

Gerd Gerken

MULTIMEDIA: DAS ENDE DER INFORMATION

Wie Multimedia
die Welt des Managements verändert

Exformation statt Information

Metropolitan Verlag
Düsseldorf • München

Inhalt

Vorwort	
EIN MULTIVERSUM ENTSTEHT.	7
Teil 1	
MÄRKTE VERWANDELN SICH IN MAGIE.	15
Das Ende des Informations-Zeitalters beginnt	25
Neu: das Konzept der Exformation.	43
Den Weg zur Magie finden - aber wie?	79
Exformation - oder: Wie der Konsument zum Medium wird . . .	103
Teil 2	
MULTIMEDIA BEVORZUGT PRODUKTE, DIE SPIRITUELL SIND.	149
Werbung auf dem Weg zur Alltags-Religion.	151
Teil 3	
KONSUMENTEN VERZAUBERN SICH SELBST.	231
Aktive Bezauberung.	233
Teil 4	
VIRTUALITÄT SCHLÄGT AKTUALITÄT.	285
Wie Multimedia unsere Sehnsüchte und Identitäten verändert . . .	287
Anhang	
Das Institut für Zukunfts-Beratung.	377
Literaturverzeichnis.	385
Personen- und Sachregister.	386