

Inhalt

<u>Online-Videokonsum: Trends und Statistiken</u>	3
Drei Viertel aller US-Nutzer sehen Video online	3
YouTube verbucht Löwenanteil an Videos	4
News und Entertainment besonders gefragt	5
Differenziertes Verhalten von Videonutzern	6
Fast ein Fünftel aller Nutzer sehen Video mobil	8
<u>Online-Videowerbung wirkt und wächst</u>	8
Starkes Wachstum prognostiziert	8
Gemischte Akzeptanz von Video-Werbung	9
Videowerbung führt zu Responses und positiven Markenattributen	10
Werbewirkung profitiert von professionellen Content-Websites, variiert nach Faktoren wie Spotlänge und Begleitbanner	10
<u>Portale verlieren, vertikale Sites gewinnen bei Medienkäufen</u>	13
<u>Kurzmitteilungen</u>	15
<u>Variety.com mit B2B-Social Network</u>	15
<u>ESPN Magazine erhält eigene Website</u>	15
<u>WashingtonPost.com erweitert Personal Finance Sektion mit Partnercontent</u>	16
<u>OPA Activity Index jetzt mit Community, Content führt deutlich weiter</u>	16