

Inhalt

Teil 1

Die Internet-Revolution verstehen

Kapitel 1

Die Entwicklung der E-Economy: Ihre Bedeutung für Theoriebildung
in ökonomik und Ökonomie

MICHAEL EHRET, MICHAELA HAASE, MARTIN KALUZA 3

Kapitel 2

Optimierung individueller Kommunikation – Abbau
institutioneller Kommunikation? Über die Notwendigkeit
einer neuen Unternehmensethik im Zeitalter der E-Economy

CHRISTOPH HUBIG 37.

Kapitel 3

Das Ende des Konsums in der Informationsgesellschaft

ULI ZAPPE 48

Kapitel 4

Skeptisches Wissensmanagement

RAFAEL CAPURRO 67

INHALT

Kapitel 5

Netzwerkcommunication: Vertrauen, Wissen und Kommunikation	
BIRGER P. PRIDDAT	86

Kapitel 6

Verändert die E-Economy die Vorstellung vom guten Leben?	
GERHARD SCHERHORN	112

Teil 11

Internet und Person

Kapitel 7

Konsumentenprofile im e-commerce. Identitätszuschreibungen von außen	
ANDREAS GREIS	135

Kapitel 8

Personalisierung - einige Aspekte der Kommunikation im Internet	
ANDREAS BÖHM	148

Kapitel 9

Menschenbild und Verdinglichung im E-Business	
YVONNE THORHAUER	159

INHALT

Teil 111

Wandel der Produktions- und Arbeitswelt durch die Electronic Economy

Kapitel 10

ökonomische Weltordnungen – Zur Medialisierung von Produktion
und Arbeitswelt

KLAUS WIEGERLING 173

Kapitel 11

Veränderungen in der Produzenten-Konsumenten-Beziehung
beim elektronischen Handel – Beispiele aus dem Verlags- und
Buchhandelsbereich

ULRICH RIEHM 187

Kapitel 12

Soziale Aspekte non-proprietärer Software

KARSTEN WEBER 202

Kapitel 13

Die Entdeckung des Orts im weltweiten Einkaufsnetz:
regionale und lokale Initiativen und die Weiterentwicklung des Internet

GERHARD FUCHS 214

INHALT

Kapitel 14

Electronic Business – Folgen für die Beschäftigten	
MATTHIAS MARMG	239

Kapitel 15

Individualisierung der Arbeit. Neue Arbeitsstrukturen in der Informationsgesellschaft	
BETTINA-JOHANNA KRINGS	256

Teil IV

Der Konsument im Internet

Kapitel 16

Skizze einer Konsumethik unter besonderer Berücksichtigung virtueller Handlungsoptionen	
MICHAEL NEUNER	275

Kapitel 17

Das Internet – ein Instrument nachhaltiger Konsumtion?	
LUCIA A. REISCH	289

Kapitel 18

Stärkt die E-Economy wirklich die Konsumentensouveränität?	
BERND ADAM	311

INHALT

Teil V

Die Zukunft des Konsums in der E-Economy

Kapitel 19

Internet und Civic Consumerism. Chancen und Grenzen der neuen, internet-gestützten kritischen Konsumentenbewegung ULRICH THIELEMANN	327
---	-----

Kapitel 20

Zur Ethik von Napster, Gnutella und anderen Internet-Musiktauschbörsen CHRISTOPH LOXE	347
---	-----

Kapitel 21

Weltkonsumbürger – Politische Konsumethik im Zeitalter von Globalisierung und E-Commerce THOMAS MAAK	360
--	-----

Teil VI

Vertrauen und Vertrauensmissbrauch in der Electronic Economy

Kapitel 22

Datenschutz und Vertrauenswürdigkeit im elektronischen Handel mit Endkund(inn)en ANNE SIEGETSLEITNER	379
--	-----

INHALT

Kapitel 23

Legales Info-Abzocken im Netz: E-commerce, Data-Mining
und der Ander-Kontext

DIETER KLUMPP 394

Kapitel 24

Virtualisierung als Problem der Electronic Economy

Peter Koslowski 4 16

Verzeichnis der Autoren 433

Personenregister 439

Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy

Fischer, P.; Hubig, C.; Koslowski, P. (Hrsg.)

2003, XII, 449 S. 4 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-7908-1548-1

A product of Physica-Verlag Heidelberg