

Der Erfolg der ersten drei Wochen bestärke darin, „auch in Zukunft in diese Richtung zu gehen“. Man habe dem Schwerpunkt *kein* Ende gesetzt, so Hranyai. „Zeitnah und rasch“ sollen weitere Schritte in Richtung Nachhaltigkeit gesetzt werden. „Zugleich möchte ich mir aber auch kein Krönchen aufsetzen“, sagt der Geschäftsleiter. Es wäre vermessen, zu sagen, dass man den eigenen Ansprüchen in so kurzer Zeit bereits gerecht worden wäre, erklärt er, „so schnell geht das nicht“. Überdies würde es dem Unternehmen in einigen Bereichen an Erfahrungswerten

© Kurier/Franz Gruber



ten fehlen. Aus diesem Grund kooperiere der Sender auch mit den Naturfreunden Österreichs, „worüber wir sehr froh sind“.

Teil der Identität

Erst kürzlich verlautebarte auch die ProSiebenSat.1 Plus 4-Gruppe, dem Thema Nachhaltigkeit mehr Platz einräumen zu wollen. Das sei, so Hranyai, „eine

schöne Bestätigung, dass wir am richtigen Weg sind“. Das Unternehmen bemühe sich und sei sehr dahinter, aber am Ende der Reise, sei man „sicher noch nicht angelangt“. Nachhaltigkeit solle in die Unternehmensidentität integriert werden, „in allen Sendungen mitschwingen und sukzessive ausgebaut werden“, so der Geschäftsleiter. Die aktuellen

Auf Kurs

Nachhaltigkeit lasse sich nicht „von heute auf morgen umsetzen“, sagt Matthias Hranyai, Geschäftsleiter von schauTV.

Zuschauerzahlen würden jedenfalls optimistisch stimmen und „sich stabil positiv entwickeln“.

In einem Jahr würden idealerweise zwei Dinge aus dem Schwerpunkt resultieren, sagt Hranyai: Einerseits wolle man sich bis dahin bei Partnern eine Position erarbeitet zu haben in der, „wenn es um Nachhaltigkeit im Fernsehen geht, einem direkt schauTV einfällt“. Zudem sollten Seher, die sich für Nachhaltigkeit interessieren, wissen, dass man bei schauTV findig werden würde. „Dann“, sagt Hranyai, „haben wir unser Ziel erreicht. Abseits der gepflanzten Bäume.“ (red)



Voneinander lernen Marketing Management trifft Digitalisierung

Masterstudium

Marketing Management & Digitalisierung, MSc

Lernen Sie, klassische und digitale Marketingtools effektiv miteinander zu verknüpfen. Unser 4-semesteriger berufsbegleitender Universitätslehrgang gibt Ihnen das Rüstzeug dafür.

Wissenschaftlich fundiertes Wissen und erprobte Lehr- und Lernmethoden machen Sie fit für das digitale Zeitalter.

Jetzt informieren!

Donau-Universität Krems
Die Universität für Weiterbildung

www.donau-uni.ac.at/mmd

