

# Inhalt

## I. GRUNDLAGEN

<i>Katarina Stanoevska-Slabeva</i> Web 2.0 - Grundlagen, Auswirkungen und zukünftige Trends	13
<i>Roman Högg, Robert Martignoni, Miriam Meckel, Katarina Stanoevska-Slabeva</i> Web 2.0 Geschäftsmodelle	39
<i>Markus Niewerth</i> Zukunftsszenarien kommunikativer Vernetzung durch Mobilkommunikation	59
<i>Robert Martignoni, Katarina Stanoevska-Slabeva</i> Wird das Web 2.0 mobil? Entwicklungsstand des mobilen Web 2.0 am Beispiel von Videoplattformen	71
<i>Torsten Ahlers</i> Neue Anwendungen und Geschäftsfelder im Web 2.0	93
<i>Miriam Meckel</i> Reputationsevangelisten und Reputationsterroristen Unternehmenskommunikation 2.0	109

## II. NEUE KOMMUNIKATIONSDIMENSIONEN

<i>Gunnar Bender</i> Von Web 1.0 zu Web 2.0 Kommunikation eines Paradigmenwechsels am Beispiel von AOL Deutschland	131
<i>Daniel Michelis, Thomas Schildhauer</i> Teleport now!	143
<i>Marcus Schögel, Verena Walter</i> Behavioral Targeting Chancen und Risiken einer neuen Form des Online-Marketing	163
<i>Matthes Fleck, Lars Kirchhoff</i> Folksonomy und Tags oder warum es im Web keine Regale gibt	189

### **III. WEB 2.0: DIE KOMMUNIKATION DER GESELLSCHAFT**

*Michael Maier*

The Readers Edition

Wie Mediennutzer dem Journalismus Konkurrenz machen 203

*Götz Hamann*

Die Medien und das Medium

Web 2.0 verändert die Kommunikation der Gesellschaft 213

*Matthias Horx*

Technolution® - die Evolution der Technologie

Wie aus dem Spannungsverhältnis menschlicher Kultur und  
technologischer Erfindung ZUKUNFT entsteht ... 229

Autorinnen und Autoren

243