that might meet your needs. You even determine how you want to be contacted!

**Clipboards**: Found clips you are interested in, and want to save them? Want to get more information from the footage partner on the clips? Click here to [login](#) and manage your clipboards. Create a clipboard and add clip information you want to save. You can even send it to the content owner, along with any other information you care to send - how it will be used, pricing, turnaround time - you choose what you want to share. Click here to [register](#) for access to clipboards.

**Demo Reels** View dozens of demo reels from the world's best stock footage sources. Get a sense of what they have - you might be surprised!

**FOOTAGE.net - the premiere stock footage resource.**

[Global Search](#) | [Zap Request](#) | [Newswire](#) | [Demo Reels](#) | [Info](#) | [Home](#)

Copyright © 2003 NPG, Inc.

per Streaming, allerdings nur in beschränkter Qualität. Eine Ausnahme sind die neuen Business-to-business(B2B)-Portale wie Filmlibrary [36], die auch hochaufgelöstes Material liefern. Auch der Verleih von Videos und DVDs wird inzwischen über das Internet abgewickelt, zumeist über Abo-Modelle wie bei Netflix [45], amango.de, netleih.de [44] oder invideo.de, seltener über gezielte Ausleihen (wie bei verleihshop.de). Der Kauf von DVDs über das Internet ist inzwischen fest etabliert. Hier existieren neben den großen Anbietern wie Amazon, Tower Records oder BOL auch hochspezialisierte Fachportale wie hindimovies.com oder arabiatower.org. Der komplette Bereich des Merchandising wird auch über entsprechende Portale bedient, in Deutschland etwa durch Cinemabilia [55].

Wissenschaftliche und Kulturportale

Die beiden ersten Portaltypen sind kommerzielle Portale, die ein klares Nutzungsszenario und einen klaren Adressatenbereich haben. Legt man einen kulturellen oder wissenschaftlichen Anspruch zugrunde, ist diese enge Auslegung

nicht mehr tragfähig. Kulturportale betreiben die Information und Verbreitung von Kultur unter dem Aspekt von Historie und Differenz, um möglichst umfassend die unterschiedlichen kulturellen Manifestationen in Gegenwart und Vergangenheit zu präsentieren und zu vermitteln. Auch die Wissenschaft definiert ihre Aufgaben sehr viel stärker aus der eigenen Geschichte heraus: ihre Maximen des Erklärens und Verstehens sind wie ihre Methoden immer schon als historische definiert (und reflektiert) und Kultur und Wissenschaft pflegen bei aller Ausdifferenzierung immer auch den Blick zur Seite, die Wechselwirkung oder die Integration benachbarter Bereiche. Deshalb sind wissenschaftliche und kulturell ausgerichtete Portale grundsätzlich wesentlich stärker vernetzt und diskursiv organisiert. Ihr Ziel ist es, Interesse und Wissen zu produzieren, um damit Erfahrung und Reflexion zu ermöglichen. Besonders zur Etablierung eines Diskurses und der Kollaboration wird in zahlreichen Formen die Öffentlichkeit gesucht (Foren, Postings, Blogs, Newsletter etc.). Hierdurch produzieren die Wissenschafts- und Kulturportale selbst wieder neue Formen der (vernetzten) Kultur.

Neben dem österreichischen Cinetext [47] ist auch das ScreenSite-Portal [51] der University of Alabama ein typisches Beispiel. 1994 gegründet zählt es zu den ältesten (kulturwissenschaftlichen) Filmportalen im Netz und bietet vor allen Dingen umfangreiche, kommentierte Linksammlungen, eine Encyclopedia und zahlreiche Foren zur Community-Bildung an. Die Vernetzung beschränkt sich nicht nur

<http://www.tcf.ua.edu/ss>

Login or Register
Feedback | Our Blog | FAQs | MyScreenSite
February 28, 2004

**Search**

Find It!

powered by advanced search

**Navigation**

- Education
  - Jobs
  - College Programs
  - Syllabuses
  - Encyclopedia
  - Link Directory
  - Forums
  - Articles
- Research
  - Calls for...
  - Journals
  - Link Directory
  - Forums
  - Articles
- Production
  - Festival Calls
  - Link Directory
  - Forums
  - Articles
- Publications
  - Submit Articles
  - Topics
  - Archive
  - Reviews
  - Surveys
- About ScreenSite
  - Recommend Us
  - Feedback
  - FAQs
  - Statistics
  - Syndication
  - Our Blog
  - Accolades
  - Ancient History
  - Copyright/Privacy
  - Masthead
  - Members List

**ScreenSite**

ScreenSite facilitates the teaching and research of film/TV/new media and is designed principally for educators and students.

But everyone is welcome!

ScreenSite first emerged in 1994 during the Paleolithic era of the Web. In 2003 we mounted a major renovation.

**Research: Demise of AdCritc, Rise of AdAge**  
 Tuesday, December 30 @ 08:47:20 CST

AdCritc.com used to be the greatest site on the Web for students and critics of TV advertising. They had hundreds of Quicktime movies of ads that one could even download and study later. But then they lost so much money that they went out of business and were later reincarnated as one of the most restrictive for-pay sites. Now, you can't see a single video on AdCritc until you pony up \$100 (!) per year to subscribe.

Recently, however, I discovered that [AdAge.com](#) provides a similar service. Although they don't offer the huge archive of ads that AdCritc did in its glory days, [AdAge](#) does have a useful [ad review section](#) that includes numerous videos. And one can view them *without charge*. Of course, the reviews are from an industry perspective and not an academic one, but, still, they provide valuable insights into the world of advertising.

(Read More... | 1638 bytes more | comments? | Research | Score: 0)

**Instant Feedback**

What did you use most on ScreenSite today?

- Academic job listing
- College film/TV program listing
- Syllabuses
- Calls for papers
- Journal listing
- Calls for festival submissions
- Web link directory
- One of the forums not listed above
- ScreenSite FAQ
- Feedback form
- BBC entertainment news
- Other

Vote

**Results**  
Polls

Votes: **28**  
Comments: **0**

**Latest Link Additions**

- Who's Who of Victorian Cinema
- WC Handy Blues & Barbecue Festival
- Participations
- Cody Brown
- Hypermedia

[View Directory](#)

**Latest Forum Posts**

- [Fih](#) [Prod]
- [Tenure-](#)
- [Depart](#)
- [Cinema & Calls](#)
- [Sarah La](#) [Calls]

**Entertainment News**

**Hollywood gripped by Award fever**

Final preparations are made for the Oscars, but there are still two awards ceremonies before the big night.

**Stax co-founder dies**

Estelle Axton, who helped create the legendary US soul music label Stax, dies in hospital aged 85.

**Place in history for US Idol star**

Clothes belonging to US Idol runner-up Clay Aiken are to be exhibited at his local museum.

**BBC NEWS**

**Latest Articles**

- [Receive ScreenSite Calls & Job Announcements](#)  
[ 0 comments - 102 reads ]
- [Demise of AdCritc, Rise of AdAge](#)  
[ 0 comments - 206 reads ]

**User Info**

Welcome, **Anonymous**

Nickname:

Password:

[Login](#) ([Register](#))

**Membership:**

- Latest: [newsqa1](#)
- New Today: **0**
- New Yesterday: **2**
- Overall: **104**

**People Online:**

Visitors: **11**

cinetext

film & philosophy

GO  
 ISSN 1605-6035

[home](#) [mailing list](#) [cinetexts](#) [cinelinks](#) [film books](#)

welcome to



cinetext

**About cinetext** [\[english\]](#) [\[german\]](#)

cinetext is a bilingual internet forum for film and philosophy located at the University of Vienna (Austria) addressing students, researchers, scholars, and anyone with an interest in the thoughtful exploration of cinema, film, and television.

cinetext is designed as a collaborative project. We appreciate all contributions, which help us to maintain the growth and quality of this site. Open a discussion at the [cinetext mailing list](#) or send in a film review. Expand our collection of [cinetexts](#) through the submission of an original article or a paper you've written during one of your courses. Add a synopsis, book review or commentary in the annotated bibliography of the [cinetext film books](#) section. Or simply tell us about a new or recommended site we've not yet included in our selection of [cinelinks](#).

All languages are welcome. However, for the benefit of us and our mailing list subscribers we recommend submitting texts in German or English. Titles and descriptions are usually given in the text's original language in order to indicate the language of contributions to cinetext.

### What's new?

- October 2003
  - [Cinema of Sadness: Hou Hsiao-hsien and 'New Taiwanese Film'](#) by *Adam Bingham*.
- September 2003
  - [Repetition: The Ring and the Diabolical Imaginary](#) by *Matthew Sharpe*.
  - [Filmmythen – Mythos Film. Zwei exemplarische Analysen des christlichen Mythos der Stigmata im Film](#) (pdf) von *Manuel Zauner*.
- August 2003
  - [Simulation Reloaded](#) by *Seyda Oztürk*.
- Juli 2003
  - [Alain Resnais and Atom Egoyan](#) by *Crissa-Jean Chappell*.
- February 2003
  - [Avoiding the Masculine "Gaze": Frustrated Homosexual Desire and the Eroticized Role of the Camera In Hitchcock's Rear Window and Antonioni's Blow Up](#) by *Matthew M. Wylie*.
  - [Blockbuster: Ästhetik, Ökonomie und Geschichte des postklassischen Hollywoodkinos](#): Das neue Buch von *Robert Blanchet*.

cinetext presents:



**Robert Blanchet**  
**Blockbuster: Ästhetik, Ökonomie und Geschichte des postklassischen Hollywoodkinos**  
 (published April 2003)

**Buch-Begleitseite mit:**  
 - Rezensionen  
 - Einleitung  
 - Inhaltsverzeichnis  
 - Video-Clips...  
 - und regelmäßig aktualisierten Links zu weiteren Online-Ressourcen.

auf das Verlinken, sondern auch auf die Integration fremder Inhalte (via Content syndication mit der BBC für die News). Zielgruppen sind neben den Studenten der gesamte Ausbildungs- und Forschungsbereich. Auch reine Linkdatenbanken sind dementsprechend im kulturellen und wissenschaftlichen Bereich sehr häufig zu finden, beispielsweise CineMedia [17] oder die Website der HFF-Bibliothek [18]. Auch der Bund und die Länder legen mit dem Aufbau der zahlreichen Kulturserver<sup>1</sup> [16] den Schwerpunkt konsequent auf die Vernetzung und nicht auf eigenständige Inhalte.

### Integrierte vertikale Portale (IVP)

Im Unterschied zu horizontalen Portalen wie AOL, MSN oder WEB.DE, die eine breite Themenvielfalt abdecken, versteht man unter vertikalen Portalen zunächst Themenportale. Typisch für den Filmbereich mit seinem Doppelcharakter von Industrie und Kunst sind aber dementsprechend Portaltypen, die gleichermaßen Elemente aus den businessorientierten IBS- und MDS-Portalen und den Kultur- und Wissenschaftsportalen versammeln. Deshalb sind integrierte, vertikale Portale charakterisiert durch

- die Adressierung heterogener Zielgruppen und Nutzerbedürfnisse
- ein ausgefeiltes Personalisierungskonzept / Integration der Nutzer
- eine hohe, exklusive Wissensbasis zu einem Schwerpunkt
- eine Verzahnung von kulturellem Wissen und kommerziellen Dienstleistungen
- eine hohe Vernetzung von internen und externen Ressourcen.

Zu den Klassikern unter den integrierten Filmportalen zählt natürlich die Internet Movie Database - IMDB [71ff.]. Sie verbindet eine starke Nutzerintegration, Communitybildung und Vernetzung mit zahlreichen kommerziellen Dienstleistungen, insbesondere seit der Übernahme durch Amazon im Jahre 1998. Aber auch andere

<sup>1</sup> Ein Verzeichnis der Landeskulturserver findet sich unter <http://www.kulturportal-deutschland.de>.

Portale wie All Movie Guide [87ff.] oder Kino.de [56ff.] verfolgen ein entsprechendes Konzept und sind stark an den ökonomischen Schnittstellen interessiert (Video, Poster, DVD) oder Ticketing bei Moviefone [100].

## Exkurs

### Die Stars der New Economy

Ich möchte zunächst einen Blick auf die wenigen (ökonomisch) erfolgreichen Portale werfen: Amazon, Google und Ebay. Jeff Bezos, Eric Schmidt und Meg Whitman stehen hierbei weniger für eine herausragende Idee, als für eine intelligente Theoretisierung und Reflexion ökonomischer, technischer und kultureller Prozesse. Sie adaptierten traditionelle Erkenntnisse und Einsichten für ein neues Medium, wobei sie sich sehr genau die Bedingungen für eine nützliche Implantierung ansahen.

Amazons Erfolg etwa resultiert aus der Verknüpfung eines auf das Internet übertragenen, traditionellen ökonomischen Modells mit Personalisierungsfunktionen. Dies bedeutet zum einen, dass man sich den zentralen ökonomischen Kern des E-Business, das Auseinanderbrechen der Liefer- und Wertschöpfungskette, zu Eigen gemacht hat. Unter Umgehung des klassischen Zwischenhändlers gelangen die Produkte, zunächst Bücher und AV-Medien, direkt zum Kunden. Den Hintergrund hierfür bilden die Überlegungen zum „Supply Chain Management“ und dessen Dekonstruktion.<sup>2</sup> Es handelt sich hierbei im Kern um eine relativ konventionelle Strategie, die auch schon lange vor Amazon Firmen wie DELL praktizierten. Bemerkenswert am Beispiel Amazon ist allerdings, dass andererseits der ökonomische Vorteil mit einer innovativen Portal-Konzeption verschmolz. Diese zeichnet sich aus durch ein umfassendes Personalisierungskonzept, welches Community-Bildung, Narrativität und ein grundlegende Verständnis des Webs als interaktives Medium umfasste. Ergänzt wurde diese Konzeption um eine aufwändige Marketingkampagne und Vernetzungsstrategien.

Ich werde nur einige Details skizzieren, eine umfassende Analyse würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Die Personalisierung umfasst „individuelle“ medienübergreifende Empfehlungen. Käufer einer DVD, einer CD oder eines Buches erhalten beim Einloggen auf der Website verschiedene Tipps. Diese Tipps basieren auf einer komplexen Analyse von individuellen und kollektiven Käuferprofilen sowie inhaltlichen Beschreibungen der Kaufobjekte. Nutzer können ebenso selbst Kritiken schreiben oder Objekte gebraucht verkaufen. Amazon spielt auch die Ergebnisse der Untersuchungen des Kaufverhaltens an den Nutzer zurück: „Kunden, die dieses Buch gekauft haben, haben auch diese Bücher gekauft...“, „Kunden, die Bücher von Autor xy gekauft haben, haben auch Bücher dieser Autoren gekauft...“. Eines der raffiniertesten Tools ist freilich das collaborative filtering<sup>3</sup>. Hier erfährt der Nutzer, wie andere Nutzer die Rezension bewertet haben (hilfreich, nicht hilfreich etc.). Damit werden nicht nur Suchende unterstützt, es wird auch eine Miniatur einer virtuellen Gemeinschaft gegründet, welche wiederum kontinuierlich personalisiert wird („Persönliches Profil“, „mehr über mich ...“ etc.) und so zu einem immer feineren Netzwerk wird.

Ein Buchportal ist zunächst nichts anderes als ein großer Katalog (und genau so kannte man ja auch das „Verzeichnis lieferbarer Bücher - VLB“, Books in Print etc.).



Amazon ist es aber geschickt gelungen, dieses Verkaufsportal „erzählend“ zu machen. Zahlreiche Reviews (offizielle und Kundenrezensionen), Verweise, kategoriale Gliederung, Inhaltserfassung der Bücher, ja sogar die eigene Such- und Bestellhistorie

2 Evans, Philip; Thomas S. Wurster, Web Att@ck. Strategien für die Internet-Revolution. München 2000. Übersetzung der amerikanischen Originalausgabe: Blown to Bits – How the New Economics of Information Transforms Strategy. Boston 2000.

3 David A. Maltz, Distributing Information for Collaborative Filtering on Usenet Net News, <http://www-2.cs.cmu.edu/~dmaltz/main-report/main-report.html>, 12.5.1997

werden abgebildet, ermöglichen dem Nutzer mehr als nur zu „suchen“. An die Stelle des „Suchens“ tritt das „Stöbern“ und konsequenterweise steht dieser Begriff auf dem Interface fast gleichberechtigt neben der Suche. Ab jetzt ist es nur ein kleiner Schritt von zufälligen Zusammenstellungen zu Erzählstrategien und narrativen Mustern, die als „Guided tour“ oder „Bummeltour“ wohl bald folgen werden...

Damit zielt man auf (und trifft!) die Mentalität des Surfens, des Flanierens, des Bummelns. Die Inszenierung des Verkaufaktes lernt aus der bekannten Welt: Der Monitor wird zum großen virtuellen Schaufenster von Warenwelt und „Gespräch“.

Google<sup>4</sup> betrat 1998 die Web-Bühne. Die Suchmaschine hätte nicht viel früher auf den Bildschirmen erscheinen können: Man hätte ihren Zweck und ihre Funktion nicht verstanden. Wäre sie später aufgetaucht, hätte sie sich mit anderen, nicht weniger effektiven Verfahren messen müssen<sup>5</sup>. Auch Google nutzt im Prinzip die Methodiken des collaborative filtering aus. Neben zahlreichen geheimen Algorithmen und Verfahren, welche für die Indexierung benutzt werden, bewirbt Google besonders ein Verfahren öffentlich: das „page ranking“. Es nimmt die Häufigkeit von Links auf beliebigen Webseiten zu einer Ziel-Website als Relevanzkriterium für die Bedeutung der Ziel-Website (ranking). In der Folge werden Links von dieser Ziel-Website auf weitere Websites, entsprechend dem erzielten ranking, ebenfalls gewichtet. Hiermit wird unabhängig vom Wissen der Websitebetreiber eine community definiert, die als Referenz fungiert. Allerdings ist das Verfahren zunehmend unter Druck geraten. Zum einen, weil es nur dem eh schon Bekannten Vorschub leistet und damit das Unbekannte marginalisiert, zum anderen weil es inzwischen sogenannte „Linkfarmen“ gibt, welche wechselseitig aufeinander verweisen und so das Verfahren durch „faked communities“ täuschen. Trotzdem ist Google noch die mit Abstand beliebteste Suchmaschine. So spricht man in den Redaktionen bereits davon, sich Texte zu ergoogeln und jeder spürt den Beiklang, doch niemand verzichtet auf die Wundermaschine. Sie erfüllt ihr Versprechen, Schneisen in den Dschungel des Internets zu schlagen, das gerade Gehörte zu finden und sich nicht zu verlieren.

Google repräsentiert eine Extremform eines Portals. Es verfügt über keinen eigenen Inhalt, ist aber inzwischen funktional fest in die verschiedenen Browser integriert und hat wichtige Suchmaschinen wie Deja.com (für das Usenet) oder das Open Directory Project aufgekauft resp. eingebunden. Es ist zur Anlaufstelle von 200 Mio. Anfragen pro Tag (!) geworden und besitzt eine Oberfläche mit dem Charme der Internet-Gründertage. Die Suchmechanismen wurden inzwischen weiter verfeinert und um semantische Analysen ergänzt. Google steht kurz vor dem Börsengang zur Eigenkapitalisierung: geschätzte 10 Milliarden Dollar sind zu erwarten und obwohl

4 „Google ist ein Wortspiel mit >googol<, das von Milton Sirota, einem Neffen des amerikanischen Mathematikers Edward Kasner, geprägt wurde, um eine Zahl mit einer 1 und 100 Nullen zu bezeichnen. Googles Verwendung des Begriffs drückt das Ziel des Unternehmens aus, die immense Menge von Information auf dem Web und in der Welt zu organisieren.“

5 Vgl. Jürgen Keiper, „Kleine Geschichte der Suchmaschinen“ in: ZUS., Samstag, 10.2.2001.

**Google News** BETA

Web Images Groups News Froogle <sup>News!</sup> more » Advanced Search

Search News Search the Web

Search and browse 4,500 news sources updated continuously.

Auto-generated 4 Apr at 12:06 GMT

**Top Stories**

**Madrid Bombings Mastermind Killed**  
FOX News - 15 minutes ago  
MADRID, Spain The Tunisian believed to be the mastermind of last month's devastating railway attacks was among the cornered suspects who blew themselves up Saturday, the Spanish interior minister said.  
 [CNN International](#)  
Madrid bomb "mastermind" cornered, blows self up Reuters  
Madrid terror leader killed in blast Ananova  
[Los Angeles Times \(subscription\)](#) - [swissinfo](#) - [Bloomberg](#) - [Xinhua](#) - [and 1303 related »](#)

**Four Iraqis killed in shooting in front of Spanish base; two US Marines killed in separate incident**  
Boston Globe - 45 minutes ago  
NAJAF, Iraq (AP) At least four Iraqis, including two soldiers, were killed and 30 people were injured during a protest Sunday outside a Spanish military garrison in the southern holy city of Najaf, ...  
[At Least Four Iraqis Killed in Protest](#) Guardian  
[Coalition troops fire on Iraqi protesters](#) Financial Times  
[Xinhua](#) - [WHNT](#) - [Reuters](#) - [GEO](#) - [and 105 related »](#)

**Tyco mistrial leaves ambiguity**  
Newark Star Ledger - [and 1144 related »](#)

**Computer networking event doesn't compute as planned**  
San Jose Mercury News - [and 191 related »](#)

**Wearing orange, feeling blue**  
Newsday - [and 1409 related »](#)

**Michael Jackson Not Expected To Attend Hearings**  
TheCelebrityCafe.com - [and 321 related »](#)

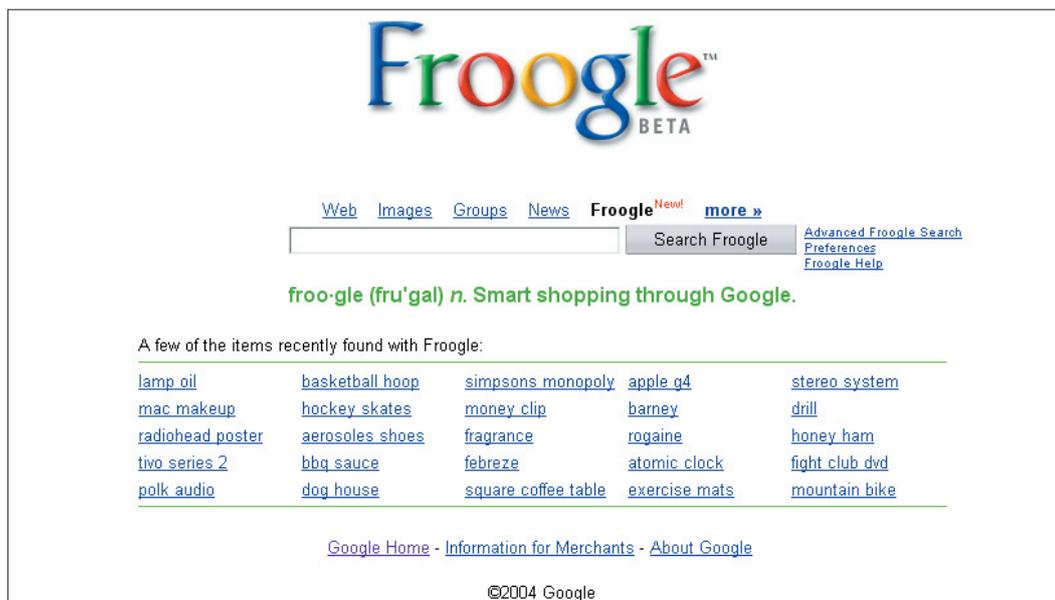
**Maryland General Hospital told to fix lab or face \$10000 a day fine USA**  
Medical News Today - [and 129 related »](#)

**In the News**

[Condoleezza Rice](#) [Beverly Hughes](#)  
[Gaza Strip](#) [National Convention](#)  
[Tony Blair](#) [Deanna Laney](#)  
[Labor Department](#) [Sun Microsystems](#)  
[Michael Jackson](#) [George W. Bush](#)

<http://news.google.com/>

Google bis heute alle Übernahmeangebote abgelehnt hatte, zeigt sich Google-Gründer und Präsident Sergey Brin mittlerweile den aktuellen Offerten von Microsoft gegenüber sehr aufgeschlossen.



Der Erfolg von Google liegt in dem Makeln von Information begründet. Die Unübersichtlichkeit des Netzes auf der einen Seite, die riesige Zahl der Nutzer und ihre Orientierungsbedürfnisse auf der anderen Seite, schaffen die Grundlage. Google selbst begründet übrigens seinen Erfolg mit den subjektfreien Verfahren, also Computeralgorithmen, die politische und ökonomische Einflussnahmen verhinderten. Konsequenterweise wird gerade ein News-Bereich nach demselben Verfahren aufgebaut, der ebenfalls nur Nachrichten aus anderen Quellen integriert und auf eine redaktionelle Auswahl oder Kommentare verzichtet. Auch hier werden die Computeralgorithmen zum Maßstab, welche die Auswahl „ohne Bezug auf politische Standpunkte oder Ideologie“ treffen<sup>6</sup>. Dasselbe gilt dementsprechend auch für Froogle, eine neue Preisvergleichsmaschine<sup>7</sup> oder den geplanten Mailedienst von Google, wo inhaltsbasiert Werbung in die Mails integriert wird.

Letztendlich ist Google deshalb mehr als eine Schnittstelle. Auch wenn weite Bereiche des Netzes („Invisible web“<sup>8</sup>) nicht erschlossen werden, ist Google eine der ersten Firmen gewesen, die das Wissen des Netzes und den Informationsnachweis konsequent als Wert begriffen hat und organisieren konnte. Faszinierend hierbei ist die Leichtigkeit, mit der nun aus einem Informationsnachweis ein Informationsportal (IBS) aufgebaut werden kann. Dies verdeutlicht zum einen die ungeheure Bedeutung von Suchmaschinen, oder etwas abstrakter: von referenzierter Information im Netz, zum anderen die Aufwertung des Informationsverweises gegenüber dem Informationsbesitz im Internet.

Ebay brachte die Idee der Auktion ins Netz. Galten bis dato Auktionen eher den Kunst- und Luxusgütern der Gesellschaft und adressierten einen sehr engen Personenkreis, übersetzte Ebay dies auf gebrauchte Alltagsgüter und die ganze Welt. Der Erfolg dieses eigentlich uralten Prinzips basiert hier auf der Synchronizität von globalisierten Informations-, Handels- und Zahlungswegen. Hier wird die Welt als globalisierter Marktplatz abgebildet, der nunmehr ein breites sozial heterogenes Publikum anspricht.

#### Der Nutzer als Produzent

Vergleicht man ausgehend von diesem kursorischen Überblick die Konzepte dieser erfolgreichen Portale, so haben alle neue Antworten auf die „alten Fragen“ gefunden, zumeist mit relativ wenig konzeptionellem Aufwand. Auffällig ist bei allen, dass sie das Netz als interaktives Medium begreifen, das den Nutzer nicht nur als Konsumenten

<http://froogle.google.com>

6 „Das Angebot von Google News ist einzigartig, da es einen Nachrichtenservice anbietet, der ausschließlich von Computeralgorithmen und völlig ohne das Eingreifen von Menschen erstellt wird. Obwohl die Nachrichtenquellen über verschiedene Blickwinkel und redaktionelle Ansätze verfügen, wird ihre Auswahl für Google News ohne Bezug auf politische Standpunkte oder Ideologien getroffen.“

7 <http://froogle.google.com>

8 Die berühmte NEC-Studie (1999) ergab eine Indexierung von max. 16 % (<http://www.metrics.com>). Nach neueren Untersuchungen werden nur Bruchteile des Webs (Promille-Bereich) von den Suchmaschinen erfasst; siehe auch: Michael K. Bergman, The Deep Web: Surfacing Hidden Value <http://www.brightplanet.com/technology/deepweb.asp>

definiert, sondern auch als Produzenten: von Content, von Urteilen, von Meinungen. Diese Einbindung kann sehr direkt erfolgen (wie bei der IMDB oder Ebay) oder sehr vermittelt (wie bei Google). Gleichwohl bleibt die Frage berechtigt, ob diese Nutzereinbindung nicht bei Wissens- und Kulturportalen an ihre Grenzen stößt, da hier die Qualität und Verlässlichkeit des Wissens ungleich wichtiger sind. Die Fehler der IMDB sind Legende und so kann die Frage nur als Anforderung an eine andere Art der Nutzereinbindung beantwortet werden.

Ungeachtet dieser grundsätzlichen Überlegungen stechen einige konzeptionelle Besonderheiten bei den besprochenen Websites hervor. Diese gelten nicht für alle Portale gleichermaßen, repräsentieren aber einen typischen Querschnitt:

- Supply Chain Management, Optimierung
- Personalisierungskonzept
- Community-Bildung
- Narrativität
- collaborative filtering
- Erzählcharakter
- Informationsnachweise
- globaler Marktplatz

Somit sind erste Hinweise gewonnen, welche Konzepte von erfolgreichen Portalen jenseits klassischer Marketing- und Organisationsstrategien umgesetzt wurden. Es versteht sich von selbst, dass ohne entsprechende Inhalte und Bedarfsstrukturen, ohne finanziellen Support jedes Konzept zum Scheitern verurteilt ist, aber es sind wesentliche Kriterien, die man an ein Portal anlegen sollte.

### 3) ENZYKLOPÄDISCHES WISSEN

Als äußerst interessant für die konzeptionelle Umsetzung großer Wissensbestände erweist sich ein Blick auf die existierenden, digitalen On- und Offlinemedien. Analog zum Filmportal stehen sie vor der Aufgabe umfassende Wissenbestände mit einem digitalen Medium sinnvoll und attraktiv zu präsentieren.

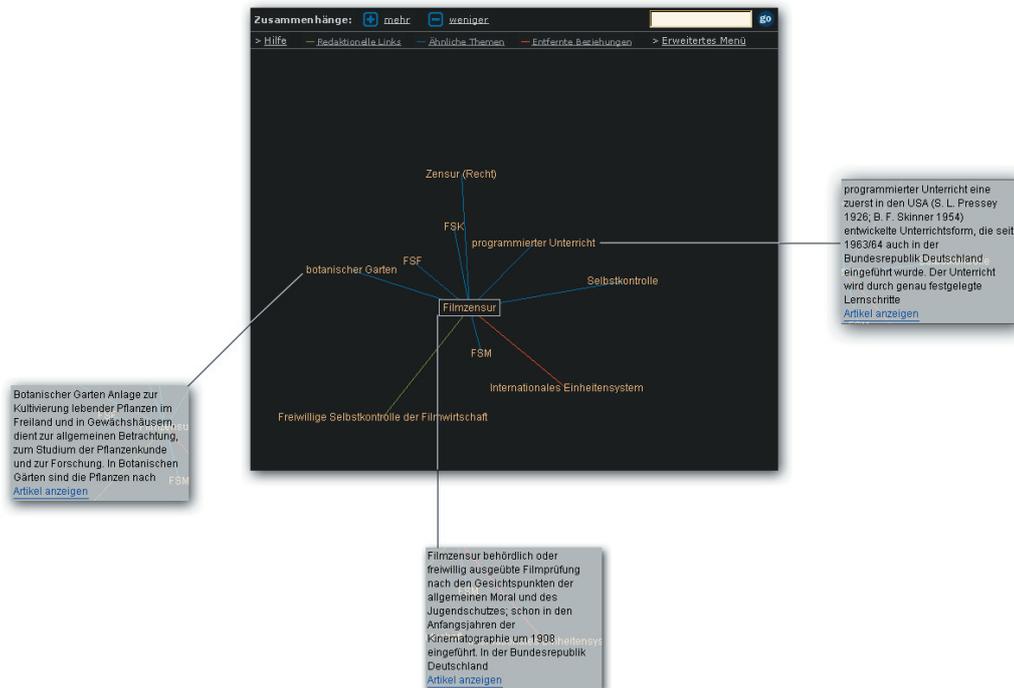
Diese Organisation enzyklopädischen Wissens soll anhand von Wissen.de, Enzyklopaedia Britannica, Encarta und Wikipedia untersucht werden.

The screenshot shows the 'wissen.de' website interface. At the top, there is a banner for 'Das große Ferienpark Quiz' with a 'Hollandi' logo. Below the banner, the main content area features an article titled 'Filmzensur'. The article text describes film censorship as a legal or voluntary review process. To the right of the article, there are several promotional boxes: 'Das könnte Sie auch interessieren:' with a 'Geschichte Gegenwart Zukunft' category; 'Für Sie ausgewählt:' featuring a 'Kopfsalat' game; 'Das neue wissen.de Lexikon' with a 'Warp-Speed zum Astronauten-Training!' advertisement; and 'Der große wissen.de-Weltatlas'. A sidebar on the left contains navigation links like 'Artikel-Inhalt', 'Verwandte Artikel', and 'MATRIX'. At the bottom, there is a footer with contact information and a 'powered by NIONEX' logo.

<http://www.wissen.de>

Wissen.de [5], ein Internet-Lexikon des Bertelsmann-Verlages (DirectGroup Bertelsmann) kommt vergleichsweise schlicht daher. Die eigentlichen Artikel sind gerahmt von Werbeflächen und wenig vernetzt. Auch die Navigation bietet mit einer Artikelgliederung und den Rubriken „Verwandte Artikel“, „Mehr zum Thema“ und „Internet-Links“ zunächst nichts neues. Lediglich der Eintrag „Matrix: Das Thema vernetzt“ weckt das Interesse. Nach kurzer Wartezeit öffnet sich auf einen Klick hin

<http://www.wissen.de>



ein sternförmiges Gebilde, in welchem unterschiedliche Begriffe und Themen mit Linien den Bezug zum zentralen Schlüsselbegriff herstellen. Das Ziel dieses Konzepts des „visually navigating“ besteht darin, dem Nutzer eine Übersicht über vorhandene, zugeordnete Artikel zu geben, welche nicht mehr rein hierarchisch oder kategorial ist, sondern semantische Bezüge herstellt. Diese werden noch durch Farbcodes spezifiziert und differenziert. So weit, so schön. Leider überzeugt das Konzept in der Praxis nicht. Konzeptionellen Schwächen wie der Verwendung von Applets (welche zusätzliche Software-Downloads notwendig machen) stehen grundsätzliche Fragen gegenüber: Kann man überhaupt sinnvoll komplexe (semantische) Bezüge graphisch angemessen, also übersichtlich und eindeutig, darstellen? Wie kann man die Semantiken überhaupt sinnvoll strukturieren und attributieren? Können diese nach Regeln definiert werden oder sind sie nur individuell, von Fall zu Fall gültig? Das Ergebnis jedenfalls ist niederschmetternd bis amüsant. Zwar findet man etwa zu dem Begriff „Komet“ durchaus sinnvolle Bezüge wie zum Halley’schen Kometen oder zum Schweifstern, ebenso taucht aber auch der Begriff der Balkanisierung auf und man fragt sich, welche dunkle Assoziation hier Pate stand. Auch zum Begriff der Filmzensur finden sich durchaus sinnvolle Beziehungen, doch die Verwandtschaft zum „Botanischen Garten“ oder zum „Internationalen Einheitensystem“ bleibt auch nach Lesen der jeweiligen Artikel geheimnisvoll.

Man findet dieses relativ neue Verfahren inzwischen auch bei anderen Wissensplattformen (etwa Planet Wissen), Suchmaschinen [8] oder Versandhändlern wie Amazon [7]. Auch wenn die Idee grundsätzlich reizvoll erscheint, sind die jetzigen Modelle, die wesentlich von der amerikanischen Firma TouchGraph [6f.] entwickelt wurden, noch nicht überzeugend. Eine Ausnahme bildet allenfalls das Musikportal Musicplasma [9ff.].

Das Schwergewicht unter den Enzyklopädien verkörpert die Encyclopaedia Britannica. Angetreten als Pionierin im Bereich des E-Publishing lässt ihre

<http://www.britannica.com>



wechselvolle Geschichte<sup>9</sup> oft das inhaltliche Konzept zu Unrecht zurücktreten. Ich habe mir sowohl die Online-Version als auch die DVD-Version angesehen. Mit dem schönen Wortspiel „(search) results you can trust“ markiert die Britannica ihren professionell-wissenschaftlichen Anspruch und löst diesen auch auf mehreren Ebenen ein. Am Ende eines jeden Artikels finden sich vorbereitete Zitationsformate (in 3 Standards), eine Verschlagwortung der Artikel existiert ebenfalls und wird offengelegt (und ermöglicht so beiläufig weitere Recherchen) und die (hervorragenden) Artikel sind mehrfach untereinander verlinkt. Außerdem existieren kommentierte Links zu weiteren Websites, es wird weiterer Multimedia-Content angeboten und bei Bedarf werden auch weitere Datenbanken (Zeitschriften etc.) eingebunden. Gerade diese qualifizierte Öffnung ins Web macht die Britannica sehr hilfreich für aktuelle Recherchen. Die Nutzung der Britannica ist im Moment (nach langen Wirren und unterschiedlichen Modellen) kostenpflichtig.

Die DVD/CD-Rom-Version der Britannica besitzt im Unterschied zur Online-Version [4] auch die Menüs „more specific“ und „more general“ und ermöglicht damit eine gute Navigation im thematischen Umfeld [3]. Der Nutzer besitzt hierdurch selbst die Freiheit, wie tief oder abstrakt er in ein Thema einsteigen will. Insgesamt weist die DVD ein ähnliches Konzept wie alle anderen Wissensportale auf. Dieses besteht aus

- dem eigentlichen Wissensangebot
- dem Bezug zu weiteren eigenen Wissensangeboten (interne Kontextualisierung)
- dem Bezug zu weiteren fremden Wissensangeboten (externe Kontextualisierung)
- der Referenzierung von externen Wissensangeboten (Bibliographien etc.)

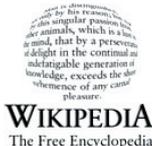
Auch die Encarta von Microsoft folgt in ihrer On/Offline-Version dieser Grundstruktur. Somit ist das obige Schema grundlegend für die größten elektronischen Publikationen von Lexika. Bemerkenswert ist allerdings, dass der Aufwand, welcher für die Suche betrieben wird, sehr unterschiedlich ist. Während die Britannica eine recht umfangreiche Suche bereitstellt, findet man in der Encarta lediglich eine einfache Stichwortsuche.

Eine neue Form des Lexikons etabliert sich im Netz auf collaborativer Ebene: Wikipedia [11]. Im Januar 2001 gegründet und mittlerweile über 150.000 Artikel umfassend knüpft Wikipedia an eine Netztradition an, die Inhalte nicht selbst zu generieren, sondern dies Nutzern zu überlassen und lediglich die Koordination zu übernehmen. Ein Basiskonzept von Wikipedia besteht in dem Wiki-System<sup>10</sup>, welches mit starken

9 Philip B. Evans, Thomas S. Wurster, „Die Informationsrevolution: Alte Geschäfte vergehen, neue entstehen“ in: Don Tapscott, Erfolg im E-Business. München 2000, S. 42ff.

10 <http://www.wikipedia.org/wiki/WikiWiki>

<http://www.wikipedia.org>



**WIKIPEDIA**  
The Free Encyclopedia

[Main Page](#)  
[Recent changes](#)  
[Random page](#)  
[Current events](#)

---

[Edit this page](#)  
[Discuss this page](#)  
[Page history](#)  
[What links here](#)  
[Related changes](#)

---

[Special pages](#)  
[Bug reports](#)

Not logged in  
[Log in](#) | [Help](#)

[Main Page](#) | [Recent changes](#) | [Edit this page](#) | [Page history](#)  
[Printable version](#)

## MPAA film rating system

From Wikipedia, the free encyclopedia.

The **MPAA film rating system** is a system which attempts to rate a movie based on its content, helping patrons decide which movies may be appropriate for different categories of audiences.

**Table of contents** [hide]

1 [History](#)

2 [Original Ratings](#)

3 [Current MPA.A Ratings](#)

4 [Effects of Ratings](#)

5 [Critics of System](#)

6 [External links](#)

### History

The MPAA film rating system was instituted in [1968](#) as an alternative to federal regulation of motion picture content by the [United States](#) government.

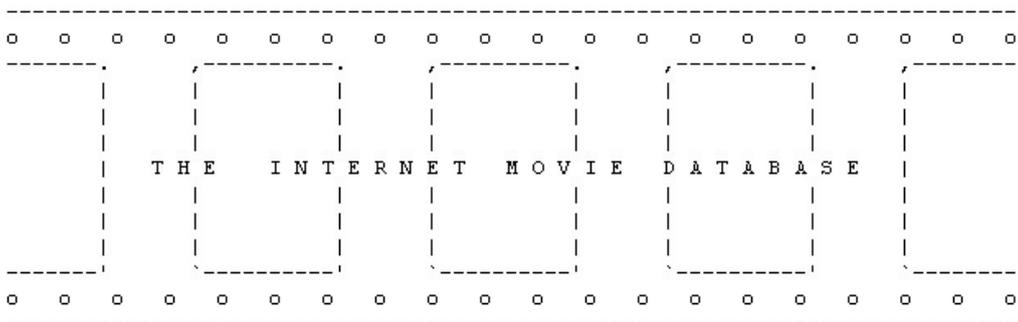
After the [Production Code](#) approval system was abandoned in the [1950s](#), movies had become more explicit in their portrayal of "realism." The realism movement had its advantages and disadvantages: while it allowed for movies like [Alfred Hitchcock's Psycho](#) (1960) to be filmed, it also sparked a rise in low-budget [exploitation](#) movies that became more and more explicit in their sexual and violent content. The violent content of such movies as [Sam Peckinpah's Straw Dogs](#) shocked and alarmed the more conservative segment of the population. In [1967](#), two movies were released containing the word "fuck" ([Ulysses](#) and [I'll Never Forget What's His Name](#)), and this was seen as the impetus for a form of regulation to be instituted. After a series of meetings with government representatives, the [Motion Picture Association of America](#) and [National Association of Theater Owners](#) agreed to implement a uniform ratings system for all of its movies, a system that

thematischen Gliederungen arbeitet. Die Texte sind von den Nutzern veränderbar, allerdings wird die Genese eines Textes dokumentiert. Ebenso sind Weblinks fester Bestandteil dieser freien Enzyklopädie. Ein großer Vorteil der Nutzereinbindung ist die Sprachlokalisierung. So finden sich momentan 20 verschiedene Sprachversionen mit weiteren, individuellen Inhalten im Netz.

Betrachtet man sich die deutsche Einstiegsseite für den Bereich Film, die Seite „Filmkunst“, so fällt die durchgängig gute Qualität sowohl der Strukturierung als auch des Faktenwissens auf. Sie erreicht zwar nicht die Wissensbasis von Fachlexika, ist aber besser als die der vergleichbaren allgemeinen Lexika. Bemerkenswert ist auch die Erwähnung von neuen Filmformen im Netz („Streaming“). Das zentrale Merkmal ist allerdings für mich die Betonung der Vernetzung. Dies geschieht einerseits durch eine Vielzahl von Links innerhalb der Texte selbst, aber auch durch externe, wie etwa zu dem Text des Oberhausener Manifestes auf den Seiten des Deutschen Historischen Museums. Auf jeder Seite findet sich die Rubrik Weblinks (hier unter anderem auch mit einem Link zum „Portal zum deutschen Film“). Die Stärke von Wikipedia ist damit gleichermaßen seine narrative wie seine diskursive Struktur. An dem deutschen Basistext zum Film sind inzwischen über 60 Änderungen und Ergänzungen vorgenommen worden, alle Beiträge sind stark untereinander vernetzt und auch Verweise auf andere Seiten sind ebenso wie Verweise von anderen Seiten zur gerade angezeigten Seite jederzeit anzeigbar. Damit wird die Vernetzungsstruktur jederzeit transparent gemacht und ermöglicht den Verzicht auf dezidierte Schlagworte oder Thesauri.

#### 4) FILMPORTALE

Wie eingangs bereits beschrieben, finden sich im Netz verschiedene Portaltypen: Information Brokering Services (IBS), Product and Media Distribution Services (MDS), Wissenschaftliche und Kulturportale sowie Integrierte vertikale Portale (IVP). Typisch für Filmportale ist wie beschrieben ihre Tendenz, mehrere dieser Portaltypen zu integrieren. Der Hauptgrund hierfür ist der bereits zitierte Doppelcharakter des Films als Kunst und Industrie. Er bewirkt eine Ambiguität, da kulturelle Informationen plötzlich auch eine kommerzielle Funktion bekommen und umgekehrt kommerzielle Filme kulturell relevant werden. Diese Spannung des Mediums Film wird nicht nur in den Katalogen der Suchmaschinen sichtbar, sondern lässt sich auch am Werdegang der berühmtesten Filmdatenbank, der International Movie DataBase - IMDB [71ff.], ablesen.



Sie entstand Ende der 80er Jahre aus einem bulletin board im Usenet, wo insbesondere Studenten kontinuierlich Filmdaten zusammentrugen („Liste der besten Schauspielerinnen“ etc.). Im Jahre 1996 wurde sie zur eigenständigen Company (Internet Movie Database, Ltd) und 1998 an Amazon verkauft. Geblieben ist die Grundstruktur: Nutzer machen Vorschläge zur Ergänzung oder Korrektur der Filmdatenbank, der Staff der IMDB überprüft diese. Nur so ist es gelungen, die Zahl von über 370.000 Filmtiteln und 1,6 Mio. Personen<sup>11</sup> zu erreichen. Der Nachteil sind die letztendlich nicht immer validen Daten und Inkonsistenzen in der Datenbank

[Logo IMDB \(Usenet\)](#)

<sup>11</sup> [http://german.imdb.com/database\\_statistics](http://german.imdb.com/database_statistics)

**IMDb** [Register](#)

NOW PLAYING
MOVIE/TV NEWS
MY MOVIES
FUN & GAMES
MESSAGE BOARDS
U.S. MOVIE SHOWTIMES
HELP & GUIDE
FREE TRIAL! IMDbPro

Also Available [Top Movies](#) [Photo Galleries](#) [Video/DVD](#) [Browse IMDb](#) [Independent Film](#)

## The Internet Movie Database

Visited by over 16 million movie lovers each month!

For expanded in production information on over 1,500 film projects, including contact details, visit IMDbPro.com. [Click here for a free trial.](#)

**Search the database for**

All

[More searches](#) | [Tips](#) | [IMDbPro.com free trial](#)

**Search the database for**

All

[More searches](#) | [Tips](#) | [IMDbPro.com free trial](#)

**Movie Times Near You!**

Type in your city/state (or ZIP code) after following the [Showtimes](#) links for these U.S. releases:

[Matchstick Men](#): [Showtimes](#): [Official Site](#)

[Once Upon a Time in Mexico](#): [Showtimes](#)

[Cabin Fever](#): [Showtimes](#)

[Cold Creek Manor](#): [Showtimes](#)

[The Order](#): [Showtimes](#): [Official Site](#)

Get [local showtimes e-mailed to you directly each Friday](#).

[Weekly Movie Showtimes](#) is a free service from Amazon.com and the IMDb.

**Today's IMDb Poll Question Is:**

**Daily Poll** Which cinematic flight attendant would you want to fly the friendly skies with? ([vote](#))

**More from the Toronto Film Festival**

Feel like you're at the Toronto International Film Festival with an unlimited press pass by visiting our WireImage [photo gallery section](#), including shots from last year, as well as the big parties and big stars this year. Then, get the scoop on some of the festival buzz with the latest [Toronto update](#) from Shannon Gee. It's all in our [Road to Toronto](#) section.

**Who Is Fanny La Croix?**

[Fanny La Croix](#) has appeared in several CBC television shows and she's also one of thousands in the entertainment field who has recently become an [IMDb Publicity Photo Services](#) customer. Once you've purchased a package you can either mail your headshot to us (for those a little less technically inclined) or you can send it electronically (for those who are). Thousands of customers including agents, actors, publicists, directors, stuntpeople, makeup artists, composers and others have added their (or their client's) headshots, posters, production stills, work samples and more to their page. Shouldn't you? We can't guarantee we'll put your Fanny up on the IMDb homepage, but [Publicity Photo Services will make your page stand out!](#)

**Daily Trivia**

**Truly Trivial**

[Jin Jarnusch](#) appears as the Frosty Kreme employee in this film. ([answer](#))

**Movie/TV Quote of the Day**

PRINCE PHILLIP

You're living in the past father, this is the 14th century!

From [which TV show/Movie?](#)

[More Quotes](#)

**Movie and TV News**

Sat 13 September 2003:  
Celebrity News

- [Johnny Cash: 1932-2003](#)
- [Actor John Ritter Dies Unexpectedly](#)
- [Bale Is New Batman](#)

Studio Briefing

- [Movie Reviews: 'Once Upon a Time in Mexico'](#)
- [Movie Reviews: 'Cabin Fever'](#)
- [Movie Reviews: 'Matchstick Men'](#)

Celebrity Interviews/Articles

- [Tobey Maguire](#)

**Happy Birthday to:**

Saturday, 13 September 2003:

- [Ben Savage](#) (23)
- [Jacqueline Bisset](#) (59)
- [Jean Smart](#) (44)
- [Richard Kiel](#) (64)

[more birthdays](#)

**Cool Services**

- [Daily Newsletter](#)
- [Contact IMDb.com](#)
- [Advertise on IMDb.com](#)
- [Content Licensing](#)
- [IMDbPro.com Free Trial!](#)
- [IMDb Publicity Photos](#)

**Movie Trailers**

- [Mona Lisa Smile](#)
- [The Incredibles](#)

[more](#)

**Advertisement**

**Hot Videos**

**Updated Hourly!**

- 1 [The Lord of the Rings - The Two Towers](#)
- 2 [Chicago](#)
- 3 [Prenatal Yoga](#)
- 4 [Baby Mozart](#)
- 5 [Leslie Sansone - Walk Away the Pounds 3 Pack \(includes weight set\)](#)

[more](#)

[Home](#) | [Search](#) | [Now Playing](#) | [News](#) | [My Movies](#) | [Games](#) | [Boards](#) | [Help](#) | [US Movie Showtimes](#) | [Top 250](#) | [Register](#) | [Recommendations](#) | [Box Office](#) | [Index](#) | [Trailers](#) | [IMDbPro.com - Free Trial](#) | [IMDb Publicity Photos](#)

Copyright © 1990-2003 Internet Movie Database Inc.  
Terms and [Privacy Policy](#) under which this service is provided to you.  
An [amazon.com](#) company. [Advertise](#) on IMDb. [License](#) our content.

sowie eine stark schwankende Erfassungstiefe, abhängig von lokalen und zeitlichen Präferenzen der aktiv beitragenden Nutzer.

Das Konzept der IMDB (und die zahllosen Weiterentwicklungen wie AMDB [86] oder SyncIMDB) hier vorzustellen, würde den Rahmen sprengen, deshalb greife ich ein paar Eigenheiten heraus, die mir im besonders im Kontext von filmportal.de wichtig erscheinen.

Betrachtet man sich die Genese der IMDB, so ist deutlich, dass sie sich aus einer schlichten Filmliste über eine Datenbank zu einem Portal entwickelte. Was aber waren die Interessen und Motivationen der Nutzer zu Beginn? Verfolgt man die Entstehungsgeschichte des Usenets, die Geburtsstätte der IMDB, so standen schlichte

The Internet Movie Database consists of the following lists:

List	Maintained by	Updated
Actors	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Actresses	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Alternative Names	Michel Hafner <hafner@ifi.unizh.ch>	03/24/95
Alternative Titles	Michel Hafner <hafner@ifi.unizh.ch>	03/24/95
Biographies	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Cast Completion	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Certificates	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Cinematographers	Michel Hafner <hafner@ifi.unizh.ch>	03/24/95
Color Information	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Composers	Michel Hafner <hafner@ifi.unizh.ch>	03/24/95
Costume Designers	Harald Mayr <marvin@bike.augusta.de>	03/17/95
Countries	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Crazy Credits	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Directors	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Editors	Harald Mayr <marvin@bike.augusta.de>	03/17/95
Genres	Lars J Aas <larsa@colargol.edb.tih.no>	02/17/95
Goofs	Murray Chapman <muzzle@cs.uq.oz.au>	03/24/95
Literature	Joachim Polzer <polzer@zedat.fu-berlin.de>	02/24/95
Locations	Rob Hartill <movie@cm.cf.ac.uk>	03/24/95
Misc. Filmography	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Movie Links	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Movies	Michel Hafner <hafner@ifi.unizh.ch>	03/24/95
Plot Summaries	Colin Tinto <colint@spider.co.uk>	03/24/95
Producers	Andre Bernhardt <ujad@rz.uni-karlsruhe.de>	03/17/95
Production Companies	Rob Hartill <movie@cm.cf.ac.uk>	03/24/95
Production Designers	Harald Mayr <marvin@bike.augusta.de>	03/17/95
Quotes	Bob Glickstein <bobg@z-code.com>	02/17/95
Ratings	Col Needham <cn@ibmpcug.co.uk>	03/24/95
Release Dates	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Running Times	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Sound Mix	Mark Harding <ccsmh@bath.ac.uk>	03/24/95
Soundtracks	Ron Higgins <rhiggins@carroll1.cc.edu>	04/02/95
Tag Lines	Rob Hartill <movie@cm.cf.ac.uk>	03/24/95
Technical Info	Joachim Polzer <polzer@zedat.fu-berlin.de>	03/24/95
Trivia	Murray Chapman <muzzle@cs.uq.oz.au>	03/24/95
Writers	Jon Reeves <reeves@zk3.dec.com>	02/24/95

Fragen im Vordergrund: Wo spielt die Lieblingsschauspielerin noch mit ? Welche Filme hat der Regisseur noch gedreht, die man bisher nicht kannte ? Welche ähnlich spannenden Filme gibt es noch und wo bekomme ich sie ? Die Ergebnisse wurden in verschiedenen Listen gesammelt und später zusammengeführt. Auch wenn es sich um populäre Themen handelte, sind die Ausgangssituationen dieselben, wie sie auch vom klassischen Wissensmanagement definiert werden. Das Ziel der Nutzer ist die Lust, einen bisher unbekanntem Film mit der Lieblingsschauspielerin zu entdecken (und zu sehen). Das Wissen hierüber ist aber verteilt auf Cineasten, Archivare, Fans etc., die normalerweise nicht zusammenkommen. Die IMDB organisiert dieses Wissen.<sup>12</sup> Individuelle Beiträge bringen gemeinsamen Mehrwert. Und hierfür ist das Internet die prädestinierte Plattform.

Damit verfolgt die IMDB einen collaborativen Ansatz im doppelten Sinne, wie er im Bereich des Films, von einigen Forschungsprojekten wie COLLATE<sup>13</sup> abgesehen, einzigartig ist: Das Wissen wird nämlich a) collaborativ zusammengetragen und b) collaborativ gefiltert. Denn die Recommendations basieren auf der Erstellung von Nutzer- und Nutzungsprofilen, die offengelegt und an den Nutzer als Information zurückgespielt werden.

Der zweite entscheidende Unterschied zu zahlreichen anderen Portalen ist die heterogene Nutzeradressierung. Ursprünglich an die Liebhaber, Fans und Nerds gerichtet, konnte man beobachten, wie die IMDB immer öfter in unterschiedlichen Nutzergruppen rezipiert wurde. Mit dem Anwachsen des Datenbestandes kam die IMDB aus der Fan-Ecke heraus und wurde zunehmend auch von professionellen Nutzern, von Journalisten, vom akademischen Bereich etc. genutzt. Dies geschah weniger aus Überzeugung, sondern weil nur hier Informationen mit geringem Rechercheaufwand zu beziehen waren. Ein interessanter Prozess war zu beobachten:

12 Das IMDB ist laut dem Gründer Col Needham „an international volunteer effort whose objective is to provide useful and up to date movie information \*freely\* available on-line“ 5.7.1995, IMDB Newsletter No.1)

13 Vgl. hierzu: Bezerra, Laura; Jürgen Keiper, „Indexing and Annotation: Collaborative In-Depth Analysis of Film-related material“ in: Celluloid Goes Digital (Ed. Martin Loiperdinger), Trier 2002, S. 67-74. Siehe auch <http://www.collate.de>, <http://www.deutsches-filminstitut.de/collate>

Quantität schlägt in Qualität um. Mit dem Anwachsen der Datenbank, der einfachen Nutzung, bekommt die IMDB plötzlich eine völlig neue Qualität.

Dadurch, dass sich plötzlich völlig unterschiedliche Nutzer der IMDB bedienen, war eine Personalisierung notwendig geworden, aber nicht umgekehrt ! Dieses simple Detail wird oft verwechselt, wenn man den Erfolg der IMDB erklärt. Somit war es nur eine Frage der Zeit, bis dies von finanzkräftigen Organisationen erkannt wurde ...

Im Unterschied hierzu sind die professionellen Filmportale wie Mediabiz.de [88] oder das Filmllexikon CinOmat [93] und 2001 [92] reine One-way-Portale. Der Nutzer findet eine Datenbank vor, die er auf vielfältige Weise präsentiert bekommt, die aber nie den Umfang der collaborativ erstellten Daten bietet.

Vor dem Hintergrund von heterogenen Nutzergruppen verwundert auch nicht die Vielfalt an Angeboten, welche die IMDB bereit stellt. Nicht nur filmographische Informationen werden angeboten, sondern ebenso Spezialwissen (Aufführungsdaten), vielfältige Dokumente (Photos, Plakate) sowie weiterführende Links (Reviews). Bemerkenswerter ist allerdings das Konzept der Interaktion. Nutzer können Kommentare zu Filmen schreiben, den Film bewerten etc. Darüberhinaus existieren komplexe Verfahren, um auf weitere, ähnliche Filme hinzuweisen.

The screenshot shows the All Movie Guide website. At the top, there are navigation links for 'all music' and 'all game'. Below that is a search bar with the text 'search' and 'movie/dvd title or person's name'. The main content area is divided into three columns: 'FEATURED', 'NEW in THEATERS', and 'FACTOID'. Under 'FEATURED', there are sections for 'Movies of the 50's', 'Directors of the 50's', and 'Actors of the 50's'. Under 'NEW in THEATERS', there are links to 'The Butterfly Effect', 'Mindhunters', 'Win a Date with Tad Hamilton!', 'The Perfect Score', 'The Big Bounce', 'You Got Served', 'Catch That Kid', 'Barbershop 2: Back in Business', and '50 First Dates'. Under 'FACTOID', there is a section for 'Born Today' with links to 'Larry "Buster" Crabbe', 'Jock Mahoney', and 'James Spader'. There are also sidebars for 'FILM FINDER', 'PEOPLE FINDER', 'QUICK BROWSE', 'GLOSSARY', and 'ESSAYS'.

<http://www.allmovie.com>

The screenshot shows a search result for 'metropolis' on the All Movie Guide website. The search bar contains 'movie titles like: metropolis'. Below the search bar, there is a list of related titles with their release years and genres. The titles include 'Metropolis' (1927, Fritz Lang), 'Metropolis' (2001, Rintaro), 'Metropolis' (2000), 'The Big City' (1963, Satyajit Ray), 'Metropolis' (1983), 'Metropolitain' (1990, Wit Stilian), 'Il Gigante di Metropolis' (1961, Umberto Scarpelli), 'Metropolis' (1975, Costas Jifcas), 'Metropolitain' (1935, Richard Boleslawsky), 'Metropolis-1939' (1939), 'I Nuovi Barbari' (1983, Enzo G. Castellari), 'Leaving Metropolis' (2002, Brad Fraser), 'Metropolis - Special Edition' (1984, Giorgio Moroder), 'Metropolitain' (1938), 'Fiabe Metropolitane' (1997, Egidio Bronco), 'Cafe Metropole' (1937, Edward H. Griffith), 'Ball In Metropol' (1937, Frank Wisbar), 'Tales of the Map Room: Metropolis', 'Metroland' (1997, Philip Saville), 'Elues Metropolitano' (1985, Salvatore Piscicelli), 'Metropolitan Avenue' (1985), 'Tosca' (1983, Franco Zeffirelli), 'Ai Margini Della Metropoli' (1952, Carlo Lizzani), 'Metropolis: Going Underground' (1995), and 'Metropolitan Symphony' (1929, Kenji Mizoguchi). On the right side, there are two sidebar sections: 'DVD' with 'BROWSE DVDs' and 'NEW RELEASES' links, and 'Download Complete Movies' with a link to 'Digital Files for Download: 15,000+ Titles, aff.'.

Die zweite große (amerikanische) Filmdatenbank ist All Movie Guide (87ff.) und wurde 1994, also nach der IMDB, gegründet. Sie ging 1995 ans Netz und ist heute Teil des All Media Guide, welcher zusätzlich Musik- und Spieldatenbanken beinhaltet. Die Datenbanken werden auch an weitere Kunden lizenziert. So übernimmt etwa

das als reines Serviceportal konzipierte und 1999 durch AOL übernommene Moviefone [100] Inhalte vom AMG. Außerdem gibt es eine enge Zusammenarbeit mit Vertriebsgesellschaften für Bücher, DVDs, Poster etc. (bspw. Barnes and Noble, CDNow, Allposters.com etc.).

Die filmo- und biographischen Daten werden von einer Redaktion auf freiwilliger Basis zusammengetragen und umfassen mittlerweile mehr als 220.000 Filme und 1,5 Mio. Personen. Im Unterschied zur IMDB legt der AMG großen Wert auf die inhaltliche Vernetzung seiner Informationen. Hierzu werden beispielsweise die Kategorien „Similar Movies“, „Movies with the same Personnel“ und „Other related Movies“ eingeführt. Parallel hierzu findet eine relativ komplexe inhaltliche Erschließung der Filme statt. So werden nicht nur Inhaltsangaben und Reviews publiziert, sondern dem Film werden auch Genre-Bezeichnungen, Schlagworte, Themen und Stimmungen („Tones“) zugewiesen. All diese Attribute sind verlinkt, so dass man problemlos Filme ähnlicher Stimmung oder desselben Themas findet. Die entsprechende Auszeichnung nimmt zwar die Redaktion vor, doch baut diese auf Nutzerkommentaren auf, die am Ende des Filmtitels vorgenommen werden können. Außergewöhnlich ist auch die Visualisierung der Tätigkeitszeiten über kleine Graphiken sowie die Einbindung von Orten und Zeitangaben, die verlinkt sind.

Insgesamt bietet der AMG eine sehr kompakte, übersichtliche Darstellung eines Films und präsentiert sich wesentlich intuitiver als die etwas überladen wirkende IMDB. Insbesondere die Inhaltserschließung und die Vernetzung reicht über die IMDB

The screenshot shows the Kino.de website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Kino.de' logo and 'DVD/VIDEO games musik' subtext. Below it, a search bar labeled 'measuche' and 'KINOSUCHE' is visible. The main content area is divided into several sections: 'NEU IM KINO' with a 'Vorhang auf für:' list, 'MOVIE NEWS' featuring a portrait of John Ritter and news about his death, and 'DVD CHAMPION' with a photo of a DVD night event. There are also 'PREVIEW DER WOCHE' and 'FILM DER WOCHE' sections with movie posters for 'Irgendwann in Mexico' and 'Basic'. A 'WEBTIPP' section is at the bottom right.

<http://www.kino.de>

hinaus. Gelungen ist auch die Überblicksseite zu Personen, wo die Filmographie entsprechende DVD-Titel direkt anzeigt.

Kino.de [56ff.] des Entertainment Media Verlages versammelt Infos zu über 50.000 Filmen und 105.000 Personen mit 1500 Portraits. Ähnlich des AMG ist das Angebot Teil eines Medienverbundes, der auch Musik und Spiele umfasst und die unterschiedlichen Bereiche verlinkt. Das Angebot erfasst nicht nur Filmcredits, Inhaltsangaben und Reviews sondern auch zahlreiche thematische Texte, Charts, Interviews sowie einen umfassenden DVD-Teil und fast alle aktuellen Kinostarts in Deutschlands.

Die Seite leidet allerdings trotz ihres Relaunches im Jahr 2003 unter konzeptionellen Schwächen. Das gewählte Layout bewirkt eine starke Modularisierung der Information, so dass die eigentliche Information erst nach mehreren Klicks zugänglich ist. Entsprechend hoch ist die Anzahl von Teasern, die allerdings nicht entsprechend angepasst und deshalb meist nicht sehr aussagekräftig sind. So taucht in einem „Hintergrundtext“ zu Penélope Cruz der Essay „Deutsche Superstars: Hottes Epigonen“ auf. Thema ist anlässlich des Todes von Horst Buchholz eine

Bestandsaufnahme international anerkannter deutscher Schauspieler. Penélope Cruz taucht nur am Ende als Verweis auf: Thomas Kretschmann wird demnächst einen Film mit ihr drehen. Formal ist diese Zuordnung zwar richtig, dennoch erwartet der Nutzer unter der Kategorie Hintergrund sicher etwas andere Informationen. Doch dieses Problem ist strukturell. Alle acht Hintergrundtexte erwähnen den Namen lediglich, nirgendwo findet sich hier weitere Information. Auch weitere Bereiche der Subnavigation bleiben unklar: Den Unterschied zwischen „Portrait“ und „Zur Person“ wird man erst erfahren, wenn man es ausprobiert hat. So bleibt eine ambivalente Erfahrung zurück. Der Nutzer findet ein augenscheinlich umfangreiches Angebot vor, bleibt aber oft frustriert zurück angesichts der de facto dünnen Information. Man merkt manchen Texten an, dass sie geschrieben wurden, um als Klammer zu

**Silent Era**

HOME PAGE INFO PEOPLE FILM LIST ARCHIVE LOST FILMS THEATERS  
DVD VHS BOOKS

Routledge Taylor & Francis Group s@ra Scholarly Articles Research Alerting

**SILENT FILM EVENTS**

**AGOURA, CALIFORNIA**  
14 September 2003

**PHOENIX, ARIZONA**  
28 Sept 2003 - 4 April 2004

**EVERETT, WASHINGTON**  
7 Oct - 2 Nov 2003

**SEATTLE**  
13-27 October 2003

**MASSILLION, OHIO**  
7-9 November 2003

Submit a Press Release for Your Event

**LATEST UPDATES**

Added article on the 2003 San Francisco Silent Film Festival by Lokke Heiss

Added review of *The Garden of Eden* (1928)

Eliminated many website link errors and updated Events listings

Added and expanded listings in the *Silent Era*

**Kino International** has announced the upcoming home video release of a highly-regarded Paul Leni film *The Man Who Laughs* (1928). Conrad Veidt stars as the disfigured Gwynplaine, hero of Victor Hugo's novel. The character is the acknowledged inspiration for Batman villain, The Joker. The Kino edition will be transferred from a recently-restored version of the film that combines two English language and Italian language nitrate original prints. The DVD features a documentary, informal footage of Veidt, Greta Garbo, Emil Jannings and Camilla Horn, a photo gallery, and excerpts from an Italian version of the film with hand-painted intertitles. The Kino DVD and VHS editions will be available 30 September 2003.

**The University of South Carolina** will host its fourth symposium on the preservation, study and use of orphan films on 25-27 March 2004. The USC Film Studies Program and the Film Library will again bring together an eclectic mix of moving image archivists, cinema scholars, preservation experts, curators and filmmakers who work with orphaned material. Selected speakers will lead the three days of presentations, screenings, and discussion. Visit the [Orphan Films Symposium](#) website.

**The University Press of Colorado** has announced the upcoming publication of *Shooting Cowboys and Indians: Silent Western Films, American Culture, and the Birth of Hollywood* by Andrew Brodie Smith. The book will be available in December 2003.

**Kino International** has announced the upcoming release of F.W. Murnau's *Tartuffe* (1925) on DVD. The disc will also be offered in a box set with three other Murnau films: *The Last Laugh* (1924), *Faust* (1926) and *Nosferatu* (1922). The *Tartuffe* DVD and Murnau box set will both be available on 11 November 2003.

**VOTE TODAY TOP 100 SILENT ERA FILMS**

**Current Top 10 Silent Era Films**

1. *Sunrise* (1927)
2. *The General* (1926)
3. *City Lights* (1931)
4. *Metropolis* (1927)
5. *La Passion et la Mort de Jeanne d'Arc* (1928)
6. *Creed* (1924)
7. *The Crowd* (1928)
8. *Das Kabinett des Dr. Caligan* (1920)
9. *Nosferatu* (1922)
10. *Napoleon* (1927)

Complete Top 100 List

**Questions About Silent Films?**

Answers may be on our [Frequently Asked Questions](#) page.

**BOOKS**

**SILENT ERA RECOMMENDS**

**Get the BOOKS You want amazon.com**

**THE MILESTONE COLLECTION TABU**

<http://www.silentera.com>

fungieren: endlose Aneinanderreihungen von Namen in Verbindung mit Filmtiteln um eine locker konstruiertes Thema.

Von Carl Bennett wird die Site Silent Era [103f.] herausgegeben. Sie widmet sich ausschließlich dem Stummfilm und ist ein typischer Vertreter eines Integrierten Vertikalen Portals. Die News, DVD-Besprechungen sind genau auf die Zielgruppe zugeschnitten und überzeugen mit einer hohen Kompetenz. Dementsprechend findet man nicht nur film- und personenbezogene Informationen, sondern auch Infos zu historischen Kinos und der Aufführungspraxis oder Kopienverfügbarkeit. Auch Rezensionen von entsprechenden Publikationen enthält die Website. Silent Era kooperiert mit Amazon für den DVD- und Buchkauf. Der Nutzer erhält hier Fachwissen, das in einen inhaltlichen und medialen Kontext eingebettet, aber auch hoch spezialisiert ist.

Schließlich möchte ich noch auf ein deutsches Filmportal eingehen, den CinOmat [93]. Dieses Portal ist leider kaum bekannt, vereint es doch qualifizierte Inhaltsangaben und Kritiken zu fast allen deutschen und internationalen Filmen. Die Grundlage hierfür bilden die Texte des katholischen film-dienst [101] und die Filmdatenbank des ehemaligen KIM (Katholisches Institut für Medieninformation) in Köln. Die Datenbank ist allerdings nur für Abonnenten zugänglich. Ähnlich dem Filmportal des Verlages 2001 [92] wird hier eine hohe Schwelle errichtet, die von vornherein nur ein

The screenshot shows the cinomat website interface. At the top left is the cinomat logo. To its right is the word 'ANZEIGE'. Further right is the title 'Der Stand der Dinge: Film und Medien'. Below this are navigation tabs for 'fd', 'FK', 'cinOmat', 'Shop', and 'Infobörse'. A user login status bar indicates 'Sie sind angemeldet als DIF Deutsches Filminstitut/Frau Sandra Klefenz - Abmelden'. The main content area features the title 'Das Wunder von Bern' with a horizontal line below it. The text below the title provides details: 'Deutschland, 2003', 'Produktionsfirma: Little Shark Entertainment/Senator', 'Verleih: Kino: Senator', 'Länge: 117 Minuten', 'FSK: ab 6, f', 'Erstaufführung: 16.10.2003', 'fd: 36169'. It then lists 'Produktion: Tom Spiess, Sönke Wortmann, Hanno Huth', 'Regie: Sönke Wortmann', 'Buch: Sönke Wortmann, Rochus Hahn', 'Kamera: Tom Fährmann', 'Musik: Marcel Barsotti', 'Schnitt: Ueli Christen', and 'Darsteller: Louis Klamroth (Matthias Lubanski), Peter Lohmeyer (Richard Lubanski), Lucas Gregorowicz (Paul Ackermann), Katharina Wackernagel (Annette Ackermann), Johanna Gastdorf (Christa Lubanski), Mirko Lang (Bruno Lubanski), Birthe Wolter (Ingrid Lubanski), Peter Franke (Sepp Herberger), Sascha Göpel (Helmut Rahn), Knut Hartwig (Fritz Walter)'. A section titled 'Kurzkritik' follows, containing a paragraph of text. Below the critique are two links: 'Lesen Sie die ausführliche Kritik aus dem film-dienst' and '[ Suchen in der KIM Filmdatenbank ]'. At the bottom of the content area is a link '[ Zur cinOmat.de Hauptseite ]'.

**cinomat** ANZEIGE **Der Stand der Dinge: Film und Medien**

fd FK cinOmat Shop Infobörse

Sie sind angemeldet als DIF Deutsches Filminstitut/Frau Sandra Klefenz - Abmelden

**Das Wunder von Bern**

Deutschland, 2003

Produktionsfirma: Little Shark Entertainment/Senator  
 Verleih: Kino: Senator  
 Länge: 117 Minuten  
 FSK: ab 6, f  
 Erstaufführung: 16.10.2003  
 fd: 36169

Produktion: Tom Spiess, Sönke Wortmann, Hanno Huth  
 Regie: Sönke Wortmann  
 Buch: Sönke Wortmann, Rochus Hahn  
 Kamera: Tom Fährmann  
 Musik: Marcel Barsotti  
 Schnitt: Ueli Christen

Darsteller: Louis Klamroth (Matthias Lubanski), Peter Lohmeyer (Richard Lubanski), Lucas Gregorowicz (Paul Ackermann), Katharina Wackernagel (Annette Ackermann), Johanna Gastdorf (Christa Lubanski), Mirko Lang (Bruno Lubanski), Birthe Wolter (Ingrid Lubanski), Peter Franke (Sepp Herberger), Sascha Göpel (Helmut Rahn), Knut Hartwig (Fritz Walter)

**Kurzkritik**

Die deutsche Fußball-Nationalelf droht bei der Weltmeisterschaft 1954 frühzeitig zu scheitern. Ihr Essener Stürmer Helmut Rahn erkämpft sich einen Stammplatz in der Mannschaft. Derweil muss sein daheim gebliebener Taschenträger, ein fußballfanatischer Junge, mit ansehen, wie sein Vater aus der Kriegsgefangenschaft heimkehrt und den familiären Zusammenhalt bedroht. Dramatisch-komödiantische Nacherzählung der Ereignisse um Deutschlands ersten Titel als Fußball-Weltmeister, angereichert mit einer fiktiven Handlung, die das soziale und politische Umfeld beleuchten soll. Dies gelingt dank einiger ausgezeichnete darstellerischer Leistungen nur in Ansätzen, da allzu viele Ruhrpott-, 1950er-Jahre- und Schweiz-Klischees bemüht werden und die Charaktere weitgehend blass bleiben. - Ab 14.

[Lesen Sie die ausführliche Kritik aus dem film-dienst](#)

[ Suchen in der KIM Filmdatenbank ]

[ Zur cinOmat.de Hauptseite ]

Fachpublikum anspricht. Im Unterschied zu den amerikanischen Portalen fehlt auch die Vernetzung der einzelnen Filmtitel untereinander. So sind nur gezielte Recherchen zu einem einzelnen Film möglich. Der Präsentation selbst merkt man an, dass sie für diesen professionellen Nutzerkreis definiert wurde. Im Vordergrund steht die schlechte Informationsvermittlung und weniger die ästhetische oder nutzerorientierte Darstellung.

Auffällig ist bei allen Filmportalen, wie wenig Querverlinkungen zu anderen Inhalteanbietern und naheliegenden Online-Projekten (wie LeMO des Deutschen Historischen Museums [13f.] vorgenommen werden. Auch der Bereich der Online-Libraries wie Questia [129f.] oder der Dokumentservices (wie Subito) bleibt außen vor.

##### 5) Zusammenfassung

Es lässt sich zunächst festhalten, dass die existierenden Filmportale eine ähnliche Grundstruktur besitzen. Sie bauen auf umfangreichen Datenbanken auf und ergänzen diese Informationen um einen aktuellen News-Bereich. Besondere Beachtung wird zunehmend dem DVD-Bereich geschenkt, aber auch der Verkauf von Büchern, Fotos und Plakaten wird zur Refinanzierung zunehmend integriert.

Sie unterscheiden sich im Hinblick auf die Qualität und Quantität der Daten, die Nutzereinbindung, dem Personalisierungskonzept, dem Grad der Vernetzung, die Zusatzangebote sowie die Usability und Präsentation. All dies hängt zusammen. Generiert sich der Datenbestand vornehmlich aus Beiträgen der Nutzer, ist es ungleich einfacher auch entsprechende Filmempfehlungen und Bewertungen mit abzufragen. Umgekehrt tun sich hier professionelle Informationsanbieter schwer, einen sinnvollen

Platz für das Wissen ihrer Experten zu anzubieten. Es zeichnet sich so eine Dualität ab: Weil die kollaborativ verfassten Datenbanken wie IMDB und AMG bei der Validität ihrer Daten nicht stark genug sind, definieren sie sich immer stärker als integrierte vertikale Portale. Sie bieten kommerzielle Produkte und Dienstleistungen an und beziehen ihre Attraktivität aus dem Wissen ihrer Nutzer. Umgekehrt haben sich die professionellen Portale wie Baseline oder Mediabiz dem Wert des Faktischen zugewandt und fungieren als Information Brokering Services (IBS). Die IMDB versucht mit ihrem kostenpflichtigen Pro-Bereich auch hier aufzuschließen, doch darf hier ob der Chancen gezweifelt werden.

Doch die Kluft zwischen diesen beiden Konzeptionen von Filmportalen verdeckt die Perspektive für die Frage nach den eigentlich zugrunde liegenden Nutzerinteressen.

Leider sind die Informationen hierzu nur recht spärlich vorhanden. Um so naheliegender erscheint daher der Blick auf die Geschichte der IMDB und die Genese ihrer Begründungen. Es waren die einfachen Fragen, die von dieser Datenbank beantwortet werden sollten und immer kreisen sie um ein Problem: Die Nichtverfügbarkeit des Mediums und das unzulängliche und fehlende Wissen. Während in der Buchkultur die Werke immer vorlagen, sei es in Bibliotheken oder in Universitäten, blieb Film lange Zeit auf die originäre Aufführung beschränkt. Auch der schlichten Dokumentation von Filmen, die Antwort auf die Frage, wo spielt meine Lieblingsschauspielerin noch mit, wurde lange Zeit keine Beachtung geschenkt. Ebenso hatte der Nutzer natürlich ein Interesse, neben dem bekannten Film seines Lieblingsregisseurs auch all die anderen Filme zu sehen.

Das Wissen hierüber war (jenseits der Archive) auf wenige Experten und Sammler beschränkt. Einige von ihnen trugen dieses Wissen mit dem Internet in die Datenbanken und ermöglichten so erstmals eine umfangreiche Dokumentation. Aber nicht nur das Netz trug zu dem enormen Erfolg der Filmportale bei, sondern auch die retrospektive Digitalisierung von Filmen und ihr Vertrieb auf dem neuen Medium DVD. In Verbindung mit dem Internet war nun sowohl die Recherche als auch die Akquise möglich.

In dem Maße, in dem die Filmportale diese beiden Grundfunktionalitäten übernahmen, wurden sie sich auch immer ähnlicher. Dementsprechend wurden verschiedene Perspektiven ausdifferenziert. Relativ schnell war klar, dass eine reine Datenbank inkl. DVD-Nachweis den Charme eines Inhaltsverzeichnisses besaß. Die IMDB verfolgte zwei Strategien. Mit dem Übergang zu Amazon war die Wertschöpfungskette in einer Hand optimiert, gleichzeitig wurde ein komplexes Ranking und Vergleichsverfahren auf den Weg gebracht. Sie setzte hierbei wieder auf die Mitwirkung der Nutzer: collaborative filtering. Der Ansatz blieb aber immer filmzentriert und im Lauf der Zeit wuchs die den Filmen zugeordnete Information ins Unübersichtliche. Im Unterschied hierzu entschied sich der AMG für einen etwas anderen Weg. Er legte sehr viel mehr Wert auf die inhaltliche Erfassung von Filmen und ihre emotionale Beschreibung (tones). Ausgehend von der These, dass die Nutzer an bestimmten immer wiederkehrenden Mustern interessiert seien, wurden diese nicht nur mit dem immer fragwürdiger werdenden Begriff des Genres erfasst, sondern mit eben besagten Stimmungen und Motiven. Eine Methode, die schon auf der Filmdatenbank-CD-Rom CineMania praktiziert wurde [121] und sicher weiter entwickelt werden wird. Außerdem löst sich der AMG von der Fixierung auf den Film und stellt die beteiligten Personen mehr in den Vordergrund. Die Artikel sind auch in der Regel kenntnisreicher und weniger geschmäckerlich als jene der IMDB.

Damit ist eine weitere Entwicklungsstufe markiert. Das Filmportal, zumal als eines mit kommerziellen Dienstleistungen, bedarf einer Nutzerbindung, die über das unmittelbare Suchinteresse hinausgeht. Idealerweise gelingt es hierbei, sowohl den Besuch der Website so attraktiv zu machen, dass man gerne nach rechts und links schaut (und klickt), stöbert, entdeckt, als auch Lust hat, die Seite ohne zwingenden Grund

noch einmal zu besuchen. Auch hier gehen die IMDB und der AMG unterschiedliche Wege. Während die IMDB konsequent auf News und Entertainment setzt, positioniert sich der AMG zunächst zwar ähnlich, doch im Detail unterschiedlich. So werden gezielt alte Filme (Movies of the 70's), Schauspieler und Regisseure (Actors, Directors of the 70's) auf der Startseite angesprochen. Ebenso gibt es Verweise auf Themen und Auseinandersetzungen (Offbeat British filmmaker Alex Cox was once quoted as saying, „Spielberg isn't a filmmaker, he's a confectioner.“). Der AMG praktiziert hier ein Verfahren, dass man als „deep linking“<sup>14</sup> bezeichnet, und gerade umfangreiche Websites sinnvoll zu erschließen hilft.

Verfolgt man diesen Gedanken weiter, kommt man schnell zu kurzen redaktionellen Texten, die diesen Kontext bereitstellen. Hier sind natürlich die Verlage filmbezogener Publikationen (wie Cinema [99], epd-film [102] oder film-dienst [101]) im Vorteil. Sie verfügen über den redaktionellen Content, der es ermöglicht, die Bezüge zwischen den Filmen über thematische Texte herzustellen. Damit kündigt sich ein grundlegender Wechsel an. Die zentrale Frage für die existierenden Portale wird nicht mehr sein, ob sie genügend Inhalte besitzen, sondern wie sie diese attraktiv und sinnvoll darstellen können: „Texte vom Sehen & Hören“ (Karsten Witte) werden hierfür eine zentrale Bedeutung erlangen.

Die heutigen Filmportale stehen somit vor einer großen Herausforderung. Während zu Zeiten des Usenets der ästhetische Charme eines Telefonbuches noch akzeptiert wurde, besitzt diese Konzeption heute keine Zukunft mehr. Es bedarf zum einen Strategien, ihren Inhalt sinnvoll und attraktiv zu erschließen, zum anderen aber auch der Vernetzung ihrer eigenen Inhalte, intern und in das Internet als Wissensraum. Davon unberührt bleiben die grundlegenden Probleme der nutzergenerierten Datenbanken: mangelnde Validität der Daten, notwendige redaktionelle Überprüfung und Manipulationsanfälligkeit.

Die kommerziellen Datenbanken werden ihre Position behaupten können, zumindest so lange sie eine exklusive Wissensbasis ohne Interesse für die breite Öffentlichkeit vorhalten.

14 Dieses Verfahren wurde immer wieder von dem Usability-Experten Jacob Nielsen gefordert. Siehe auch: <http://www.useit.com/alertbox/20020303.html>