

Inhalt

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	II
Anhangsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1. Einleitung	1
2. Der Konsument in der Mikroökonomik	4
2.1. Neoklassische Haushaltstheorie	5
2.1.1. Theorie der privaten Haushalte	6
2.1.2. Der souveräne Konsument	10
2.2. Neue Konsumtheorie Gary S. Beckers	12
2.2.1. Der ökonomische Ansatz	12
2.2.2. Die Haushaltsproduktionstheorie	14
2.3. Institutionenökonomische Konsumtheorie	17
2.3.1. Institutionen und menschliches Verhalten	19
2.3.2. Einfluss der Institutionen auf das Konsumentenverhalten	21
2.4. Vom Konsument zum Prosument	23
3. Von analogen zu digitalen Medien	26
3.1. Definition Medium	27
3.2. Unterscheidung analog/ digital	30
3.3. Analoge und digitale Schichten des Medialen	32
4. Nutzerverhalten bei Medienkonsum	38
4.1. Der Konsument von analogen Medien	40
4.2. Der Prosument in der digitalen Welt	43
5. Fallbeispiel	
„Microsoft Windows XP Media Center Edition 2005“	50
6. Schlussbetrachtungen und Ausblick	57
Anhang	V
Literaturverzeichnis	XII

Literaturverzeichnis

- Baudry, Jean-Louis (1975): Das Dispositiv: Metapsychologische Betrachtungen des Realitätseindrucks. In: Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz/ Fahle, Oliver/ Neitzel, Britta [Hrsg.] (2002): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt GmbH.
- Becker, Gary S. (1982): Ökonomische Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen. Mohr
- Becker, Gary S. (1996): Familie, Gesellschaft und Politik – die ökonomische Perspektive. Tübingen: Mohr
- Becker, Gary S./ Stigler, George (1977): De Gustibus Non Est Disputandum. In: Becker, Gary S. [Hrsg.] (1996): Familie, Gesellschaft und Politik – die ökonomische Perspektive. Tübingen: Mohr.
- Bömmel, Hermann von (2003): Konsumentensouveränität. Neue Gestaltungsoptionen des Konsumenten in der postindustriellen Wirtschaft. Marburg: Metropolis Verlag
- Cassierer, Ernst (1994): Wesen und Wirkung des Symbolbegriffs. 8. Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Coy, Wolfgang (2005): Analog/Digital. Schrift, Bilder und Zahlen als Basismedien. In: Warnke, Martin/ Coy, Wolfgang/ Tholen, Georg Christoph [Hrsg.] (2005): HyperKult II. Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Diller, Hermann [Hrsg.] (2001): Vahlens Großes Marketing Lexikon. Band 1. 2. Auflage. München: C.H. Beck
- Engell, Lorenz (1998): Ausfahrt nach Babylon. In: Pias, Claus/ Vogl, Joseph/ Engell, Lorenz [Hrsg.] (2000): Ausfahrt nach Babylon. Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften.
- Fechner, Frank (2000): Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen: Mohr
- Foucault, Michel (1978): Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit. Berlin: Merve Verlag
- Gerecke, Uwe (1999): Ökonomische Anreize, intrinsische Motivation und der Verdrängungseffekt. In: Held, Martin/ Nutzinger, Hans G. [Hrsg.] (1999): Institutionen prägen Menschen. Bausteine zu einer allgemeinen Institutionenökonomik. Frankfurt/Main: Campus

- Glötz, Peter (2001). Von Analog nach Digital. Unsere Gesellschaft auf dem Weg zur digitalen Kultur. Frauenfeld: Huber
- Hamilton, David (1987): Institutional Economics and Consumption. In: Journal of Economic Issues. Volume 21, No. 4.
- Hedtke, Reinhold (2001): Konsum und Ökonomik. Grundlagen Kritik und Perspektiven. Konstanz: UVK
- Held, Martin/ Nutzinger, Hans G. (1999): Institutionen prägen Menschen. Bausteine zu einer allgemeinen Institutionenökonomik. Frankfurt/ Main: Campus
- Hickethier, Knut/ Winkler, Hartmut (1990): Filmwahrnehmung. Berlin: Sigma Bohn
- Hickethier, Knut (1991): Apparat-Dispositiv-Programm. Skizze einer Programmtheorie am Beispiel des Fernsehens. In: Hickethier, Knut/ Zielinski, Siegfried [Hrsg.] (1991): Medien/Kultur. Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation. Berlin: Spiess
- Hickethier, Knut (1993): Einleitung: Zu den Rahmenbedingungen der Programmgeschichte des bundesrepublikanischen Fernsehens. In: Hickethier, Knut [Hrsg.] (1993): Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Band 1. Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmgeschichte des Fernsehens. München: Wilhelm Fink
- Hickethier, Knut (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler
- Jeschke, Dietmar (1975): Konsumentensouveränität in der Marktwirtschaft – Idee, Kritik, Realität. Berlin: Duncker & Humblot
- Karstensen, Eric (2006): Fernsehen digital – Eine Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften
- Kaumanns, Ralf/ Siegenheim, Veit (2006): Video-on-Demand als Element im Fernsehkonsum. In: ARD [Hrsg.] (2006): Media-Perspektiven. Heft 12. Frankfurt/Main: Media-Perspektiven
- Kubon-Gilke, Gisela (1999): Intrinsisch motiviertes Verhalten – nicht Anomalie sondern Normalfall? In: Held, Martin/ Nutzinger, Hans G. [Hrsg.] (1999): Institutionen prägen Menschen. Bausteine zu einer allgemeinen Institutionenökonomik. Frankfurt/Main: Campus
- Latzer, Michael (1997): Mediamatik – Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk. Opladen: Westdeutscher Verlag

- Maxdome (2007): Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.maxdome.de/abos/maxdome>. [Stand: 10.02.2007]
- Media-Perspektiven Basisdaten (2006): Mediennutzung. Frankfurt/ Main:
 Media-Perspektiven
- Meyen, Michael (2001): Mediennutzung- Mediaforschung, Medienfunktionen,
 Nutzungsmuster. Konstanz: UVK
- Noll, Michael A. (1967): The Digital Computer as a Creative Medium. In: IEEE
 Spektrum. Volume 4, No. 10, S. 89-95
- North, Douglass C. (1992): Institutionen, institutioneller Wandel und
 Wirtschaftsleistung. Tübingen: Mohr
- Opaschowski, Horst, W. (1999): Generation @ - Die Medienrevolution entläßt
 ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter. Hamburg: British American
 Tobacco
- O.V. (2005): Travestien der Kybernetik: Die Macy-Konferenzen und ihr Einfluß.
 Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.expolar.de/kybernetik>,
 [Stand: 01.02.2007]
- O.V. (2007): Windows XP Media Center Edition 2005. Häufig gestellte Fragen.
 Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.microsoft.com/germany/windows/windowsxp/mediacenter/faq.msp#EHF> [Stand: 15.02.2007]
- Paech, Joachim (1994): Das Fernsehen als symbolische Struktur. In: ZDF
 (Hrsg.): ZDF Schriftenreihe. Heft 50. Mainz: Fromm
- Rubinfeldt, Daniel L./ Pindyck, Robert S. (2003): Mikroökonomie. München:
 Pearson Studium
- Save-TV (2007): Homepage. Elektronisch veröffentlicht unter:
<http://www.save-tv.de> [Stand: 15.02.2007]
- Schanze, Helmut (2002): Digitale Plattform. In: Schanze, Helmut/ Kammer,
 Manfred [Hrsg.] (2002): Interaktive Medien und ihre Nutzer. Band 4.
 Theorie der Nutzerrolle. Baden-Baden: Nomos
- Schaffer, Thomas (2001): Institution und Erkenntnis. Eine Analyse im Lichte der
 Popperschen Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie. Berlin. Duncker und
 Humblot
- Schröter, Jens (2004): Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? Zur
 Theorie und Geschichte einer Unterscheidung Bielefeld: Transcript
 Verlag
- Stobbe, Alfred (1991): Mikroökonomik. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer

- Streissler, Erich/ Streissler, Monika (1966): Konsum und Nachfrage. Köln, Berlin: Kiepenheuer & Witsch
- Tierling, Eric (2005): Microsoft Windows XP Media Center Edition 2005. Das Taschenhandbuch. Microsoft Press Deutschland
- Van Eimeren, Birgit/ Frees, Beate (2006): Zukünftige Medien: Praxistauglich für den Konsumenten? In: ARD [Hrsg.] (2006): Media-Perspektiven. Heft 11. Frankfurt/ Main: Media-Perspektiven
- Weiss, Julian (2003): Das Internet und die klassischen Medien: Konvergenz – Konkurrenz oder Komplementierung? Eine medienpolitische Betrachtung. Frankfurt/ Main: Lang
- Wied-Nebbeling, Susanne/ Schott, Hartmut (2001): Grundlagen der Mikroökonomik. 2. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer
- Wilke, Jürgen (1992): Mediennutzung und Zeitgefühl. In: Hömberg, Walter/ Schmolke, Michael [Hrsg.] (1992): Zeit, Raum, Kommunikation. München: Ölschläger
- Woldt, Runar/ Hofsummer, Karl-Heinz (2005) Von alten Zeiten zu neuen Medien. In ARD/ ZDF [Hrsg.] (2005): Langzeitstudie Massenkommunikation: S. 9. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/14/0,1872,2394414,00.html> [Stand: 15.02.2007]