



Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage

Thomas Böxler

 **Download**

 **Online Lesen**

Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage

Thomas Böxler

 [Download Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren ...pdf](#)

 [Read Online Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktor ...pdf](#)

Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage

Thomas Böhler

Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage Thomas Böhler

Downloaden und kostenlos lesen Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage Thomas Böxler

94 Seiten

Kurzbeschreibung

Die Entstehung des Internets und die damit einhergehende Digitalisierung haben die Geschäftsmodelle vieler Branchen in Frage gestellt und die Unternehmen zum Umdenken in ihrer strategischen Ausrichtung gezwungen. Dabei haben einige Unternehmen das World Wide Web als Chance genutzt. Andere, die sich nicht auf die veränderten Rahmenbedingungen einstellen konnten oder wollten, sind an ihm gescheitert. Besonders hart trifft es die Verlage, deren Kerngeschäft in der Produktion, Bündelung und Distribution von Informationen liegt. Der Begriff „Zeitungssterben“ verdeutlicht die seit Jahren drastisch sinkenden Absätze von Printmedien, allen voran bei Zeitungen und Zeitschriften.

Das Internet ist zur beliebtesten Quelle für die schnelle und aktuelle Informationssuche geworden. Informationen sind im Netz nicht durch den starren Sendeplan von Rund- und Hörfunk beschränkt und durch mobile Endgeräte überall und jederzeit verfügbar. Der konsequente Umsatzrückgang im Printbereich sowie die steigende Nutzung mobiler Endgeräte erhöhen in jüngster Vergangenheit den Druck auf die Verlage, neue Einnahmequellen im Netz zu generieren. Die Antwort der Verlage, die zu einem aktuell diskutierten Thema der Medienindustrie avanciert ist, nennt sich Bezahlinhalte (Paid Content).

Die vorliegende Untersuchung leitet Erfolgsfaktoren ab, die für die Ausgestaltung eines Geschäftsmodells, das auf dem Verkauf von Bezahlinhalten an Endkunden aufbaut, konstitutiv sind. Zentraler Untersuchungsgegenstand ist dabei der Einfluss, welchen das veränderte Mediennutzungsverhalten auf ein solches Geschäftsmodell hat. Die Veränderungen in der Mediennutzung beziehen sich sowohl auf die Verbreitung neuer Technologien (mobile onlinefähige Endgeräte) als auch auf die Beteiligung und das kollaborative Verhalten der Mitglieder in sozialen Netzwerken. Dabei werden interdisziplinär Modelle und Erkenntnisse aus den Feldern der Medien- und Internetökonomie und der Kommunikationswissenschaft miteinander verknüpft. Hierbei wird großer Wert auf eine ganzheitliche und umfassende Sichtweise gelegt, sodass die behandelten Themen auch ein Grundlagenverständnis für Einsteiger bieten. Über den Autor und weitere Mitwirkende

Thomas Böxler, Jahrgang 1986; wurde in Wertheim am Main geboren. Sein Studium im Fachbereich Medienmanagement an der Mediadesign Fachhochschule in Düsseldorf schloss er 2011 mit dem akademischen Grad Bachelor of Arts ab. Bereits während des Studiums sammelte der Autor durch die Arbeit in Kommunikations- und Beratungsagenturen umfassende praktische Erfahrungen in der Medienbranche. Durch diese Einblicke lernte er die aktuellen Herausforderungen, denen Medienunternehmen im digitalen Zeitalter gegenüber stehen, kennen. Das Interesse an den sich durch technologische Innovationen immer rasanter verändernden Kommunikationsprozessen motivierte ihn, sich der Thematik des vorliegenden Buches zu widmen.

Download and Read Online Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage
Thomas Böxler #L4TV5CUYSEX

Lesen Sie Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler für
online ebookPaid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler
Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher,
Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen,
Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Paid Content im
Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler Bücher online zu lesen. Online
Paid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler ebook PDF
herunterladenPaid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler
DocPaid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler
MobipocketPaid Content im Web 2.0: Strategien und Erfolgsfaktoren für Printverlage von Thomas Böxler
EPub