

Inhalt

Einleitung	9
1 Grundlagen zu „NextGen“-Spielkonsolen.....	15
1.1 Technische Entwicklungen.....	15
1.2 Wirtschaftliche Aspekte	21
2 Virtuelle Communities.....	27
2.1 Allgemeine Charakteristika	28
2.2 Motivationsfaktoren für Nutzer	31
3 Besondere Communityformen im Zusammenhang mit „NextGen“-Spielkonsolen.....	33
3.1 <i>Social Community</i>	35
3.2 <i>Brand Community</i>	42
3.3 <i>Knowledge Community</i>	52
3.4 <i>Ludische Community</i>	59
4 Die <i>soziale Architektur</i> innerhalb und außerhalb der <i>Playstation 3</i>	71
4.1 Innere Gefüge der <i>Playstation 3</i>	71
4.2 Stellenwert des <i>Web 2.0</i>	95
5 Folgen der Communitybildung für die Produzenten- Konsumenten-Kommunikation	99

6	Geschäftsmodelle im Zusammenhang mit Communities	103
6.1	Crowd Sourcing	103
6.2	Long Tail	107
6.3	Premiummitgliedschaft	109
7	Mögliche Communityprobleme	111
7.1	Falscher Einsatz von Communityfunktionen	111
7.2	Kommunikationsprobleme innerhalb der Community	114
7.3	Fehler bei der Community-Betreuung	117
8	Das neue Arbeitsfeld des Community Managers	119
9	Zukunftsprognose: Zusammenspiel zwischen Community und Konsolennetzwerk	123
9.1	Aktuelle Tendenz: Infrastrukturen als steuerndes Element	123
9.2	Exkurs: „NextGen“-Spielkonsolen als Petri-Schalen des „Cloud-Gamings“	127
10	Fazit und Ausblick	131
	Literatur und Quellen	135
	Literatur	135
	Internetquellen	137
	Thematisierte Websites	144