

Große Pläne

Thomas Gruber führt seit Jänner neben ATV auch Puls 4 und hat einiges vor. Er setzt auf österreichische Inhalte und auf die Streaming-Plattform Zappn.



© Martina Berger

und vor allem in lokale österreichische Produktionen. ATV hat mit vier Eigenproduktionstagen eine ganz gute Anzahl erreicht, da sind wir schon sehr weit gekommen.

Aber bei Puls 4 werden wir auch Richtung vier Eigenproduktionstage gehen und wir wollen Österreich in den Vordergrund stellen – mehr das reale Leben, weg vom Inszenierten. Shows spielen noch immer eine Rolle, aber nicht in der Kosten-dimension. Bei Puls 4 begleitet man vielleicht Protagonisten, die dem Leben positiv und aktiver gegenüberstehen. Wie beispielsweise Auswandererformate, oder auch Lifestyle-Formate. Und wir werden Mitte März mit Holly Wilkinson ein Ernährungsformat starten.

medianet: Welche Gedanken spinnt man da im Hinterstübchen, wenn man solche Formate konzipiert; wie weit das dann auch tauglich ist für das Streaming-Publikum und vor allem für das jüngere Publikum, das ein anderes Sehverhalten hat, Welche Rolle spielt das?

Gruber: Im Vergleich zu vor zehn Jahren spielt das eine immer bedeutendere Rolle. Im Hinblick darauf, und so ehrlich muss man sein, dass der lineare TV-Konsum vor allem bei der jüngeren Generation rückläufig ist.

Wir sind noch immer ein werbefinanziertes Medium, ich brauche einen weiteren Erlöstrom, und da bietet sich unsere Streaming-Plattform Zappn an, diese Reichweitenverluste einerseits zu kompensieren und vor allem auch gewisse Umsatzverluste.

Und das gelingt uns mit den ATV-Formaten schon sehr gut. Und auch die letzte Konzeption und der Erfolg ‚Forsthaus Ram-

pensau‘ ist ein gutes Beispiel, wo man sieht, das funktioniert im TV sehr gut, aber auch sehr stark im digitalen Bereich.

Natürlich muss man bei der Konzeption und bei der Evaluierung eines Formats oder von Formatideen auch berücksichtigen, ob es im Digitalbereich funktionieren kann.

medianet: Ich würde gern nochmal über Kosten und Synergien sprechen. Die Kosten steigen in vielen Bereichen. Welche Probleme verursacht dies?

Gruber: Natürlich muss man kostengünstiger produzieren. Also sind solche Formate zu wählen, die wir uns auch leisten können. Das ist die zukünftige Strategie von Puls 4, ATV fährt ja schon jahrelang in diese Richtung. Plus: Ein Erfolgskonzept von ATV ist es, dass der Content ReRun-fähig ist. Sprich, dass wir es dem Publikum noch ein weiteres Mal bieten können. Das ist vor allem im Reportage-Bereich sehr gut. Da setzt Puls 4 seit letztem Herbst auch auf Dokus, die natürlich auch eine Re-

”

Wir sind noch immer ein werbefinanziertes Medium; ich brauche einen weiteren Erlöstrom, und da bietet sich unsere Streaming-Plattform Zappn an.

“



© Screenshots: info.zappn.tv

Run-Fähigkeit haben, auch ein zweites Mal gespielt zu werden.

medianet: Was sind die größten Herausforderungen, falls es überhaupt welche gibt, im Rahmen der Neustrukturierung?

Gruber: Bei Puls 4 ist die größte Herausforderung, den Anteil an Eigenproduktionen zu steigern. Das ist für mich ein Wunsch: Wir wollen hier so wie bei ATV österreichischer werden und mehr lokale Eigenproduktionen haben. Aus persönlicher Sicht ist ein gewisses Zeitmanagement die Herausforderung.

medianet: Wie kann man die jüngeren Zielgruppen, die dem linearen TV den Rücken kehren, in Zukunft erreichen?

Gruber: Die Big Screen-Nutzung ist ja tatsächlich stabil geblieben über die Jahre, die Menschen sitzen ja nach wie vor dem großen Gerät.

Die Frage ist jetzt: Wie kriege ich sie eine App weiter, überspitzt formuliert, auf unsere Streaming-Plattform Zappn. Dadurch, dass wir österrei-

chischen, lokalen Content herstellen, ist das das große Unterscheidungsmerkmal zu globalen Anbietern wie Netflix und Amazon.

Eine große Stärke von uns ist auch der Infobereich.

medianet: Etwas, womit viele Branchen derzeit kämpfen, ist der Nachwuchs, bzw. qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Wie geht es Ihnen damit?

Gruber: Da geht es uns momentan nicht anders als anderen Firmen. Weil natürlich die Pandemie dazu beigetragen hat, dass viele Leute sich anders orientieren.

Der Medienbereich ist natürlich im Vergleich zu anderen Branchen spannend, weil es viele Entwicklungsmöglichkeiten gibt, wie bei unserem Streamingprodukt Zappn.

Wo wir aber als Sender aktiv werden müssen, ist im Gestalterbereich. Da müssen wir junge Talente gemeinsam mit den Produzenten fördern. Da gibt es irrsinnigen Nachholbedarf.