

Inhalt

<u>Fallstudie: CNETs vertikale interaktive Marken</u>	3
„Architected Participation“ steuert Nutzerbeiträge	3
Gamespot.com kombiniert Community und Technologie	4
Community und Nutzerbeiträge	4
Dreistufige Mitgliedschaft	5
Monetisierung der Nutzer und Mitglieder	6
Trax – Real Time Marktintelligenz als Subskriptionsprodukt	6
Community-Informationssite TV.com	7
Nutzerbeiträge stärken Content	8
TV.com diversifiziert CNETs Reichweite	9
TV Trax	9
Visuelles Reporting hilft Optimierung	9
Lifestylesite Chow.com	10
Akquisen bilden Basis an Nutzern und Inhalten	11
Online-optimierter Content und Community	11
Vermarktung und Werbung	12
<u>Trends und Perspektiven für 2007</u>	12
Content und Services	12
Werbung	16
Mobiles Internet wächst mit neuen Zugangsmöglichkeiten	19