

Inhalt

Prolog von Hannes Britschgi	7
Die Phasen der Webentwicklung – Zeit der Manifeste	13
Social Web – das Geschnatter der Gänse beim Kapitol	25
Vom Information-Provider zum Information-Broker	35
Der Content-Markt – Journalisten, Kunstmaler, Fussballer	47
Qualität und Wettbewerb – Goethes Idee der Freiheit	59
Das Yin und Yang der journalistischen Medien	73
Die Ökologie der Unabhängigkeit und kritischen Distanz	85
Die vertikale Integration der Informationsbedürfnisse	93
Die Medien-Werkstatt – das Rembrandt-Prinzip	105
Die neuen Eintrittsschwellen: Die Kolumbus-Strategie	115
Epilog: Die Kathedrale und der Basar neu gedacht	123
Index	131