

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?

Kommemorative 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 – Fundrasing 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