

Out-of-Home-TV:
Ein ephemeres Medium im öffentlichen Raum
Medientheoretische und ökonomische Untersuchung
eines digitalen Mediums

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades einer
Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien) an der Fakultät Medien der
Bauhaus-Universität Weimar

Betreuer:
Prof. Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:
Sheila Rietscher

Weimar, den 02. September 2002

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	II
1. Einleitung	1
1.1. Themenstellung und Zielsetzung der Arbeit	2
1.2. Theoretische Vorüberlegungen und Aufbau der Arbeit	2
2. Das Medium	4
2.1. Eine Mediendefinition	4
2.1.1. Die Kräfte des Mediums	5
2.1.2. Fern-Sehen und Nah-Sehen	12
2.2. Der Fluchtraum	14
2.2.1. Nicht-Orte im öffentlichen Raum	15
2.2.2. Die erleuchtete Stadt	20
2.2.3. Das Dispositiv der Warteräume	22
2.3. Zwischenzeiten	25
2.3.1. Koordinationsprobleme mobiler Individuen	27
2.3.2. Warten und Erwartung	28
2.4. Ephemeres für ein ephemeres Publikum	30
2.4.1. Ephemere Inhalte	33
2.4.2. Reflexivität	37
2.5. Zusammenfassung	43
3. Die Rationalität der Marktteilnehmer	45
3.1. Die Rationalität der Zuschauer	49
3.1.1. Die Vernichtung von freier Zeit	49
3.1.2. Das Null-Medium mit Zusatznutzen	51
3.2. Die Rationalität der Anbieter	52
3.2.1. Schöpfung durch Kombination	53
3.2.2. Schaffung von Sinn	55
3.2.3. Macht über die Aufmerksamkeit	56
3.3. Die Rationalität der Werbetreibenden	58
3.3.1. Emotionalität durch Virtualität	58
3.3.2. Lokal multimedial	59
3.4. Die Rationalität der Ortbesitzer	61
3.5. Weiterentwicklungen von Markt und Medium	62
3.5.1. Notwendigkeiten des Marktes	62
3.5.2. Möglichkeiten des Mediums	65
4. Szenario	66
5. Zusammenfassung	68
Anhang 1-3	III
Quellenverzeichnis	VIII

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1: Funktion des Fernsehens	13
Abb. 2: Multiscreen	40
Abb. 3: BMW Spot Screen Shot	41
Abb. 4: Nutzenmodell der Marktteilnehmer	45
Abb. 5: Dominantes Design	64
Tabelle 1: Datenvergleich Fernsehen und Out-of-Home-TV	7
Tabelle 2: Marktformen	46

Literatur- und Quellenverzeichnis

Augé, Marc: Orte und Nicht-Orte - Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit. Deutsche Ausgabe: Frankfurt am Main, S. Fischer Verlag

Bahrndt, Hans P.: Die moderne Großstadt: Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Hamburg: C. Wegner Verlag, 1969

Beck, Klaus: Medien und die soziale Konstruktion von Zeit: Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewusstsein. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1994

Becker, Gary S.: Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen: Mohr, 1982

Benjamin, Walter: Gesammelte Schriften. Band II, Frankfurt am Main: 1972

Birkefeld, Richard; Jung, Martina: Die Stadt, der Lärm und das Licht: die Veränderung des öffentlichen Raumes durch Motorisierung und Elektrifizierung. Seelze, Kallmeyer Verlag, 1994

Diers, Michael: Ewig und drei Tage: Erkundungen des Ephemeren - zur Einführung. In: Diers, Michael (Hrsg.): MO(NU)MENTE: Formen und Funktionen ephemerer Denkmäler. Berlin: Akademie Verlag, 1993

Eckel, Eva M.: Individuum und Stadt-Raum - Öffentliches Verhalten im Wandel. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 1998

Engell, Lorenz (1998): Ausfahrt nach Babylon. In: Ausfahrt nach Babylon: Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur, hrsg. von Claus Pias, Joseph Vogl, Lorenz Engell, Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften, 2000

Engell, Lorenz (1996): Lebensentwurf und virtuelle Welt. In: Engell, Lorenz: Ausfahrt nach Babylon: Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur. Weimar: Verlag für Geisteswissenschaften, 2000

Engell, Lorenz (1997): Von Goethes Gartenhaus zu McGoethe - Eine kleine Ideengeschichte des Duplikats. In: Engell, Lorenz: Ausfahrt nach Babylon: Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur. Weimar: Verlag für Geisteswissenschaften, 2000

Engell, Lorenz: Die genetische Funktion des Historischen in der Geschichte der Bildmedien. In: Engell, Lorenz; Vogl, Joseph (Hrsg.): Archiv für Mediengeschichte - Mediale Historiographien. Weimar: Universitätsverlag, 2001

Engell, Lorenz: Vorlesung „Theorie des Fernsehens“, Wintersemester

2000/2001, Lehrstuhl Wahrnehmungslehre, Geschichte und Theorie der Kommunikation und der Medien, Fakultät Medien, Bauhaus-Universität Weimar oder im Vorlesungsskript, 19.10.200, Kapitel 2: „Welches Medium?“ unter: http://www.uni-weimar.de/medien/archiv/ws00_01/theorie-tv/film1.html, Stand: 08/2002

Engel-Felchsig, Stefan; Maennel, Frithjof A.; Tettenborn, Alexander (Hrsg.): Beck'scher IuKDG-Kommentar. München: Verlag C.H. Beck, 2001

Enzensberger, Hans Magnus: Das Nullmedium oder Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind. In: Enzensberger, Magnus H.: Mittelmaß und Wahn: Gesammelte Zerstreuungen. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1988

Euchenhofer, Martina; Pichler, Katja: Media ABC. München, SevenOne Media, 7. Auflage, 2001 oder unter <http://www.sevenonemedia.de>

Flusser, Vilém: Digitaler Schein. In: Rötzer, Florian (Hrsg.): Ästhetik der elektronischen Medien. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1991

Fock, Carsten: Leben stand-by: Mobiltelefon und Zeitverwendung. In: Schneider, Manuel; Geißler, Karlheinz A.: Flimmernde Zeiten: Vom Tempo der Medien. Leipzig: Hirzel, 1999

Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München: Hanser Verlag, 1998

Fürnkäs, Josef: Das Ephemere der Geschichte. Louis Aragon und Walter Benjamin. Gießen: Werkbund-Archiv, 1990

Gerken, Gerd: Virtualität als neue Form der Verführung: Wie die neuen Medien Marketing und Konsumverhalten ändern. Berlin: Metropolitan Verlag, 2000

Großklaus, Götz: Medien-Zeit, Medien-Raum: zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995

Henatsch, Martin: Die Entstehung des Plakates - Eine rezeptionsästhetische Untersuchung. Hildesheim, Verlag Georg Olms, 1994

Kleinspehn, Thomas: Der flüchtige Blick: Sehen und Identität in der Kultur der Neuzeit. Reinbek: Rowohlt, 1989

Kombüchen, Stefan: Von der Erlebnisgesellschaft zur Mediengesellschaft: Die Evolution der Kommunikation und ihre Folgen für den sozialen Wandel. Münster: Lit, 1999

Korff, Guido: Marketing für Außenwerbeträger. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 1987

Krohn, Olaf: Wir wollen Wohlfühl-Bahnhöfe. Interview mit Wolf-Dieter Siebert, In: Deutsche Bahn AG (Hrsg.): DB mobil. Hamburg: G+J Corporate Media, 07/2002, S. 37

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996

McKenzie, Richard B.; Tullock, Gordon: Homo Oeconomicus: Ökonomische Dimensionen des Alltags. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1984

McLuhan, Marshall: Das Medium ist die Botschaft = The medium is the message. Dresden: Verlag der Kunst, 2001

Maier, Matthias: Vorlesung: Konstitutionelle Ökonomik und Politik der Medien. Kapitel: 1.1.4. Die Probleme des Homo-oeconomicus, Bauhaus-Universität Weimar, Lehrstuhl Medienmanagement, SS 01, Skript unter: http://www.uni-weimar.de/medien/management/ss2001/konoeck_vor.htm

Mitchell, William J.: E-topia: Urban life, Jim - but not as we know it. Massachusetts, Institute of Technology, 1999

Neverla, Irene: Mediennutzung zwischen Zeitkalkül und Muße: Zum Gebrauch der Begriffe Zeit und Freizeit in der Publikumsforschung. In: Hömberg, Walter; Schmolke, Michael (Hrsg.): Zeit, Raum, Kommunikation. München: Verlag Ölschläger, 1992

Neverla, Irene: Zeitrationalität der Fernsehnutzung als Zwang und Emanzipation. In: Sandbothe, Mike; Zimmerli, Walter (Hrsg.): Zeit - Medien - Wahrnehmung. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1994

Nöcker, Ralf: Wo der Mensch sich langweilt, wirbt es sich am besten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 11.09.2001

Ohr, Andreas (Geschäftsführer der Plakat- und Außenwerbung Berlin) in Schäufli, Nicole: Fahrfernsehen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24.07.2002, Nr. 169, S.7

Pethig, Rüdiger: Technik und Ökonomie im Prozess der Digitalisierung und Vernetzung der Gesellschaft. In: Krewani, Angela (Hrsg.): Artefakte, Artefaktionen: Transformationsprozesse zeitgenössischer Literaturen, Medien, Künste, Architekturen. Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter, 2000

Pikulik, Lothar: Warten, Erwartung: Eine Lebensform in End- und Übergangszeiten. An Beispielen aus der Geisteswissenschaft, Literatur und Kunst. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1997

Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag, 1985

Priddat, Birger P.: Moral Based Rational Man. In: Briekorn, Norbert; Wallacher, Johannes (Hrsg.): Homo oeconomicus: Der Mensch der Zukunft? Stuttgart: Kohlhammer, 1998

Rilling, Rainer: Standing in the middle of nowhere - where do you want to go today?: Über das Verschwinden der flüchtigen Netzgesellschaften. 23.05.2002, http://nt2s.erzwiss.uni-hamburg.de/DGfE/Veranstaltungen/38_rilling.html

Rinderspacher, Jürgen P.: Gesellschaft ohne Zeit: Individuelle Zeitverwendung und soziale Organisation der Arbeit. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1985

Rinderspacher, Jürgen P.: Zeitwohlstand in der Moderne. Berlin: Wissenschaftszentrum für Sozialforschung, 2000

Ritzer, George: Die McDonaldisierung der Gesellschaft. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag, 1995

Roellecke, Gerd: Gesetzgebung und Außenwerbung. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 1971

Ronneberger, Klaus: Container des 21. Jahrhunderts. In: Matejovski, Dirk (Hrsg.): Metropolen - Laboratorien der Moderne. Frankfurt am Main, Campus Verlag, 2000

Ronneberger, Klaus; Lanz, Stephan; Jahn, Walter: Die Stadt als Beute. Bonn: Dietz, 1999

Schivelbusch, Wolfgang: Geschichte der Eisenbahnreise: Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1989

Schlör, Joachim: Nachts in der großen Stadt: Paris, Berlin, London 1840 bis 1930. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1994

Schulze, Gerhard: Die Erlebnis-Gesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1997

Schumpeter, Joseph: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmervergewinn, Kapital, Kredit und Zins und den Konjunkturzyklus. Berlin: Duncker und Humblot, 1997

Sennett, Richard: Der flexible Mensch: Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag, 1998

Steinbrück, Peer: Politische Handlungsräume in der Telepolis. In: Matejovski, Dirk (Hrsg.): Metropolen - Laboratorien der Moderne. Frankfurt am Main, Campus Verlag, 2000

Stötzel, Dirk Ulf: Das Magazin „Die Sendung mit der Maus“: Analyse einer Redaktions- und Sendungskonzeption. Wiesbaden: Harrassowitz, 1990

Uricchio, William: Fernsehen als Geschichte: Die Darstellung des deutschen Fernsehens zwischen 1935 und 1944. In: Uricchio, William (Hrsg.): Anfänge des deutschen Fernsehens: kritische Annäherungen an die Entwicklung bis 1945. Tübingen: Niemeyer, 1991

Utterback, James: Mastering the dynamics of innovation. Boston: Harvard Business School, 1996

Virilio, Paul: Die Sehmaschine. Berlin: Merve, 1989

Virilio, Paul: Rasender Stillstand. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch, 1997

Virilio, Paul: Fluchtgeschwindigkeit. München: Carl Hanser Verlag, 1996

Virilio, Paul: Ästhetik des Verschwindens. Berlin: Merve Verlag, 1986

Wahl, Hendrik: Prozeß und Bild. In: Langenhagen, Johannes (Hrsg.): Virtualität contra Realität? Halle/Saale: Burg Giebichenstein, Hochschule für Kunst und Design, 1995

Wieking, Klaus: Das große Flimmern. In: werben und verkaufen, 16.11.2001

Zingel, Harry: Produktlebenszyklus und strategisches Marketing: Phasenbezogene Konzepte und Methoden des Produktmanagement. 2000:
<http://www.zingel.de/pdf/09prod/.pdf>