

# Überraschend positiv

Auch wenn es die Focus-Zahlen nicht vermuten lassen: Für den einen oder anderen TV-Marktteilnehmer lief 2020 auch wirtschaftlich mehr als gut.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Der Verbreitungsweg stand oftmals nicht im Vordergrund, wichtig war eher, woher die Information kam und ob man ihr vertrauen konnte, wenn es um das Thema des Jahres 2020 ging. Und hier konnten klassische Medien und vor allem auch das Genre TV von ihrer langjährigen Historie als vertrauenswürdige Quelle profitieren. Entsprechend positiv fällt die Rückmeldung aus den einzelnen Medienhäusern, gefragt nach 2020, auch aus.

## Wrabetz: „ORF unverzichtbar“

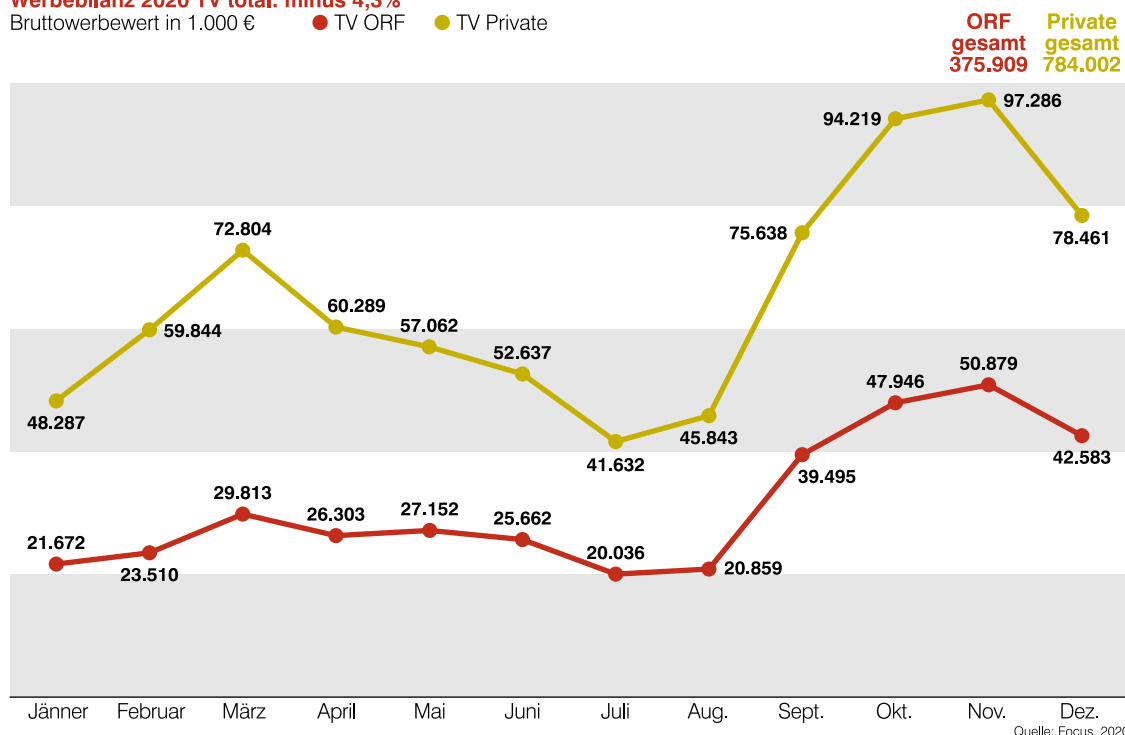
Für den Marktführer ORF sagt dessen Generaldirektor Alexander Wrabetz: „Der ORF hat im vergangenen Jahr eindrucksvoll gezeigt, dass er für die Menschen in Österreich unverzichtbar ist. Sein Auftrag und seine Aufgabe, das Publikum besonders in schwierigen Zeiten faktenbasiert zu informieren und programmlich zu begleiten, wurde 2020 sehr gut angenommen. Wie wichtig die ORF-Angebote in TV, Radio, Online und den Landesstudios für den Alltag der Österreicher sind und wie groß

## Entwicklung Werbeaufwand 2020 – TV total

Werbebilanz 2020 TV total: minus 4,3%

Bruttowerbewertung in 1.000 €

● TV ORF ● TV Private



das Vertrauen des Publikums in den ORF gerade in herausfordernden Situationen ist, belegen die hohen Reichweiten. Darüber

hinaus ist es uns gelungen, den ORF mit unserem Player-Projekt auch strategisch weiterzuentwickeln und wirtschaftlich auf Kurs zu halten.“

## Private sind optimistisch

Doch auch der Private Mitbewerber zeigt sich zufrieden mit 2020. Markus Breiteneker, CEO ProSiebenSat.1 Puls 4, streicht gleich mehrere Dinge hervor, derer es sich zu erinnern gilt: „Wir konnten sowohl im TV, als auch Digital neue Reichweitenrekorde verzeichnen. Fernsehen hat sich in dieser Krise als das zentrale Leitmedium bestätigt. Aber das Beste an 2020 war unser Teamwork und unser treues Publikum.“

Beim privaten Mitbewerber, der heimischen IP Gruppe, zeigt sich deren Geschäftsführer Walter Zinggl auf medianet-Anfra-

ge mehr als zufrieden, wie das Jahr 2020 für den Werbezeiten-Vermarkter, der ja mittlerweile auch in die Displaywerbung eingestiegen ist, verlaufen ist: „Wir haben in 2020 bei allen KPIs besser abgeschnitten als in 2019 – ein Ergebnis, welches wir im April und Mai 2020 sicherlich nicht erwartet hätten“, so Zinggl.

Und während der Gesamtmarkt laut Focus für Fernsehen Total ein sattes Minus von 4,3% und für Privat sogar –7,6% ausweist, spricht Zinggl von 4,5% Plus netto, mit denen die IP aus dem Jahr 2020 herausgegangen sei.

„Ein Resultat, mit dem wir im April und Mai 2020 sicherlich nicht gerechnet hätten“, so Zinggl, denn: Das Q1 2020 war noch „großartig“, aber mit dem ersten Lockdown und den damit verbundenen Stornos wusste



© ORF/Thomas Ramstorfer

„Der ORF hat im vergangenen Jahr eindrucksvoll gezeigt, dass er für die Menschen in Österreich unverzichtbar ist.“

Alexander Wrabetz  
ORF-General-  
direktor