



© Franz Gieß

Mit der Dreierkombi TV, Print und Online zeigt sich die NÖN-Mediengruppe in Niederösterreich attraktiv für Werber.

NÖN starten im TV

Lokalnachrichten aus Niederösterreich werden künftig von der NÖN Mediengruppe auch für TV aufbereitet.

ST. PÖLTEN. Mit dem Markennamen NÖN N1-TV steigt die NÖN-Mediengruppe in den TV-Markt ein.

Der bisher am Markt agierende Privatsender Niederösterreich 1 (N1-TV) mit den weiteren Fernsehsendern Schwechat-TV (SW1) und RT24 wird in die NÖN Medienwelt eingegliedert. Geschäftsführer Michael Ausserer: „NÖN N1-TV ist mit sei-

nen Schwestersendern SW1 und RT24 der reichweitenstärkste niederösterreichische Privatsender. Er ist via Kabel und im Verbund mit R9 Regionalfernsehen auch via Satellit in ganz Niederösterreich und darüber hinaus empfangbar. Wir werden diese guten Reichweiten mit der redaktionellen Stärke der NÖN verbinden und weitere Synergien schaffen und unseren Kunden

und Partnern ein höchst interessantes Werbeumfeld bieten können.“

Im Verbund mit R9 steigt die NÖN zudem in die österreichweite überregionale TV-Vermarktung ein, die die NÖN-Medienmarke für nationale Werbekunden relevanter machen soll. NÖN N1-TV produziert ein regionales niederösterreichisches Fernsehprogramm

aus den Bereichen Gesellschaft, Politik, Kultur und Sport im Rahmen einer mindestens einstündigen Wochenausgabe mit 24-stündiger Wiederholung.

NÖN N1-TV wird im gesamten Kabelnetz der Kabelplus GmbH in Niederösterreich und im niederösterreichischen Netz der UPC/Telekabel Wien ausgestrahlt.

In der Mediathek abrufbar

Die Highlights des regionalen Programms aus den Bereichen Gesellschaft, Politik, Kultur und Sport sind auch in der NÖN-N1-Mediathek abrufbar. Die Kombination aus TV, Online und Print macht die NÖN zur attraktiven Medienmarke in Niederösterreich.

Über 400.000 TV-Haushalte in Niederösterreich, rund 416.000 Printleserinnen und -leser und 1.099.036 Unique User sowie 1.450.000 Unique Clients können künftig auf die Inhalte des Medienhauses zugreifen.

Der Sendestart wurde kürzlich, am 10. November im Rahmen eines feierlichen Events in der Landeshauptstadt St. Pölten gefeiert, an dem zahlreiche Prominente und Partner aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien aus ganz Niederösterreich teilgenommen haben. (red)

Personalrochade bei Sky

News zu Neal O'Rourke und Michael Radelsberger.

WIEN/UNTERFÖHRING. Neal O'Rourke wird Chief Consumer Officer von Sky Deutschland und Michael Radelsberger steuert künftig das Österreich-Business als stellvertretender Geschäftsführer.

O'Rourke wird seinen bisherigen Verantwortungsbereich ausweiten und zusätzlich zu seiner Rolle als Managing Director von Sky Österreich die Leitung

des Consumer-Bereichs von Sky Deutschland übernehmen.

Als Chief Consumer Officer ist der gebürtige Ire für die gesamte Consumer-Strategie in der DACH-Region zuständig. Gleichzeitig wird Michael Radelsberger, Vice President Commercial bei Sky Österreich, seine bisherige Rolle ausbauen und als stv. Geschäftsführer das Österreich-Geschäft lokal unterstützen. (red)



© Thomas Lerch

Neal O'Rourke wird auch Chief Consumer Officer von Sky Deutschland.