

R9 zieht erste Bilanz

R9 zieht erste Bilanz

Starke Kunden setzen auf Regional-TV, der Businessplan des TV-Regionalvermarkters ist auf Schiene und Paul Leitenmüller startet als neuer Vertriebsleiter

„Es ist uns gelungen, im Fernsehen die regionale Nische zu besetzen“, zieht Marcin Kotlowski, Senderchef von W24 und Geschäftsführer des Regionalvermarkters R9, zufrieden Bilanz. Bei den Medientagen im Vorjahr präsentierte sich R9 erstmals vor großem Publikum. Die Idee schwebte schon viele Jahre im Raum, aber ihre Umsetzung war nicht einfach. Doch schließlich fanden Dieter Holzhey, Senderchef von LT1, dem größten Privatsender des Landes mit rund 3,5 Millionen Euro Umsatz und täglich rund 143.000 Zuschauern in Oberösterreich, Agenturchef Rudi Kobza und Marcin Kotlowski als Vertreter der WH Medien, deren Eigentümer die Wien Holding ist, das richtige Konzept, das auch die übrigen Regionalsenderchefs überzeugte. Beispielgebend war Privatradiovermarkter RMS. Konkret halten an der Gesellschaft mit neun Sendern aus neun Bundesländern nun die Wien Holding und die Holzhey GmbH je 35 Prozent und die Kobza-Media-Gruppe 30 Prozent. Ein wenig hat sich die Zusammensetzung von R9 verändert. Nachdem Tirol TV und auch Steiermark 1 nach der Insolvenz von starken Investoren übernommen wurden, ist nun wieder Ruhe eingeleitet. So ist die Moser Holding Eigentümer von Tirol TV, und der bisher Kleine in der Steiermark, Kanal3, Eigentümer sind die Stadtwerke Judenburg, hat Steiermark 1 übernommen. Weiters zählen LT 1, hier ist mehrheitlich die Raiffeisen beteiligt, W24 (Wien Holding), Ländle TV (Russmedia), schauTV (Bohmann Verlag) im Burgenland und die Privaten N1 in NÖ, RTS in Salzburg und KT 1 in Kärnten zum Portfolio.

Wöchentlicher ‚Österreich Blick‘

Innerhalb eines halben Jahres gelang es schließlich, mit der wöchentlichen Sendung „Österreich Blick“, die jeden Freitag auf allen R9-Sendern um 20 Uhr läuft und Samstag und Sonntag um zehn Uhr wiederholt wird, ein gemeinsames Programmumfeld zu schaffen. Moderatorin Eva Pölzl ist nicht nur TV-Journalistin mit LT1-, ATV- und ORF-Erfahrung, sondern fühlt sich als Oberösterreicherin „sehr regional“. Sie begleitet durch eine Sendung, die aus jedem Bundesland etwas zu bieten hat und ein Spotlight auf die Regionen richtet. „Wir denken gerade über weitere Schwerpunkte nach, wie einen Studiotalk“, erzählt Kotlowski. Die Idee ist einfach und bringt witzige und interessante Inhalte der Woche, die die einzelnen Sender beisteuern. „Regionalfernsehen funktioniert“, ist Kotlowski überzeugt und verweist auf Alexander Wrabetz, der kürzlich über einen ORF 4, einen TV-Sender ausschließlich mit Bundesländerprogramm, laut nachdachte. „Das würde aus meiner Sicht eine Stärkung des Segments bedeuten“, glaubt Kotlowski und kann sich sogar vorstellen, hier zusammenzuarbeiten.

Doch zurück zu R9: Der Businessplan, der erarbeitet wurde, sei auf Schiene, so Kotlowski. „Das Vermarktungsziel war eine halbe Million Umsatz – es werden nun wohl 0,6 Millionen im ersten Jahr.“ 51 Prozent der Umsätze von R9 werden anhand eines intern vereinbarten Schlüssels ausgeschüttet, der Rest geht in die Entwicklung des gemeinsamen Formats und die Bezahlung des Vertriebs. „Die Sender haben, anders als bei der RMS, keinerlei Kosten“, so Kotlowski. Es geht darum, Vertrauen zu schaffen und Standards zu etablieren, ist Kotlowski überzeugt. Vor allem Direktkunden buchen derzeit bei R9, die

Mediaagenturen warten noch auf Teletest-Zahlen. Rund 1,9 Millionen Seher im Land erreichen alle R9-Sender, meint Kotlowski, erste Teletest-konkrete Ergebnisse für „Österreich Blick“ soll es im Spätherbst geben. R9 bietet seinen Kunden klassische Spotplatzierungen, die 270- oder 540-mal ausgestrahlt werden, oder die Möglichkeit für Advertorials, die von den R9-Sendern produziert und gestaltet werden. Erfolgversprechend scheint vor allem die Möglichkeit, die Spots zu mutieren. So ließ die Post für jedes Bundesland einen eigenen Spot

umsetzen. Weitere Kunden sind die ÖBB, der Verbund, Flughafen Wien, Dertour, Stadt Wien Marketing oder manch Lokaler, der national bucht. Die wirkliche Neuigkeit hebt sich Kotlowski für den Schluss auf: „Mit 1. September übernimmt Paul Leitenmüller, Gründer von medianet und Opinion Leaders Network, die Vertriebsleitung.“ Er selbst engagiert sich zu einem Drittel seiner Arbeitszeit für R9 und wird bei W24 in absehbarer Zeit wohl etwas leiser treten – weitere Veränderungen stehen bei WH Medien an. Mehr dazu in Kürze. **bis**



Sie engagieren sich für den TV-Regionalvermarkter R9: Marcin Kotlowski, Geschäftsführer R9, „Österreich Blick“-Moderatorin Eva Pölzl und Niko Pelinka, Managing Director Kobza Media.

© Richard Tänzer