

Inhalt

<u>Reverse Publishing – von Web zu Print</u>	3
Meredith baut erfolgreiches Print-Essensmagazin aus Community Site	3
Hearst bringt Online-Marke Delish in Print	6
<u>AOL plant stärkere Automatisierung von Content und Advertorials</u>	7
<u>Paid Content wird konkret</u>	10
Journalism Online Bezahl-Plattform geht live	10
NYTimes.com plant Bezahlansatz für 2011	12
Weitere neue Paid Content Ansätze und Erfahrungen	13
Fachanbieter Variety macht Schluss mit umsonst	13
Reuters.com plant Paid Services	14
Digitale Tages-Ausgabe von Sporting News wird bezahlpflichtig	14
Multimedia-Entertainment-Anbieter führen Gebühren ein	14
Freiwillige Appelle reichen nicht	15
Bezahlschranke kann für Werbekunden attraktiv sein	15
FT.com: Bezahlmauer stärkt Werbung	15
Acura sponsert Zugang zu WSJ.com	15
<u>Zahlbereitschaft der Nutzer weiter begrenzt</u>	16
Studien: Nur ein kleiner Teil der Nutzer würde zahlen, und dann auch nicht viel	16
BCG: Leser würden zwar für Zeitungen online zahlen, aber nur wenig	16
AdWeek Media/Harris Interactive: Knapp ein Viertel der Leser würde für Online-Zeitungen zahlen	17
Forrester: Das zahlbereite Fünftel der Nutzer will Auswahl	16
Wenn schon zahlen, dann bitte nur einmal	19