

	Einführung .....	7
1	Strategische Felder .....	9
1.1	Überblick .....	9
1.2	Informationstechnologische Entwicklungslinien im Vertrieb – Strategische Überlegungen zu neuen Vertriebstechnologien Dr. Martin Körner .....	12
1.3	Qualitätsmanagement im Vertrieb Hans-Josef Schmitz .....	40
1.4	ISO 9000 und Total Quality Management – ein Widerspruch? Martin Schmetzstorff .....	51
1.5	Beratungsqualität durch Börsensoftware – Innovationen und Entwicklungsperspektiven Peter Jobst .....	77
2	Medientechnologie und Unternehmenskommunikation .....	91
2.1	Überblick .....	91
2.2	Europa und die globale Informationsgesellschaft Dr. Ulrike Reisach .....	93
2.3	Unternehmenskommunikation mit neuen Medien Dr. Angelika Lukat .....	107
2.4	Audiotext-Anwendungen in Wirtschaft und Kreditwirtschaft – Einstieg in multimediales Banking Thomas Wild .....	130
2.5	Telefonbanking – Ein Vertriebskonzept für Telefonteam und Technik Werner Brunner .....	143
2.6	Telefonbanking aus sicherheitstechnischer und organisatorischer Sicht Thomas Krebs .....	154

2.7	Herausforderungen an die Telekommunikation in den 90er Jahren Ekkehart Gerlach .....	166
3	Organisationsentwicklung und Personal .....	177
3.1	Überblick .....	177
3.2	Informationstechnologische Entwicklungen und Strukturveränderungen in der Bankorganisation Prof. Dr. Andreas Diedrich .....	180
3.3	Vernetzung als Schrittmacher des organisatorischen Wandels Dr. Ulrike Reisach .....	200
3.4	Von der Information zum Infotainment – Die Mitarbeiterzeitschrift im Medienkontext Dr. Marianne Ulsamer .....	215
3.5	Qualität im Projekt Dr. Walter Wintersteiger .....	224
	Die Autoren .....	235