

Das Urteil II

# Unter Beschuss

Mediaplaner stellen die Werbeleistung der **FERNSEHSENDER** zunehmend in Frage. Ihre Kritik: Preissteigerungen bei gleichzeitigen Reichweitenverlusten. Die Mini-Sender steigen in der Gunst der Mediaexperten.

Wie bewerten Sie die aktuelle Preispolitik der TV-Sender?

Welche Unterschiede gibt es im Vergleich zu 2006?

Welche Konsequenzen hat das?

Georg Berzbach  
Managing Director Opera

## Leidmedium

Das bisherige Leitmedium könnte – zusätzlich angeheizt durch die Diskussion um die zukünftigen TV-Modelle – demnächst zum „Leidmedium“ werden.

## Unverständnis

Die kontinuierlich steigende Entkoppelung des Preises von der realen Leistung erzeugt Unverständnis. Auch 2008 wird die anhaltende Nachfrage überproportional durch die TV-Vermarkter kapitalisiert werden.

## Raus aus der Kostenfalle

Die Kunden werden noch intensiver nach Alternativen suchen, um der Kostenfalle TV zu entkommen. Hier können andere Mediagattungen punkten und sich in Position bringen.