

Stichwortverzeichnis

- Ain't it Cool News 112
Aladdin Knowledge Systems 50
Altoids 232
Apple 236
ARAL 20
Audi 48
- Bhatia, *Sabeer* 101
Bildschirmschoner 203
Blair Witch Project, *The* 27, 105
Blowfly 42, 178
Brewtopia 185
Brutkastengeschichte 227
Bundesdance 39
- Clipfish 120
Coppentrath & Wiese 238
Crossmedia 118
- Danier 49
Dawkins, *Richard* 20
Deutsche Bahn 203
Deutsches Sportfernsehen (DSF) 39, 121, 144
Dialog Solutions 118, 144, 153
Dietmar Hamann Bridge 35
DMC 161
Draper Fisher Jurvetson (DFJ) 101
Draper, *Tim* 102
- Edgar 31
ElferDuell 212
- Engel & Zimmermann 238
Eon 14
Erfolgsmessung
- Qualitative Methoden 96
- Quantitative Methoden 93
e-tractions 169
- Ford Ka 39
Fotospass 138
Frank geht ran 126
- Gerüchte 227
Gewinnspiele 49, 208
Gladwell, *Malcolm* 21
GMX 31, 47
Goodyear 132
Google 42
GoViral 134
Grabmayer, *Martin* 138
- Hammer, *Ron* 116
HappyDigits 198
Harry Hambo 198
Hitman 2 78, 161
Hornbach 116
Hotmail 43, 101
- IKEA 228
Inscene 193
- Jumbo Spiele 156
Jung von Matt 152

- Kampagnengut *Siehe* Viral Marketing
Karstadt 193
K-fee 45, 150
Knowles, *Harry* 112
- Leagas Delaney 134
- Madsack Mediacup 212
Maverick Media 41, 161
Meinungsführer und Superspreeder 81
Memetik 20
Microsoft „Longhorn“ Vista 236
Milgram, *Stanley* 23
Moorhuhn 48
Mulhall, *Liam* 42, 178
Mundpropaganda
- Entstehung 19
- Kundenempfehlungen 29
- Verbreitung 20
Myrick, *Daniel* 106
MyVideo 77, 120
- Online Video Tracking (OVT) 145, 163
Osterkatze 138
- Persiel, *Steffen* 127
Procter & Gamble 229
- Rummikub 156
RunOnFlat 132
- Sanchez, *Eduardo* 106
Seeding
- einfaches Seeding 73
- erweitertes Seeding 76
Sevenload 77
Simyo 127
Singapore Airlines 51, 208
Six degrees of separation 23
Smith, *Jack* 101
- Snowglobe 70, 169
Soziale Netzwerke 21
Star Wars Gangsta Rap 39
Subservient Chicken 62
- Tipping Point, *Der* 21
Trnd 82, 219
- Überträgerformate im Internet 66
Unleashed Media 74, 186
- Viral Marketing
- Auslöser 30
- Definition 27
- Erfolgsmessung 89
- Kampagnenarten 57
- Kampagnengut 38
- Kampagnengüterformate 52
- Kampagnenplanung 57
- Kampagnenstart 82
- Medienwahl 32
- pass-along rate 83
- Rahmenbedingungen und Weiterempfehlungsanreize 46
- Seeding 72
- Wirte und Überträger 63
- Ziele und Zielgruppen 59
- Virtuelle Bahnfahrt 203
vm-people 156
- w3design 212
Wackeldackel 20
Wackel-Elvis 47
Weblogs 79, 81, 97, 193, 220
Wer rettet Weihnachten? 188
Wild, *Gina* 150
- Youtube 77
- ZDF 43

Der Autor



Sascha Langner, Dipl. Ökonom, ist Experte für Internet-Marketing. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kundenorientierung, Guerilla Marketing und Konsumentenverhalten. Er ist Autor zweier Praxisleitfäden zum Thema Online-Marketing und schreibt für eine Vielzahl von angesehenen Online-Magazinen. Sein kostenloser Marketing-Newsletter informiert monatlich mehr als 7 000 Entscheider aus Marketing und Vertrieb über neue Online-Strategien und -Taktiken (www.marke-x.de).

Langner ist zudem wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts für Marketing und Management der Universität Hannover. Zuvor war er langjährig als Projektleiter und Unternehmensberater bei E-Business-Projekten tätig.

Kontakt

Sascha Langner
marke-X, das Internet Marketing Magazin
Kiefernweg 4
30926 Seelze (Hannover)
Telefon: 0511 / 401411
E-Mail: sascha.langner@marke-x.de