

19.06.2007 - 16:19 Uhr

EMS Studie 2007: Eurosport bleibt Leitmedium der Topverdiener in Europa*München (ots) -*

Eurosport bleibt weiter das Leitmedium der Topverdiener in Europa. Die neueste Ausgabe der European Marketing Survey (EMS) bestätigt einmal mehr die Marktführerschaft von Eurosport bei den internationalen Medien: Zum zwölften Mal in Folge ist Eurosport der meist gesehene Sender bei den 20 Prozent der Europäer, die über das höchste Nettoeinkommen verfügen. Demnach erreicht Eurosport 4,2 Mio. Zuschauer aus der EMS-Zielgruppe der Bestverdiener täglich (entspricht 11% der Grundgesamtheit) und 12,3 Mio. wöchentlich (31%).

Eurosport liegt laut EMS-Studie auch in den besonders elitären Zielgruppen vorne: So erreicht Eurosport wöchentlich 35% der Top 3% der Bestverdiener und 34% der Top 5%. Komplettiert wird die Marktführerschaft durch die wachsende Verbreitung von Eurosport 2, die täglich 350.000 Zuschauer mehr für Eurosport generiert.

Die aktuelle Studie beweist einmal mehr, dass Sport auch künftig das beste Umfeld ist, um die europäische Business-Elite zu erreichen. Auf dem Weg zu den Olympischen Spielen in Peking 2008 und der UEFA EURO 2008 will Eurosport mit ausführlichen Live-Übertragungen der Leichtathletik WM in Osaka (JAP), der letzten Qualifikationsspiele zur UEFA EURO 2008, von drei Tennis Grand Slams, des Moto GP und weiterer Topereignisse seine Reichweiten in den werberelevanten Zielgruppen weiter ausbauen.

EMS 2007 - Kennzahlen

Top 20% Zuschauer nach Haushaltseinkommen:

Reichweite / Woche:

1. Eurosport: 31.3%
2. MTV: 27.8%
3. Discovery Channel: 18.4%
4. Euronews: 18.0%
5. CNN International: 17.5%
6. Sky News: 15.3%
7. National Geographic Channel: 14.7%
8. BBC World: 11.6%
9. TV5 Monde: 7.2%
10. CNBC: 6.7%
11. Travel Channel: 6.7%
12. Bloomberg TV: 6.1%

Pressekontakt:

Pressekontakt:

EUROSPORT Presse

Heike Gruner (hgruner@eurosport.com)

Tel: +49 89 958 29 210

Alle Pressemitteilungen und Bilder zum Download online.

www.eurosportpress.de