

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Einführung

Jan Krone

Medienwandel kompakt 2008-2010: Schlaglichter der Veränderung in
Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus – Ausgewählte
Netzveröffentlichungen 13

I.

Technologie, Gesellschaft, Markt & Politik im Medienwandel

Martin Oetting

Kommunikationswandel: Die vier Subsysteme des Medienapparats 21

Martin Weigert

Rise of the Machines – der zunehmende Einfluss der Technologie 27

Marc Ziegler

Software-Engineering: Schon bald eine Kernkompetenz für
Medienunternehmen 29

Mirjam Neller

Fräulein "Apple": Charakter und Macken einer Lifestyle-Schönheit 32

Matthias Schwenk

Digitale Ahnungslosigkeit: Alte und neue Medien kennen sich gegenseitig nicht 36

Andreas Göldi

Medienwandel: Das Medium ist auch die kommerzielle Botschaft 38

Robin Meyer-Lucht

Vorbild Bundesregierung: sei innovationsfeindlich, habe Angst vor dem
Medienwandel 42

Marcel Weiß

Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 1 von 3) 45

Marcel Weiß

Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 2 von 3) 50

<i>Marcel Weiß</i> Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 3 von 3)	58
<i>Stefan Münz</i> OpenSource, OpenContent, Open Research und OpenScience	65
<i>Lisa Rosa</i> Das Internet – ein Bildungsraum?	67
II. Ausfaltung von Kommunikationsoptionen	
<i>Stefan Münz</i> Klassische Netzkommunikation vs. Social Networking	75
<i>Matthias Becker</i> Verborgene Potentiale in der Mediennutzung?	77
<i>Matthias Schwenk</i> Der unbekannte User: Generation Upload oder Generation Cyborg?	82
<i>Christoph Kappes</i> Facebook – Ein Sonderfall im Ökosystem des Internets?	85
<i>Florian Paulus Meyer</i> Twittern aus Imagegründen: Unternehmen fehlen überzeugende Social-Media-Konzepte	99
<i>Christian Heller</i> Die Ressource Ignoranz	102
<i>Andreas Göldi</i> Die Zukunftsbranche “Zeitverschwendung”	108
<i>Jan Krone & Boriana I. Gueorguieva</i> Internet Communities of Relationship: Zwischen Schwarmintelligenz und sozialer Nebelkerze	111
<i>Martin Weigert</i> Augmented Reality: Internetnutzung mit einem Hauch Futurismus	115
<i>Andreas Göldi</i> Schleichende Papierlosigkeit	118

<i>Jan Krone</i> Der Selbstbetrug des Online-Nachrichtenlesens	120
<i>Martin Weigert</i> Zunahme der Textkommunikation: Der Tod des Telefonats	122
III.	
Journalismus im Medienwandel	
<i>Thomas Knüwer</i> Weil der Journalist sich ändern muss	127
<i>Robert Picard</i> Ist der Journalismus am Ende?	131
<i>Peter Sennhauser</i> Wikileaks: Die Medien haben versagt	133
<i>Otfried Jarren</i> Verweigerung im Wandel: Dem Journalismus sind seine Leitideen abhanden gekommen	136
<i>Robin Meyer-Lucht</i> ZDF zu Carta: "Wir beliefern keine Blogs"	139
<i>Christoph Bieber</i> Die FAZ: das neue Zentralorgan der Nerds?	141
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Orientierungslosigkeit, Journalismus, Medienindustrie: Eine Endlosschleife, gerade	145
<i>Jan Krone</i> „Qualitätsjournalismus“: Systemkrise des elitären publizistischen Führungsanspruchs	147
<i>Stefan Münz</i> PubSubHubbub – Publizieren auf allen Kanälen?	151
<i>Martin Weigert</i> Nachrichtenaggregatoren: Rivva, zeig dem Netz endlich, was du kannst!	154

<i>Andreas Grieb</i> Gesponserte Blogbeiträge	156
IV. Medienwirtschaft im Wandel	
<i>Andreas Göldi</i> Smart Bundling: Was die Medienkonzerne von Microsoft lernen können	161
<i>Robert Picard</i> Fail often. Fail early. Fail cheap.	164
<i>Martin Weigert</i> Social Web: Über Konkurrenz und den Nutzen für die User	166
<i>Jan Krone</i> Verlage zwischen Web 2.0, Vermarktung und „Krise“	170
<i>Andreas Grieb</i> Nach Netzeitung-Aus: Zeitungssterben vs. Online-Medien-Tod. Wer stirbt schneller?!	176
<i>Matthias Schwenk</i> Die Medienkrise ist auch eine Krise der kommerziellen Blogs	178
<i>Jan Krone</i> Medienkonjunktur oder Medienkrise? It's the Nutzerbindung, stupid!	182
<i>Jan Krone</i> Werbung im Internet: Tausenderpreise als Relikt der klassischen Medien	186
<i>Andreas Göldi</i> "Alles gratis" – Das psychologische Problem der Internetbranche	190
<i>Andreas Göldi</i> E-Book-Reader, Smartphones & Co.: Der Kampf um die nächste Generation digitaler Inhaltskanäle	195
<i>Peter Sennhauser</i> Das iPad kommt: Steve Jobs als Messias einer Branche	198
<i>Matthias Schwenk</i> Monopoly bei den E-Books?	202

<i>Robert Picard</i>	
Micropayments im Online-Journalismus: Kostenfalle Einzelverkauf	206
<i>Thomas Knüwer</i>	
Wie Verlage im Internet Geld verdienen? So wie bisher.	209
<i>Andreas Griefß</i>	
Spenden bei Flattr statt Paywall: Einfachheit als Motiv	212
<i>Marcel Weiß</i>	
Filesharing, Flattr und Bezahlschranken: Die Auflösung historischer Unfälle	215
<i>Martin Weigert</i>	
Werbung im Social Web: Sieht so ein Erfolgsrezept aus?	221
<i>Julius Endert</i>	
Das digitale Fließband – mit der zweiten Industriellen Revolution zur Clickworker-Gesellschaft	223
<i>Martin Weigert</i>	
Medienwandel: Warum sich die Filmindustrie keine Sorgen machen muss	226
<i>Martin Weigert</i>	
Videos im Web: Das lange Warten auf ein europäisches Hulu	229

V.

Regulierung im Medienwandel

<i>Jan Krone</i>	
Adieu Sandkasten Internet – wir werden erwachsen	235
<i>Robin Meyer-Lucht</i>	
KEK-Studie: Twitter und Facebook haben Meinungsmacht – wir wissen aber nicht, welche	238
<i>Robin Meyer-Lucht</i>	
Was wohl kommen wird: “Netz-Schengen” – die große Firewall des Westens	241
<i>Felix Neumann</i>	
Der Öffentlichkeit nicht den Boden entziehen. Anforderungen an ein neues Urheberrecht	243

<i>Robin Meyer-Lucht</i> Kostenlos-Kultur ≠ Urheberrechtsverletzung: 10 Thesen zum Modernisierungsversagen der Medieneliten	247
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Markt- oder Allmendewirtschaft: Worum es bei der Kulturfltrate eigentlich geht	250
<i>Christoph Kappes</i> Google-Bashing: Zur politischen Ökonomie einer Suchmaschine	253
<i>Michael Seemann</i> StreetView: Es gibt kein analoges Leben im Digitalen	271
<i>Stefan Rosinski</i> „Persönlichkeitsrechte“ als Eigentum an sich selbst in der Öffentlichkeit	274
<i>Jan Krone</i> Vorratsdaten und die Logik der Datenkollektivierung: Für eine gesellschaftliche Kultur des Datenschutzes	277
<i>Christian Heller</i> Die Ideologie Datenschutz	283
<i>Jan Krone & Tassilo Pellegrini</i> Netzneutralität und Multimedia-Inhalte: Quo vadis?	290
<i>Ralf Dewenter</i> Wieso soll das Netz eigentlich neutral sein? Eine rein ökonomische Betrachtung	293
<i>Julius Endert</i> Netz ist nicht gleich Netz – der Vorsprung der Taube ist gewachsen	296
<i>Robin Meyer-Lucht</i> Netzneutralität: Die zehn Mythen der Debatte – und warum sie konkreter werden muss	298