

„Wenn, dann ORF und Private stärken“

Der neue VÖP-Präsident Christian Stögmüller über den heimischen Markt und den Abwehrkampf gegen die Digitalgiganten.

... Von Dinko Fejzuli

Nach dem Ableben des langjährigen Präsidenten Ernst Swoboda wurde Life Radio-Geschäftsführer Christian Stögmüller zum neuen Präsidenten des Verbands der Privatsender gewählt. medianet bat ihn zum Antrittsinterview.

medianet: Sie wurden vergangene Woche zum neuen VÖP-Präsidenten gewählt. Die Umstände, die zu einer Neuwahl führten, sind bekannt. Trotzdem: Würden Sie uns Ihren Plan als neuer Vorsitzender kurz skizzieren?

Christian Stögmüller: Das Ableben von Ernst Swoboda war und ist ein großer Verlust für die gesamte Branche. Sein punktgenauer fachlicher Input, seine rechtlichen Expertisen und seine Menschlichkeit im Dialog mit allen Partnern waren für uns alle eine große Bereicherung.

Die Themen, die er als Vorsitzender für den Verband vertreten hat, sind im Dialog mit den Marktteilnehmern entstanden. Ziel war stets die nachhaltige Absicherung der Branche. Auch ich als Vorsitzender stehe für diese Themen ein. Gerade in Zeiten der Neugestaltung des ORF Gesetzes hat dies höchste Relevanz.

Aktuell beschäftigen uns Fragen der verstärkten Kooperation zwischen den Marktteilnehmern und die Entwicklung gemeinsamer Plattformen. Die Absicherung des österreichischen Medienmarkts gegen die enorme Dominanz globaler digitaler Giganten ist essenziell. Es kann

nicht sein, dass noch mehr digitale Wertschöpfung ins Ausland abwandert. Hier braucht es gemeinsame Plattformen und hier braucht es ein neues, gemeinsames Verständnis für die Transformation österreichischer Medien, ob öffentlich-rechtlich oder privat, in die digitale Welt hinein.

Das führt natürlich sehr schnell zu Fragen der kommerziellen Ausgestaltung, wobei uns auch hier die Stabilisierung und Entwicklung der kaufmännischen Tragkraft der Medien einen sollte. Ausufernde Brutto-Netto-Scheren sind für keinen Marktteilnehmer wünschenswert. Und vom Vergleich internationaler digitaler Angebote können wir ebenfalls Dos and Don'ts für den öffentlich-rechtlichen wie auch den privat Sektor lernen.

Erfreulich ist, dass diese Gedanken sich ja auch als Grundlage der Entwicklung des neuen ORF-Gesetzes und seiner digitalen Transformation finden. Die Krux wird dabei in der Ausgestaltung liegen – hier müssen den Worten die entsprechenden Taten folgen.

medianet: Aus dieser Liste: Was sind denn die vordringlichsten Dinge, die Sie angehen wollen?

Stögmüller: Die Neugestaltung des ORF-Gesetzes muss in einer Art erfolgen, die den gesamten Medienstandort stärkt und resilient gegenüber den US-Giganten macht. Kooperation und Plattformen sind dabei besonders wichtige Themen. Wir werden in den nächsten Wochen im Dialog mit allen Marktpartnern und Stakeholdern daran arbeiten.

medianet: Was sind denn für Sie als Vertreter der Privatsender hier die roten Linien?

Stögmüller: Alle Medien müssen den digitalen Transformationsprozess leisten und schaffen. Dabei starten sie von völlig unterschiedlichen Ausgangspunkten. Digitale Angebote des öffentlich-rechtlichen Sektors, die sich wohl aus Gebühren als auch aus Werbung finanzieren, sind in

”

Gerade die Zeit während Corona hat das Bewusstsein für impactstarke, rasch gestaltbare und kosteneffiziente Werbung mehr denn je ins Bewusstsein der Werber gerückt.

“

vielen europäischen Ländern unüblich. Gerade ein kleiner Markt wie Österreich braucht hier eine sehr sorgsame Betrachtung sowohl der inhaltlichen als auch der kaufmännischen Parameter. Eine Stärkung des ORF muss mit einer Stärkung des privaten Mediensektors einhergehen, um die Balance innerhalb des österreichischen Markts zu bewahren. Nur so können die Vielfalt und

Qualität des österreichischen Medienstandorts abgesichert werden.

medianet: Sie selbst sind Geschäftsführer von Life Radio und haben da vor Kurzem in ein völlig neues Studio investiert. Wie sind Ihre Erfahrungen bisher?

Stögmüller: Unser ‚Audio Campus‘ in Linz ist das Ergebnis eines Innovationsprozesses, mit dem sich Life Radio konsequent in der Denke digitaler Audio-Start-ups weiterentwickelt hat. Wir haben hier einen Campus realisiert, der mit Podcast Lounge, Event Area, einem integrierten Kaffeehaus oder Dialogzonen eine neue Machart von Audio-Produkten ermöglicht. Wir haben Workflows auf Kreativität optimiert, kurze Wege umgesetzt, Just-in-time-Abstimmungen realisiert. So können wir uns gegenüber Spotify und Co erfolgreich als Entertainment Company für Oberösterreich positionieren.

medianet: Kommen wir zum Markt an sich: Im Gegensatz zu anderen Gattungen war Radio einer der Gewinner der letzten 18 Monate. Wie fällt Ihr Ausblick für den Rest des Jahres aus?

Stögmüller: Radio performt nach wie vor hervorragend. Gerade die Zeit während Corona und auch die schwierigen Monate des Neustarts haben das Bewusstsein für impactstarke, rasch gestaltbare und kosteneffiziente Werbung mehr denn je ins Bewusstsein der Werber gerückt. Hier erbringt privates Radio mit seinem flexiblen, regional punktgenauen Angebot hervorragende Leistungen.