

Vorwort	3
1. Einführung – Neue Medien, neues Denken, neues Handeln?	
Guido Nöcker	11
2. Zur Entwicklung der Netzwerkkultur – Zwei Beiträge	
Geert Lovink	19
2.1 Eva Illouz, Facebook und die Krise des multiplen Selbst – Ein Essay	20
2.2 Google, Apple, Facebook und Co. – Über die Bedeutung von Internetdiensten für die Netz- und Kommunikationskultur	27
3. Potenziale von Web 2.0 und Social Media für die gesundheitliche Aufklärung	
Stefan Ludwigs	33
3.1 Einführung	34
3.2 Ebenen der Informationsverbreitung von Präventionsthemen	35
3.3 Warum boomen virtuelle soziale Netzwerke?	41
3.4 Die Charakteristika der Social-Media-Plattformen	42
3.5 Untersuchung nach Themen und Plattformen	57
3.6 Entwicklungspotenziale von Webangeboten der gesundheitlichen Aufklärung	64
3.7 Literatur	66
3.8 Anhang	67

4. Zwischen Euphorie und Skeptizismus – Empirische Evidenzen zur Gesundheitskommunikation via Internet	
Heinz Bonfadelli	69
4.1 Einleitung	70
4.2 Theoretische Perspektiven	71
4.3 Information Seeking zu Gesundheitsthemen	78
4.4 Das Internet als Kanal in medienbasierten Präventionskampagnen	83
4.5 Effektivität von webbasierten Interventionen im Gesundheitsbereich	85
4.6 Fazit und Implikationen	90
4.7 Literatur	91
5. sprechreiz.tv – Innovative Praxis am Beispiel einer crossmedialen Spendenkampagne	
Oliver Tepner	95
5.1 Einführung	96
5.2 Marktanalyse (Markt und Mitbewerber)	97
5.3 Unternehmensanalyse (Leistungen)	99
5.4 Zielgruppenanalyse (Zielgruppe)	100
5.5 Konzeption	102
5.6 Kreatividee	103
5.7 sprechreiz.tv	104
5.8 Crossmediale Kampagnenmechanik	106
5.9 Fazit	106
6. Arbeitsgruppen	109
6.1 Arbeitsgruppe 1 – Das Web 2.0/Social Media: Chancen, Risiken und Anwendungsmöglichkeiten partizipatorischer Medien für die Aufklärungsarbeit der BZgA	
Michaela Goecke, Claudia Corsten	110

6.2	Arbeitsgruppe 2 – Gesundheitliche Aufklärung online: Entwicklungsperspektiven und -strategien für BZgA-Internetangebote	
	Mareike Schaub, Wilhelm Peters	115
6.3	Arbeitsgruppe 3 – Staatliche Gesundheitsaufklärung im Web 2.0 – Expertise meets wisdom of the crowds	
	Uta Schwarz, Rainer Neutzling	121
7.	Resümee	127
8.	Social-Media-Glossar	131
9.	Anhang: Teilnehmerliste	135