

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	IX
Vorwort	XI
1 Von der New Economy zum Web 2.0	1
1.1 Was unterscheidet diesen Hype vom letzten?	1
1.2 Entwicklung der Datenübertragungsraten	3
1.3 Entwicklung der Internet-Nutzungskosten	6
1.4 Entwicklung der Nutzer	10
1.5 Funktionierende Geschäftsmodelle	12
1.6 Entwicklung der Technologie: der Browser-Krieg und seine Folgen	13
1.7 Unternehmen und das World Wide Web	14
1.8 Was ist das Web 2.0?	15
2 Jeder kann publizieren: Blogs	21
2.1 Was ist ein Blog?	21
2.2 Was ist so neu an Blogs?	24
2.3 Blogs als Textform	27
2.4 Die Blogosphäre	28
2.5 Virale Effekte in der Blogosphäre	31
2.6 Die traditionellen Medien und die Blogosphäre	36
2.7 Unternehmen und die Blogosphäre	39
2.8 Unternehmensblogs	41

2.9	Blogs in der Bildung	44
2.10	Blogs in der Politik	45
2.11	Blogs lesen	46
2.11.1	Blogs finden	46
2.11.2	Feeds	48
2.11.3	Bloglines	50
2.11.4	Google Reader	52
2.11.5	Firefox	53
2.11.6	Thunderbird	53
2.11.7	NetNewsWire und FeedDemon	54
2.11.8	Vienna	55
2.11.9	RSS Bandit	56
2.12	Blog schreiben	57
2.12.1	Erste Überlegungen	57
2.12.2	blog.de	59
2.12.3	blogger.com	60
2.12.4	WordPress	61
2.12.5	Movable Type	65
2.12.6	Weitere Systeme und kleine Helferlein	66
2.12.7	Zehn Blogging-Tipps	68
2.12.8	Rechtliches: Wem gehören die Inhalte?	69
2.12.9	Die eigene Identität schützen – und die anderer	71
3	Der eigene Sender: Podcasts	73
3.1	Was ist ein Podcast?	73
3.2	Podcasts erstellen	77
3.3	Podcasts in der Bildung	80
3.4	Verwendung von Musik in Podcasts	83
3.5	Video-Podcasts	84
3.5.1	Was ist ein Video-Podcast?	84
3.5.2	Video-Podcast-Technik	86
4	Social Software	89
4.1	Definition	89

4.2	Wikipedia	90
4.3	Skype	91
4.4	del.icio.us	92
4.5	Flickr	94
4.6	Lycos iQ	96
4.7	last.fm	97
4.8	XING	101
4.9	MySpace	102
4.10	StudiVZ	103
4.11	Orkut	104
4.12	43 Things.com	104
4.13	digg.com	106
4.14	Plazes.com	107
4.15	YouTube	108
4.16	Was ist so anziehend an Social Software?	111
5	Folksonomy	115
5.1	Taxonomy Domine	115
5.2	Search killed the Taxonomy Star	119
5.3	Users are doing it for themselves: Folksonomy	121
5.4	Showdown	126
6	Das Web als Plattform	129
6.1	Die Vorboten	129
6.2	Google	131
6.3	BitTorrent	132
6.4	iTunes	133
6.5	Google Docs & Spreadsheets	135
6.6	Mashups	136
7	Technologien und Entwicklungskonzepte	139
7.1	Ajax	139
7.2	RSS und Atom	141

7.3	Perpetual Beta und Einbeziehung der Nutzer	149
7.4	Ruby/Ruby on Rails	150
8	Geschäftsmodelle	153
8.1	The Long Tail	153
8.2	Google AdWords und AdSense	156
8.3	Beim Geld hört die Partizipation auf	159
8.4	Alternativen zu Google AdSense	161
8.5	Abseits der Werbung	163
9	Warten auf Web 3.0?	167
9.1	Zurück in die Zukunft	167
9.2	Das Web wird mobil mobiler	168
9.3	Second Life	171
9.4	Intelligente Aggregation	173
9.5	Collective Intelligence Reloaded	175
10	Interviews	177
10.1	Johnny Haeusler, Spreeblick.com	177
10.2	Vasco Sommer-Nunes und Florian Wilken, blog.de	180
10.3	Oliver Wagner, Lycos Europe, Augenmerk und agenturblog.de	184
10.4	Lars Diederich und Carsten Schütte, Boogie Medien	191
10.5	Jörg Petermann, einfach-persoendlich.de	194
10.6	Stefan Niggemeier, BILDblog.de	199
10.7	Robert Basic, basicthinking.de	202
	Literatur	211
	Glossar	219
	Stichwortverzeichnis	237