



Stetiges Wachstum in der Nische

Wiener Zeitung/Wiener Zeitung
Seite 18 / 28. April 2016 / Auflage: 22000

WH Medien GmbH.



Stetiges Wachstum in der Nische

Die Mediengruppe um den städtischen Kabelsender W24 wächst und erhält zusätzliche Aufgaben.

Wien. (bau) Als 2005 der Kabelsender W24 als reiner Info-Kanal im Wiener Kabelnetz auf Sendung ging, wurde er bestenfalls belächelt. Nach dem Neustart 2012 und stetigem Wachstum hat sich W24 wie auch die dahinter stehende WH Medien im Eigentum der Wien Holding einen Namen gemacht, wenn es um lokalen Content aus Wien geht. Bis zu 104.000 Zuseher bei Live-Ereignissen sowie ein ganzes Potpourri an neuen, innovativen Programmideen zeichnen den jungen Sender aus. Mehr als 1200 Stunden Content aus Wien liefert W24 jährlich und ist damit die Nummer eins, wenn es um Wiener Content geht.

Am Donnerstag stellt W24 seinen neuen Claim vor: „W24 – Ich bin dabei“ heißt er. Damit soll ausgedrückt werden, was der USP des Senders ist: Dabei in Wien, wo auch immer gerade etwas los ist. Die technische Reichweite soll heuer von 405.000 Zuseher auf 700.000 Zuseher gesteigert wer-

den – W24 will auch ins Umland hinauswachsen. Ein eigener Satellitenkanal neben der Kabelverbreitung existiert seit Herbst. Dazu kommt, dass die MH Medien als Tochter der Wien Holding neue Aufgaben bekommen hat. Seit Anfang 2016 wird Wiens Auslandskommunikation über die bei der stadtteiligen Wien-Holding angesiedelten „Eurocomm-PR GmbH“ gemanagt. Bisher war der private Compress Verlag dafür zuständig. „Der Fokus liegt dabei auf der Weiterentwicklung von Kommunikationsinstrumenten, vor allem in Richtung digitaler Medien“, umriss Wien-Holding-Geschäftsführerin Sigrid Oblak die künftige Strategie.

Medienarbeit für Wien

Weiters habe man sich zum Ziel gesetzt, die vom Gemeinderat zur Verfügung gestellten Mittel in der Höhe von 9,5 Millionen Euro „effizient“ einzusetzen: „Wir versuchen, mit zwei Drittel des bisherigen Budgets das Leistungsspekt-

rum abdecken zu können.“ Der Mitarbeiterstock wurde von 60 auf 40 reduziert, drei der elf Auslandsbüros geschlossen, die Produktion von „Enjoy Vienna“ eingestellt. Die geplante Eingliederung der Tätigkeiten des privat geführten Compress Verlags in die städtische Wien-Holding hatte im Sommer für rot-grünen Dissens gesorgt. Im Mittelpunkt stand damals der noch bis Ende 2015 lau-

fende Zehnjahresvertrag zwischen Stadt und Compress im Volumen von bis zu 146 Millionen Euro. Nach der Wahl im Herbst in Wien herrschte zu dem Thema jedoch wieder rot-grüne Einigkeit. Medien-Geschäftsführer Marcin Kotlowski.

Auch neue Formate wird es geben, kündigte Programmredirektor Michael Kofler an – darunter das Format „Hat's G'schmeckt?“ mit dem Gastkriker Florian Holzer oder das Unterhaltungsformat „#POP!“. Die Sendung „Talk & Ride“, eine Talkshow auf einem Lastenrad in Kooperation mit der „Wiener Zeitung“ geht 2016 in die zweite Staffel. Auch im Wochenrückblick „Woche 24“ (So., 20.15) sind regelmäßig Journalisten der „Wiener Zeitung“ zu Gast.

Die WH Medien-Gruppe hat 2015 einen konsolidierten Umsatz von 5,2 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Werbeumsatz betrug 1,3 Millionen Euro. Heuer werden 1,5 Millionen angepeilt, so WH-Medien-Finanzgeschäftsführer Markus Pöllhuber. ■



WH-Medien-Geschäftsführer Pöllhuber (li.) und Kotlowski. Foto: W24