

29.11.2012 - 10:40 Uhr

## Werbebudget 2013: Print wird unwichtiger

Wien (ots) -

In Zeiten knapper Kassen haben Werbeeinnahmen für Medien eine besonders große Bedeutung. Unilever zählt zu den größten Werbern im deutschen Sprachraum. Manager Harald Melwisch bringt auf den Punkt, wo das Geld 2013 hinfließt und wie sich die Bedeutung von Print, TV, Radio, Online und Mobile verändert.

Weitere Beiträge der aktuellen Sendung ([www.mmflash.at/aktuelle-sendung/](http://www.mmflash.at/aktuelle-sendung/)):

Google startet Kampagne gegen Verlage

Der Suchmaschinen-Riese soll künftig für Textauszüge von Nachrichtenseiten zahlen. Doch der US-Konzern wehrt sich und mobilisiert die User.

<http://bit.ly/YrrMpQ>

Inserate nur für befreundete Medien

Frank Stronach will offenbar durch Inserate auf die Berichterstattung Einfluss nehmen. Das legt ein publik gewordenes internes E-Mail nahe.

<http://bit.ly/Y6mfWY>

Raiffeisen verkauft Epamedia

Die defizitäre Epamedia sollte die Bilanz 2012 nicht mehr trüben. Nun hat die Raiffeisen-Holding Wien-NÖ im Ausland einen Käufer gefunden.

<http://bit.ly/VeuqPb>

Haushaltsabgabe: Was ORF und VÖZ fordern

Wer soll von einer Haushaltsabgabe profitieren? Ein Gespräch mit ORF-Vertreter Martin Biedermann und Gerald Grünberger vom VÖZ.

<http://bit.ly/TtD3Da>

Die komplette Sendung finden Sie unter: [www.mmflash.at/aktuelle-sendung/](http://www.mmflash.at/aktuelle-sendung/)

Pressekontakt:

Bernhard Morawetz  
MedienManager  
Leitung MM flash  
Tel.: +43/1/405 36 10-47  
Mobil +43/676/954 95 04  
Fax +43/1/405 36 10-27  
E-Mail [bm@albatros-media.at](mailto:bm@albatros-media.at)

Original-Content von: Albatros Media GmbH, übermittelt durch news aktuell  
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/102999/2373120> abgerufen werden.