

Sie befinden sich hier: > Home > Medien > Meldungen

Ressorts

- Unternehmen
- Agenturen

Medien

- Meldungen**
- Charts & Rankings
- Digital Business
- Kreation des Tages
- Schlagzeilen
- Termine
- Kreativ-Termine
- Karriere & Job

W&V Aktion

- Onlinequiz
- Markenquiz
- W&V Partyzone

Services

- E-Paper
- Spotbox
- Mobile
- Angebote im Überblick

Audio-Magazin

Wer Wo Was

Studiendatenbank

Specials

- Medientage
- Außenwerbung
- BAC 2008
- Cannes 2008
- Digital Marketing
- Archiv

Veranstaltungen

- W&V Forum
- W&V Mondschein Golf
- W&V Ski Opening
- Deutscher Mediatag
- Deutscher Mediapreis
- Kontakter Client Award
- MAKE08
- Meetnight 2008

Print Special Vorschau

- ▶ W&V 44: Handelsmarketing
- ▶ W&V 44: Männermedien
- ▶ W&V 45: Frauenzeitschriften
- ▶ W&V 46: Tourismusmarketing
- ▶ W&V 46: Baden-Württemberg
- ▶ W&V 47: Corporate Publishing
- ▶ W&V 48: Messen / Ausstellungen / Kongresse
- ▶ W&V 48: Hard- & Software
- ▶ W&V 49: Zeitschriftentrends

W&V Partner

MEDIEN

Studie: RTL hält deutschen TV-Markt über Wasser



Während die meisten TV-Anbieter in den fünf größten westeuropäischen Märkten der stürmischen Wirtschaftslage bisher gerade noch standhalten konnten, gehen die britischen Mediaanalysten von **Screen Digest** davon aus, dass das Schlimmste noch bevorsteht.

Die gute Nachricht ist: Trotz trüber Aussichten hat sich der deutsche TV-Werbemarkt den Forschern zu Folge noch über Wasser gehalten: Für 2008 wird ein Wachstum von 0,8 Prozent erwartet. Im kommenden Jahr sollen es immerhin 0,6

NEU! Mer losse den Umsatz in Kölle: RTL Deutschland profitiert von den Problemen bei der Konkurrenz.

Prozent werden, so Screen Digest.

Dies sei besonders auf "die überdurchschnittlich gute Performance der RTL Mediengruppe Deutschland" zurückzuführen. "Sie profitierte aus den Problemen von ProSiebenSat.1 und erreichte in der ersten Jahreshälfte ein Wachstum bei den TV-Werbbeeinnahmen von 3,8 Prozent und einen Rekord-Marktanteil von 45,8 Prozent", teilen die Briten mit.

Screen-Digest-Analyst Daniel Knapp zu Folge wird der deutsche TV-Werbemarkt weiterhin stabil bleiben und der Gesamtwerbemarkt im europäischen Vergleich besser dastehen, da das Wachstum in den vergangenen Jahren schwächer war als beispielsweise in Großbritannien oder Spanien. "Es gibt keine Werbeblase, die platzen kann. Daher wird ein Abschwung im Werbewachstum auch vergleichsweise schwächer ausfallen", so Knapp.

[veröffentlicht am 04.09.2008, 12:11 - ps]

[Drucken](#) [Empfehlen](#) [Kommentar](#)

Abo-Service

- [Print Abo](#)
- [E-Paper](#)
- [Spots/Booking](#)
- [Newsletter](#)
- [Mobile](#)

Neue Adressen und Telefonnummern ab **20. Oktober 2008**

W&V Spotbox



[Jetzt ansehen!](#)

Medientage München



[Jetzt ansehen!](#)

Thema der Woche

Krisenrezepte für Marketer



Unternehmensberatungen zeigen Wege aus der Budgetklemme.

W&V Eventreport

ARD-Programmtour




In der Freizeithalle gab es die Preview 2009.

Onlinemarketing Quiz



Backbone, Pls, Rectangle, Whitelist?



Hier klicken!

Aktuelle Ausgabe



Inhaltsverzeichnis

Jetzt abonnieren!

W&V Top-Themen

- Schaffhausen kündigt Umstrukturierungen an
- Die Gehalts-Trends der Branche
- Die Werbepläne der Top-Marken

W&V-Shop

Fachbücher für Sie ausgewählt.



W&V extra Employer Branding
nur 7,50€

► Jetzt bestellen

 [Zum Seitenanfang](#)