

Gisela Schmalz

NO **ECONOMY**

Wie der Gratiswahn das Internet zerstört

INHALT

Vorwort 7

Gratisstrategen: Konkurrenz um die Nutzergunst 15

Digitale Angebote: Schmeicheleinheiten 15

Die Ökonomie der Gratisstrategen 17

Kleine Kosten, keine Preise 19

Querfinanzier Staat: Webunterstützung für das Gemeinwohl? 23

Querfinanzier Stiftungen: Nichtkommerzielle Förderung? 28

Querfinanzier Venture Kapitalgeber: Garanten für Gratisparadiese? 32

Querfinanzier Werbekunden: Geschäftsmodell Onlinewerbung 38

Gratisstrategien: Gewinnkurven in der No Economy 51

Fazit: Nur große Player gewinnen das Gratisspiel 65

Gratisnutzer: Die Pennyphobie im Netz 69

Gratisjäger: Gratis ist geiler als Geiz 69

Piraten: Warum gratis beziehen, wenn man klauen kann? 76

Digitale Narzissten: Ich bin im Web, also bin ich 89

Digitale Ideologen: Die Gutmenschen des Web? 97

Pronliner: Produzierende Onlinenutzer 112

PayPeers: Zahlwillige 132

Fazit: Smarte Nutzer starten durch 137

Gratisökonomie: Mit welcher Währung wird im Netz bezahlt? 141

Geschenkökonomie 142

Aufmerksamkeitsökonomie 147

Hobbyökonomie 163

Tauschökonomie 165

Wissensallmende 167

Fazit: Das Transaktionenmodell – Modell der Transfers verschiedener

Werteinheiten im Web 173

Gratiszukunft: No Economy – oder Yes Economy 177

Szenario 1 – Gratisspirale: PopUps, Porno, Chaos, Monopole 178

Szenario 2 – Mikromärkte: Jeder ist ein Geschäftsmodell 190

Yes Economy: Die Nutzer als Motoren der Webwirtschaft 201

Marken und Qualität 203

Preise im Netz 205

Der Beitrag der Nutzer zur Yes Economy 207

Fazit: Zukunftsträchtige Märkte für digitale Leistungen 212

Ausblick: Smarte Anbieter kooperieren mit smarten Nutzern 213

Anhang 217

Glossar 217

Quellenverzeichnis 230