

---

# Inhaltsverzeichnis

## I Theoretische Überlegungen

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

## II Praxisbeispiele für die Einführung von digitalen Medien

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

---

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

Digitale Medien im Unternehmen  
Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen  
Medien

Lembke, G.; Soye, N. (Hrsg.)  
2012, XI, 252 S. 38 Abb., Hardcover  
ISBN: 978-3-642-29905-6