

Medienmitteilung

NICKELODEON und COMEDY CENTRAL mit Rekord-Marktanteilen in Österreich

Wien, 1.6.2011.

Mit einem Marktanteil von 0,8%* bei den 12-49jährigen - an Spitzentagen konnte sogar ein Marktanteil von 1,7%* erzielt werden - war der Mai der bisher beste Monat für COMEDY CENTRAL seit Sendestart im Jänner 2011.

Auch das Programm des Kindersenders NICKELODEON, das auf dem gleichen Kanal wie COMEDY CENTRAL jeweils bis 20:15 Uhr ausgestrahlt wird, fand bei seiner Zielgruppe, den 3 bis 13jährigen, im Mai großen Anklang. Hier wurde ein Marktanteil von 12%* und somit der beste Monat dieses Jahres erreicht. Am stärksten Tag des Monats betrug der Marktanteil sogar 21,5%*.

Besonders auffällig ist auch der Zuwachs der erwachsenen Zuseher bei NICKELODEON. Bei den Erwachsenen ist NICKELODEON mit einem Marktanteil von 1,5%* nahe dem Vergleichswert von Mitbewerber Super RTL (1,69%*).

Beliebteste NICKELODEON Serie bei den Kindern (3-13 Jahre) im Mai war HIGHSCHOOL HALLELUJA, in der ein Engel in Ausbildung einem vom Pech verfolgten Teenager hilft, beliebt zu werden, dicht gefolgt von der NICKELODEON eigenproduzierten Zeichentrick Fantasy-Serie AVATAR DER HERR DER ELEMENTE. Am meisten Erwachsene (12-49jährige) lockte der Kindersender im Mai mit der computeranimierten Serie JIMMY NEUTRON vor den Fernseher.

Beliebteste Serie des COMEDY CENTRAL Programms im Mai war MY NAME IST EARL, die US-amerikanische Comedy-Serie rund um den Kleinkriminellen Earl, der nach einem Unfall an das Karma zu glauben beginnt und im Verlauf der Serie all seine schlechten Taten rückgängig zu machen versucht.

*Quelle: AGTT / GfK TELETEST, alle Ebenen, Österreich gesamt, Nickelodeon: Ki 3-13, 06:00-20:15, COMEDY CENTRAL: E 12-49 20:15-03:00, Nick.Erw.: E 12-49, 15:00-20:15; Top Shows: Zsfg. mind. 3 Ausstrahlungen abst. sortiert nach MA%, 01.-31.05.2011, Daten tw. vorl. gew.

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 Qype 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 (z.B. Nickelodeon Spieltag). Im Rahmen der Unit „crossfactory“ beschäftigt sich das Unternehmen auch mit der Kreation und Umsetzung von crossmedialen Kampagnen. Ab 2011 wird der „Goldbach Youngstar Award“ an die jugendlichste Marke der Zielgruppe 14-29 verliehen.

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

Pressekontakt:

Julia Köberl | Pr unit

Tel.: 01 36 91 264

Email: julia.koeberl@pr-unit.at