

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