

# Inhalt

Vorwort .....	V
---------------	---

## Teil I

### Grundlagen

Wer braucht wofür Avatare? Konzeption und Implementierung natürlichsprachlicher Systeme – Zur Einführung <i>Christian Lindner</i> .....	3
---	---

Die Bedeutung von natürlichsprachlichen Dialogsystemen im Internet-Business <i>Peter Samuelsen</i> .....	25
--	----

Technische Grundlagen von natürlichsprachlichen Dialogsystemen <i>Dr. Karl-Ludwig von Wendt</i> .....	37
---	----

Ein Quantensprung für Dialogsysteme <i>Dr. Lutz-Peter Pape</i> .....	49
---	----

## Teil II

### E-Business und Avatare

„Ich habe Ihre Eingabe leider nicht verstanden“ – Qualitätskriterien für Online-Tests von Bots <i>Michael Vetter</i> .....	71
--	----

## VIII Inhalt

---

Strategien für Dialogführungssysteme – Automation der Kundenkommunikation im Kontaktkanal Internet <i>Marco Buschmann</i> .....	93
Schön – schnell – schlau: Online-Marketing mit Avataren <i>Dr. Kai Bühler</i> .....	109
Avatare und die Usability von Websites <i>Dr. Thomas Wirth</i> .....	121
Support-Chat und Avatare als Mittel der persönlichen Kundenbetreuung im World Wide Web <i>Madjid Salimi</i> .....	129
Cor@: Der Avatar der Deutschen Bank – Eine Fallstudie aus der Sicht des Auftragnehmers <i>Andre Peters</i> .....	139
PIA – Der virtuelle Einkaufs-Guide – Eine Fallstudie des Club Bertelsmann <i>Maja Fröhner</i> .....	151
Ein virtueller Berater für Yello – Auswahl, Implementierung und Betrieb eines Avatars <i>Interview mit Daniela Warnholtz</i> .....	157
 <b>Teil III</b> <b>Marketing und Avatare</b>	
Darf's ein bisschen menschlicher sein? – Virtuelle Charaktere am Point of Sale <i>Alexander Stricker</i> .....	167
Robert T-Online – Eine Karriere zwischen Wirklichkeit und Cyberspace <i>Robert Fuchs/Heiner Reiners</i> .....	185
Robert T-Online – Ein universeller Markenbotschafter <i>Burkhard Graßmann</i> .....	199

Avatare und Entertainment <i>Dr. Stefan Lichter</i> .....	219
It's time for a Strike! – Wahlkampf einer digitalen Präsidentschaftskandidatin <i>Peer-Arne Böttcher</i> .....	233
 <b>Teil IV</b> <b>Ausblick</b>	
Mehr als nur ein nettes Gesicht: <i>Embodied conversational interface agents</i> <i>Prof. Ph.D. Justine Cassell</i> .....	247
Mit Hand und Fuß – Die Bedeutung der nonverbalen Kommunikation für die Emotionalisierung von Dialogführungssystemen <i>Prof. Dr. Georg Trogemann</i> .....	267
Virtualisierung und Personalisierung – Technologietrends machen Avatare zur innovativen Mensch-Maschine-Schnittstelle <i>Dr. Peter Wolff</i> .....	291
Literaturverzeichnis .....	301

Avatare

Digitale Sprecher für Business und Marketing

Lindner, C. (Hrsg.)

2003, XII, 304 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-43992-9