

Inhalt

Vorwort	7
I. Einleitung	9
1. Kabelfernseh-Boom in den USA	9
2. QUBE als Kabel-Hit: Electronic Pipeline und Interaktive Television	20
II. Das Kommunikationssystem QUBE – Beispiel: Columbus/Ohio	23
1. Die Technik als Blickfang	24
1.1 Areal	25
1.2 Kabelnetz und QUBE-Konsole	27
1.3 Programm- und Dienstekombination	29
2. Die QUBE-Ökonomie	32
2.1 Der Warner-Amex-Konzern und seine Erzeuger: Warner Communications und American Express	32
2.2 QUBE als Kabel- und Technik-Markt	35
2.3 Zum Programm-, Dienste- und Werbegeschäft	39
2.3.1 QUBE Programmtafel	39
2.3.2 Programmgruppierungen: Basic, QUBE und Star Service	48
2.3.3 Exkurs: Pay-TV bei Warner Amex	52
2.3.4 Das Interaktionsangebot – Einige Programme, Dienste und Werbespots als Beispiele	53
– (Lokal-)Information: Auf dem Weg zur „digitalen Demokratie“?	57
– Unterhaltung: Knopfdruck-Spiele	60
– Bildung: QUBE Campus	60
– Sport: Der Zuschauer als Trainer und Richter	61
– Dienste: Information, Banking, Security	62
– Werbung: Shopping at home, Qubits und Informercials	67
3. Das Publikum – das (noch) ziemlich unbekannte Wesen	70
3.1 Zur Kontur des QUBE-Zuschauers	72
3.2 QUBE-Einschätzung	75
3.3 Präferenzen: Rückkanal, spezielle Programme, spezielle Dienste	76
3.4 Einige vorläufige Schlußfolgerungen	77
III. Nachbemerkung: QUBE und die bundesdeutschen Kabelpilotprojekte	81
IV. Anmerkungen	83