

HANSER

Web 2.0

Tom Alby

Konzepte, Anwendungen, Technologien

ISBN 3-446-40931-9

Inhaltsverzeichnis

Weitere Informationen oder Bestellungen unter
<http://www.hanser.de/3-446-40931-9> sowie im Buchhandel

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	IX
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	35
2.7 Unternehmen und die Blogosphäre	39
2.8 Unternehmensblogs	41
2.9 Blogs in der Bildung	43
2.10 Blogs in der Politik	44
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	51
2.11.5	Firefox	53
2.11.6	Thunderbird	54
2.11.7	NetNewsWire und FeedDemon	55
2.11.8	Vienna	56
2.11.9	RSS Bandit	57
2.12	Blog schreiben	57
2.12.1	Erste Überlegungen	57
2.12.2	blog.de	58
2.12.3	blogspot.com	60
2.12.4	WordPress	60
2.12.5	Movable Type	65
2.12.6	Weitere Systeme und kleine Helferlein	65
2.12.7	Zehn Blogging-Tipps	67
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	82
3.5	Video-Podcasts	83
3.5.1	Was ist ein Video-Podcast?	83
3.5.2	Video-Podcast-Technik	85
4	Social Software	87
4.1	Definition	87
4.2	Wikipedia	88
4.3	Skype	89
4.4	del.icio.us	91

4.5	Flickr	92
4.6	Lycos iQ	94
4.7	last.fm	95
4.8	Social Networks: OpenBC, MySpace und Orkut	99
4.9	43 Things.com	101
4.10	digg.com	103
4.11	Plazes.com	104
4.12	YouTube	105
4.13	Was ist so anziehend an Social Software?	108
5	Folksonomy	111
5.1	Taxonomy Domine	111
5.2	Search killed the Taxonomy Star	115
5.3	Users are doing it for themselves: Folksonomy	117
5.4	Showdown	122
6	Das Web als Plattform	125
6.1	Die Vorboten	125
6.2	Google	127
6.3	BitTorrent	128
6.4	iTunes	129
6.5	Writely und Google Spreadsheets	131
6.6	Mashups	132
7	Technologien und Entwicklungskonzepte	135
7.1	Ajax	135
7.2	RSS und Atom	137
7.3	Perpetual Beta und Einbeziehung der Nutzer	145
7.4	Ruby/Ruby on Rails	146
8	Business-Modelle	149
8.1	The Long Tail	149
8.2	Google AdWords und AdSense	152

8.3	Beim Geld hört die Partizipation auf	155
8.4	Alternativen zu Google AdSense	157
8.5	Abseits der Werbung	159
9	Warten auf Web 3.0?	163
9.1	Zurück in die Zukunft	163
9.2	Das Web wird mobil mobiler	164
9.3	Second Life	166
9.4	Intelligente Aggregation	169
9.5	Collective Intelligence Reloaded	171
10	Interviews	173
10.1	Johnny Haeusler, Spreeblick.com	173
10.2	Vasco Sommer-Nunes und Florian Wilken, blog.de	176
10.3	Oliver Wagner, Lycos Europe, Augenmerk und agenturblog.de	180
10.4	Lars Diederich und Carsten Schütte, Boogie Medien	187
10.5	Jörg Petermann, einfach-persoendlich.de	190
	Literatur	197
	Glossar	203
	Stichwortverzeichnis	221