

## High Definition

Ferngesehen wird immer noch sehr gern – und zwar auch weiterhin auf dem klassischen, linearen TV-Kanal. Vor allem das Live-Erlebnis macht der guten alten Tante TV so schnell keiner nach.

## Fernsehen

Rang	Unternehmen	Umsatz 2016	Umsatz 2015**	Veränderung in Prozent
1	ORF 2*	165.000.000	148.250.419	+11,3
2	ORF 1	150.000.000	134.070.131	+11,9
3	Pro7*	159.000.000	147.000.000	+8,2
4	Sat.1 A*	93.000.000	95.193.186	-2,3
5	RTL A	96.854.000	91.468.000	+5,9
6	Vox A	68.243.000	67.504.000	+1,1
7	ATV***	k.A.	63.456.673	-
8	Puls 4 TV*	64.000.000	57.178.119	+11,9
9	Kabel 1 A*	51.000.000	47.392.695	+7,6
10	RTL 2 A	37.855.000	34.425.000	+10,0
11	S-RTL A	22.313.000	19.918.000	+12,0
12	Sixx Austria*	19.000.000	14.205.789	+33,7
13	Servus TV*	17.000.000	16.520.014	+2,9
14	Comedy Central	12.086.832	9.553.638	+26,5
15	Nick	11.961.437	13.983.380	-14,5
16	Dmax	9.464.117	9.476.671	-0,1
17	ATV 2***	k.A.	8.312.640	-
18	Café Puls*	6.000.000	6.000.000	+0,0
19	Sky Sport Austria	4.813.000	4.970.000	-3,2
20	RTL Nitro	4.091.000	2.117.000	+93,2
21	N24	2.278.473	-	-
22	ORF 3	2.000.000	1.696.694	+17,9
23	Pro7 Maxx*	2.000.000	1.582.377	+26,4
24	Go-TV	1.500.000	1.498.411	+0,1
25	Sat.1 Gold*	1.000.000	777.330	+28,6
26	K1 Doku A*	60.000	-	-

Zahlen in €. Firmennamen ohne Stern\* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern\* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellsten Firmenbucheintrag, Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern. \*\* Quelle Focus Marketing Research; Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht. \*\*\* Reihung durch medianet

# Erfolgreiche One-Stop-Shop-Strategie

Es war wirtschaftlich ein sehr gutes Jahr für ProSiebenSat.1 Puls 4.

••• Von Skender Fejzuli

WIEN. Bei der ProSiebenSat.1 Puls 4 GmbH scheint ökonomisches Wachstum schon zur Tradition geworden zu sein. Seit der Gründung ist der Umsatz des Vermarkters stetig gewachsen und das Unternehmen hat sich auch in 2016 weiterentwickelt.

„Wir blicken auf ein erfolgreiches Jahr 2016 zurück. Wir konnten mehr als 30 neue Direktkunden gewinnen und bestehende Kundenbeziehungen ausbauen, vor allem mit dem Einsatz unserer channelübergreifenden One-Stop-Shop-Strategie. Werbung ist weiterhin der stärkste Wachstumstreiber für eine Marke. Mit der exklusiven Vermarktung von Amazon Media in Österreich konnten wir einen neuen Meilenstein setzen. Mit neuen Werbeformen und unserer In-House Agentur, der ‚Creative Solution‘, ist der Grundstein für einen neuen Maßstab gesetzt

worden und wir bieten unseren Kunden damit neben individuellen 360-Grad-Kommunikationslösungen auch professionelle und kreativ hochwertige Konzepte für ihren eigenen Digital- und TV-Auftritt“, resümiert Michael Stix, Geschäftsführer ProSiebenSat.1 Puls 4.

Das Jahr 2016 war gut zu dem Vermarkter der Sendergruppe, und das Jahr 2017 könnte das Unternehmen noch weiter wachsen lassen.

### Familienzuwachs

ProSiebenSat.1Puls 4 ist sich mit ATV schon seit einiger Zeit einig, und die Bundeswettbewerbsbehörde hat dem Zukauf von ATV bereits Anfang März zugestimmt. Mit der erteilten Freigabe der KommAustria ist der Deal nun über die Bühne.

Was die Übernahme für ATV und ATVII bedeuten wird, das werden schon die kommenden Wochen zeigen.



Michael Stix, Geschäftsführer der ProSiebenSat.1 Puls 4 Gruppe.