

## Inhalt

<b>Fallstudie Johnson &amp; Johnson – fehlgeschlagene Offline-Werbung mit Erfolg Online</b>	3
Vorbereitung der Kampagne - Hilfe von Online-Experten, ausreichende Mittel	3
Kampagnenablauf – testen und optimieren in Phasen	4
Johnson & Johnsons Erfahrungen und Schlussfolgerungen	6
<b>Finanzergebnisse Q4 2003 und volles Jahr 2003 – weitere Umsatzsteigerungen und Ergebnisverbesserungen</b>	7
Verbesserungen bei den operativen Jahres- und Quartalsergebnissen	7
Umsätze – besonders hohe Zuwachsraten bei den Traditionellen	8
Ausgaben – weitgehend konstant	12
<b>Neuer Umsatzrekord für Online-Werbung in Q4 2003</b>	13
<b>Breitband: Videowerbung jetzt auch bei Reuters</b>	13
<b>Interaktive “Oscar”-Multimediashow auf MSNBC.com – TV der Zukunft?</b>	14
<b>Kurzmeldungen</b>	16
Blog News – bloggender Zeitungsherausgeber, Blog als Buch, Netzwerk teilt ein Blog	16
„We Media“ – API Report zum partizipatorischen Journalismus	16
Social Networking: Erste Gebuehren bei Tickle.com	16
WashingtonPost.com führt ausführliche Pflichtregistrierung ein	17
Vodafones Blick in die drahtlose Zukunft	17
NYTDs Nisenholtz: Neue Phase für Neue Medien	17
Innovative Werbung von IBM	17