

# Inhalt

|  |    |
|--|----|
| <b><u>Marktsituation für US-Verlagssites in den USA</u></b>                            | 3  |
| Steigende Nutzerschaft auf Magazinsites  | 3  |
| Display- und Searchwerbung wachsen ähnlich stark                                       | 4  |
| Duale Entwicklung bei Displaywerbung – Stärke auf Qualitätssites, Schwäche auf anderen | 5  |
| Starkes Wachstumspotenzial von Onlinewerbung   | 6  |
| Digitaler Ansatz an Erlösen bei B2C-Publishern teils über zehn Prozent                 | 6  |
| B2B: digital manchmal schon stärker im Umsatzmix                                       | 7  |
| Leistung ist gefragt bei Online-Werbung  | 7  |
| <b><u>Wachstumsstrategien von US-Verlagen</u></b>                                      | 9  |
| Nicht-digitale Strategien und Erlösquellen im Überblick                                | 9  |
| Strategien für digitale Geschäftsmodelle im Überblick                                  | 10 |
| Strategiefokus Online-Werbung  | 11 |
| Werbestrategie: Reichweite und Traffic stärken   | 11 |
| Werbestrategie: investieren in Werbeangebote und -Verkauf investieren                  | 13 |
| Akquisen unterstützen Werbestrategien  | 14 |