

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur deutschen Ausgabe	5
Einleitung	11
Teil I	
Der wahre Nutzen virtueller Communities	15
<i>Kapitel 1</i> Die Schnellen gewinnen	17
Wer profitiert von virtuellen Gemeinschaften?	22
Wandel als Herausforderung	27
<i>Kapitel 2</i> Umgekehrte Märkte: Die Kunden profitieren	31
Der Bedarf an virtuellen Communities	32
Ein Machtwechsel	39
Das Dilemma des Anbieters ...	49
... und seine Chance	52
<i>Kapitel 3</i> Die neue Ökonomie virtueller Communities	57
Das Gesetz zunehmender Erträge	58
Einnahmequellen für die virtuelle Community	60
Ankurbelung des Ertragswachstums	65
Verbesserung der Rentabilität	81
Längerfristige Profitquellen	87
Kurzfristige wirtschaftliche Herausforderungen	92
Die Ersten werden den Markt erobern	95
<i>Kapitel 4</i> Das Kommende nimmt Gestalt an	103
Die Entwicklungsstufen einer Gemeinschaft	105
Ausblick auf die möglichen Folgen	131
Teil II	
Aufbau einer virtuellen Community	133
<i>Kapitel 5</i> Die Wahl des Einstiegs	135
Indikatoren für das kurzfristig realisierbare Gewinnpotential	136
Typen von Communities	141

Indikatoren für eine langfristige Expansion	147
Beurteilung Ihrer Fähigkeit zum Aufbau einer eigenen Community	151
<i>Kapitel 6</i> Den Grundstein legen: Groß genug werden	155
Erste Phase: Für regen Besuch sorgen	158
Zweite Phase: Den Besuch verstärken	165
Dritte Phase: Den Besuch zum Dauergast machen	171
<i>Kapitel 7</i> Das organische Wachstum managen	175
Wachstumsbedingungen	176
Unabdingbare Fertigkeiten	182
Anforderungen an das Management	195
<i>Kapitel 8</i> Die Wahl der richtigen Technologie	199
Prinzipien für die Technologie-Strategie	200
Wahl der richtigen Netzwerkplattform	202
 Teil III	
Gewinnpositionen sichern	213
<i>Kapitel 9</i> Funktionales Management überdenken	215
Wie man Geschäfte mit mächtigeren Kunden macht	217
Andere Managementfunktionen beleben	231
<i>Kapitel 10</i> Märkte und Organisationen neu gestalten	235
Virtuelle Communities definieren Märkte neu	236
Virtuelle Communities verändern die industriellen Strukturen	239
Virtuelle Communities gestalten Unternehmen neu	245
 Epilog	251
Management-Agenda	253
Literatur	259
Danksagung	263
Die Autoren	267