

23.07.2008 - 11:03 Uhr

EMS-Studie bestätigt: Eurosport ist seit 1995 Leitmedium der Topverdiener in Europa / Eurosport 2 laut EMS schnellstwachsender paneuropäischer TV Sender

München (ots) -

Die neueste Befragungswelle der European Marketing Survey (EMS) bestätigt erneut die Marktführerschaft von Eurosport unter den internationalen TV-Medien: Eurosport ist weiterhin der meist gesehene paneuropäische TV Sender und steht seit 13 Jahren konkurrenzlos an der Spitze. Im zurückliegenden Jahr erreichte Eurosport seine höchste Entwicklung im Jahresvergleich: +3 Prozent auf 47,7 Prozent in der monatlichen Reichweite und +2 Prozent auf 32,0 Prozent in der wöchentlichen Reichweite bei den Top 20 Prozent der Europäer, die über das höchste Nettoeinkommen verfügen. Damit liegt der führende paneuropäische TV Sender der Eurosport Gruppe und Spezialist in LIVE Sport* deutlich vor den Mitbewerbern aus den Sparten Nachrichten, Musik, Wirtschaft, Dokumentationen oder Reisen.

Eurosport 2, der TV Sender der neuen Generation, wird erst seit zwei Jahren von EMS gemessen und kommt in diesem Jahr auf ein beeindruckendes Wachstum von +12 Prozent im Jahresvergleich der wöchentlichen Reichweite.

Die EMS-Daten zeigen einmal mehr, dass Sport auch künftig das beste Umfeld ist, um effizient die europäische Business-Elite zu erreichen. Eurosport ist Marktführer, egal ob man die wöchentliche, monatliche oder jährliche Reichweite als Grundlage nimmt.

EMS Sommer 2008 - Kennzahlen

Top 20% Zuschauer nach Haushaltseinkommen:

Reichweite / Woche:

1. Eurosport 32,0%
2. MTV 26,0%
3. Arte 25,0%
4. Discovery Channel 19,0%
5. Euronews 18,0%
6. CNN International 17,0%
7. Sky News 16,0%
8. National Geographic Channel 15,0%
9. BBC World 12,0%
10. TV5 7,1%
11. CNBC 6,6%
12. Travel Channel 6,5%
13. Bloomberg 6,4%
14. Eurosport 2 6,1%
15. Discovery Travel & Living 3,5%

Quelle: 2008 EMS Summer Survey

"Sport, vor allem live, hält Zuschauer teilweise stundenlang gespannt vor den TV-Bildschirmen bis die Entscheidung gefallen ist. Sport ist nicht nur großes Entertainment, sondern berührt einen auch emotional, und deshalb sind Sportfans eine treue und engagierte Zielgruppe. Eurosport bindet seine Zuschauer mit Sport das ganze Jahr über an den Sender", erklärt Jacques Raynaud, Vizepräsident der Eurosport Gruppe, den Erfolg.

Laurent-Eric Le Lay, Präsident der Eurosport Gruppe ergänzt: "Mit den Topevents des Sportjahres 2008 werden wir die Reichweiten in den werberelevanten Zielgruppen weiter ausbauen. Neue Technologien verändern auch die Wahrnehmung von Sportmedien und eröffnen neue Möglichkeiten. Wir stellen uns dieser Chance und beabsichtigen, auch

in Zukunft an der Spitze zu bleiben."

* Eurosport sendet mehr als 50% seines Programms LIVE.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Eurosport

Heike Gruner (hgruner@eurosport.com)

Tel: +49 89 958 29 210

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001977/100566322> abgerufen werden.