

# Fernsehen mag man eben

In unsicheren Zeiten helfen verlässliche TV-Sender. Doch trotz eines satten Plus gibt es mit Streaming ordentlich Konkurrenz.

... Von Georg Sander

**D**er TV-Markt entwickelt sich positiv, nach einem Minus im Vorjahr wächst man nun um 18,8%. Das ist für die TV-Sender gut, allerdings ist das ebenfalls beliebte Streaming eine gewisse Konkurrenz. medianet hat die Branche nach den wichtigsten Entwicklungen im vergangenen Jahr befragt, und es zeigt sich: Es wird viel ferngesehen, aber auf diesem Erfolg dürfen und wollen sich die TV-Sender keinesfalls ausruhen.

## Großes Vertrauen

Der ORF hat mit Roland Weißmann einen neuen Generaldirektor, der mit positiven Neuigkeiten starten darf. Auf Anfrage lässt er wissen: „Der ORF ist Marktführer im Fernsehen und wir sind für das große Publikumsvertrauen sehr dankbar. Gerade in Krisenzeiten sehen wir, wie wichtig ein starkes öffentlich-rechtliches Medium ist. Neun von zehn Österreichern nutzen täglich zumindest ein ORF-Medium in

## Entwicklung Werbeaufwand 2021 – TV total

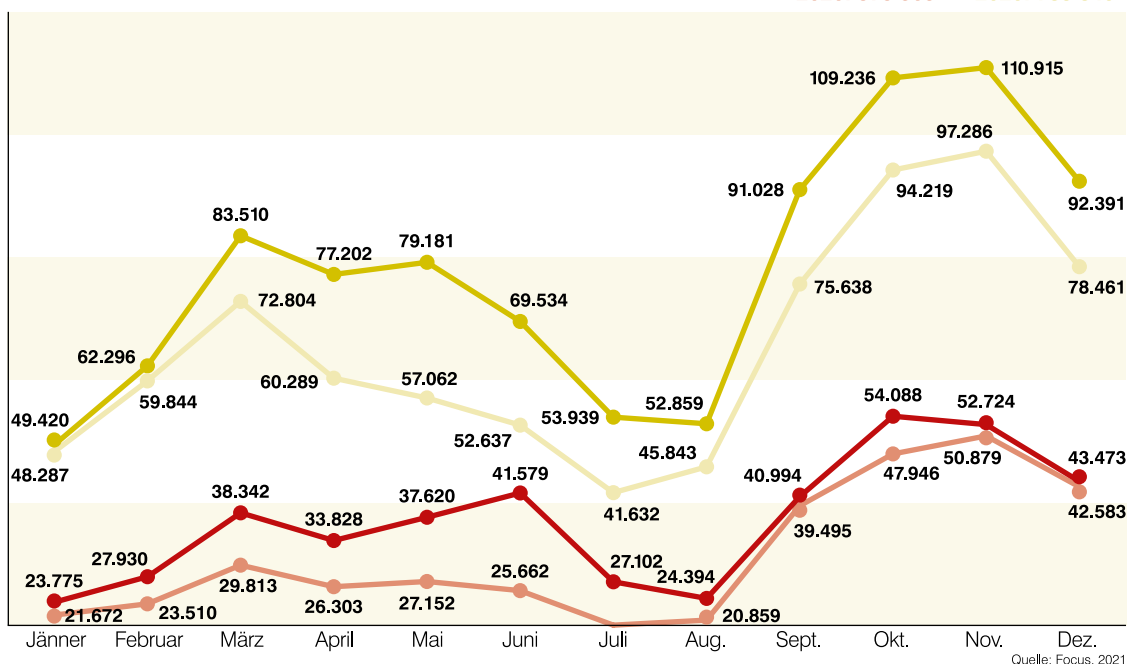
Werbebilanz 2021 TV total: plus 18,8%

Bruttowerbewertung in 1.000 €

TV ORF ● 2020 ● 2021 TV Private ● 2020 ● 2021

ORF gesamt  
2021: 445.850  
2020: 375.909

Private gesamt  
2021: 931.502  
2020: 783.840



Fernsehen, Radio oder Online.“ ProSiebenSat.1 Puls 4-CEO Markus Breitenacker unterstreicht

ebenfalls die Bedeutung von TV: „Fernsehen ist nach wie vor das Massenmedium schlechthin in Österreich und genießt größtes Vertrauen als verlässliche Informations- und Unterhaltungsquelle in allen Zielgruppen.“ Noch immer sehe ein überwiegender Großteil der Österreicher täglich Inhalte von TV-Sendern, egal ob live, zeitversetzt oder online. W24-Geschäftsführer Marcin Kotlowski bringt es ergänzend auf den Punkt: „In der Krise wurde das Fernsehen zum Leitmedium. Die Nutzungsdauer von TV ist durch die Pandemie deutlich gestiegen.“

Im Fernsehen steht aber nicht nur Information im Mittelpunkt, wie Ferdinand Wegscheider, Intendant von ServusTV, erklärt: „Gerade der Vorabend entwi-

ckelt sich mit der Mischung aus Information und Unterhaltung mit unseren beiden Quizsendungen stark. Auch mit unserem exklusiven Premium-Sportangebot wie der Formel 1 und der UEFA-Champions-League begeistern wir Millionen Zuschauer.“

Claudia Ostermann-Schabata, Leitung Marketing & Innovation bei IP Österreich, meint: „Die letzten zwei Jahre haben die Stärken von TV sowohl im Werbemarkt, aber auch bei den Zusehern wieder verstärkt ins Bewusstsein gerückt.“

Corinna Drumm vom Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) führt noch eine weitere Stärke des Fernsehens ergänzend ins Treffen: „TV-Werbung kann Menschen besonders gut emotionalisieren.“



© Martina Berger

”

*Wenn wir das Feld nicht den Netzgiganten überlassen, müssen wir den Medienstandort stärken.*

**Roland Weißmann**  
Generaldirektor  
ORF

“