

## Inhalt

<b><u>NYTimes.com fördert Traffic gezielt</u></b>	3
Starke Zunahme der Nutzerzahlen	3
Trafficfördende Initiativen	4
Freigabe der Kolumnen und Archive	4
Ausbau des Angebots an Kolumnen, Kommentaren und Blogs	5
Ausbau vertikaler Kanäle	6
Weitere neue Services und Angebote	7
Distributionswirksame Partnerschaften	8
Brandingkampagne	10
SEO, R&D und Webanalytics unterstützen Traffic jetzt und in der Zukunft	11
<b><u>Reed bietet Benchmarking- und Networking-Tool für das Baugewerbe</u></b>	11
<b><u>B2B-Vermarkter investieren in Online, Events und Direkt</u></b>	13
<b><u>Trends in der Internetnutzung</u></b>	16
Teens produzieren Content; verschmähen Email	16
Vier Fünftel aller Amerikaner online; „Digital Divide“ verringert sich	18
<b><u>Kurzmitteilungen</u></b>	18
<u>Zwei neue Websites bringen Zusammenfassungen von Artikeln</u>	18
<u>Economist.com startet Online-Debatten</u>	19
<u>Integrierter Newsroom der New York Times</u>	20