

© William Hook/lickr/CC BY-SA 2.0



gezielten Ansprache der österreichischen Kunden?

Scheil: Im Moment haben wir hier Sky Sport Austria als linearen österreichischen Sender für österreichische Werbekunden, dazu auch zahlreiche digitale Werbeumfelder via Sky

”

Wir wünschen uns, dass der Programmauftrag des ORF noch klarer definiert wird. Wir bezweifeln etwa die Notwendigkeit, in amerikanische Serien und Filme zu investieren, wenn das Free-TV und Pay-TV diese ohnehin anbieten.

Christine Scheil

Go und Sky On Demand und skysportaustria.at. Alle anderen Sender und Werbeflächen laufen über den deutschen Markt. Wenn Sky in der Zukunft verstärkt über das Internet bzw. IP verfügbar ist, ergeben sich natürlich ganz andere Möglichkeiten in der Vermarktung.

medianet: Bleiben wir gleich in Österreich. Wie zufrieden sind

Sie mit der Entwicklung am österreichischen Markt?

Scheil: Wir sind zufrieden mit dem Wachstum. Dieses kommt zurzeit stark aus dem Serien- und Entertainmentbereich. Ab der nächsten Saison haben wir auch in Österreich exklusiv die Rechte am Bundesliga-Fußball erworben und erhoffen uns dadurch natürlich ein weiteres Wachstum.

medianet: Zusätzlich setzt Sky aber zunehmend auch auf das Thema Eigenproduktionen.

Scheil: Absolut. ‚Babylon Berlin‘ war ein großer Erfolg, und gerade haben wir die Dreharbeiten für ‚Der Pass‘ mit Nicholas Ofczarek abgeschlossen ...

medianet: ... also auch mit österreichischer Beteiligung. Wie wichtig sind diese Produktionen für den österreichischen Markt?

Scheil: Sehr wichtig! Unser Zuseher schätzen lokale, spannende, auf hohem Niveau produzierte Inhalte, wie das jüngste Beispiel ‚Babylon Berlin‘ beweist.

medianet: Wie weit hat das Investment in Eigenproduktionen auch mit den immer höheren Rechtepreisen für internationale Ware zu tun?

Scheil: Wir haben immer Interesse, exklusive Rechte zu bekommen, es muss allerdings auch zu uns passen. Natürlich ist der Preis und der Aspekt der freien Verwertung dabei ein sehr wich-

Flexibilität

Mit Anfang Mai haben Sky-Seher nun mit dem neuen Service Sky Q deutlich mehr Möglichkeiten, den angebotenen Content an die eigenen Sehgewohnheiten anzupassen.

tiger. Wobei unser Investment in Serien wie ‚Gomorra‘, ‚Babylon Berlin‘, ‚Das Boot‘, ‚Der Pass‘ oder ‚Acht Tage‘ sehr beachtlich ist. Hier sind wir seitens Budget und Qualität auf internationalem Niveau unterwegs.

medianet: Sky ist ja auch Mitglied beim VÖP; im Gegensatz zu anderen Mitgliedern hört man aber von Ihnen öffentlich kaum etwas zur österreichischen Medienpolitik. Wie stehen Sie etwa zum Thema ORF?

Scheil: Wir sehen das genauso wie der VÖP. Wir wünschen uns, dass der Programmauftrag des ORF noch klarer definiert wird. Wir bezweifeln etwa die Notwendigkeit, in amerikanische Serien und Filme zu investieren, wenn das Free-TV und Pay-TV diese ohnehin anbieten. Das Gleiche gilt auch für Sportrechte. Wir sehen den ORF ganz klar im Informations- und Kulturauftrag, aber leider wird eher der Unterhaltungsbereich immer größer.

Facts

Sky Q

Mit dem neuen Angebot Sky Q können Zuseher das Programm von Sky vor allem viel flexibler und individueller als bisher nutzen.

So können bereits laufende Sendungen von vorn begonnen werden, verpasste Inhalte sind eine Woche lang rückwirkend abrufbar, und es ist möglich, Sendungen auf einem Device zu starten und sie später auch auf einem anderen Gerät nahtlos zu Ende zu sehen.

Sky Q kann auf insgesamt fünf Geräten gleichzeitig genutzt werden