

Inhalt

Vorwort	5
Multimedia – Ein boomender Markt	11
<i>von Ulrich Fieger</i>	
1. Kapitel	
Net Marketing	29
Marketing im Internet: Auf Tuchfühlung mit dem Kunden	31
<i>von Christoph Goldschmitt</i>	
Anbieterstrategien im World Wide Web	41
<i>von Friedemann Reim</i>	
Electronic Commerce	51
<i>von Detlev Schoder und Ralf E. Strauß</i>	
Virtuelle Messen – Marketingplattform der Zukunft	67
<i>von Christian Schulze</i>	
Rechtliche Probleme bei der Internet-Präsentation	79
<i>von Stefan Ernst</i>	
Mercedes-Benz in den Online-Medien	91
<i>von Frank H. Appenzeller</i>	
2. Kapitel	
Business Learning	107
Multimedia: Didaktische Grundlagen	109
<i>von Lars Balzer, Maria Bannert und Reinhold S. Jäger</i>	
Die Gestaltung multimedialer Kiosk-Systeme	123
<i>von Martina Schäfer</i>	

Was kosten Multimedia-Produktionen?	139
<i>von Josephine Hofmann</i>	
isi-Würth-Sicherheitsmanagement via CD-ROM	153
<i>von Lothar Stockert</i>	
Personalbeschaffung auf CD-ROM	167
<i>von Thomas Nirmaier und Antonela Opacak</i>	
Interaktives Lernen am Verkaufsstand auf CD-ROM	181
<i>von Johannes Dürr</i>	

3. Kapitel

Business Television	191
Weiterbildung auf neuen Wegen	193
<i>von Joachim Brettschneider</i>	
Interaktives Business Television realisieren	207
<i>von Michael Broßmann</i>	
V!A – Die multimediale Vereinsbank	231
<i>von Andreas Schauer</i>	
Deutsche Bank TV – Weiterbildung via Satellit	243
<i>von Frank Happel</i>	
Online-Schulung im Intranet	257
<i>von Christoph Rodewyk und Alan Ziesik</i>	
Business Television bei Würth	267
<i>von Dieter Babel</i>	

Megatrends 2000

<i>von Michael Broßmann</i>	281
-----------------------------------	-----

Glossar	303
----------------------	-----

Abbildungsverzeichnis	319
------------------------------------	-----

Autorenverzeichnis	321
---------------------------------	-----