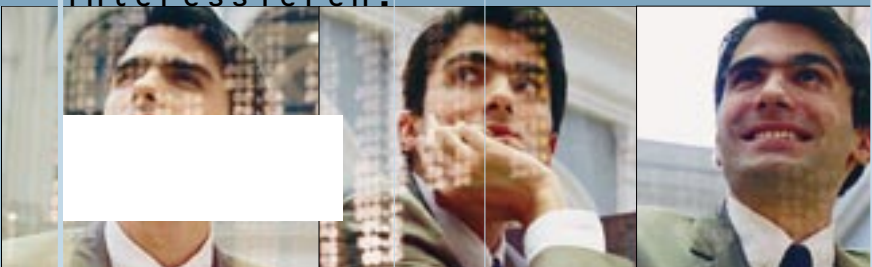


Die Autoren

Prof. Dr. Norbert Bolz lehrt am Institut für Kunst- und Designwissenschaften der Universität-Gh Essen Kommunikationstheorie. D e t l e f Gürtler schreibt als freier Wirtschaftsjournalist für die Financial Times Deutschland. Thomas Huber ist Chefredakteur des Internet-Wirtschaftsmagazins Net Investor. Herbert Igelmann ist Diplombiologe und führt seine Studien an der medizinischen Fakultät der Universität Hamburg fort. Felix Kaufmann arbeitet in den Bereichen Strategy und Global Communications bei der Multimediaagentur Razorfish AG. Dr. Rainer Klingholz ist Chefredakteur von Geo Wissen. Michael Mühlhaus ist am Institut für Soziologie der FU Berlin in den Arbeitsgebieten Wirtschaftssoziologie und soziologische Theorie tätig. Corinna Mühlhausen betreut Unternehmen und Marken als selbstständige Trendforscherin und freie Journalistin. Francis Müller ist Chefredakteur im Trendbüro, wo auch Holm Friebe im Bereich Consulting und strategische Planung arbeitet. Mac Mueller ist Medieninformatiker und arbeitet als Kontexter in der Multimediaagentur im stall. Dr. Christina Pfeifer ist Geschäftsführerin im Software- und Beratungsunternehmen Think Tools GmbH. Hartmut Scholl ist Gründer und Vorstand der reflect AG, ein auf New-Media-Consulting spezialisiertes Unternehmen. Als freier IT-Berater lebt und arbeitet Andreas Uthoff in Boston, USA. Die Experte im Change- und Knowledge-Management Betty Zucker ist als selbstständige Unternehmensberaterin in der Schweiz tätig.

Die New Economy polarisiert: Die einen üben sich in Nachrufen, reden von Bubble-Economy und Dotgones. Die anderen glauben an die ungeahnten Möglichkeiten, die eine vernetzte Arbeitswelt bietet. Eins steht fest: Die Wirtschaft ist im Wandel und mit ihr die Sprache. Neue Arbeitsmodelle entwickeln sich heraus wie das Cappuccino-Working. Das Internet lässt technische Begriffe in die Alltagssprache einfließen. Begriffe wie IPO, Angel-Funding und Venture-Capital sind in aller Munde. Doch was steckt dahinter? Duden und Trendbüro blicken auf den sich neu entwickelnden Economy-Slang. Ein Nachschlagewerk für alle, die sich im Zuge des Börsenbooms und der Entwicklung der New Economy stärker für Wirtschaftsfragen interessieren.



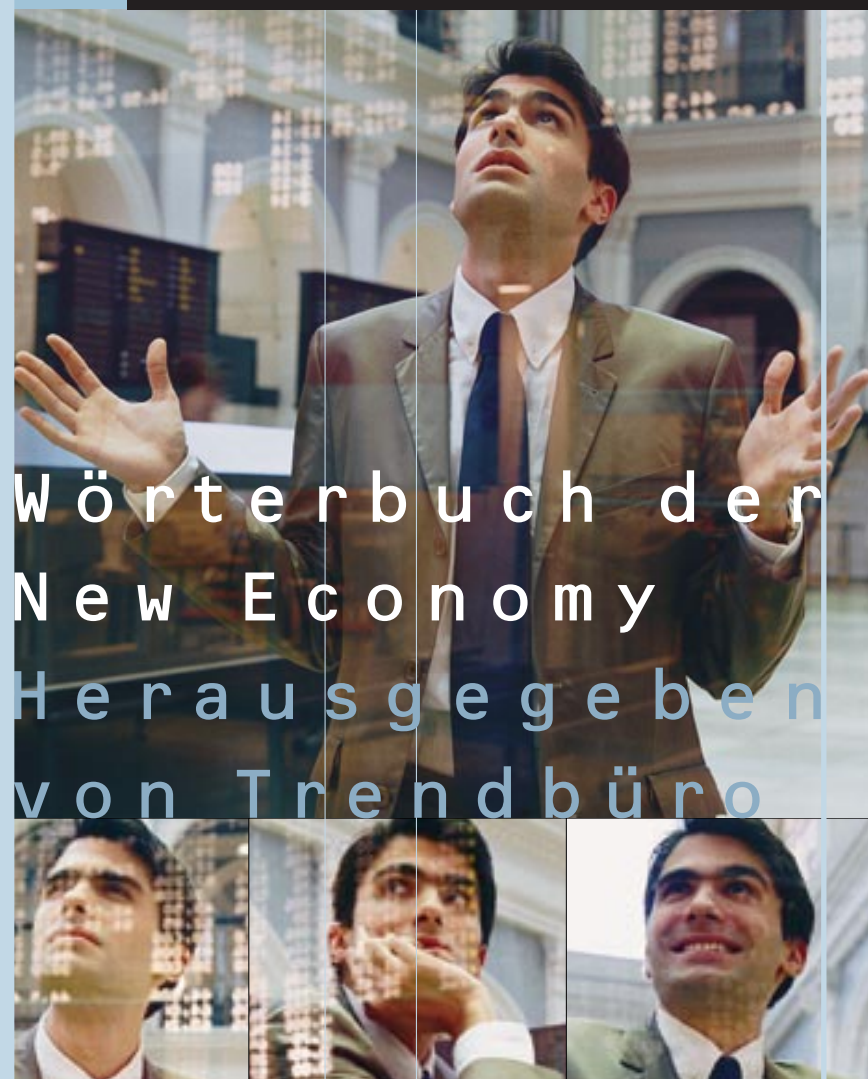
DUDEN

Wörterbuch der New Economy
Herausgegeben von Trendbüro



DUDEN

Wörterbuch der
New Economy
Herausgegeben
von Trendbüro



Der Herausgeber

Trendbüro ist ein Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel. Es wurde 1992 von Prof. Peter Wippermann gegründet und hat sich auf die Entwicklung von Marken- und Kommunikationsstrategien sowie Produktinnovationen spezialisiert. Den ökonomischen Wandel zu beschreiben und in Worte zu fassen, ist Teil der Arbeit. Unter der Leitung von Andreas Steinle, Partner im Trendbüro, und der Mitarbeit von Diane Hülsman widmete sich eine Redaktion aus Praktikern, Fachautoren und Wissenschaftlern den Begriffsdefinitionen.

Das Wörterbuch

Die wichtigsten Begriffe der New Economy werden in sechs Kapiteln beschrieben. E - C o n o m y : Welche Rolle spielen Content und Community in einer Auction-Economy? W o r k - C u l t u r e : Ob Desksharing oder Cappuccino-Working – wir werden anders arbeiten. S t o c k - E x c h a n g e : Schweißausbruch beim Breakout? Was Bullen und Bären fürchten. N e w M a r k e t i n g : Wo herkömmliche Werbung versagt, hilft Ambient Advertising und 1-to-1-Marketing weiter. K n o w l e d g e - M a n a g e m e n t : Brainstorming statt Braindrain. Die Changeability entscheidet in der Knowledge-Economy. L i f e - S c i e n c e s : Wo liegen die Zukunftsmärkte? Im Biofarming, in der Genterapie oder im Tissue-Engineering?