

Bauer sucht Frau: Erfolg hält an

Kurz vor dem Finale der Staffel 14 bleibt das Zuschauerinteresse ungebrochen.



Arabella Kiesbauer mit den Kandidatinnen und Kandidaten der Kuppel-Show.

WIEN. 228.000 Seher im Schnitt und bis zu 246.000 Österreicher in der Spitze konnte Arabella Kiesbauer vorgestern mit der vorletzten Folge von „Bauer sucht Frau“ erreichen.

Sowohl in der Gesamtheit der Seher über 12 Jahre, als auch in der Hauptzielgruppe der 12- bis 49-Jährigen war ATV in der Primetime (20:15–22:00 Uhr) führender Privatsender. Die Marktanteile der Sendung lagen bei den 12- bis 49-Jährigen bei 10,8%, bei den 12- bis 29-Jährigen bei 10%.

Generell läuft die aktuelle Staffel 14. Staffel sehr gut: Durchschnittlich 237.000 Seher verfolgen die Sendung Mittwoch für Mittwoch, der Staffelmarktanteil bei den 12- bis 49-Jährigen liegt aktuell bei 10,6%. Gegenüber der letzten Staffel bedeutet dies eine Steigerung von 25.000 Sehern in der Reichweite sowie ein Plus von zwei Prozentpunkten bei den Marktanteilen. (red)

KARRIERE



© Christina Häusler

Leonara Skala

currycom

Leonara Skala erweitert als Consultant das Team der Wiener Kommunikationsagentur currycom communications. Bei currycom setzt sie ihr Know-how ab sofort für Kunden wie Dreh und Trink, Häagen-Dazs, Dubai Tourism und McDonald's Österreich ein.

Wie der Laden läuft

Mit der niederösterreichischen Aktiv Ladenbau GmbH hat der SK Rapid einen besonders dynamischen und innovativen Partner gefunden.

LANZENKIRCHEN. Dynamik pur in Sachen Messe- und Ladenbau wie auch in Lagertechnik, topmoderner Tischlerei und Metallverarbeitung bis hin zum entsprechend umfangreichen Service: „Wir sind zwar noch ein junges Unternehmen, können aber auf ein eingespieltes Team zurückgreifen, das sich durch Kompetenz, Kreativität, Weitsicht, Vielfalt und hohe Flexibilität von der Fertigung bis zur Montage auszeichnet“, garantiert Wolfgang Noitz, Geschäftsführer der Aktiv Ladenbau GmbH.

„Unsere Spezialität ist die Ausstattung großer Einzelhandelsketten, die Gestaltung von

Geschäftslokalen für Filialisten und die Errichtung von Lageranlagen. Da wir in unseren eigenen Hallen produzieren, können wir kürzere Lieferzeiten, eine flexiblere Produktpalette und ein ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis offerieren!“

Business mit Emotion

Die Aktiv Ladenbau GmbH und der SK Rapid Wien haben somit eine Menge positiver Aspekte miteinander gemeinsam, denn wer denkt beim Noitz-Versprechen „Unsere Leistungen sind so individuell wie die Ideen unserer Kunden“ nicht (auch) an Schwab, „Schobi“, Bolingoli & Co.?

Das Team rund um Wolfgang Noitz ist seit etwa zwei Jahren Partner beim SK Rapid Business Club und hat damit bereits beste Erfahrungen gemacht. „Das ist für uns eine ganz hervorragende

Möglichkeit, zahlreiche sehr interessante Leute kennenzulernen, unsere Netzwerke auszubauen und letztlich neues Geschäft anzubahnen und in die Realität umzusetzen!“

Wie beim ureigensten Business befürwortet Noitz das Nachhaltigkeitsprinzip beim SK Rapid: „Auch wenn die sportlichen Erfolge vorübergehend nicht überragend sein sollten, kann man mit konsequenter Arbeit und guten Ideen alle Ziele erreichen!“



© Gregor Turecek

Wolfgang Noitz, Geschäftsführer bei der Aktiv Ladenbau GmbH.

SK RAPID BUSINESS CLUB