

Ulrich Glowalla · Eric Schoop (Hrsg.)

Deutscher Multimedia Kongreß '96

Perspektiven multimedialer Kommunikation

4. Deutscher Multimedia Kongreß '96
Leipzig, 12. - 14. Mai 1996



Springer

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Autoren	IX
Inhalt	XI

I Multimedia und Gesellschaft 1

Zukunftsfaktor Multimedia	3
<i>Jürgen Rüttgers</i>	

Multimedia-Zukunft: eine Skizze	9
<i>Kurt Biedenkopf</i>	

Informationsgesellschaft und Demokratie – Was bedeutet die digitale Revolution für die Gesellschaft?	17
<i>Mark Wössner</i>	

Menschliche Kommunikation in der Informationsgesellschaft	27
<i>Ulrich Glowalla</i>	

Telearbeit: Praxis statt Utopie auf dem Weg in die Informationsgesellschaft	33
<i>Wilhelm R. Glaser</i>	

× Elektronische Märkte in der Informationsgesellschaft oder: die Informationsgesellschaft als elektronischer Markt	43
<i>Rainer Kuhlen</i>	

II Grundlagen und Perspektiven 49

Internet und Online-Dienste. Eine <i>guided tour</i> durch den Dschungel der Multimedia-Kommunikation	51
<i>Eric Schoop, Ulrich Glowalla</i>	

Die Macht der Visualisierung	61
<i>Martin Göbel, Gernoth Grunst</i>	

Virtual Network - behind the Internet	71
<i>Harald A. Summa</i>	

Digging on the net	77
<i>Harald A. Summa</i>	

III Neue Produkte, Dienstleistungen und Berufe	81
Telelernen	83
Telelernen – eine interessante Perspektive für das lebenslange Lernen <i>Ulrich Glowalla, Gudrun Häfele</i>	85
Telelernen - Die Strategie der Deutschen Telekom <i>Hagen Hultzsich</i>	91
Fern- und Telelernen. Interessante Perspektiven für Großbetriebe <i>Jaan Netzow</i>	97
Telelernen im Bosch-Modell der CBT-Partnerschaft <i>Rainer Pudlo</i>	101
Lehren, Lernen, Üben mit Multimedia <i>Rainer Thome</i>	107
Der Online-Redakteur	113
Gesucht wird: Der Online-Redakteur <i>Sibylle Seidel, Ulrich Glowalla</i>	115
Zeitung zum Hören, Radio zum Lesen und Fernsehen zum Ausdrucken <i>Berndt Schramka</i>	121
Online-Redakteure und Online-Produkte – wichtige Erfolgsfaktoren <i>Uwe Kauß</i>	127
Ausbildung zum Online-Redakteur <i>Ulrich Booms</i>	131
Publishing und Broadcasting	135
Electronic Publishing und Neue Medien führen zu Masters of Media <i>Nicolas Metzke</i>	137
Integration von Multimedia-Produktionen in eine zielgruppenorientierte Verlagsorganisation <i>Steffen Jakob</i>	141
Interaktiv statt inaktiv? - oder: die Herausführung des Fernsehkonsumenten aus seiner selbsterduldeten Unmündigkeit? <i>Wolf Siegert</i>	147
✦ Die Akzeptanz von interaktivem Fernsehen: Anforderungen an ein neues Multimediam <i>Rolf Weiber, Tobias Kollmann</i>	163

Medizin und Telemedizin	171
Medizin goes Multimedia	173
<i>Wolfgang Meincke</i>	
Praktische Erfahrungen mit Teleradiologiesystemen	179
<i>C. Busch, H.-P. Hebestreit, V. Kühn, F. Seibert</i>	
Multimedia und Recht	193
Multimedia - Bewährungsprobleme für die Grundbegriffe des Urheberrechts	195
<i>Michael Bartsch</i>	
Urheberrecht und Neue Medien	199
<i>Christian Russ</i>	
Der Schutz urheberrechtlicher Werke im digitalen Zeitalter durch das Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Senderecht	207
<i>Mathias Schwarz</i>	
Kalkulation und Finanzdienstleistungen	217
Wieviel kostet Multimedia wirklich?	219
<i>Henry Steinhau, Alexander Rau, Jürgen Feuerstake, David Skopec, Wolfgang Vierbuchen</i>	
Electronic Banking	239
<i>Hartmut Wittig</i>	
Herausforderungen und Perspektiven im Online-Banking	243
<i>Markus Gunter</i>	
Sichere Vermarktung auf dem Internet	251
<i>Wolfgang Knobloch</i>	
Financial Services in Online-Diensten	259
<i>Bettina Horster, Thomas Möller</i>	
Markt und Marketing	269
Werbung und Multimedia	271
<i>Wolfgang E. Müller</i>	
Online Werbung	275
<i>Christian Bachem</i>	
InfoPoint -	
Das Informations- und Werbeangebot der deutschen Presse-Grossisten	283
<i>Volker Tietgens</i>	

VOICE of ACHEMA: Multimedia-Katalog für Ausrüstungsgüter in der Chemischen Technik <i>Thomas Scheuring</i>	289
Multimedia Market Place aus Sicht des Handels <i>Gerhard Middendorf</i>	295
Multimedia-Markt: Herausforderung durch neue Medien <i>Anne Zumbruch</i>	303
Multimedia: Potentiale für den internationalen und den innernationalen Standortwettbewerb <i>Eric Schoop</i>	307
Multimedia und Neue Medien - Einsatz für den Freistaat Sachsen und seine Unternehmen <i>Andreas Thieme</i>	315
Internationales Standortmarketing mit flexiblen Multimedia-Systemen: Ein innovativer Ansatz für Bundesländer und Wirtschaftsregionen <i>Frank Tietgens</i>	321
Die Internet-Präsenz der Region Odenwald <i>Herbert Kuhlmann, Olaf Reubold</i>	327
Regionale, elektronische Märkte für Wirtschaft und Infrastruktur am Beispiel der Electronic Mall Bodensee <i>Rainer Kuhlen</i>	333

IV Multimedia-Prognosen und Unternehmensstrategien 343

Der Multimediemarkt zwischen Vision und Realität <i>Ralf Cordes, Ulrich Glowalla, Christof Ehrhart</i>	345
Internationale Multimedia-Trends: Die Entwicklung der Märkte in USA, Japan, Frankreich und England <i>Gerd Wittkemper</i>	355
Multimediales aus Frankreich <i>Hadmut Holken</i>	377
Multimedia und Marketing. Neue Chancen mit Neuen Medien <i>Thomas Middelhoff</i>	389

V Kurzbiographien der Autoren 397