

Inhalt

Geleitwort	VII
Vorwort zur zweiten Auflage	IX
Vorwort zur ersten Auflage	XIII
1 Web 2.0, Social Software und Groupware	1
1.1 Web 2.0	1
1.2 Benutzer und Technologien im Web 2.0	5
1.3 Social Software	11
1.4 Enterprise 2.0 – Social Software im Unternehmen	15
1.5 CSCW und Groupware	16
1.6 Was dieses Buch nicht will	20
2 Anwendungsklassen	23
2.1 Weblogs und Microblogs	23
2.2 Wikis und Gruppeneditoren	37
2.3 Social Tagging	46
2.4 Social Networking Services	53
2.5 Instant Communication	67
3 Anwendungsfelder für Social Software im Unternehmen	75
3.1 Gemeinsames Erstellen von Dokumenten oder Produkten (in Teams)	78
3.2 Kontaktmanagement und Expertensuche	87
3.3 Wissensverbreitung	96
3.4 Wissenserhaltung/Corporate Memory	115
3.5 Koordination und Informationstransparenz	123
3.6 Fazit	136

4	Allgemeine Herausforderungen bei Enterprise 2.0	139
4.1	Motivation, Aufwand und Nutzen, Benutzbarkeit und Kooperationsbereitschaft...	140
4.2	Konkurrenz zu etablierten Medien – rationale Medienwahl	159
4.3	Change Management und Partizipative Gestaltung	165
4.4	Datensicherheit, Datenschutz und Privatsphäre	174
4.5	Produktivität und Return on Investment	179
4.6	Mehrsprachigkeit	183
4.7	Fazit.....	187
5	Ausblick – Und was noch?	189
5.1	Social Commerce	190
5.2	Web 3.0 und Semantic Web?	200
5.3	Virtuelle Welten und 3D-Benutzungsschnittstellen	206
5.4	Ubiquitäre Benutzungsschnittstellen.....	213
Literatur		225
Abkürzungen		239
Glossar		243
Index		255