

Zeitschrift: Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin
Herausgeber: Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung
Band: - (1998)
Heft: 39

Artikel: Blitzartig am Ziel
Autor: Giussani, Bruno
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-967770>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Bruno Giussani (bg@giussani.com),
Journalist, Spezialist für
Medienfragen, Internet-Kolumnist
der «New York Times».



Blitzartig am Ziel

Sämtliche Umfragen und Analysen ergeben wiederkehrend das gleich desolate Resultat: Die Internet-Nutzer frustet es am meisten, auf der Suche nach Informationen Zeit zu verlieren.

Die Erklärungen dafür sind mannigfach. Primär ist das – einem rasanten Wachstum unterzogene – World Wide Web (WWW) fast unermesslich weitläufig. Gemäss jüngsten Schätzungen enthält es gegenwärtig 320 Millionen Dokumente. Und dazu ist das WWW hoch flüchtig. Kaum werden auf dem Web Dokumente angeboten, da verschwinden sie schon wieder.

Im Gegensatz zu Bibliotheken und Datenbanken existiert im Internet keine einheitliche Indexierung. Jede Site besitzt ihre eigene Struktur und Organisation, um Informationen zugänglich zu machen. Deshalb glauben viele, die Online-Suche sei eine Kunst für sich. Schon wenige Kenntnisse über Netzwerkaufbau und Funktionsweise der Suchinstrumente erhöhen jedoch beträchtlich die Chancen, in nützlicher Frist die erwünschten Informationen zu erlangen. Die beste Strategie beginnt damit, klar zu definieren, was genau gesucht werden soll. Die Eingabe von Oberbegriffen wie beispielsweise «Wasser», «Schweiz» oder «Einstein» löst nur eine Lawine von unnützen Verweisen aus.

Es gibt mehrere Hundert Suchinstrumente. Sie können in zwei Kategorien eingeteilt werden: einerseits in thematische Indexe oder Kataloge, andererseits in mit Stichwörtern funktionierende Suchmaschinen. Der weitaus bekannteste Katalog ist Yahoo (www.yahoo.com), der sich zunächst in Form eines thematischen Menüs präsentiert. Nach der Auswahl einer ersten passenden Themeneinheit stösst man auf eine Liste von thematischen Untereinheiten, nach einer weiteren Selektion auf eine Liste von Unter-Untereinheiten und so weiter, bis man schliesslich – wenn die gewünschte

Information verfügbar ist – sein Ziel erreicht. Zusätzlich erlaubt es die Verwendung von Stichwörtern, die Suche zu verkürzen.

Die beliebteste Suchmaschine heisst Altavista (www.altavista.com). Ihre Datenbank wird mit Hilfe von «Robotern» kreiert, d.h. mit speziellen Programmen, die das Web durchkämmen, allen vorgefundenen Hyperlinks (Querverweisen) nachgehen, sämtliche Dokumente «lesen» sowie die Position jedes einzelnen Wortes, die Adresse der entsprechenden Seiten und vieles mehr genau speichern.

Bei der Benützung eines solchen Systems findet die Suche nicht direkt auf dem Web, sondern in der Datenbank des Suchinstruments statt. Deshalb ist es wichtig, den Aufbau der verwendeten Datenbank zu kennen, die spezifische Sprache für deren Befragung zu erlernen sowie kreativ vorzugehen. Man muss Wortkombinationen formulieren können, die es ermöglichen, die Suche auf eine bestimmte geographische Region, auf einen gegebenen Zeitraum oder sogar auf eine gezielt ausgewählte Site zu beschränken.

Die Yahoo-Datenbank etwa gibt nur Auskunft über Titel, Adresse und Quintessenz der Web-Seiten. Die Wahrscheinlichkeit, fündig zu werden, ist also nicht nur bedingt durch eine Information im Index, sondern auch dadurch, wie die Inhalte der Web-Seiten beschrieben worden sind. Ein Resümee zum Thema nachrichtenlose Konten kann durchaus so abgefasst sein, dass darin die Wörter «Holo-caust» oder «Bank» nicht vorkommen; bei einer Suche anhand dieser Stichwörter bleibt dann die potentielle Fundstelle automatisch unberücksichtigt und figuriert somit nicht auf der Verweisliste.

Selbstverständlich ist im Internet nicht alles auffindbar. Und was sich darin befindet, ist nicht unbedingt auch indexiert. Obschon sich die Suchinstrumente heute durch eine hoch entwickelte Leistungsfähigkeit auszeichnen, sind sie nicht imstande, der schwindelerregenden Ausdehnung des Web zu folgen. Eine Anfang 1998 von NEC-Forschern durchgeführte Untersuchung hat ergeben, dass die gegenwärtig zur Verfügung stehenden Suchsysteme höchstens ein Drittel der Informationsfülle erfassen und indexieren können. Der gesamte Web-Inhalt soll von Hotbot (www.hotbot.com) zu 34%, von Altavista zu 28%, von Excite (www.excite.com) zu 14% und von Infoseek (www.infoseek.com) zu 10% abgedeckt sein.

B.G.