

# Inhalt

## Vorwort

Hans Scheurer, Ralf Spiller

Seite 009

## Geleitwort

Christian Henner-Fehr, Christian Holst,  
Karin Janner, Frank Tentler

Seite 011

## I. Theorie/Grundlagen

### User-generated Culture

Die inhärente Kompatibilität von Internetpraxis, Kunst- und Kulturtheorie als Fundament zukünftiger Kulturangebote

Simon A. Frank

Seite 016

### Zur Genese offener Werke: Rotkäppchen 2.0

Medienwandel und schriftliche Mündlichkeit

Sabria David

Seite 028

### Die zerstörerische Kraft des Internets

Woher nimmt das Internet seine Schumpeter'sche Kraft der „kreativen Zerstörung“ und was folgt daraus?

Gregor Hopf

Seite 045

### Am Rubikon zwischen Realität und Virtualität

Andreas Mertens, Michael Wald

Seite 061

### Der Preis der Freiheit

Die Neuerfindung der Online-Wirtschaft: Warum sich kostenlose Inhalte langfristig auszahlen

Gerd Leonhard

Seite 075

### Erinnerungskultur 2.0?

Kommemorativ Kommunikation und Aufmerksamkeitsökonomie

Erik Meyer

Seite 082

## **Kultur zu vernetzen**

Ein Plädoyer zur digitalen Vernetzung von Kultur

**Patrick Breitenbach**

Seite 093

## **Wie kommen die neuen Medien in die alten Menschen?**

Ästhetik, Gestaltung und Internet im Spiegel  
der Kultur- und Kunstgeschichte

**Christof Breidenich**

Seite 101

## **II. Praxis/Anwendungen**

### **Kulturmarketing 2.0**

**Karin Janner**

Seite 119

### **„Ein ungeheures Kanalsystem“**

Podcasts im Medienmix von Kultureinrichtungen

**Christian Holst**

Seite 138

### **Herausforderung Weblog**

Christian Henner-Fehr

Seite 150

### **Online-Communities**

Theoretische und praktische Grundlagen für Kulturschaffende

**Anna-Carolin Weber, Tobias Kopka**

Seite 161

### **Werbekampagne unter 50 Euro?**

Webinstrumente wirkungsvoll miteinander kombinieren –  
eine Gebrauchsanleitung

**Christian Dingenotto**

Seite 187

### **Effiziente Kultur-PR in einer vernetzten Welt**

**Kerstin Hoffmann**

Seite 195

### III. Case Studies

#### **Web 2.0 und Social Networking am Beispiel des Städel Museums**

Daniela Bamberger Seite 203

#### **Die Social-Media-Aktivitäten der Kronberg Academy**

Ulrike Schmid Seite 215

#### **Vom bedruckten Papier zum Web 2.0**

Die Berliner Festspiele und „Le rendez-vous de Berlin – Das Wiedersehen von Berlin“ (1.-4. Oktober 2009)

Kerstin Schilling Seite 225

#### **Ein Beispiel aus der Praxis: theaterblogs.de**

Sören Fenner Seite 238

#### **Museum 3.0**

Die virtuelle Gemäldegalerie Dresden in Second Life

Matthias Eichhoff, Michael Schumann Seite 251

#### **stART now – Fundraising 2.0**

Am Beispiel von Aktion Deutschland Hilft

Thilo Reichenbach Seite 259

#### **Kommunikation und Besucherbindung mittels Web 2.0**

Wie macht das ein kleines Theater, was kostet's und was bringt's?

Heinz Koch Seite 277

#### **Classic goes Web 2.0 – Ein Jahr Philharmonie 2.0**

Frank Tentler Seite 290

### Ausblick

#### **Was kommt nach der stART.09?**

Christian Henner-Fehr, Christian Holst,

Karin Janner, Frank Tentler Seite 305

### Autoren

Seite 311

# VORWORT GELEITWORT