

## **Medienmitteilung**

### **COMEDY CENTRAL ÖSTERREICH START ÜBERTRIFFT ERWARTUNGEN**

#### **Marktanteil bis zu 6% in der Zielgruppe E 12-49**

Nach dem gelungenen Start des Österreich-Werbefensters mit 1. Jänner 2011 kann COMEDY CENTRAL in der KW 3 bereits einen durchschnittlichen Marktanteil von 0,75%\* in der Zielgruppe E 12-49 in Österreich vorweisen. Der entsprechende CPP (Brutto 30") liegt bei knapp unter Euro 650,- über alle 3 Wochen.

„Mit einer TKP-Garantie von 10 Euro ist TV-Werbung auf COMEDY CENTRAL so effizient wie nirgendwo sonst und ermutigt die Werbewirtschaft zur Berücksichtigung dieses neuen Werbeträgers“, argumentiert Josef Almer, Sales Director des Österreich-Vermarkters Goldbach Media.

In der Hitliste der Top Sendungen in diesem Zeitraum liegt 'Seinfeld' mit einem durchschnittlichen Marktanteil in der ZG E 12-49 von 1%\*\* an der Spitze, dicht gefolgt von 'Dharma & Greg', 'New Kids', 'Die Comedy Falle' und 'Friends' mit je 0,9%\*\*.

Den Rekord-Marktanteil erzielte die 'Friends-Folge' am 23.1. mit 6%\*\*\* in der entsprechenden Altersgruppe.

Das COMEDY CENTRAL Publikum der ersten drei Wochen war hinsichtlich des Geschlechts der Zuschauer ausgeglichen (49% Frauen, 51% Männer). Die meisten Zuschauer konnten in der Altersgruppe 20-29 angesprochen werden (23%).\*\*

**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 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.

**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.

[www.goldbachaustria.at](http://www.goldbachaustria.at)

[www.goldbachaudience.at](http://www.goldbachaudience.at)

[www.goldbachmedia.at](http://www.goldbachmedia.at)

**Pressekontakt:**

Julia Köberl | Pr unit

Tel.: 01 36 91 264

Email: [julia.koeberl@pr-unit.at](mailto:julia.koeberl@pr-unit.at)

\* Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting, Fernsehpanel, alle Ebenen, Österreich gesamt, MA%, Mo-So, 20:15-0300h, KW03 2011, Daten tw. vorläufig gewichtet

\*\* Quelle: AGTT / GfK: TELETEST, alle Ebenen, Österreich gesamt, Erw.12-49, 20:15-03.00, Top Ten Zsfg. je Sdg. abst. sortiert nach MA%, 01.01.-23.01.2011, Daten tw. vorläufig gewichtet

\*\*\* Quelle: AGTT / GfK: TELETEST, alle Ebenen, Österreich gesamt, Erw.12-49, 20:15-03.00, MA%, 23.01.2011, Daten tw. vorläufig gewichtet