



→ Österreich → Deutschland → Schweiz → Pet-Business International → PETCOM

Themen Österreich

- **Aktuelles**
News aus der Pet-Branche

- **Termine**
Ausstellungen und Messen

- **Neue Produkte**
Was ist neu am Markt?

- **Unternehmen**
Neues aus den Firmen

- **Jobs und Karriere**
Jobs und Karriere in der Pet-Branche

- **Fachinformation**
Artenschutz, Tierhaltung

- **Marketing**
Tipps für die Pet-Branche

- **Marktdaten Österreich**
Marktzahlen, Trends, Beurteilungen

- **Werbung**
Kampagnen und Werbeansätze

- **Medien für Tierfreunde**
Fach- und Publikumsmedien in Österreich

- **Buch-Tipps**
Fachinformationen für den Zoofachhandel

- **Marketing-Wirtschaftsbuch**
Werbung, Marketing, Verkauf und Medien

- **Terraristik-Buch**
Fachbücher für die Terraristik-Experten



Sie sind hier: « Österreich « Marketing-Wirtschaftsbuch « Medien und Kommunikation « Online- » Seite weiterleiten
Medien «

Online gegen Print - Zeitung und Zeitschrift im Wandel

Peter Glotz, Robin Meyer-Lucht (Hrsg.)

UVK Verlag, Mai 2004
ISBN: 389669443X

[Hier bei Amazon bestellen!](#)

Wie stark trifft die deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften die Konkurrenz des Internets? Wie entwickeln sich deren Online-Geschäfte? Ein Team an der Universität St. Gallen hat dazu 200 Experten in Deutschland, Österreich und der Schweiz in einer Delphi-Studie befragt. Ergänzend wurden exemplarisch zehn journalistische Online-Angebote von Bild, FAZ, Spiegel und Anderen analysiert sowie die Stellenmärkte in Print- und Online-Medien untersucht.

Die Experten verheißen den Print-Medien eine schwierige Zukunft: In einem sich verschärfenden Wettbewerb sagen sie ihnen weitere Marktanteilsverluste voraus. Die Auflagen von Publikumszeitschriften würden in acht Jahren um fünf, die von Tageszeitungen um zehn Prozent zurückgehen. Gravierende Einbußen werden den Zeitungen auch auf dem Werbeanzeigenmarkt prognostiziert.

Am stärksten betroffen seien die Stellen- und Automobilanzeigen, die in überregionalen Tageszeitungen in acht Jahren um etwa die Hälfte schrumpfen sollen. Diese Prognosen werden durch eine Analyse der bisherigen Entwicklung des betreffenden Stellenanzeigenmarktes gestützt.

Von den Autoren der Studie werden diese Einbrüche allerdings weniger der momentanen Konjunktur als einem tiefgreifenden Strukturwandel in der Medienlandschaft zugeschrieben.

Die befragten Experten gehen andererseits davon aus, dass sich journalistische Online-Angebote in einigen Jahren fest im Kanon der Medien etabliert haben werden. In vier Jahren würden bereits die Hälfte aller 14- bis 49-Jährigen regelmäßig diese Angebote nutzen. Dabei entwickeln sich hybride Textformen, die informative und unterhaltende, kritische und flapsige Elemente verbinden.



Service

→ **Suchen**
Sie suchen etwas Spezielles?
Einfach Suchbegriff ins Feld eingeben und los:

[Seite drucken](#)