

ISBN 978-3-7089-2700-0  
www.hanser.de  
HANSER  
Hanser Verlag  
München

Tom Alby

# Web 2.0

Konzepte, Anwendungen,  
Technologien

HANSER

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> . . . . .	<b>IX</b>
<b>1 Von der New Economy zum Web 2.0</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1 Was unterscheidet diesen Hype vom letzten? . . . . .	1
1.2 Entwicklung der Datenübertragungsraten . . . . .	3
1.3 Entwicklung der Internet-Nutzungskosten . . . . .	6
1.4 Entwicklung der Nutzer . . . . .	10
1.5 Funktionierende Geschäftsmodelle . . . . .	12
1.6 Entwicklung der Technologie: Der Browser-Krieg und seine Folgen	13
1.7 Unternehmen und das World Wide Web . . . . .	14
1.8 Was ist das Web 2.0? . . . . .	15
<b>2 Jeder kann publizieren: Blogs</b> . . . . .	<b>21</b>
2.1 Was ist ein Blog? . . . . .	21
2.2 Was ist so neu an Blogs? . . . . .	24
2.3 Blogs als Textform . . . . .	27
2.4 Die Blogosphäre . . . . .	28
2.5 Virale Effekte in der Blogosphäre . . . . .	31
2.6 Die traditionellen Medien und die Blogosphäre . . . . .	35
2.7 Unternehmen und die Blogosphäre . . . . .	39
2.8 Unternehmensblogs . . . . .	41
2.9 Blogs in der Bildung . . . . .	43
2.10 Blogs in der Politik . . . . .	44
2.11 Blogs lesen . . . . .	46

2.11.1	Blogs finden . . . . .	46
2.11.2	Feeds . . . . .	48
2.11.3	Bloglines . . . . .	50
2.11.4	Google Reader . . . . .	51
2.11.5	Firefox . . . . .	53
2.11.6	Thunderbird . . . . .	54
2.11.7	NetNewsWire und FeedDemon . . . . .	55
2.11.8	Vienna . . . . .	56
2.11.9	RSS Bandit . . . . .	57
2.12	Blog schreiben . . . . .	57
2.12.1	Erste Überlegungen . . . . .	57
2.12.2	blog.de . . . . .	58
2.12.3	blogspot.com . . . . .	60
2.12.4	WordPress . . . . .	60
2.12.5	Movable Type . . . . .	65
2.12.6	Weitere Systeme und kleine Helferlein . . . . .	65
2.12.7	Zehn Blogging-Tipps . . . . .	67
2.12.8	Rechtliches: Wem gehören die Inhalte? . . . . .	69
2.12.9	Die eigene Identität schützen – und die anderer . . . . .	71
<b>3</b>	<b>Der eigene Sender: Podcasts . . . . .</b>	<b>73</b>
3.1	Was ist ein Podcast? . . . . .	73
3.2	Podcasts erstellen . . . . .	77
3.3	Podcasts in der Bildung . . . . .	80
3.4	Verwendung von Musik in Podcasts . . . . .	82
3.5	Video-Podcasts . . . . .	83
3.5.1	Was ist ein Video-Podcast? . . . . .	83
3.5.2	Video-Podcast-Technik . . . . .	85
<b>4</b>	<b>Social Software . . . . .</b>	<b>87</b>
4.1	Definition . . . . .	87
4.2	Wikipedia . . . . .	88
4.3	Skype . . . . .	89
4.4	delicious.us . . . . .	91

---

4.5	FlickrR . . . . .	92
4.6	Lycos iQ . . . . .	94
4.7	last.fm . . . . .	95
4.8	Social Networks: OpenBC, MySpace und Orkut . . . . .	99
4.9	43 Things.com . . . . .	101
4.10	digg.com . . . . .	103
4.11	Plazes.com . . . . .	104
4.12	YouTube . . . . .	105
4.13	Was ist so anziehend an Social Software? . . . . .	108
<b>5</b>	<b>Folksonomy . . . . .</b>	<b>111</b>
5.1	Taxonomy Domine . . . . .	111
5.2	Search killed the Taxonomy Star . . . . .	115
5.3	Users are doing it for themselves: Folksonomy . . . . .	117
5.4	Showdown . . . . .	122
<b>6</b>	<b>Das Web als Plattform . . . . .</b>	<b>125</b>
6.1	Die Vorboten . . . . .	125
6.2	Google . . . . .	127
6.3	BitTorrent . . . . .	128
6.4	iTunes . . . . .	129
6.5	Writely und Google Spreadsheets . . . . .	131
6.6	Mashups . . . . .	132
<b>7</b>	<b>Technologien und Entwicklungskonzepte . . . . .</b>	<b>135</b>
7.1	Ajax . . . . .	135
7.2	RSS und Atom . . . . .	137
7.3	Perpetual Beta und Einbeziehung der Nutzer . . . . .	145
7.4	Ruby/Ruby on Rails . . . . .	146
<b>8</b>	<b>Business-Modelle . . . . .</b>	<b>149</b>
8.1	The Long Tail . . . . .	149
8.2	Google AdWords und AdSense . . . . .	152

8.3	Beim Geld hört die Partizipation auf . . . . .	155
8.4	Alternativen zu Google AdSense . . . . .	157
8.5	Abseits der Werbung . . . . .	159
<b>9</b>	<b>Warten auf Web 3.0?</b> . . . . .	<b>163</b>
9.1	Zurück in die Zukunft . . . . .	163
9.2	Das Web wird mobil mobiler . . . . .	164
9.3	Second Life . . . . .	166
9.4	Intelligente Aggregation . . . . .	169
9.5	Collective Intelligence Reloaded . . . . .	171
<b>10</b>	<b>Interviews</b> . . . . .	<b>173</b>
10.1	Johnny Haeusler, Spreeblick.com . . . . .	173
10.2	Vasco Sommer-Nunes und Florian Wilken, blog.de . . . . .	176
10.3	Oliver Wagner, Lycos Europe, Augenmerk und agenturblog.de . . . . .	180
10.4	Lars Diederich und Carsten Schütte, Boogie Medien . . . . .	187
10.5	Jörg Petermann, einfach-persoendlich.de . . . . .	190
	<b>Literatur</b> . . . . .	<b>197</b>
	<b>Glossar</b> . . . . .	<b>203</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>221</b>