

## Inhaltsverzeichnis

<b>I</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>9</b>
1	Thematischer Hintergrund .....	9
2	Fragestellung und Struktur der Arbeit .....	10
3	Forschungsstand .....	11
<b>II</b>	<b>Perspektivwechsel: Vom passiven zum aktiven Rezipient</b>	<b>13</b>
1	Das Stimulus-Response-Modell.....	13
2	Der Uses-and-Gratifications-Approach .....	15
2.1	Erste publikumszentrierte Studien .....	15
2.2	Einführung des Theorieansatzes .....	16
2.3	Israel-Studie.....	17
2.4	Langzeitstudie Massenkommunikation.....	19
<b>III</b>	<b>Intermediavergleich: Fernsehen vs. Internet</b> .....	<b>22</b>
1	Fernsehen .....	22
1.1	Nutzungsmotive und Images .....	22
1.2	Nutzungsdauer und Reichweite.....	25
2	Internet .....	28
2.1	Nutzungsmotive und Images .....	28
2.2	Verbreitung.....	31
3	Zwischenfazit .....	33
<b>IV</b>	<b>Der Trend zum Video-on-Demand</b> .....	<b>35</b>
1	Gestiegene Online-Bewegtbildnutzung .....	35
2	Technischer Fortschritt.....	36
2.1	Breitband .....	36

2.2	Flatrates .....	37
2.3	Internetfähige Endgeräte .....	38
2.3.1	Smartphones .....	38
2.3.2	Smart-TVs .....	39
3	Video-on-Demand-Anbieter .....	42
3.1	YouTube .....	43
3.2	Streamingdienste .....	45
3.3	Mediatheken .....	49
3.3.1	Einordnung .....	49
3.3.2	Öffentlich-rechtliche Mediatheken .....	51
3.3.3	Private Mediatheken .....	53
3.3.4	Rezeption .....	56
4	Zwischenfazit .....	58
<b>V</b>	<b>Empirische Untersuchung: Fernsehen vs. Mediatheken ..</b>	<b>62</b>
1	Vorbemerkungen.....	62
2	Virale Hits .....	64
3	Erfolgreiche Sendereihen .....	66
3.1	ZDF.....	66
3.2	RTL.....	68
3.3	VOX .....	69
3.4	RTL2.....	70
3.5	Sat.1 .....	71
3.6	ProSieben.....	72
3.7	kabel eins.....	74
3.8	Das Erste.....	75
4	ZDF Mediathek .....	76
5	Livestreams .....	77
6	Fazit.....	79
<b>VI</b>	<b>Schlussbemerkungen .....</b>	<b>82</b>
1	Zusammenfassung.....	82
2	Ausblick .....	84

<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>86</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>112</b>
Monografien.....	112
Aufsätze in Sammelbänden.....	113
Aufsätze in Zeitschriften.....	114
Nachrichten in Zeitschriften .....	119
Internetquellen .....	120