

Kontakt
iMusic TV GmbH
Public Relations
presse@im1.info

Frankfurt, 13. Januar 2012

iMusic1 mit erweitertem Programm für Zuschauer und Werbekunden

Musik-TV-Sender verzichtet ab sofort auf seine Teleshopping-Fenster/Programmangebot deutlich ausgebaut/Vereinfachte Tarifstruktur ohne saisonale Zuschläge

Frankfurt am Main, 13. Januar 2012 – iMusic1 baut seine Qualitätsoffensive in 2012 weiter aus und nimmt seine Teleshopping-Fenster aus dem Programm. Damit bietet der Musik-TV-Sender seinen Zuschauern ab sofort noch mehr „puren“ Musikgenuss.

Teleshopping-Fenster sind Werbeformate, die gemäß § 45 des RStV eine Mindestdauer von 15 Minuten haben. Durch den Wegfall der Teleshopping-Fenster vergrößert sich das Programmangebot von iMusic1 nun um zusätzlich vier Stunden pro Tag. So strahlt iMusic1 jetzt die beliebtesten Clipstrecken mehrfach täglich aus und integriert verstärkt redaktionelle Formate wie zum Beispiel *Mixery on Stage*, *Tekknissimo*, *Dynamit!*, *Desperados Stagedive*, *Nachtfahrt TV*, *Nightlive4x*, *Street Soul*, *Kuno's* und *KinoNews TV*. Für den Zuschauer bedeutet das ein größeres und besseres Programm, die Werbekunden profitieren von den optimierten Programmumfeldern.

Gleichzeitig hat iMusic1 auch seine Preisstruktur überarbeitet und vereinfacht: Statt bisher elf wird es zukünftig nur noch fünf Tarifgruppen ohne saisonale Zuschläge geben. Die aktuellen Mediadata sind unter www.im1.info abrufbar.

„Mit dem Verzicht auf die Teleshopping-Fenster setzen wir unseren Weg der Qualitätsoffensive konsequent fort. Unser Ziel ist es, den Zuschauern ein abwechslungsreiches Musik-Programm ohne längere Werbeunterbrechungen zu bieten. Durch die vereinfachte Tarifstruktur erhöhen wir zudem die Attraktivität des Senders bei den klassischen Werbekunden“, so Gerhard Fischer, Chief Operating Officer von iMusic TV.

Über iMusic TV GmbH

Die iMusic TV GmbH ist Betreiberin des frei empfangbaren digitalen TV-Senders iMusic1. iMusic1 ist der führende Musik-TV-Kanal der digitalen Sendergeneration. Gegründet 2006 mit Sitz in Frankfurt am Main strahlt iMusic1 24 Stunden am Tag „pure music TV“ aus, wobei es neben Hits und Newcomer-Tipps der Redaktion besondere Themenschwerpunkte in den Bereichen Dance/Elektro, Rock/Metal und HipHop/Soul in der Primetime gibt. Der Sender ist bundesweit empfangbar via Satellit (ASTRA digital, Eutelsat), Kabel digital (Unitymedia, Kabel BW und Tele Columbus sowie diverse lokale Netze), IPTV-Netze von Entertain und Vodafone TV, Web-TV von Zattoo.de sowie DVB-T in Berlin, dem Rhein-Main-Neckar-Gebiet und künftig in weiteren großen Ballungsräumen. Die Kernzielgruppe ist zwischen 20 bis 39 Jahre alt. Das stetig wachsende Empfangspotential, dokumentiert durch die AGF/GfK Fernsehforschung, wies zuletzt 10,40 Millionen Digital-Haushalte aus (Stand: 01.01.2012).