Inhalt

Vorwort 5

Multimedia – Ein boomender Markt 11
von Ulrich Fieger

1. Kapitel
Net Marketing 29

Marketing im Internet: Auf Tuchfühlung
mit dem Kunden 31
von Christoph Goldschmitt
Anbieterstrategien im World Wide Web 41
von Friedemann Reim
Electronic Commerce 51
von Detlev Schoder und Ralf E. Strauß
Virtuelle Messen – Marketingplattform der Zukunft 67
von Christian Schulze
Rechtliche Probleme bei der Internet-Präsentation 79
von Stefan Ernst
Mercedes-Benz in den Online-Medien 91
von Frank H. Appenzeller

2. Kapitel
Business Learning 107

Multimedia: Didaktische Grundlagen 109
von Lars Balzer, Maria Bannert und Reinhold S. Jäger
Die Gestaltung multimedialer Kiosk-Systeme 123
von Martina Schäfer

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

3. Kapitel
Business Television 191

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

Megatrends 2000
von Michael Broßmann 281

Glossar 303

Abbildungsverzeichnis 319

Autorenverzeichnis 321