

**WH-Media-Kooperation mit Magenta bis 2031**HorizontAusgabe 47/2019 | Seite 11 | 22. November 2019  
Auflage: 11.250 | Reichweite: 32.625

WH Medien GmbH.

22. November 2019

# WH-Media-Kooperation mit Magenta bis 2031

Digitaler Content im Fokus, Diversifizierung nach Zielgruppen, Osteuropa-Geschäft: Das Businessmodell der W24-Mutter ist seit geraumer Zeit im Umbruch. Eben wurde die frühere UPC-Partnerschaft mit Magenta auf neue Beine gestellt.

Bericht von **Martin Wurnitsch**

Die Konzentration aufs Wiener Stadtfernsehen von W24, das war gestern. Mittlerweile hat sich die WH Media „vom TV-Medienhaus zum Content-Haus weiterentwickelt“, wie es Marcin Kotlowski, Geschäftsführer von WH Media, im HORIZONT-Gespräch formuliert. Im Zentrum stehe nun die Produktion von digitalen Inhalten, „die wir auf verschiedenen Kanälen ausspielen“, erklärt Kotlowski. Eines bleibe dabei aber gleich: „Kern unserer Marke ist nach wie vor hochwertiger, Wiener Regional-Content. Das ist unser Nugget und das werden wir auch nicht verändern, regionale Themen werden nicht an Relevanz verlieren.“

**Drei Standbeine**

Die neue strategische Ausrichtung – die 100-Prozent-Tochter der Wien Holding bündelt alle Medienunternehmen des Konzerns und kümmert sich um die Weiterentwicklung dieses Standbeines – hat auch tief in die Strukturen eingegriffen. Alle Prozesse, so Kotlowski, seien vereinfacht und digitalisiert worden, die Distributionswege des Contents hätten sich dagegen erweitert. W24, der Stadtsender, produziere rund 3.500 Videobeiträge pro Jahr. Er wird von Satellit bis Streaming über alle technischen Infrastrukturen ausgespielt und im Verbund mit dem Regionalsender R9 von der IP Österreich vermarktet. WH-Digital/Interactive



**Marcin Kotlowski** ist seit 2011 Geschäftsführer der WH Media und hat das Unternehmen zuletzt neu in Richtung digitaler Content ausgerichtet.

© Alek Kawka

wiederum entwickelt die multimedialen Lösungen, jüngst etwa die neue App „dabei!“, die speziell jungen Wienern zwischen 14 und 29 Jahren ihre Stadt näherbringen soll.

Die WH Media hat aber – via Eurocomm-PR – auch die Repräsentanz der Stadt Wien in acht Ländern Mittel- und Osteuropas übernommen, „in denen jetzt Wien-Content mit lokalen Partnern verbreitet wird“, so Kotlowski. Die drei Bereiche – TV, Digital-Geschäft und die internationalen Aktivitäten – würden jeweils etwa ein Drittel zur Wertschöpfung beitragen. „All das zeigt, dass TV nur noch ein Kanal unter mehreren ist.“

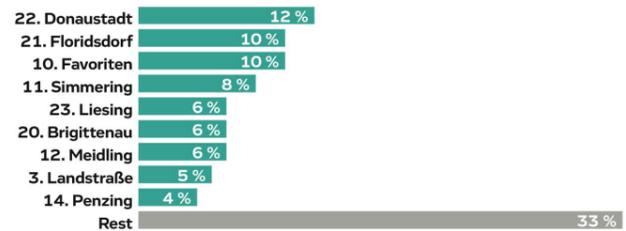
Die Zukunft des Stadtsenders W24, die durch eine ursprünglich bis 2023 befristete Kooperation mit dem Kabel-TV-Betreiber UPC ungewiss schien, sieht Kotlowski durch einen neuen Deal gesichert: „Wir haben uns mit Magenta Telekom im Zuge der Übernahme der UPC Telekabel Wien durch Magenta auf eine Verlängerung unserer Kooperation bis 2031

geeignet. Die Finanzierung des Wiener Kabelfernsehens von W24 ist damit langfristig abgesichert.“ Im Zuge dessen hat die WH Media übrigens

ihre Telekabel-Anteile von fünf Prozent in einen Anteil von 1,034 Prozent an der Magenta-Mutter T-Mobile Austria umgewandelt.

**WIE GUT KENNEN DIE WIENER IHREN STADTSENDER?**

In diesen Wiener Bezirken hat W24 die höchste Bekanntheit



Quelle: IP Österreich, Studie „W24“ 2018, n=752