

Inhalt

Vorwort des Herausgebers	V
Mediendienste und Perspektiven der Medienwirtschaft	
<i>Norbert Szyperski</i>	1
Modul 1	
Medienkompetenz durch virtuelle Lernwelten	
<i>Udo Winand</i>	27
Medienkompetenz	
<i>Ulrike Heller, Harald F.O. von Kortzfleisch, Udo Winand</i>	37
Das „Forum Virtuelle Lernwelten“	
<i>Harald F.O. von Kortzfleisch, Ulrike Heller, Udo Winand</i>	51
Beratung im Forum Virtuelle Lernwelten	
<i>Wilfried Pohl, Werner Kiepert, Frank Wendiggensen</i>	75
IuK-technischer Entwurf und Implementierung des Forums Virtuelle Lernwelten	
<i>Ulrich Kling</i>	87
Modul 2	
Medienkompetenz durch Informationsassistenten	
<i>Rainer Kuhlen</i>	105
Die Transformation personaler Informationsassistenten in technische Informationsassistenten	
<i>Rainer Kuhlen</i>	109
Zum Einsatz und zur Vertrauensproblematik technischer Informationsassistenten	
<i>Rainer Kuhlen</i>	125
Innovationspotentiale elektronischer Kommunikationsforen: Medienassistenten der Kommunikation	
<i>Anja Odenthal</i>	145

Technische Medienassistenten als prototypische Werkzeuge zur Orientierung in komplexen Medienmärkten <i>Bernard Bekavac, Josef Herget, Uwe Pomp</i>	163
--	-----

Modul 3

Medienkompetenz und Medienakzeptanz

<i>Thomas Herrmann</i>	195
------------------------------	-----

Elemente eines Akzeptanzmodells

<i>Monika Harnischfeger, Castulus Kolo, Peter Zoche</i>	199
---	-----

Checkliste möglicher akzeptanzbeeinflussender Faktoren

<i>Thomas Herrmann, Klaus Moysich</i>	211
---	-----

Methodische Aspekte bei Akzeptanzuntersuchungen

<i>Thomas Herrmann, Andrea Misch, Klaus Moysich</i>	227
---	-----

Untersuchung zur Wirksamkeit multimedialer Elemente am Beispiel eines Beratungssystems

<i>Thomas Herrmann, Andrea Misch, Klaus Moysich</i>	239
---	-----

Visionen zur Mediennutzung im privaten Sektor – Potentiale und Hemmschwellen

<i>Monika Harnischfeger, Castulus Kolo, Peter Zoche</i>	251
---	-----

Schwerpunkte einer Integration von Nutzerinteressen und Beraterqualifizierung

<i>Thomas Herrmann, Andrea Misch, Klaus Moysich</i>	267
---	-----

Modul 4

Business Television als Zentrum zukünftiger Unternehmungskommunikation

<i>Norbert Szyperski</i>	277
--------------------------------	-----

Business Television: Grundlagen, Potentiale, Anwendungsschwerpunkte

<i>Norbert Szyperski, Siegfried Gagsch</i>	281
--	-----

Business Television in Deutschland

<i>Siegfried Gagsch, Stefan Trilling</i>	317
--	-----

Wirtschaftlichkeit von Business Television

<i>Norbert Szyperski, Stefan Trilling</i>	347
---	-----

Modul 5

Verlage und Druckereien als Zentren neuer Mediendienste

Anne König 381

Druck – Multimedia - Crossmedia: Entwicklungstendenzen beim
Mediendienstleister

Ulrich Stetter..... 385

Vom passiven Nutzer zum interaktiven Teilnehmer – Ein Beispiel aus dem
Ernst Klett Verlag

Hanne Lier, Jürgen A. Schmidt 393

Kundenintegrierendes Publishing-System

Rolf Göhring 405

Die Druckerei als Mediendienstleister – Das Beispiel KOMEDIA

Andreas Sokol 415

Unterstützung auf dem Weg zum Mediendienstleister

Florian Strecker..... 427

Voraussetzungen zur Erzeugung neuer Mediendienste

Michael Has, Christian Luidl 437

Kundenintegrierte Dienstleistungskonzepte der Medienindustrie

Anne König 447

Autorenverzeichnis 461

Mitglieder des DeMeS-Beirat 467

Verzeichnis der DeMeS-Partner 469

Porträtseiten von DeMeS-Partnern 471