

# Presse / 2004 / Schlafmangel macht sich mit Spitzenquote bezahlt

Die neue Reality-Comedy-Show "Elton vs. Simon" feiert einen sensationellen Einstieg in der späten Abendunterhaltung. Insgesamt 1,3 Millionen Zuschauer verfolgten den ersten aberwitzigen Wettstreit zwischen Elton und Simon Gosejohann.

Köln.

Die neue Reality-Comedy-Show "Elton vs. Simon" feiert einen sensationellen Einstieg in der späten Abendunterhaltung. Insgesamt 1,3 Millionen Zuschauer verfolgten den ersten aberwitzigen Wettstreit zwischen Elton und Simon Gosejohann.

Schmach und Demütigung für den Verlierer, Ruhm und Ehre für den Gewinner - so das Credo der Sendung "Elton vs. Simon". Dies scheint genau nach dem Geschmack der Zuschauer zu sein, erzielte doch der spaßige Wettkampf von Elton und Simon Gosejohann in der werberelevanten Zielgruppe (Zuschauer 14 bis 49 Jahre) sage und schreibe 18,0 Prozent Marktanteil. Vor allem in der Zielgruppe der jungen Zuschauer (14 bis 29 Jahre) traf "Elton vs. Simon" mit 35,9 Prozent Marktanteil genau den Geschmack des Publikums.

Inzwischen feilen der Ex-Raab-Praktikant und Kollege Gosejohann bereits an ihrem nächsten abgedrehten Zweikampf. Schließlich sollte es eine Revanche für letzteren geben, der nach fast drei Tagen des Wachbleibens doch als erstes eingenickt ist.

Basis: alle Fernsehhaushalte Deutschlands(integriertes Fernsehpanel D + EU)

Quelle: AGF / GfK Fernsehforschung / pc#tv aktuell / SevenOne Media Marketing & Research

Erstellt: 04.06.2004 (vorläufig gewichtet: 04.06.2004)