

Inhalt

Einleitung

Michael Freytag 9

I Vertrauen: Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg

Vertrauensklima: Wichtig für Produktivität und Innovationsfähigkeit

Tom Sommerlatte 18

Klementine wäre heute auf YouTube

Frank Behrendt 30

Transformationsgestalter: Vom toxischen zum ganzheitlichen Wirtschaften

Arved Lüth 42

II Die digitale Welt

Reputationsmanagement schafft Vertrauen und sichert Erfolg

Manfred Schwaiger und Sarah Mahr 56

Anonyme Welt Internet: Neue Wege der Vertrauensbildung

Torsten Panzer 68

Neues Vertrauen im Netz

Martin Gropp 84

III Der neue Verbraucher im digitalen Netz

Vertrauen, das sich nicht in den Köpfen der Menschen abspielt, ist keines

Andreas Schelske 96

Einfacheres Handling verbessert Kundenvertrauen im Onlineshop Gerrit Heinemann und Mathias Gehrckens	108
Gute Chancen im Datenschutz für Zertifikate Frederick Richter	124
Der Konsument muss Vertrauen investieren Rolf Becker	132
IV Datenschutz und IT-Sicherheit	
Vertrauen mit weniger Gewicht im Internet Matthias Kammer	148
Wem nutzt der gläserne Kunde? Peter Achten	160
Transparenz: Grundlegendes Prinzip des Datenschutzes Jürgen Taeger	172
V Identitätsschutz für mündige Verbraucher	
Identitätsschutz im Internet Jörg Schwenk	188
Können wir Algorithmen vertrauen? Niko Härting	202
Das Rad des Vertrauens und seine Speichen Mechthild Heil	212
Auch der Datenschutz braucht eine digitale Revolution Siani Pearson und Heiko Meyer	224

VI Gesellschaftspolitische Herausforderung

Vertrauen entsteht durch Werte

Hans-Jürgen Papier 238

Onlinepartizipation für den und mit dem modernen Verbraucher

Thomas Schildhauer und Stefan Stumpp 255

Verschlüsseln, informieren, misstrauen für eine sichere Kommunikation

Jimmy Schulz 267

Die Autorinnen und Autoren

275