

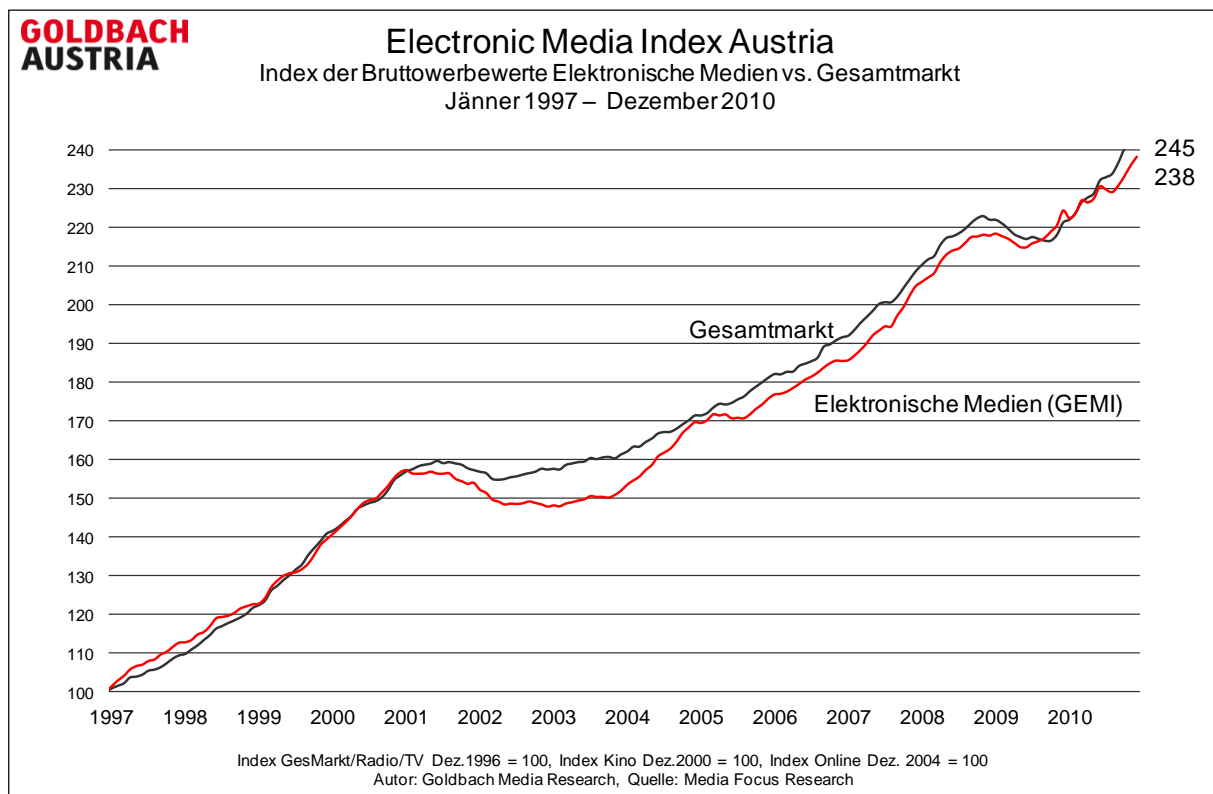
MEDIENMITTEILUNG

GEMI Austria Dezember 2010

2 Punkte für GEMI, 5 Punkte für Online Index

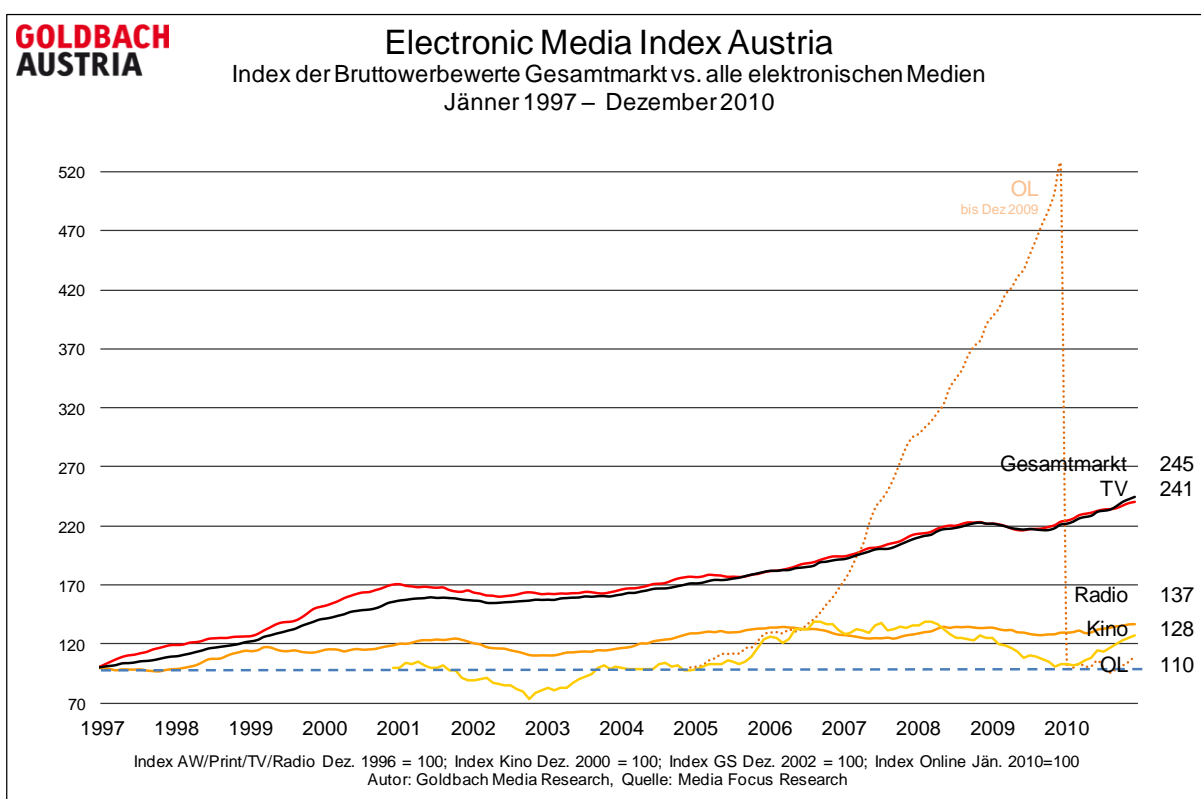
Wien, 1. Februar 2011. Der GEMI Austria, der von Goldbach Austria monatlich ermittelte Index für Werbeausgaben in elektronischen Medien, gewinnt im Dezember 2 Punkte dazu – ebenso viel wie der Gesamtmarkt. Der Online Index steigt um 5 Punkte.

Der GEMI Austria gewinnt 2 Indexpunkte dazu und liegt mit dem aktuellen Stand von 238 weiterhin sieben Punkte hinter dem alle klassischen Medien umfassenden Gesamtmarktindex (245), der im selben Zeitraum ebenfalls um zwei Punkte wächst. Die dargestellten Dezemberwerte entsprechen zugleich auch den Jahresindizes für 2010.



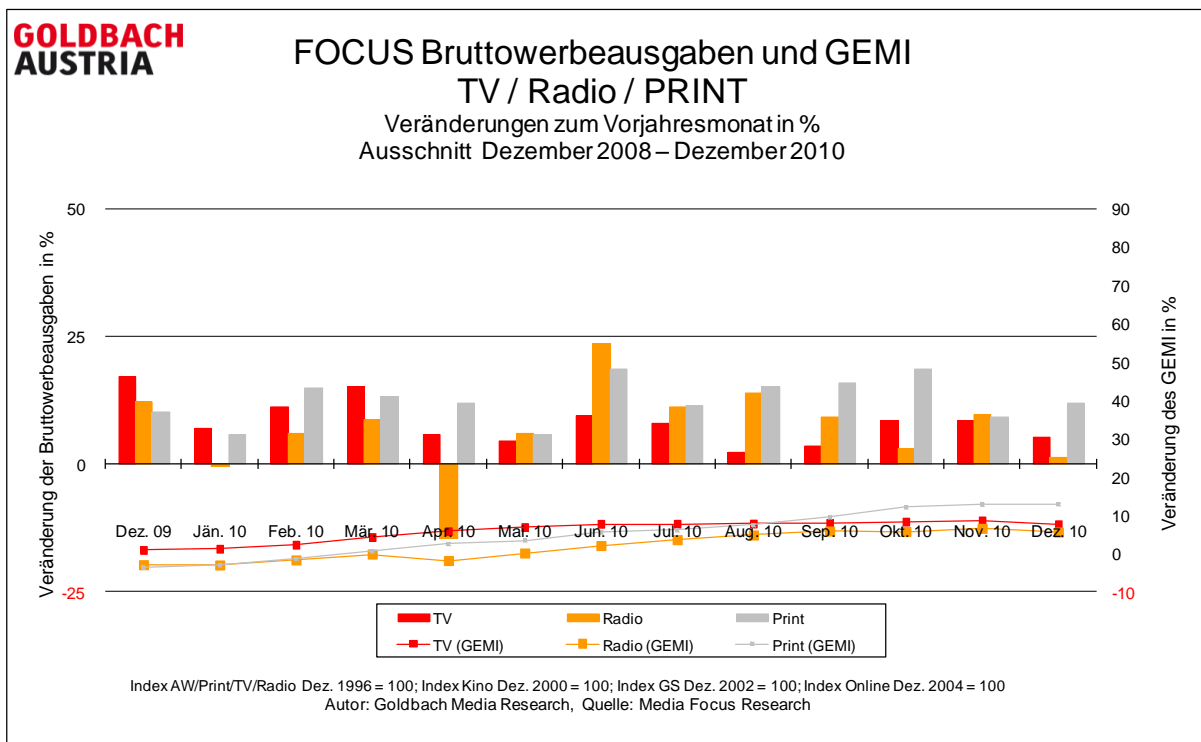
In der Detailbetrachtung gewinnt der Online Index am Ende des Jahres 5 Punkte dazu und kann seinen Wert auf 110 steigern. TV gewinnt einen Punkt (241), Kino (128) gewinnt 3 Punkte und Radio stagniert bei seinem Index von 137.

Auch bei den nicht-elektronischen Medien gibt es Zugewinne: der Print Index (230) wächst im Dezember um 2 und die Gelben Seiten (256) um 5 Punkte. Einzig Außenwerbung verliert im Dezember 4 Punkte und hält bei 228.

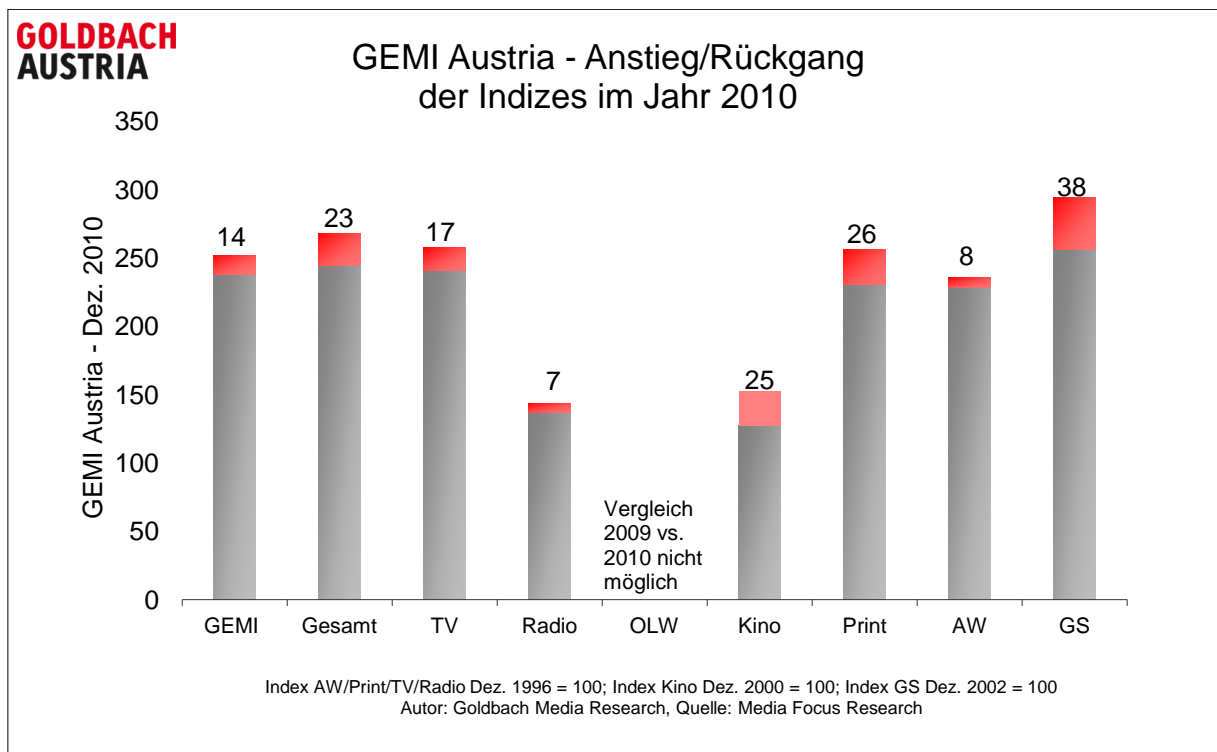


Im Dezember 2010 im Vergleich zu Dezember 2009 gewinnt TV +5,2% laut FOCUS und +7,5% laut langfristig zu betrachtendem Goldbach Index. Die Indexveränderung weist für Radio im Dezember ein Plus von +5,5% aus, der Vergleichswert laut FOCUS-Bruttowerbeausgaben liegt bei +1,4%. Bei Online liegt die Veränderung laut Goldbach Index bei +10,6%, laut FOCUS bei +10,3% und Print ändert sich +12,8% laut Goldbach Index versus +12,1% laut direkten FOCUS Ausgaben. Die Unterschiede ergeben sich aus den differenzierten Betrachtungsweisen: monatliche Schwankungen werden in den auf langfristiger Basis indizierten Auswertungen (GEMI) auf den Jahresschnitt verteilt

und damit weniger sprunghaft dargestellt als bei den FOCUS Werten, die diese Veränderungen unmittelbar abbilden.



Die für Dezember errechneten Werte entsprechen den Jahreswerten 2010 aller Indizes. Die unten gezeigte Abbildung gibt noch einmal einen Überblick über die Zugewinne der einzelnen Medien im Jahr 2010. Der GEMI wuchs um 14 Punkte (zum Vergleich 2009: +6 Punkte), TV um 17 Punkte (2009: +2 Punkte) und der Gesamtmarktindex sogar um 23 Punkte (2009: -1 Punkt). Online ist aufgrund der geänderten Erhebungsmethode nicht mit 2009 vergleichbar.



Goldbach Electronic Media Index Austria (GEMI Austria)

Der von Goldbach Austria initiierte Index für Brutto-Werbependings und Werbedruck im Gesamtmarkt und den elektronischen Medien in Österreich basiert zu 100% auf den monatlich erfassten Media FOCUS Research-Daten. Der GEMI Austria informiert über die indexierte Entwicklung der elektronischen Medien gesamt und einzeln im Vergleich zum Gesamtmarkt seit 1996. In einem zweistufigen Verfahren wird die monatliche Saisonalität aus den Zeitreihen herausgefiltert. Weiters wird die prozentuelle Steigerung der einzelnen Medien anhand der von Goldbach Austria berechneten Indizes im Vergleich zu den Bruttowerbeumsätzen nach FOCUS im jeweiligen Vergleichszeitraum des Vorjahresmonates dargestellt. Relevante Schwerpunktthemen werden in regelmäßigen Abständen gesondert aufgezeigt und diskutiert.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an

Katharina Simonis | katharina.simonis@goldbachmedia.at | Tel.: +43 1 370 88 08 – 745

oder

Birgit Maier | birgit.maier@goldbachaustria.at | Tel.: +43 1 370 88 08 – 540

Goldbach Austria GmbH mit Sitz in Wien ist eine Subholding der Schweizer Goldbach Group AG und umfasst mit Goldbach Audience und Goldbach Media zwei eigenständige Online- und Offline- Vermarktungsgesellschaften. Zu ihrem Aufgabenbereich zählt die Steuerung der Gruppe in Österreich, die Bereitstellung administrativer Dienstleistungen für die operativen Tochtergesellschaften, die Planung und Koordination von Marketingaktivitäten, sowie die regelmäßige Publikation des Goldbach Electronic Media Index (GEMI Austria).

Goldbach Audience Austria vermarktet Internet Werbeflächen, Response Services sowie Mobile Advertising Produkte und steht für innovative und umfassende Lösungen im Bereich Online Marketing. Das Portfolio in Österreich beinhaltet Sites wie ATV, Cineplexx, Seitenblicke, Motorline, Netlog, Heute, XING und Wirtschaftsblatt. International gehören Werbeträger wie ViaMichelin und AutoScout24 zum Vermarktungsnetzwerk. Durch die Anbindung an die Goldbach Group (Goldbach Adriatic, ARBOMedia, Adconion Group) ist der Aktionsradius von Goldbach Audience auf internationale – mit Schwerpunkt Osteuropäische – Märkte ausgedehnt.

Goldbach Media Austria vermarktet die Jugend TV-Sender VIVA Austria, Nickelodeon Austria und COMEDY CENTRAL Austria und vermittelt Werbeschaltungen auf diversen Teletextseiten. Darüber hinaus bietet Goldbach Media individuelle Crossmedia-Packages an, produziert eigene TV-Formate (VIVA pur) und tritt als Co-Veranstalter von Musik- und Jugendevents auf (MTV Bühne Donauinselfest, Nickelodeon Spieltag). Im Rahmen der Unit „crossfactory“ beschäftigt sich das Unternehmen auch mit der Kreation und Umsetzung von crossmedialen Kampagnen.

www.goldbachaudience.at
www.goldbachmedia.at
www.goldbachaustria.at