

Inhalt

<u>US-Verlage reagieren mit Umstrukturierungen auf Wirtschaftskrise</u>	3
Time Inc. zentralisiert Titel nach Märkten; integriert Interaktiv	3
“US News and World Report“ erfindet sich neu – ehemaliges News-Wochenmagazin baut auf digitale Kanäle und Rankings	5
Rodale schließt Marketing Solutions Gruppe; konzentriert sich auf Wachstumsbereiche	8
Forbes legt Print- und Online-Mitarbeiter zusammen	9
Ziff Davis’ „PC Magazine“ wird reine Online-Marke	10
Überregionale Tageszeitung CS Monitor stellt auf online plus Wochenmagazin um	11
Weitere Änderungen bei Verlagen	12
Hearst stellt Cosmogirl, O at Home ein	13
Conde Nast reduziert rundum; kappt Portfolios Website	13
Kürzungen bei digital	13
Fachverlage nicht immun	14
Besinnung auf Stärken, Flexibilität und Weitsicht gefragt	15
<u>Online weiter Lichtblick in der Werbewirtschaft</u>	17
TNS Media Intelligence: Displaywerbung stärkstes Werbemittel	17
Vermarkter erwarten mehr Werbeausgaben für Online und Mobil	18
IAB: Onlinewerbung wächst verhalten	19
Rubicon Project: höhere TKPs bei News und Technologiecontent	20
Onlinewerbung fällt bei US-Zeitungen um 3 Prozent	22
eMarketer: Onlinewerbung wächst 2009 um 8,9 Prozent	22