# Inhaltsverzeichnis


**1 Einleitung** 1
*Paul Alpar und Steffen Blaschke*

## I Weblogs 15

**2 Die Bedeutung privater Weblogs für das Issue-Management in Unternehmen** 17
*Peter-Julian Koller und Paul Alpar*

**3 Wer bloggt was? Eine Analyse der deutschen Top 100-Blogs mit Hilfe von Cluster-Verfahren** 53
*Sebastian Schäfer, Alexander Richter und Michael Koch*

**4 Geschlechterunterschiede in der deutschsprachigen Blogosphäre** 73
*Jan Schmidt*

**5 Information Propagation and Self-Organized Consensus in the Blogosphere** 87
*Mei Zhu, Feng Fu, and Long Wang*

## II Wikis 105

**6 Viele Autoren, gute Autoren? Eine Untersuchung ausgezeichneter Artikel in der deutschen Wikipedia** 107
*Klaus Stein und Claudia Hess*

**7 Auswahl und Aussage von Kenngrößen innerbetrieblicher Wiki-Arbeit** 131
*Anja Ebersbach, Knut Krimmel und Alexander Warta*

**8 Analyse sozialer Informationsräume zur Förderung des selbstorganisierten Wissensmanagements** 157
*Claudia Müller*

**9 Wikis in Organisationen: Von Kommunikation zu Kollaboration** 183
*Steffen Blaschke*

## III Soziale Netzwerke 205

**10 Nutzertypen junger Erwachsener in sozialen Online-Netzwerken in Deutschland** **207**
*Tina Maurer, Paul Alpar und Patrick Noll*

**11 (Selbst)marketing auf Hyves** **233**
*Sonja Utz*

**12 Web 2.0 as a Platform for User Co-Creation: A View from Social Virtual Worlds** **259**
*Jacques Bughin*

**13 Das Leben on- und offline: europäische Länder im Vergleich** **277**
*Katharina Scheid und Bobby Chang*

## IV Social News 293

**14 Social News, die neue Form der Nachrichtenverteilung?** **295**
*Markus Rölver und Paul Alpar*

**Autorenverzeichnis** **331**