

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>7</b>
----------------------	----------

## GRUNDLAGEN >>>

<b>1. Eine Neutronenbombe schlägt in die Bürotürme ein</b> .....	<b>11</b>
<b>2. Open Source, der Anfang ist gemacht</b> .....	<b>23</b>
<b>3. Es geht weiter: Web 2.0 und Social Software</b> .....	<b>41</b>
3.1 Netzwerkzeuge unterstützen Management .....	41
3.2 Jimmy Wales begeistert – ein Erlebnisbericht .....	46
3.3 Das ganze Wiki-Prinzip .....	61
3.4 Mehr als Netztagebücher: Weblogs .....	71
3.5 Microblogging .....	80
3.6 Bedeutung an Inhalte heften: Tagging .....	86
3.7 Informationen versenden mit RSS-Feeds .....	92
3.8 Die eigene Rundfunkstation: Podcasts .....	95
3.9 Communities und soziale Netze .....	98
3.10 Ordnung in die Werkzeugkiste .....	122

## **PRAXIS >>>**

<b>4. Der Einzug einer guten Idee ins Unternehmen .....</b>	<b>127</b>
4.1 Wie ein Wiki ein Unternehmen von Grund auf verändert – SYNAXON AG .....	128
4.2 Tauwetter bei der FRoSTA AG durch Corporate Blogs? .....	169
4.3 Social Software im Zuschnitt der Westaflex GmbH .....	175
<b>5. Enterprise 2.0: Digitaler Klimawandel im Unternehmen .....</b>	<b>181</b>
5.1 Mehr Licht! Mehr Transparenz! .....	185
5.2 Erfolgreiche Führung verknüpft Hierarchie mit Selbstorganisation .....	198
5.3 Web 2.0 mit Flower Power – die Revolte kehrt zurück .....	209
<b>6. Effiziente Unternehmensprozesse durch Social Software .....</b>	<b>231</b>
6.1 Produkte und Unternehmen erfolgreich im sozialen Web platzieren .....	231
6.2 Mehr scheinen als sein!? – Reputationsmanagement erfolgreich gestalten .....	249
6.3 Neue Möglichkeiten für Marktforschung und Wettbewerbsanalyse .....	259
<b>7. Resümee und Ausblick .....</b>	<b>271</b>
<b>8. Dankesworte .....</b>	<b>277</b>
<b>9. Literaturverzeichnis .....</b>	<b>279</b>