

Inhalt

<u>Behavioral Targeting – mehr Wirkungsnachweise, steigende Verwendung</u>	3
<u>Der Markt</u>	3
Wachsendes Angebot und steigender Einsatz	4
Arten und Anbieter von Behavioral Targeting Technology	5
<u>Effekte und Implikationen von Behavioral Advertising</u>	6
Neue Kategorien an Werbekunden	6
Höhere Preise	6
Höhere Werbewirkung und Kosteneffizienz	8
Behavioral Targeting im Vergleich zu Targeting nach Content	8
<u>Fallstudien</u>	11
iVillage und Budget	11
Wall Street Journal und American Airlines	11
Reuters identifiziert Komposition eines Verhaltenssegments	12
Financial Times und NTT DoCoMo	12
Starwood Hotels and Resorts	13
Volkswagen	13
<u>Problemfelder</u>	14
Skalierung der Segmente	14
Datenschutz und Privacy	14
Cookies	15
Standards	15
Inventarmanagement	15
Zurückhaltende Werbekunden	16
<u>Realistische Erwartungen für evolvierenden Ansatz</u>	16
<u>Yahoo produziert eigenen Content</u>	17
Solo-Reporter berichtet von Krisenherden der Welt	17
30 Kolumnisten für Yahoo! Finance	18
Weitere Content-Angebote	18
<u>Atlas Studie: Dayparting kann Direct-Response-Kampagnen helfen</u>	18