



## Bedeutung Und Entwicklung Der Printmedien Im Zeitalter Von Onlinemedien

By Jessica Mahrle

Grin Verlag. Paperback. Condition: New. 38 pages. Dimensions: 8.3in. x 5.8in. x 0.3in. Projektarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1, 0, VWA-Studienakademie, Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Problemstellung Die Medienbranche diskutiert, streitet und entwirft Zukunftsszenarien - und ist sich aber vor allem uneins, wohin genau der multimediale Weg der Zukunft uns fñhren wird. Immer fter bekommen wir Titel, wie die Printmedien sind schon tot, sie werden aussterben, ihre Tage sind gezñhlt, nicht mehr lange, dann ist es soweit und das Internet hat ihren Platz eingenommen, etc. zu lesen. Experten aus aller Welt und aus allen Bereichen haben zu diesem Thema eine Meinung und verkñnden diese fleilig. Die Printmedien hat es in den letzten Jahren hart getroffen, das ist unbestreitbar. Immer mehr potenzielle Leser, vor allem junge Leser, greifen nicht mehr auf die gedruckten Medien zurck, sondern bedienen sich zur Informationsbeschaffung den digitalen Medien - dem Internet. Zustzlich zu diesen oben genannten Grñnden fr die Auflagenrckgñnge fñhrte auch die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise zu weiteren Einbu'en im Printmedienbereich. In Zeiten des starken Wirtschaftsrckgangs wird bei den Unternehmen an allen Ecken und Kanten gespart. Und was lsst sich natrlich am leichtesten vor allen anderen...



**READ ONLINE**  
[ 1.54 MB ]

### Reviews

*This pdf is definitely not easy to get started on studying but quite entertaining to read through. I am quite late in start reading this one, but better then never. Once you begin to read the book, it is extremely difficult to leave it before concluding.*

-- **Ms. Fatima Erdman**

*The ebook is easy in read through easier to fully grasp. It is rally fascinating through reading through time. I am effortlessly can get a enjoyment of reading a written publication.*

-- **Kiarra Schultz III**