
Inhaltsverzeichnis

I Theoretische Überlegungen

Weltenwandler – Veränderungen im Zeitalter digitaler Medien – unternehmerische Kommunikation mit High Speed Faktor	3
Annette Braun-Görtz	
Zukunft Netzwerkwirtschaft?	25
Armin Müller	
Strategische Positionierung auf Informations- und Medienmärkten	43
Frank Linde	
Web 2.0 und digitale Geschäftsmodelle	67
Bernd W. Wirtz, Robert Piehler und Linda Mory	

II Praxisbeispiele für die Einführung von digitalen Medien

Project Governance – oder: Anmerkungen über die Art und Weise, Medienprojekte zum Erfolg zu führen	85
Martin Gläser	
Neue Wertschöpfungsoptionen für Unternehmen am Beispiel von Crowdsourcing	103
Nora S. Stampfl	
Optimierung von Geschäftsprozessen in Vertrieb und Marketing durch Nutzung von Webtechnologien	129
Reinhold Schuster	

Erfolgsfaktoren für die Einführung einer Enterprise 2.0-Lösung am Beispiel der ESG GmbH	149
Michael Koch, Alexander Richter und Hans-Jürgen Thönnißen-Fries	
 III Welche Voraussetzungen braucht das Unternehmen	
Reflexionen zur unternehmerischen Social Media Nutzung	169
Georg Kraus	
Enterprise 2.0: Mitarbeitermotivation für vernetztes Arbeiten	177
Florian Semle	
State-of-the-Art und Herausforderungen von Enterprise 2.0 in Unternehmen	197
Thorsten Petry	
Social Media für mittelständische Unternehmen: Thesen und Handlungsempfehlungen	211
Manfred Leisenberg und Anna Schweifel	
Changing the Mindset: Die Bedeutung des Digital Leadership für die Enterprise 2.0-Strategieentwicklung	237
Willms Buhse	