

Inhalt

<u>Rückblende 2004 – Ausblick 2005</u>	3
<u>Online 2004 – Rekordumsätze, mehr Breitband und Multimedia</u>	3
Stärke in der Onlinewerbung	3
Mehr Breitband und Multimedia	4
Bessere Werbeangebote mit Multimedia und Targeting	4
Local Search bietet gezielt lokale Informationen	5
Zunehmende Bedeutung und Akzeptanz von Blogs	5
Neue Verteilkanäle vergrößern die Reichweite	5
Neue Medien werden bei Verlagen weiter integriert und akzeptiert	5
<u>Projizierte Trends für 2005 und die nähere Zukunft</u>	5
Onlinewerbung weiter stark	6
Content und Services – mehr Multimedia, Spiele, Blogs	8
Inhalte erreichen Nutzer über mehr Distributionskanäle	8
Stärkere New Media Orientierung bei Medienunternehmen	9
<u>Warnung vor neuerlichem Überschwang</u>	9
<u>Organisationsstrukturen von Onlinebereichen in Medienhäusern - häufige Änderungen, mehr Integration</u>	10
New York Times Company	11
Knight Ridder	11
Belo	12
Tribune Company	13
Gannett Company / USAToday.com	15
Washington Post Company	15