

Inhalt

<u>Geschäftsmodelle für Online-Video im Überblick</u>	3
<u>Marktforschung zu Onlinevideo-Geschäftsmodellen</u>	4
Konsumenten ziehen Werbung Bezahlmodellen vor	4
Bezahlbereitschaft am höchsten für Unterhaltung	5
Nutzer reagieren auf Videowerbung	7
Online-Video fördert Registrierbereitschaft	7
<u>TiVoCast – Web-Video im Fernsehen</u>	7
<u>Interaktive Online-Videowerbung involviert Nutzer</u>	8
Disney testet interaktive Werbung, neues Modell auf ABC.com	8
Klickbare Videos von Avant Interactive	10
Interaktive Videowerbung von United Virtualities	11
<u>Jüngste Entwicklungen in der Internet-Videowerbung</u>	12
Online-Video ändert Definition von TV in Werbebranche, startet eigene Upfront	12
Standardisierung und neue Produkte erleichtern den Einsatz	13
Kombination von Videowerbung und Behavioral Targeting	13
Google ermöglicht Videowerbung für jedermann	13
AOL stärkt Video-Werbetechnologie und -Angebot durch Akquise	14