

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	
Verlage haben, was Nutzer wollen: Redaktionelle Qualität	01
Inhaltsverzeichnis	03
Management Summary	04
Der Online Werbemarkt in Deutschland	06
Kapitel 1	
<b>Einleitung</b>	<b>10</b>
1.1 Ziel der Studie – Vergleich der Qualität von Internetangeboten aus Usersicht	11
1.2 Thesen der Studie – Print-Websites bieten qualitative Mehrwerte	11

Kapitel 2	
<b>Das Studiendesign – die Bewertung der Qualität von Websites</b>	<b>12</b>

Kapitel 3	
<b>Ergebnisse – Print ist qualitativ hochwertiger</b>	<b>16</b>
3.1 Die Wichtigkeit der einzelnen Qualitätskriterien	17
3.2 Qualität im Vergleich – Print-Websites mit besserer Performance	17
3.3 Informationsqualität als Stärke – Verdichtung der Qualitätskriterien auf drei Faktoren	19
3.4 Print ist Liebling – Lieblingswebsite im Themensplit	21

Kapitel 4	
<b>Qualitätsführer Print – Fazit und Implikationen</b>	<b>23</b>

Autoren/Impressum	25/U3
-------------------	-------

Mitglieder der VDZ-Projektgruppe Gattungsmarketing	U2
--	----