

# „Es ist ein Prozess“

schauTV-Geschäftsleiter Matthias Hranyai über den Nachhaltigkeits-Schwerpunkt von schauTV, der unternehmensweit im Fokus steht.

WIEN. „Nachhaltigkeit ist thematisch kein Novum“, sagt schauTV-Geschäftsleiter Matthias Hranyai, „ich glaube aber schon, dass es gesellschaftlich wieder mehr in den Fokus rücken wird.“ Aus diesem Grund habe man sich auch entschlossen, den Programmschwerpunkt „Regionalität & Nachhaltigkeit“ bei schauTV on Air gehen zu lassen.

Seit rund drei Wochen setzt man verstärkt Akzente in Richtung Nachhaltigkeit, die sich aber laut Hranyai nicht ausschließlich auf Programmatik beschränken. „Themenschwerpunkt wäre meiner Meinung nach zu klein gegriffen“, so der Geschäftsleiter. Vielmehr sei es ein „Fokus“, der sich über alle Unternehmensbereiche ziehe. „Wir wollen tatsächlich den Sender mit allen Sendungen Schritt für Schritt unter das Thema Nachhaltigkeit stellen“, führt Hranyai den Plan aus. So würden Moderatoren mit nachhaltiger Kleidung ausgestattet oder Firmenwägen schrittweise erneuert werden. Aber das Projekt Nachhaltigkeit „ist ein Prozess“, sagt Matthias Hranyai.

## „Nicht von heute auf morgen“

Man habe sich das Thema freiwillig und wissentlich auf die Fahnen geheftet. „Wir sind relativ schnell mit dem Schwerpunkt gestartet, weil wir gesagt haben, dass Regionalität und Nachhaltigkeit relevant sind“, erläutert er. Man wolle als Unternehmen „in allen Aspekten den Anspruch der Nachhaltigkeit“ gerecht werden, das gehe aber „nicht von heute auf morgen“.

Die zwei größten Änderungen seien zum einen die Integration der Themen in das Programm durch Sendungen bzw. Sendungselemente und zum zweiten die Berücksichtigung des Schwerpunkts in der Vertriebs-schiene. „Jeder Werbe- bzw.



© schauTV/Markus Schlogl (2)

## On Air

Schritt für Schritt wolle man das Unternehmen und den Sender schauTV nachhaltiger gestalten und das Thema in den Fokus rücken.

Kooperations-Euro, der bei uns eingeht, spiegelt sich auch in Bäumen, die in Österreich gepflanzt werden, wider“, so Hranyai. Das Ziel: 10.000 gepflanzte Bäume. Aktuell läuft auch eine B2B- sowie eine B2C-Kampagne, die den Schwerpunkt „wellenartig einige Zeit transportiert“, um auf die Neuerungen bei „Seherinnen und Partnern aufmerksam zu machen“.

In der Ausrichtung des Schwerpunkts wolle man sich in puncto Inhalt nicht nur auf das lineare Programm beschränken. Non-lineare Angebote wie die Mediathek des Senders oder Social Media-Kanäle würden ebenfalls einbezogen werden. Formatelemente sollen „auf unterschiedlichste Wege transportiert werden“, sagt der Geschäftsleiter. schauTV verstehe sich nicht nur als linearer TV-Sender, sondern als Medienanbieter, verknüpft mit 360 Grad Kommunikationskonzepten. Denn „letztendlich geht es um den Content, den man Rezipienten zur Verfügung stellt“, meint Hranyai. Deshalb

befinde man sich derzeit in der Konzeption bzw. Planung „neuer programmatischer Akzente“, die den Schwerpunkt Anfang Juni „weiter vorantreiben“ sollen.

## Erfolgsgeschichten zeigen

Ein konkretes Sendungskonzept, das der „Nachhaltigkeits-Champions“, soll bereits Mitte Mai zu sehen sein. In der acht bis zwölfminütigen Sendung sollen nachhaltige Unternehmen aller Art vorgestellt werden. Österreichische Unternehmen würden „eine riesige Bandbreite an Nachhaltigkeit“ abdecken, unabhängig von ihrem Tätigkeitsfeld.

Diesen Erfolgsgeschichten soll mehr Aufmerksamkeit zuteilwerden, meint Hranyai. Zwar gehe die Redaktion auch aktiv auf Institutionen, Organisationen oder Unternehmen zu, man sei aber auch darauf „angewiesen, dass an uns herangetreten wird“. Durch die „gemeinsame Realisierung von werblichen Kommunikationskonzepten“ würden Projekte aber „nicht nachhaltig gemacht werden“, so Matthias Hranyai.

In den Startlöchern befinde sich zudem eine Nachtschiene, die „den Blick auf Österreich in seiner schönsten Form“ richten soll. Geplant sei ein mehrstündiges Angebot, das abseits der „standardisierten Programmangebote“ zum Entspannen und Verweilen einladen soll.

## Masked Moderatorin

Conny Kreuter fungiert als Testimonial des Schwerpunkts.

