

<b>Über die Autoren</b> .....	5
<b>Einleitung</b> .....	7
<b>1. Online Community: Neuer Zeitvertreib oder Big Business?</b> .....	9
1.1 Vom Hobby zum Business: Neue Chancen für Einzelkämpfer.....	12
1.2 Communitys – Fluch und Segen für Vereine und Verbände .....	14
Im Gespräch mit Carie Lewis, The Humane Society .....	20
1.3 Warum investieren Unternehmen in Communitys? .....	25
Im Gespräch mit Reid Hoffman und Liz O'Donnell, LinkedIn.....	30
1.4 Corporate Community.....	36
Im Gespräch mit Björn Negelmann, [n:sight] .....	37
Im Gespräch mit Matthias Gilke, Quark.....	43
Im Gespräch mit Gregor Einetter, Six Apart.....	50
<b>2. Was zieht Menschen in Online-Communitys?</b> .....	53
2.1 Warum suchen wir im Netz soziale Nähe? .....	54
Im Gespräch mit Dennis Bemann, studiVZ.....	57
2.2 Wie verhalten wir uns in Communitys?.....	61
Im Gespräch mit Sarik Weber, Cellity .....	65
2.3 Warum werden Menschen aktiv und steuern (kostenlos) Inhalte bei? .....	69
Im Gespräch mit Stephan Uhrenbacher, Qype.....	71
2.4 Wie sieht eine gesunde Mitgliederstruktur in Communitys aus? .....	75
<b>3. Online-Community-Architektur</b> .....	79
3.1 Die richtige Idee muss nicht immer neu sein.....	82
3.2 Der Dialog mit der Zielgruppe.....	84
3.3 Technische Grundvoraussetzungen.....	89
3.4 Die kritische Masse.....	90
3.5 Community-Bauplan: Die wichtigsten Bausteine .....	94
<b>4. Wie machen Sie Ihre Online-Community bekannt?</b> .....	103
4.1 Wie Sie die Zauberformel Viralmarketing anwenden .....	104
Im Gespräch mit Martin Oetting, trnd .....	108
Im Gespräch mit Dr. Tobias Haber, Universität Mannheim .....	114
4.2 Was bedeutet Community Building in der Praxis?.....	118

4.2.1 Technisches Community Building .....	119
4.2.2 Soziales Community Building .....	122
Im Gespräch mit Thorsten Hahn, BANKINGCLUB .....	124
4.3 Kommunikationsplan.....	129
4.4 Wie Sie traditionelle Marketinginstrumente aufpeppen .....	134
<b>5. Wie Sie mit Ihrer Community Geld verdienen .....</b>	<b>139</b>
5.1 Brauchen Sie zahlende Mitglieder? .....	142
5.2 Warum beißen Werbepartner an?.....	145
Im Gespräch mit Ralf Kühnl, RNF .....	149
5.3 Wie Sie Investoren für Ihre Idee gewinnen .....	156
Im Gespräch mit Oliver Jung .....	160
5.3 Entdecken Sie Werbung, die Ihre Mitglieder nicht nervt! .....	163
5.4 Dumm klickt nicht mehr gut.....	166
<b>6. Communitys leben von ihren Inhalten .....</b>	<b>169</b>
6.1 Sorgen Sie dafür, dass Ihre Inhalte lesenswert sind.....	171
6.2 Steuern Sie Ihre Community!.....	174
6.3 Brauchen Sie einen Community-Manager?.....	176
Im Gespräch mit Daniela von Heyl, Burda .....	179
<b>7. Netzwerk im Rucksack .....</b>	<b>183</b>
7.1 Was ist Portabilität? .....	184
7.1.1 Welche Rolle spielt Datenportabilität für den Nutzer?.....	187
7.1.2 Welche Rolle spielt Datenportabilität für den Community-Betreiber?190	
7.2. Welche Politik 2.0 steckt in der Portabilität? .....	192
7.3. Portabilität macht Community-Leben populär .....	194
<b>8. Warum Sie heute eine eigene Community starten sollten!.....</b>	<b>195</b>
<b>Glossar .....</b>	<b>201</b>
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis .....</b>	<b>207</b>