

Inhalt

<u>B2B-Fallstudie ABAJournal.com: Neue Website, mehr Nutzen, besseres Image</u>	3
Konzentrierte und organisierte Nachrichten für Juristen	3
Kommentare und „Blawgs“ bringen Meinungen und Analyse	4
Kostenlose Print-Magazinartikel mit Web-Erweiterungen	5
Weitere Angebote	5
Geschäftsmodell: Werbung und Branding	6
<u>CNN.com Redesign integriert Multimedia, bietet kostenloses Video und Links zur Konkurrenz</u>	6
Neue Angebote und Eigenschaften	7
Oberstes Ziel: zufriedene Werbekunden	8
<u>Strategiewechsel: Werbung triumphiert über Bezahlprodukte</u>	9
NYTimes.com tauscht TimesSelect gegen Reichweite	9
TheStreet.com investiert in werbefördernde Initiativen	11
Murdoch erwägt freies WSJ.com	14
CNN.coms Videos jetzt frei und werbegestützt	16
<u>Mehr Content auf Google News Website</u>	17
Google News hostet Content von Agenturen	17
Google News experimentiert mit Beteiligten-Kommentaren	17
<u>Kurzmitteilungen</u>	18
<u>„Verbrachte Zeit“ neue Kennzahl bei Nielsen//NetRatings</u>	18
<u>Nutzer verbringen die Hälfte ihrer Zeit online mit Content</u>	19