

Das schaffen sie mit dem Fernsehsender nicht, diese Regionalität auf nationaler Ebene anzubieten. Das ist unsere Nische und deswegen schauen uns auch die Leute. Wir setzen seit dem Sendestart vor fast acht Jahren auf Regionalität, sind nah bei den Menschen und möchten dadurch eine entsprechende Sympathie aufbauen. Wir leben Regionalität, und das honorieren die Zuseher und auch die Salzburger Wirtschaft.

medianet: Wie viel Programm produzieren Sie pro Woche?

Aichinger: Wir produzieren zweieinhalb Stunden und haben Montag bis Freitag um 18:30 Uhr eine neue Sendung wie zum Beispiel eine Sportsendung, das Salzburgmagazin, Thementalks und Themenschwerpunkte.

”

Wir spüren vorrangig, dass Regionalität und Heimatgefühl für die Menschen wieder an Bedeutung gewinnt.

Josef Aichinger
Geschäftsführer RTS

“

medianet: Sie produzieren und vermarkten selbst und kümmern sich auch um die Werbung?

Aichinger: Wir machen ca. 97 Prozent unserer Produktionen selbst und kaufen im Kinoformat Füller dazu. Für die Werbung haben wir ein fünfköpfiges Verkaufsteam; wir könnten noch wesentlich mehr erzielen, aber dadurch erhöht man auch den Druck. Bei diesem „größer, wei-



© RTS

ter, schneller' möchte ich nicht mitmachen. Ich glaube, man kann auch ruhig einmal sagen, uns geht es gut, wir brauchen das nicht mehr.

medianet: Welches Sendegebiet umfassen Sie, mit welchen Distributionskanälen?

Aichinger: Wir strahlen in allen Kabelnetzen im gesamten Bundesland Salzburg aus, mit der Salzburg AG erreichen wir 130.000 Haushalte. Darüber hinaus verbreiten wir noch mit A1 TV, und zwei Stunden am Tag wird unser Programm auch via Satellit auf dem nationalen Regionalsenderverband R9 ausgestrahlt; davon profitieren wir sehr, da wir dadurch im gesamten Bundesgebiet gesehen werden können.

medianet: Wie viele Angestellte haben Sie im Moment?

Aichinger: Wir haben zwölf fixe Angestellte und neun freiberufliche Mitarbeiter. Viele sind von Anfang an dabei, und auch neuere Kollegen möchten bleiben. Unsere Philosophie fußt auf Wertschätzung, Herzlichkeit und Respekt und so wollen wir auch unseren Kunden begegnen. Geld ist nicht alles, man muss auch Spaß haben.

medianet: Viele behaupten, Kleinst- und Regional-TV sei ein brotloses Geschäft. Sie scheinen ein guter Gegenbeweis zu sein – wie kommt das?

Aichinger: Wir hatten Glück mit der Digitalisierung. Vor 25 Jahren haben eine Kamera und ein Schnittplatz zwei Mio. Schilling, also gut 145.000 Euro,

gekostet, heute bekommt man eine vernünftige Kamera bereits für 5.000 Euro. Auch die Ausbildungsmöglichkeiten sind heutzutage viel besser, wodurch man einfacher an gute Leute kommt. Das kommt uns alles zugute, sodass wir auch kostengünstig produzieren können. Aber ein regionaler TV-Sender ist keine Cashcow, sondern eine schöne Arbeitsstätte.

medianet: Glauben Sie, es hat deshalb so gut funktioniert, weil Sie als Quereinsteiger mit einer anderen Sicht auf viele Dinge eingestiegen sind?

Aichinger: Ich war in diversen Branchen wirtschaftlich verantwortlich und bin grundsätzlich ein Zahlenmensch. Ich glaube, als Quereinsteiger hat man den Vorteil, dass man viele Dinge aus einem anderen Blickwinkel sieht.

medianet: Generell scheint aber auch das Thema „Regional“ ein gutes Medienkonzept zu sein.

Aichinger: Ja, und das muss auch aufrechterhalten bleiben. Am Land spielen die Nachbarn im Fußballverein oder spielen Theater, und das sieht man sich dann an und das erzeugt Emotionen, die uns am Leben erhalten.

medianet: Viele Medienplaner sagen, dass das bei jungen Leuten nicht funktioniert. Sehen Sie das auch so, oder ist das auf dem Land anders?

Aichinger: Vor 20 Jahren hat man unter den jungen Leuten keine Tracht gesehen; wenn man heute zu einem Kirtag geht, haben 90 Prozent der Jungen ein Dirndl oder Lederhosen an. Jun-

Auch prominente Ski-Größen wie Hans Knauß (r.) gehören zu den Gästen des Regionalsenders.

ge Menschen engagieren sich wieder mehr in Vereinen und bei der Umsetzung regionaler Veranstaltungen.

Auch z.B. im regionalen Fußball oder generell im Regionalsport erreichen wir mit unserer Berichterstattung die junge Zielgruppe. Man muss sich natürlich auch als Regionalsender mit dem Zeitgeist bewegen und Videos on demand oder auch eine Verbreitung über Social Media anbieten. Man muss auch die jungen Menschen dort abholen, wo sie sich bewegen.

medianet: Zum Abschluss: Was sind Ihre Ziele mit RTS für die nächsten Jahre?

Aichinger: Ich möchte den Sender in ruhige Gewässer führen, speziell mit Projekten zum Thema Regionalität. Ich möchte finanziell so aufgestellt sein, dass wir uns in Zukunft noch mehr auf die freie redaktionelle Berichterstattung fokussieren können, dass unsere Redakteure auch die finanziellen Freiheiten bekommen, um ihre Ideen in der redaktionellen Arbeit umsetzen zu können und ihre Vision beruflich leben können. Meinen Mitarbeitern eine Perspektive zu geben und ihre Träume zu erfüllen – das ist schon eines meiner Ziele. (sbr/fej)

Facts

RTS

ist ein privater Regional-TV-Sender für das gesamte Bundesland Salzburg. RTS strahlt seit 4. November 2009 über die Kabelnetze der Salzburg AG, WasiTV, Elsnet, Saalbach/Hinterglemm und über A1 TV österreichweit sein Programm aus. Zusätzlich wird das Programm über Satellit in Kooperation mit R9 (Verband der 9 größten Regionalsender Österreichs) ausgestrahlt. Die vielfältige regionale Berichterstattung fokussiert sich auf Wirtschaft, Politik, Brauchtum, Sport, Events, Lifestyle, Kunst & Kultur aus dem gesamten Bundesland Salzburg.