

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeberin .....	IX
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<hr/>	
Rahmenbedingungen für eine Definition des interaktiven Fernsehens <i>Dr. Lutz Goertz</i> MMB Institut, Essen .....	3
<b>2. Ökonomie</b> .....	<b>15</b>
<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
<b>3. Technik und Anwendung</b> .....	<b>63</b>
<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
<b>4. Nutzungsmuster</b> .....	<b>111</b>
<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

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