

letzten 20 Jahren gegenüber, und wie wurden sie bewältigt? **Thomas Gruber:** 20 Jahre ATV bedeuten 20 Jahre beste Unterhaltung und immer neue, österreichische Geschichten, die das Leben schreibt. Das wird von unserem treuen Publikum sehr gut angenommen und es zeigt uns auch, dass sich der von uns konsequent verfolgte Weg lokaler Eigenproduktion auszahlt.

medianet: Wie hat sich das Programmangebot von ATV im Laufe der Jahre entwickelt und wie hat sich der Sender den sich verändernden Zuschauerpräferenzen angepasst?

Gruber: ATV hat sich seit seinem nationalen Start 2003 stetig weiterentwickelt und ist seinen

”

ATV setzt stark auf Eigenproduktionen mit ihren sympathischen (Anti-)Helden sowie skurrilen Protagonisten – immer mit dem Fokus, die Menschen zu zeigen, wie sie sind.

Thomas Gruber
Senderchef ATV

“

Zuseherinnen und Zusehern mit kultigen ATV-Eigenproduktionen über die Jahre immer treu geblieben. Mit Eigenkreationen wie ‚Bauer sucht Frau‘, ‚Amore unter Palmen‘, ‚Tinderreisen‘ oder dem jüngsten Quoten-Hit ‚Forsthaus Rampensau‘ versuchen wir, nah am Publikum zu



„Bauer sucht Frau“ ist für ATV ein echter Quotengarant für den Sender.

sein und uns den Zeichen der Zeit auch immer anzupassen.

medianet: Nochmals zum Content – welche sind die erfolgreichsten Sendungen in der Geschichte von ATV, und welche Faktoren trugen aus Ihrer Sicht zum Erfolg bei, denn manche der Protagonisten sind regelrechte Aushängeschilder für ATV geworden.

Gruber: Neben langjährigen Kultformaten wie ‚Bauer sucht Frau‘, das nun in der 20. Jubiläumsstaffel den besten Quotenstart seit 2015 hingelegt hat, ‚Mein Gemeindebau‘, ‚Teenager werden Mütter‘, ‚Pfuscher am Bau‘ und ‚Das Geschäft mit der Liebe‘

usw. werden auch neue Formate, die den Zeitgeist treffen, sehr gut angenommen. Österreichs erste Promi-Reality-Show ‚Forsthaus Rampensau‘ oder Truecrime-Formate wie ‚Ungelöst – Cold Case Austria‘ funktionieren ausgezeichnet, und wir werden auch weiterhin mit innovativen Neukreationen verlässlich für magische TV-Momente sorgen.

medianet: Bleiben wir bei den Reality-Formaten – hier wird auch manchmal der Vorwurf laut, diese seien quasi Trash-TV. Wie geht man als Senderchef mit der Verantwortung um, hier Menschen zu zeigen, die im Umgang mit Medien und den daraus resultierenden Folgen nicht wirklich vertraut sind.

Gruber: ATV setzt stark auf Eigenproduktionen mit ihren sympathischen (Anti-)Helden sowie skurrilen Protagonisten – immer mit dem Fokus, die Menschen zu zeigen, wie sie sind und nahe am Alltag der Österreicherinnen und Österreicher. Damit geben wir unseren Zusehern immer die Möglichkeit, sich mit unseren Heldinnen und Helden zu identifizieren und an ihrem



„Tinderreisen“: Ein erprobtes Erfolgsformat von der und für die junge Zielgruppe.