

## Inhalt

|  |    |
|--|----|
| <b><u>Verticals – Schlüsselbereiche für Nutzer und Werbekunden</u></b> | 4  |
| Strategien und Ansätze für die Schaffung eines erfolgreichen Verticals | 4  |
| Beispiele und Fallstudien  | 8  |
| <b><u>US-Werbemarkt nach Mediengattungen 2001 - 2004</u></b>           | 12 |
| US-Werbemarkt 2001-2004 gemäß IAB                                      | 12 |
| US-Werbemarkt 2001-2004 gemäß TNS Media Intelligence                   | 15 |
| <b><u>Finanzergebnisse Online Publishing Q1 2005</u></b>               | 17 |
| Betriebsergebnisse   | 18 |
| Operating Margins  | 18 |
| Umsätze  | 18 |
| Kosten   | 23 |