

Vita

Sascha Langner (geboren am 01.01.1978)

Sascha Langner, Dipl.-Ökonom, ist Experte für Internet-Marketing. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Kundenorientierung, Guerilla Marketing und Konsumentenverhalten. Er ist Verfasser zweier Praxisleitfäden zum Thema Online-Marketing und Autor des Business-Bestellers „Viral Marketing – Wie Sie Mundpropaganda gezielt auslösen und Gewinn bringend nutzen“ (Financial Times Deutschland).

Neben seiner Autorentätigkeit schreibt Langner für eine Vielzahl von angesehenen Online-Magazinen und gibt seit Dezember 2000 marke-X heraus – ein eZine, das sich an kleine und mittelständische Unternehmen richtet und kosteneffiziente Internet Marketing Strategien behandelt. Der kostenlose Marketing-Newsletter des Magazins informiert monatlich mehr als 6.000 Entscheider aus Marketing und Vertrieb über neue Online-Strategien und -Taktiken (www.marke-x.de).

Seit November 2004 ist Langner ebenfalls wissenschaftlicher Mitarbeiter des Lehrstuhls für Marketing und Management der Universität Hannover. In seiner Promotion beschäftigt er sich mit den psychologischen Möglichkeiten der Beeinflussung des Konsumentenverhaltens im Internet. Zuvor war Langner langjährig als Projektleiter und Unternehmensberater bei E-Business-Projekten tätig.

Stationen

Studium der Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Marketing, Wirtschaftsinformatik und Sozialpsychologie an der Universität Hannover (1999-2004). 1998: Mitbegründer einer Full-Service Internetagentur. 1999: Aufbau der Internetabteilung, Projektleiter und Internet Marketing Verantwortlicher bei der Tele-Info Digital Publishing AG (bis 2001). 2000: Herausgeber von marke-X, das Internet Marketing Magazin. 2001-2002: Consultant für Internet Marketing bei der e-trend Media Consulting GmbH (einer Ausgründung aus dem Bertelsmann Konzern). Seit 2003 freier Autor und Publizist. Seit November 2004 ebenfalls wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Marketing und Management der Universität Hannover.

Veröffentlichungsliste (Auswahl)

Monographien

- Langner, S. (2005): Viral Marketing – Wie Sie Mundpropaganda gezielt auslösen und Gewinn bringend nutzen, Wiesbaden, 2005.
- Langner, S. (2004): Virales Marketing: Was Google, GMX und Napster erfolgreich macht, Göttingen, 2004.
- Langner, S. (2003): Marketing-Tricks - Guerilla Strategien für erfolgreiches Promoten und Verkaufen im Internet, Lübeck 2003.

Arbeitspapiere

- Wiedmann, K.-P.; Langner, S. (2005): Beeinflussungsansätze im Internet - Theoretische Grundlagen zur Unstützung der Marketingforschung, Hannover, 2005.
- Wiedmann, K.-P.; Langner, S. (2005): Theoretische Grundlagen zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens, Hannover, 2005.

Buchbeiträge

- Wiedmann, K.-P.; Langner, S. (2006): Open Source Marketing – ein schlafender Riese erwacht, in: Lutterbeck, B.; et al. (Hrsg.): Open Source Jahrbuch 2006, Berlin, 2006, S. 101-113.
- Wiedmann, K.-P.; Langner, S. (2004): Beeinflussung im Internet – Klassische Techniken und aktuelle Phänomene; in: Wiedmann, K.-P.; Buxel, H.; Frenzel, T.; Walsh, G. (Hrsg.): Konsumentenverhalten im Internet; Konzepte - Erfahrungen - Methoden. – Wiesbaden, 2004, S. 195-226.
- Langner, S. (2003): Multichannel am Beispiel der Verlagsgruppe Weltbild; in: Merx, O.; Bachem, C. (Hrsg.): Multichannel-Marketing-Handbuch. – Berlin 2003, S. S. 177-190.
- Langner, S. (2002): Diverse Artikel; in: Hans F. Schäfer (Hrsg.): Dr. Web 1.3 - 1600 gesammelte Fachartikel (erschieden als interaktive CD-ROM), Hamburg 2002.
- Langner, S. (2001): Vom Lob der Kunden profitieren; in: Lennartz, S. (Hrsg.): Dr Web 2.0 – Was Webworker wissen wollen, Ahrensburg 2001, S. 270-275
- Langner, S. (2001): Unterschiedliches Leseverhalten offline vs. online; in: Lennartz, S. (Hrsg.): Dr Web 2.0 – Was Webworker wissen wollen, Ahrensburg 2001, S. 275-280.

Artikel (nicht akademisch: 2001 – 2006):

2006

Langner, S. (2006): Kult-Marketing – Wie Sie Ihrer Website das besondere "Etwas" verleihen, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/kult-marketing.htm>, 10.05.2006.

Langner, S. (2006): Der Überzeugungs-Faktor - Wie Sie Ihren Kunden Zweifel nehmen, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/kognitive-dissonanz.htm>, 27.02.2006.

Langner, S. (2006): Bestellabbrüche verhindern – 13 Tipps für eine hohe Konversionsrate, nw - Niedersächsische Wirtschaft, S. 28-29.

Langner, S. (2006): Open Source Marketing – Erfolg durch Kundenintegration; in: T3N Magazin, Ausgabe 1, Jg. 2, Berlin 2006, S. 73-75.

Langner, S. (2006): Multiplikatoren-Marketing – Wie Sie Key-Surfer finden und überzeugen, in: Online-Marketing-Experts (Beratungsbrief), Ausgabe 3/06, Würzburg, 2006, S. 7-8.

Langner, S. (2006): Virales Marketing: Kunden durch systematisches Empfehlungsmarketing „anstecken“, in: Online-Marketing-Experts (Beratungsbrief), Ausgabe 2/06, Würzburg, 2006, S. 7-8.

Langner, S. (2006): Wie Kunden kaufen - Entscheidungspsychologie im Online-Marketing, in: Online-Marketing-Praxis (eZine), online im Internet unter: <http://online-marketing-praxis.de/wissen/entscheiden.php>, 01.02.2006.

2005

Langner, S. (2005): Wahrnehmungsmanipulation - Wie Sie den Blickverlauf der Konsumenten steuern, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/wahrnehmungsmanipulation.htm>, 14.12.2006.

Langner, S. (2005): Feiertagstipps – Marketing Strategien und Taktiken für eine erfolgreiche Weihnachtszeit, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/feiertagstipps6.htm>, 31.10.2005

Langner, S. (2005): Die Wahrheit über Viral Marketing, in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/netlife/virales-marketing.shtml>, 27.11.2005.

Langner, S. (2005): Kampf um Aufmerksamkeit, in: politik-poker - Gedanken zur Politik von morgen, online im Internet unter: <http://www.politik-poker.de/kampf-um-aufmerksamkeit.php>, 24.08.2005.

Langner, S. (2005): Nutzen argumentieren - Wie Sie Ihren Kunden verständlich erläutern, was Sie bieten, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/nutzen.htm>, 28.07.2005.

Langner, S. (2005): "Top of your Mind" - Entscheidungspsychologie im Internet Marketing, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/evoked-sets.htm>, 30.06.2005.

Langner, S. (2005): Videoblogs (Vlogs, Vodcasting) - Chance und Risiko fürs Internet Marketing, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/videoblogs.htm>, 12.05.2006.

Langner, S. (2005): Open Source Marketing - Unentdeckte Potenziale für Unternehmen, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/open-source-marketing.htm>, 29.03.2005.

Langner, S. (2005): Erlebnis Marketing im Internet - Das Web zum Shopping-Event machen, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/web-events.htm>, 04.02.2005.

Langner, S. (2005): Dienstleistungsmarketing im Internet, in: innovativ.in – Online-Magazin für Wertschöpfer, Innovatoren und Querdenker, online im Internet unter: <http://www.innovativ-in.de/c.2294.htm>, 05.01.2005.

2004

Langner, S. (2004): Links richtig gestalten – So wecken Sie Aufmerksamkeit, in: E-Mail-Marketing-Experts (Beratungsbrief), Ausgabe 06/04, Würzburg, 2004, S. 6-7.

Langner, S. (2004): Das Ende von HTML-Newslettern... in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/newsletter/html-newsletter.php>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 20.11.2004.

Langner, S. (2004): Wie Werbung Aufmerksamkeit weckt, in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/promotion/aufmerksamkeit.php>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 16.11.2004.

Langner, S. (2004): Mehr Verkaufen: Attraktive Pressebereiche, in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/promotion/pressebereich-erweitert.php>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 12.11.2004.

Langner, S. (2004): Die Zeit drängt - Wie Sie Kaufentscheidungen beeinflussen, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/kaufentscheidungen.htm>, 23.09.2004.

Langner, S. (2004): Linkenswert - 6 essentielle Taktiken für eine hohe Linkpopularität, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/linkenswert.htm>, 23.09.2004.

Langner, S. (2004): Shopgestaltung - Strategien und Taktiken für eine hohe Konversionsrate, in: usability-competence.de, online im Internet unter: <http://www.usability.eresult.de/shopgestaltung.htm>, 30.08.2004.

Langner, S. (2004): Sieg im Online-Aufmerksamkeitskampf - Das Geheimnis erfolgreicher Werbung, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet u.a.: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/online-aufmerksamkeitskampf.htm>, 18.08.2004.

Langner, S. (2004): eShop-Usability – Was heute immer noch schief läuft... in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/ecommerce/shop-usability.php>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 29.07.2004.

Langner, S. (2004): Mehr Verkaufen: Taktiken, um Online-Bestellabbrüche zu vermeiden (Teil 1), in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/ecommerce/mehr-verkaufen.php>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 03.07.2004.

Langner, S. (2004): Mehr Verkaufen: Taktiken, um Online-Bestellabbrüche zu vermeiden (Teil 2), in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/ecommerce/mehr-verkaufen-2.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 03.07.2004.

Langner, S. (2004): Permission Marketing vor dem aus? in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/newsletter/permission-marketing.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 07.06.2004.

Langner, S. (2004): Mehr Verkaufen: Die richtigen Produkte auf der Startseite, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/mehr_verkaufen.htm, 22.06.2004.

Langner, S. (2004): Internationales Marketing - Erhöhen Sie Ihre weltweiten Absatzchancen, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/internationales_marketing.htm, 22.06.2004.

Langner, S. (2004): Auf Vertrauen bauen – 17 Tipps für eine hohe Konversion, in: ECIN, online im Internet unter: <http://www.ecin.de/shops/bestellabbruch/index.html>, 01.04.2004.

Langner, S. (2004): Verführerische Links, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/verfuehrerische_links.htm, 05.05.2004.

Langner, S. (2004): Loyale Leser - Wie Sie aus passiven Abonnenten eine aktive Leserschaft machen, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/loyale_leser.htm, 05.05.2004.

2003

Langner, S. (2003): Schlüsselsurfer gewinnen, in: acquisa, ProFirma und drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/promotion/schluesselsurfer.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 22.12.2003.

- Langner, S. (2003): So fesseln Sie Ihre Nutzer mit Links, in: drweb magazin, online im Internet unter: <http://www.drweb.de/plus/promotion/fesselnde-links.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 07.11.2003.
- Langner, S. (2003): Usability – effektives Webdesign: 13 essenzielle Strategien und Taktiken für eine erfolgreiche Informationsarchitektur, in: more brains – Know how für Kreative, online im Internet: <http://www.morebrains.de/archives/000055.php#more> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 01.11.2003.
- Langner, S. (2003): Weihnachtmarketing - Auf die richtige Verpackung kommt es an, in: ECIN, acquisa und ProFirma, online im Internet: <http://www.ecin.de/marketing/weihnachtmarketing/>, 09.10.2003
- Langner, S. (2003): Effektive Online-Werbung – das Geheimnis des Erfolgs, in: acquisa, ProFirma und drweb magazin, <http://www.drweb.de/plus/promotion/effektive-werbung.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 10.10.2003.
- Langner, S. (2003): Stimmungen beeinflussen - Wie Sie auf die Gefühlslage Ihrer Besucher einwirken, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/stimmungen.htm>, 25.09.2003.
- Langner, S. (2003): Der Schein trügt, und das ist gut so – Über den Einsatz des Framing im Internet, in: drweb magazin, <http://www.drweb.de/plus/promotion/schein.php> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 12.09.2003.
- Langner, S. (2003): Mythos Suchmaschine, in: drweb magazin, online im Internet unter: http://www.drweb.de/plus/suchmaschinen/mythos_suchmaschine.php (Abruf nur mit Login und Kennwort), 12.09.2003.
- Langner, S. (2003): Effektive Mund-zu-Mund-Propaganda - So nutzen Sie virales Marketing, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_31_08_03.htm, 26.08.2003.
- Langner, S. (2003): Effektive Worte – Wie Sie den richtigen Ton treffen, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/effektive_webtexte.htm, 10.07.2003.
- Langner, S. (2003): Teuer oder günstig? - So finden Sie den richtigen Preis für Ihre Leistung, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/preisfindung.htm>, 10.07.2003.
- Langner, S. (2003): Preisfindung über das Internet, in: Business Portal der T-Online AG, online im Internet unter: <http://onwirtschaft.t-online.de>, 20.03.2003.
- Langer, S. (2003): Mehr Umsatz mit effektiven Web-Texten, in: Business der T-Online AG, online im Internet unter: <http://onwirtschaft.t-online.de>, 20.03.2003.

Langner, S. (2003): Das Klick-Geheimnis - Mit psychologischen Tricks mehr Kunden gewinnen, in: *acquisa*, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet u.a.: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/klick_geheimnis.htm, 08.05.2003.

Langner, S. (2003): Homepage-Usability - Ist Ihre Startseite für neue Besucher optimiert?, in: *marke-X*, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/homepage_usability.htm, 10.04.2003.

Langner, S. (2003): Geheime Werbemöglichkeiten - Mit geschickten Foreneinträgen Besucherzahlen und Umsätze steigern, in: *marke-X*, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/foren.htm>, 13.03.2003.

Langner, S. (2003): Internet Awards - Bekannt werden durch Auszeichnungen, in: *marke-X*, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/awards1.htm>, 04.02.2003.

Langner, S. (2003): Erfolgreiches e-Mail Marketing - So werden Ihre Mails geöffnet, gelesen und befolgt, in: *acquisa*, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/e-mail_marketing.htm, 13.01.2003.

Langner, S. (2003): Der optimale Preis, in: *acquisa* und ProFirma, online im Internet u.a.: <http://www.profirma.de/SID112.QgU2hURrPq4/premium/> (Abruf nur mit Login und Kennwort), 12.01.2003.

2002

Langner, S. (2002): Effektive Internet Werbung - Wie Sie die Werbedichte durchbrechen, in: *marke-X*, das Internet Marketing Magazin, online im Internet: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/effektive_internet_werbung.htm, 12.12.2002.

Langner, S. (2002): Erfolgreich werben mit Google AdWords - Tipps und Tricks zur Keywordauswahl und Anzeigengestaltung, in: *acquisa*, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/bezahlte_suchergebnisse2.htm, 11.10.2002.

Langner, S. (2002): Cross-Selling – Auch im Internet sehr erfolgreich, in: *acquisa* und ProFirma, online im Internet unter: <http://www.acquisa.de/SID103.KI4okERrOSY/premium/>, (Abruf nur mit Login und Kennwort), 13.09.2002.

Langner, S. (2002): Newsletter Bilanz - Wie Sie den Erfolg Ihrer e-Mails messen, in: *acquisa*, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/newsletter_bilanz.htm, 12.09.2002.

Langner, S. (2002): Frustration im Web - Die 4 größten Ärgernisse für Ihre Kunden, in: *acquisa*, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet

unter: http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/frustration_im_web.htm,
12.09.2002.

Langner, S. (2002): Sechs essenzielle Taktiken für eine hohe Linkpopularität,
<http://www.drweb.de/plus/promotion/linkpopularitaet.php> (Abruf nur mit Login und
Kennwort), 08.07.2002.

Langner, S. (2002): Content Links - Wie Sie mit dem Inhalt Ihrer Website die Linkpopularität
steigern, in: *acquisa, proFirma und drweb magazin*, online im Internet unter: u.a.
<http://www.drweb.de/plus/promotion/verlinkung.php> (Abruf nur mit Login und
Kennwort), 02.06.2002.

Langner, S. (2002): Erfolgreiche Weiterempfehlung, in: *acquisa, ProFirma und drweb
magazin*, online im Internet unter: [http://www.drweb.de/plus/promotion/
weiterempfehlung.php](http://www.drweb.de/plus/promotion/weiterempfehlung.php) (Abruf nur mit Login und Kennwort), 10.05.2002.

Langner, S. (2002): Die Kunst sich zu bedanken - Kunden binden mit Dankeschreiben, in:
acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet u.a.:
<http://marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/danksagung.htm>, 09.05.2002.

Langner, S. (2002): Vorsicht, Ansteckungsgefahr! Virales Marketing,
http://www.drweb.de/plus/promotion/virales_marketing_2.php (Abruf nur mit Login und
Kennwort), 04.02.2002.

Langner, S. (2002): Dienstleistungen im Internet - Wie man das Unsichtbare verkauft, in:
marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: [http://www.marke-
x.de/deutsch/webmarketing/archiv/dienstleistungen.htm](http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/dienstleistungen.htm), 04.04.2002.

Langner, S. (2002): Die richtige Wortwahl - Mehr Umsatz mit effektiven Web-Texten, in:
acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet
unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/wortwahl.htm>, 10.03.2002.

2001

Langner, S. (2001): Grundlagen der Erfolgsmessung im Internet, in: *acquisa, ProFirma und
marke-X, das Internet Marketing Magazin*, online im Internet unter: [http://www.marke-
x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_11_11_01.htm](http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_11_11_01.htm), 07.11.2001.

Langner, S. (2001): E-Mail Marketing - 8 wichtige Tipps zum erfolgreichen Umgang und der
Gestaltung von E-Mails, in: *acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing
Magazin*, online im Internet unter: [http://www.marke-
x.de/deutsch/webmarketing/archiv/e-mail_marketing_tipps.htm](http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/e-mail_marketing_tipps.htm), 06.10.2002.

Langner, S. (2001): Kundenservice und Support im Internet - Wie trenne ich mich von
meinen Kunden?, in: *acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin*,
online im Internet unter: [http://www.marke-
x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_9_09_01.htm](http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_9_09_01.htm), 23.08.2001.

Langner, S. (2001): Informationsarchitektur - Der entscheidende Erfolgsfaktor, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/informationsarchitektur.htm>, 06.07.2001.

Langner, S. (2001): Handlungsaufforderungen - die emotionale Komponente beim Kauf, in: marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: <http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/handlungsaufforderungen.htm>, 13.06.2001.

Langner, S. (2001): Testimonials- Wie Sie vom Lob Ihrer Kunden profitieren, in: acquisa, ProFirma und marke-X, das Internet Marketing Magazin, online im Internet unter: http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/ausgabe_6_05_01.htm, 01.05.2001.