

Multimedia Marketing & Kommunikation

Herausgegeben von Thomas Urban

Thomas Urban (Hrsg.)

Vertrauenspotentiale im Internet

Technologieakzeptanz – Kundenkontakt –
Informationsbewertung



Inhalt

<i>Vorwort</i>	V
Vertrauen als Determinante der Technologieakzeptanz von Mobile Tagging <i>Prof. Dr. Stephan Böhm, Dipl.-Kff. Susanne Niklas, Bernhard Haas</i> <i>Hochschule RheinMain</i>	I
Aufbau von Vertrauen im neuen Commerce 2.0 <i>Prof. Dr. Heike Simmet</i> <i>Hochschule Bremerhaven</i>	35
Der Einfluss von Vertrauen und Bildung auf die Effektivität des Internets als Ressource von Gesundheitsinformationen <i>Dipl.-Vw. Daniel Lukas</i> <i>TU Dresden</i>	49
Vertrauen im Internet aus Sicht des Neuromarketings sowie unterschiedlicher Internet-Anwendungen <i>Prof. Dr. Thomas Urban, Dipl.-Wirtsch.-Inform. (FH) Manuela Wolf</i> <i>Fachhochschule Schmalkalden</i>	71

Die Nutzung digitaler Kommunikationsmittel und Medien ist heute für viele Menschen fester Bestandteil des beruflichen sowie privaten Alltags. Ein fixer oder mobiler Internetzugang prägt und begleitet unsere Aktivitäten auf vielfältigen Ebenen. Für die Bewertung und Auswahl einzelner Angebote werden angepasste Bewertungskriterien und -maßstäbe zur Reduktion der dargebotenen, stetig wachsenden Komplexität und Vielfalt benötigt. Oft wird dabei auf das Konstrukt des „Vertrauens“ zurückgegriffen. Ziel dieses Bandes ist es deshalb, einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand verschiedener Aspekte des Themenbereichs „Vertrauenspotential im Internet“ zu geben.

Thomas Urban ist Professor für Wirtschaftsinformatik insbesondere Multimedia Marketing an der Fachhochschule Schmalkalden in Thüringen. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich des Online-, Social Community-, Neuro- und Mobile Marketings, der Medienwirtschaft und der psychophysiologischen Usabilityforschung. Er lehrt außerdem regelmäßig als Gastprofessor an weiteren Hochschulen im In- und Ausland.

