

Studie zum Zeitschriftenmarkt

Das Internet zwingt Zeitschriftenverlage zu neuen Geschäftsmodellen, denn immer mehr Käufer wollen Zeitschriften – zumindest als Ergänzung zur Printausgabe – auch digital lesen. Die Vorlieben der Käufer hängen unter anderem von der nationalen Herkunft ab, der Preis für eine digitale Zeitschrift von der Art des digitalen Angebots. Die [Studie](#) von PWC "The medium ist the message – Outlook for Magazine Publishing in the Digital Age" untersucht den internationalen Zeitschriftenmarkt aus Sicht der Konsumenten, der Verlage und der Werbeagenturen und gibt einen Ausblick auf die Entwicklung in den kommenden fünf Jahren.