

# Inhalt

<b>Geleitwort von Thomas Gronenthal</b> . . . . .	XI
<b>Vorwort</b> . . . . .	XVII
<b>1 Einführung</b> . . . . .	1
Der große Paradigmenwechsel . . . . .	3
Begriffsdefinitionen für dieses Buch . . . . .	7
Was ist ein soziales Netzwerk? . . . . .	7
Was ist ein soziales Online-Netzwerk? . . . . .	12
Was sind Online-Communitys? . . . . .	14
Die großen sozialen Online-Netzwerke . . . . .	18
<b>2 Privatsphäre: Speicherung, Verarbeitung und Verwendung personenbezogener Daten</b> . . . . .	29
Datensammler: Wer macht was mit Ihren Bits und Bytes? . . . . .	29
Googles gierige Spinnen . . . . .	30
Facebook will Ihre Freunde ködern . . . . .	31
Aus Fehlern gelernt: Die VZ-Netzwerke . . . . .	34
wer-kennt-wen und wer weiß was? . . . . .	35
Ist gelöscht auch gelöscht? . . . . .	37
Datenschutz ist eine juristische, technische und ethische Herausforderung . . . . .	38
Die Rolle des Staates in sozialen Online-Netzwerken . . . . .	40
Warum Ihre Daten nicht mehr Ihnen gehören . . . .	44

## VIII Wa(h)re Freunde

Das Individuum im sozialen Online-Netzwerk (SON) ...	46
Wir sind Gruppentiere .....	49
Wir sind Vereinsmeier .....	51
Rückzug ins eigene Ich .....	56
Die dunkle Seite der Macht des Schwarms .....	57
Private und öffentliche Informationen und deren Management .....	59
Was sind private Informationen? .....	60
Was sind öffentliche Informationen? .....	62
Wie manage ich Informationen am besten? .....	64
Wer gibt, dem wird gegeben .....	66
Die Rolle von Unternehmen in sozialen Netzwerken ...	72
„Mohnbrötchen, wie immer?“ .....	74
Personalisierte Werbung: Wie erfolgreich ist sie? ..	82
Wie gehen Unternehmen intern mit Facebook um? .....	92
<b>3 Von Freundschaften zu Fans und Friends .....</b>	<b>95</b>
Die Bedeutung von Freundschaften .....	96
Definitionen: Was sind Freunde, Friends, Fans und Kontakte? .....	99
Freunde und Friends .....	99
Fans: Nicht nur im Sport .....	102
Kontakte nur für Geschäftspartner? .....	103
Das Phänomen der Weak Links .....	104
Alte Freunde, neue Freunde .....	106
Alte Freunde wiederfinden .....	107
Neue Freunde finden .....	110
Betrug in sozialen Netzwerken .....	114
Altersverteilung in sozialen Netzwerken .....	117
<b>4 Klatsch, Tratsch, Gerüchte und Geschwafel: Inhalte in sozialen Netzwerken .....</b>	<b>123</b>
Das Spektrum von Banalität bis Aktualität .....	124
Was erfahren wir wirklich von unseren Freunden? ....	132

	Ehrlich währt am längsten .....	135
	Das Problem der Trolle .....	139
	Gesund werden durch virtuelle Freunde .....	141
	Warum wir andere gerne imitieren .....	149
	The virtual city that doesn't sleep .....	150
	Soziale Spiele – das ganz große Business .....	151
	Spiele zwischen Freunden oder Zeit- und Geldverschwendung? .....	158
	Gruppen und Foren: Eine eigene Kultur .....	163
<b>5</b>	<b>Soziales Kapital: Profitieren aus sozialen Netzwerken</b> .....	<b>175</b>
	Soziales Kapital und soziale Online-Netzwerke .....	178
	Karriereplanung in sozialen Netzwerken .....	183
	Jobsuche im Netzwerk .....	184
	Selbstvermarktung: Gefunden werden .....	189
	Wissensmanagement .....	201
	TUT Circle: Ein Lernbeispiel .....	204
	Meine eigenen Erfahrungen .....	205
	Vom Leben lernen, wie wir lernen .....	207
	Geld sparen mit sozialen Netzwerken? .....	213
	Auch Nachbarn sind Freunde: Regionale Netzwerke .....	218
<b>6</b>	<b>Abhängigkeiten in sozialen Netzwerken</b> .....	<b>229</b>
	Spielesucht – auch in sozialen Netzwerken? .....	233
<b>7</b>	<b>Blick über den Tellerrand</b> .....	<b>241</b>
	Ausblick .....	247
	Haben wir die Kontrolle über unseren Social Graph längst verloren? .....	247
	Eine bessere Welt dank Vernetzung und sozialen Netzwerken? .....	252
	Was kommt nach studiVZ und Facebook? .....	255