

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeberin	IX
1. Einleitung	1
<hr/>	
Rahmenbedingungen für eine Definition des interaktiven Fernsehens <i>Dr. Lutz Goertz</i> MMB Institut, Essen	3
2. Ökonomie	15
<hr/>	
Intermediation durch interaktives Fernsehen aus ökonomischer Sicht: eine Zwischenbilanz <i>Prof. Dr. Thomas Hess, Prof. Dr. Arnold Picot und Martin S. Schmid</i> Ludwig-Maximilians-Universität München	17
Interaktives Fernsehen als unternehmerische Herausforderung <i>Fabrice Sergent</i> Lagardère Active Broadband, Paris	53
3. Technik und Anwendung	63
<hr/>	
Technische Grundlagen und Trends des interaktiven Fernsehens <i>Dr. Rainer Schäfer</i> Institut für Rundfunktechnik, München	65
Interaktives Fernsehen: Status und Perspektiven <i>Hans Mahr</i> RTL Television, Köln	91
4. Nutzungsmuster	111
<hr/>	
Das hyperaktive Publikum – noch immer eine Illusion. Ein Essay, „revisited“ <i>Prof. Dr. Klaus Schönbach</i> Amsterdam School of Communication Research	113
Der Zuschauer und das Bedürfnis nach Interaktivität: ein Blick in die USA <i>Dr. Horst Stipp</i> NBC, New York	121

5. Soziale Aspekte des interaktiven Fernsehens 129

Interaktives Fernsehen: Neue Communities oder atomisierte Gesellschaft?

Prof. Dr. Norbert Bolz

Institut für Sprache und Kommunikation, TU Berlin 131

Das interaktive Fernsehen und seine Zuschauer

Dr. Lutz Hachmeister und Christian Zabel

HMR International, Köln 145

6. Recht 171

Die Gesetzgebung vor den rechtlichen Herausforderungen
des interaktiven Fernsehens

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring

Bayerische Landeszentrale für neue Medien 173

Interaktives Fernsehen in der juristischen Praxis

Prof. Dr. Johannes Kreile

Nörr Stiefenhofer Lutz, München 189

7. Medienpolitik 213

Interaktives Fernsehen: Neue Aufgaben für die Medienpolitik?

Dr. Hans Hege

Medienanstalt Berlin-Brandenburg 215

Praxisrelevante Herausforderungen der Medienpolitik
für die digitale Zukunft

Prof. Dr. Hubert Burda

Hubert Burda Media, München 225

Nachwort

Prof. Dr. Peter Glotz

Universität St. Gallen 237