

Inhalt

<u>Zeitschriftenverlage setzen ganzheitlich an</u>	3
Meredith baut digitale Reichweite, Social Media aus	3
Hearst Magazines mit starken Multimedia-Marken	6
<u>Neue News Sites und ihre Geschäftsmodelle</u>	7
Gemeinnützige News Sites	7
Subskriptionsmodel für Nischensite	8
GlobalPost.com – Mitarbeiterbeteiligung und dreibeiniges Erlösmodell	9
<u>Neue Ansätze, Experimente und Pläne für Online-Erlöse</u>	12
Martha Stewart experimentiert mit Archiv-Video gegen Zahlung	12
“US Weekly” lässt sein Facebook-Profil sponsern	12
NYTimes.com mit neuen Bezahl-Readern und möglichen Web-Bezahlansätzen	13
Erlösbeteiligung an unlizenzierter Contentdistribution	14
Mögliche neue Umsatzabkommen zwischen Google und NYTimes, WashingtonPost	14
Fair Syndication Consortium will Werbegewinne besser verteilen	14
Micropayments, Premium-Subskriptionen und „Konsumerisierung“ bei WSJ.com	15
MediaNews Group will manche Inhalte bezahlpflichtig machen	15
“Journalism Online” will Clearinghouse für Online-Publisher werden	16
Community als Marktforschungsgruppe	16