



© Katharina Schiffl

„Ich kann mit dem Begriff Trash wenig anfangen“

Thomas Gruber (r.), GF & Programmdirektor ATV, und Bernhard Albrecht, CFO von ProSiebenSat.1 Puls 4, sprechen über das schwierige letzte Jahr und was nun folgt.

•• Von Dinko Fejzuli

Lange Zeit Konkurrenten, gehören nun Puls 4 und ATV bzw. der kleinere Bruder ATV2 einer Senderfamilie an. medianet sprach mit ATV-Boss Thomas Gruber und dem CFO der Sendergruppe, Bernhard Albrecht.

medianet: *Mit ATV und ProSiebenSat.1 Puls 4 wurden aus zwei Konkurrenten plötzlich Medienschwestern. Wie sieht für ATV die Bilanz nach diesem ersten Jahr aus?*

Thomas Gruber: Am 6. April 2017 hat die Senderfamilie ProSiebenSat.1 Puls 4 quasi zwei neue Kinder bekommen – ATV und ATV2. Bereits am 8. Mai sind

wir dazu übergegangen, das Programm auf allen drei Sendern radikal umzustellen. Sitcoms wanderten zu Puls 4, das Thema Crime zu ATV. Ein Beispiel: die Serie ‚Two and a half men‘ lief zuerst auf beiden Sendern, sie ist nun nur noch auf Puls 4 zu finden. Die Umstellung erfolgte innerhalb kürzester Zeit, und ebenso rasch stellten sich die

Quotenerfolge ein – sowohl bei Puls 4, ATV, als auch bei ATV2.

medianet: *Bei ATV2 gab es Überlegungen, den Sender völlig umzukrempeln und umzubenennen. Was ist daraus geworden?*
Gruber: Diese Überlegungen gab es. Aber wir haben das Programm schrittweise geändert und ATV2 inzwischen als reinen



Fiction-Sender positioniert; es läuft dort keine einzige Wiederholung einer ATV-Eigenproduktion mehr. Vom neuen Fiction-Programm hat ATV2 stark profitiert, und mit dem klaren Profil ist es gelungen, ab dem ersten Monat der Umstellung konstant über die Ein-Prozent-Marke zu kommen. In Spitzenmonaten haben wir auch schon 1,2 Prozent erreicht und sind schon einige Male, vor allem in der Primetime, markant vor Servus TV gelegen.

medianet: Welche anderen programmatischen Anpassungen gab es?

Gruber: Wir haben klare Eigenproduktionstage geschaffen. Mittwoch und Donnerstag laufen bei ATV Eigenproduktionen, Montag und Dienstag bei Puls 4. Das haben wir konsequent durchgezogen und davon profitieren beide Sender. Und auf

diesem optimalen Fundament setzen wir nun nächste Schritte, sodass wir weiter wachsen. Und wir denken bereits auch für ATV2 an Eigenproduktionen, die sich aber klar von jenen von ATV oder Puls 4 abgrenzen. Nischenprogramme, aber auch das Thema Sport, kann ich mir bei ATV2 vorstellen, beispielsweise Live-Events von Randsportarten.

medianet: Was erwartet uns in diesem Restjahr und der Saison danach?

Gruber: Was ATV angeht, liegt der Fokus noch immer auf österreichischem, selbstproduziertem Programm. Das haben die neu gelaunchten Formate ‚Balkanhochzeiten‘, ‚Mein Gemeindebau‘ oder ‚Hochzeit meiner besten Freundin‘ gezeigt. Wir probieren sehr viel aus, bleiben aber dem Genre Doku-Soap und Reportage treu. Zu nennen wären die bestehenden Marken wie ‚Pfusch am Bau‘ oder ‚Teenager werden Mütter‘, Ende Mai liefen außerdem die Vorstellungsfolgen der 15. Staffel ‚Bauer sucht Frau‘ – ein Dauerbrenner auf ATV. Für 2018 haben wir noch einige Pfeile im Köcher. Im Herbst probieren wir etwa unter dem Titel ‚Teenager Bootcamp‘ ein neues Format. Da geht es um eine Gruppe von Jugendlichen, die in einem Trainingscamp, begleitet von Trainern und Psychologen, die Chance bekommt, sich neu zu finden und dabei gegenseitig zu unterstützen.

medianet: Einige der Formate werden als ‚Trash-Formate‘ kritisiert; ist das ein Wort, das Sie gern hören?

Bernhard Albrecht: Ich kann mit dem Begriff wenig anfangen. **Gruber:** Ich bin für den Begriff Begleitreportage oder Doku-Soap. ATV zeigt ja das reale Leben. Der Sender ist dafür bekannt, nichts zu inszenieren, sondern mit der Kamera auf das reale Leben ‚draufzuhalten‘.

medianet: Diese Komplementierung ist ja ein kommunizierendes Gefäß. Wie hat sich die Umstellung auf Puls 4 ausgewirkt?

Gruber: ‚Austrias Next Topmodel‘ ist beispielsweise zu ATV gewandert, nach sieben Staffeln auf Puls 4 war das Format letzten Herbst erstmals auf ATV zu sehen. Das war ein starkes Zeichen – gegenüber den Zusehern, aber auch gegenüber den Werbekunden. Die Botschaft: Hier wird wieder investiert! Auch quotentechnisch hat es sich letztlich ausgezahlt, ‚Topmodel‘ zu transferieren. Wir sind mit

”

Die Politik hat mittlerweile verstanden, dass auch Privatfernsehen in Österreich eine Relevanz hat und man eine große Masse an Zusehern erreicht.

Thomas Gruber
GF ATV

“

den Quoten sehr zufrieden und konnten uns gegenüber der letzten Staffel markant steigern. Wir haben seit 8. Mai am Programmschema festgehalten, und das hat sich ausgezahlt. Wir haben Bestwerte bei Puls 4 sowie ATV2, und ATV ist seit Monaten bei der Vorgabe von vier Prozent.

medianet: Kommen wir zu den Werbekunden: Wie hat sich da die Situation entwickelt, gab es durch die Umstellung Unsicherheit?

Albrecht: Unsere Werbekunden haben sich natürlich auch auf

die neue Situation einstellen müssen. Aber aus heutiger Sicht kann man für das Jahr 2018 sagen, dass sich die Situation sehr gut entwickelt und ATV ein starker österreichischer Sender in unserem Portfolio ist, der heuer deutlich wachsen wird.

medianet: Ein Bereich, in den ATV stark investiert, ist die Informationsschiene; welche Bedeutung hat sie für den Sender?

Gruber: Im Jahr 2018 fanden vier Landtagswahlen statt, ATV hat von jeder Wahl umfangreich berichtet. Teilweise waren wir länger auf Sendung als der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Gleichzeitig haben wir mit 29. April ein neues ‚Politainment‘-Format gestartet, nämlich ‚ATV-Aktuell: Die Woche‘. Wir haben dabei mit Sonntag 22:20 Uhr bewusst einen prominenten Sendeplatz gewählt und sehen das auch als Alternative zu ‚Im Zentrum‘. Ich freue mich, wenn Meinrad Knapp, Thomas Hofer und Peter Hajek im September auf die Bildschirme zurückkehren.

medianet: Wie ist die dabei Akzeptanz aus der Politik?

Gruber: Ich glaube, die Nationalratswahl im letzten Jahr hat gezeigt, dass die Privatsender hier eine Rolle spielen. Wir haben Reichweiten erzielt, die schon sehr nahe an den ORF kommen. Die Politik hat mittlerweile verstanden, dass auch Privatfernsehen in Österreich eine Relevanz hat und man eine große Masse an Zusehern und damit letztlich an Wählern erreicht.

Albrecht: Gerade die Nachrichtenredaktion von ATV hat ein starkes Profil und ist ein starkes Asset des Senders. Darum haben wir uns ja auch dazu entschlossen, hier in ein neues Diskussionsformat zu investieren. Natürlich ist der Wettbewerb mit den anderen schwierig,

weil Politiker eben nur begrenzte Zeit haben.

medianet: Unter dem früheren Eigentümer spielte auch die Hochkultur eine Rolle bei ATV; wie sieht das derzeit aus?

Gruber: Momentan spielt die Hochkultur de facto keine Rolle. Wir haben uns bewusst dafür entschieden, das Format ‚Highlights‘ abzusetzen, weil es wirtschaftlich schwer zu refinanzieren ist. Gerade als Privatsender, wo man mit vorhandenen Ressourcen mehr haushalten muss als ein öffentlich-rechtlicher Sender, ist es schwieriger, solche Formate am Leben zu erhalten.



© Katharina Schiffl

”

Gerade die Nachrichtenredaktion von ATV hat ein starkes Profil und ist ein starkes Asset des Senders.

Bernhard Albrecht
CFO P7Sat.1 Puls 4

“

medianet: Spielt die Möglichkeit, international zu verkaufen, bei der Formatentwicklung eine Rolle?

Gruber: Das steht bei der Formatentwicklung nicht im Vordergrund; wenn es aber die Möglichkeit einer internationalen Vermarktung gibt, ist das durchaus denkbar. ‚Pusch am Bau‘ wird beispielsweise international durch uns vermarktet.

Albrecht: Ich finde das eine sehr spannende Perspektive, weil die Kreativität dadurch noch einmal eine Anerkennung von außen erfährt. Der Fokus muss aber

jedenfalls auf der Produktion in Österreich liegen.

medianet: Im Zuge der Zusammenlegung immer wieder ein Thema war der Personalabbau. Wie viele Mitarbeiter mussten letztlich gehen?

Albrecht: Wenn wir es auf Job-Positionen im Unternehmen beziehen, dann haben wir im Vergleich zum April des letzten Jahres, als wir ATV übernommen haben, um 57 Stellen reduziert. Das sind knapp unter 40 Prozent, was um einiges weniger ist, als wir ursprünglich angenommen haben. In Summe sind 74 Stellen direkt bei ATV verloren gegangen, wir haben aber für 17 Mitarbeiter eine neue Stelle bei ProSiebenSat.1 Puls 4 oder Puls 4 gefunden. Die Stellenverluste haben sich dabei durch alle Bereiche gezogen, stark natürlich in der Administration, im Betrieb oder im Verkauf. Die einzigen Bereiche, wo es kaum Veränderungen bei der Anzahl der Stellen gegeben hat, war die Programmseite, weil es in den Redaktionen ein gewisses Minimum an Leuten braucht und die ATV-Eigenproduktionen.

medianet: Die Stimmung bei ATV war am Ende schon sehr

schlecht; hat sich das mittlerweile gelegt?

Albrecht: Ich glaube, das letzte Jahr war für die Mitarbeiter von ATV wirklich schwierig. Der Prozess wird der Organisation ATV auch noch einige Zeit nachhängen, aber ich glaube, es ist für jeden, der sich damit näher beschäftigt, nachvollziehbar, dass diese Schritte für die Sanierung erforderlich waren. Wir haben aber jetzt nach einem Jahr den kritischen Punkt der Kommunikation und Umsetzung abgeschlossen.

”

Wir probieren sehr viel aus, bleiben aber dem Genre Doku-Soap und Reportage treu

Thomas Gruber
GF ATV

“

medianet: Und wirtschaftlich? **Albrecht:** Wirtschaftlich sind wir auf einem guten Kurs, der

Umsatz steigt wieder, die Kostenseite haben wir gut im Griff. Wir liegen vor unserem Plan, sind aber noch nicht am Ende. Wir haben schon vieles erreicht und den kritischen Teil der Personalrestrukturierung und der Neuaufstellung der Organisation abgeschlossen.

Gruber: Jeder Mitarbeiter war motiviert, an einem Strang zu ziehen, und ich glaube, der Ausblick auf den neuen Standort war ein wichtiger Faktor. Wir haben hier eine ganz andere Infrastruktur, es ist wieder investiert worden in den Sender, auch wenn auf der anderen Seite abgebaut worden ist.

medianet: Wie schaut der Plan für die nächsten Jahre aus?

Albrecht: Unser Ziel ist, dass wir die wirtschaftliche Sanierung 2019 abschließen. Wir liegen derzeit im Zeitplan voran, und viele kritische Bereiche entwickeln sich positiv. Auf der Programmseite ist ständig Optimierungsbedarf, die Zahl der Flops, die wir uns leisten, sollte natürlich gering sein.

Gruber: Die gute Nachricht ist, dass der Plan, den wir uns vor einem Jahr vorgenommen haben, funktioniert. Die Idee, die hinter der Zusammenführung der beiden Häuser stand, geht auf.