

## Inhalt

<b><u>Video Online 2006 – Marktentwicklung, Hintergründe und Konsumverhalten</u></b>	4
Anstieg der Traffic-, Streaming- und Konsumdaten	4
Gründe für den Anstieg	6
Stark steigende Umsätze aus Online Video projiziert	7
Demografische Angaben und Konsumverhalten	7
<b><u>Videosites als neue Form von Social Media</u></b>	11
Communitysites dominieren Marktanteile	11
Fallstudie Community-Videosite YouTube.com	12
Google Video mit Store und Nutzercontent	15
Neues Yahoo!Video mit Nutzerinhalten und Community Features	16
AOL und MSN bereiten Community Video vor	17
Weitere Sites	17
iFilm	17
Grouper	17
Break.com	17