

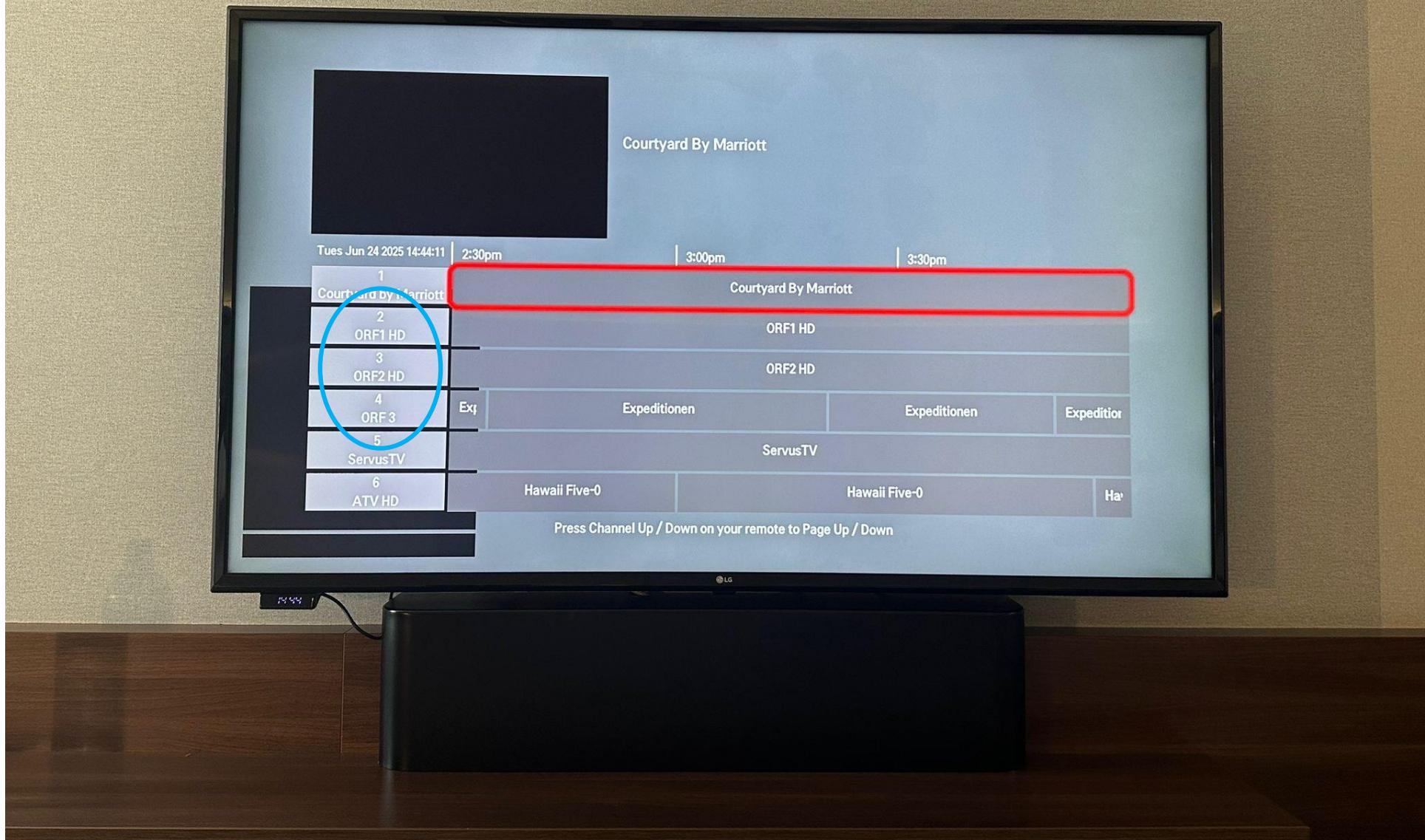
# Wirtschaftliche Perspektive FERNSEHEN

Cable Days Linz

Oliver Böhm

04.11.2025





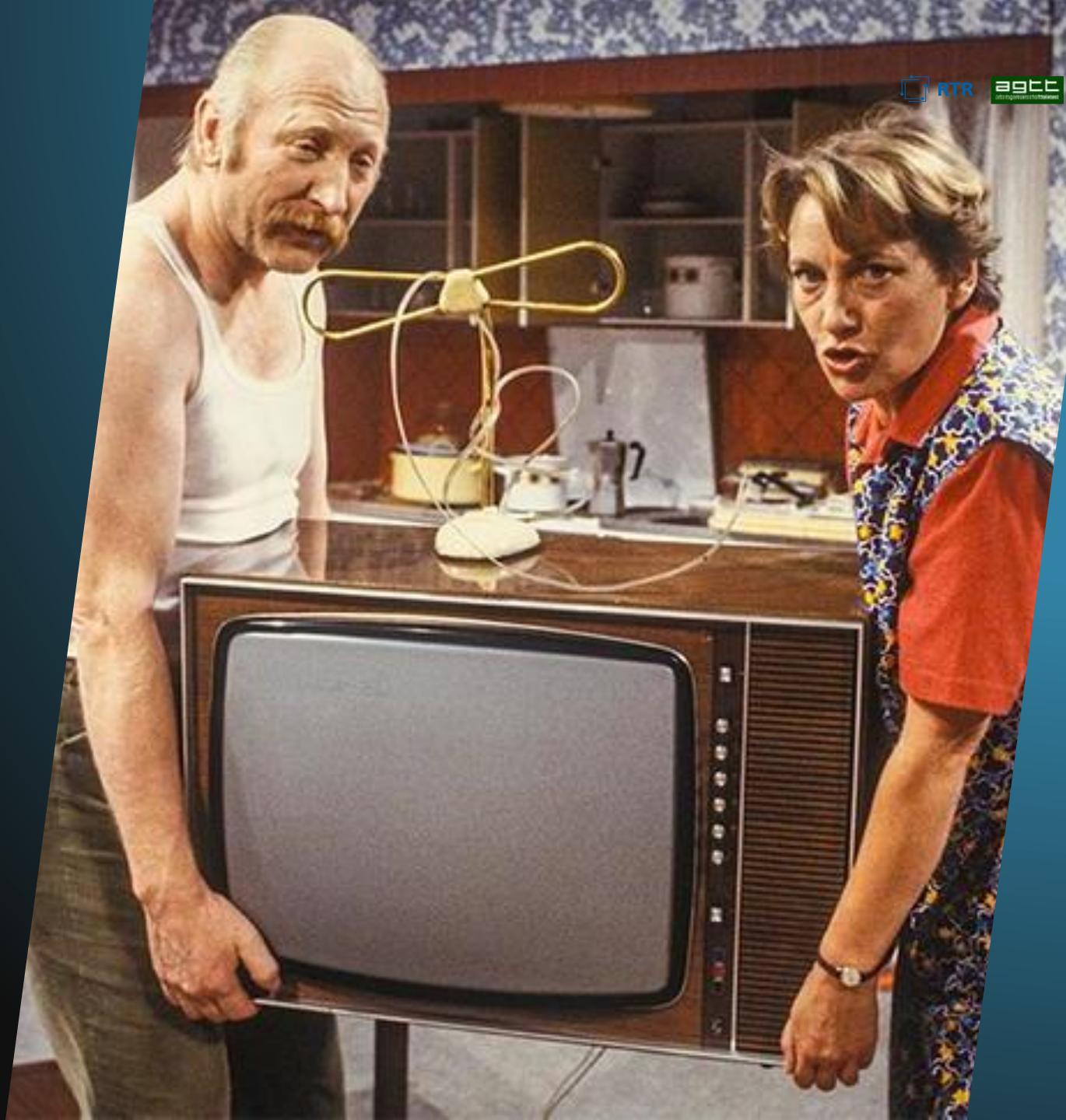
# ÖSTERREICHS MEDIENLANDSCHAFT 1970

## Radio und Fernsehen

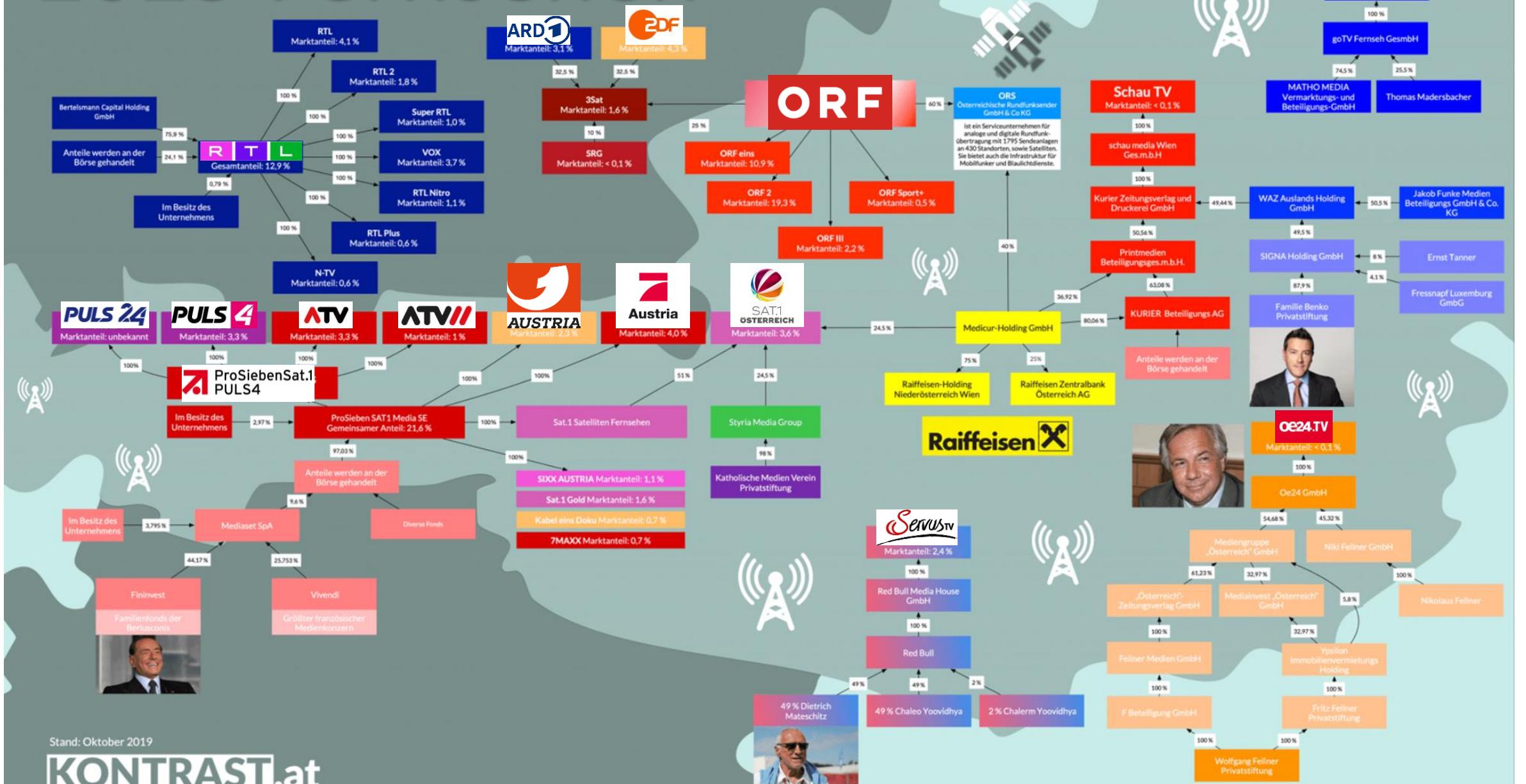
Monopol ORF

## Printmedien nur wenige Verlage

- Tageszeitungen: Kronen Zeitung, Kleine Zeitung, Kurier, Die Presse
- Regionalzeitungen: Tiroler Tageszeitung, Salzburger Nachrichten, Oberösterreichische Nachrichten
- Wochen- und Monatsmagazine wie Wiener, Wienerin, News, Profil und Format begannen sich zu etablieren.



# 2025 Fernsehen



# Premium Bewegtbildmarkt Österreich

- Sehr hohe tägliche Nutzung
- Leit & Vertrauens-Medium Nummer 1
- Nationale Content-Dominanz
- Breites Angebot mit ORF und Privat Sendern
- Brand safety
- Starke Werbewirkung

# Gattungsstärken

- Schnell hohe Reichweite & Sichtbarkeit
- Stärkstes emotionales Storytelling
- Vertrauensaufbau & Markenstärke
- Hoher ROI & Absatzwirkung
- Sichere Premium-Umfelder
- Gemeinsame kulturelle Momente
- Planbar, messbar, stabil

# Reichweiten\*/Branchenmix/TKP

\*Bewegtbildstudie 2025 - Key findings



- 1
- 2
- 3
- 4

Innerhalb der Bewegtbildnutzung nimmt **TV** mit knapp **78%** klar **Platz 1** ein.

Trend Richtung Non-Live Nutzung bemerkbar.

**TV** auch bei junger und sehr junger Zielgruppe  
**Nummer 1.**

TV: 34 % MA Umsatz klassische Werbung =  
1.459 Mio Euro Brutto

Quelle: Fokus 2024

**Im europäischen Vergleich relativ hohe TKPs**  
Die auch gezahlt werden!

# Kunden 2014

- Ferrero Österreich Handels Ges.m.b.H
- Procter & Gamble Austria GmbH
- XXXLutz GmbH
- A1 Telekom Austria AG
- T-Mobile Austria GmbH
- Spar Österreich Warenhandels-AG
- Reckitt Benckiser Austria GmbH
- Mars Austria OG
- Schwarzkopf & Henkel Cosmetics GmbH
- Österreichische Lotterien Ges.m.b.H
- L'oreal Österreich GmbH
- Billa Aktiengesellschaft
- Beiersdorf Gesellschaft m.b.H
- Mc Donald's Frenchise GmbH
- Henkel Central Eastern Europe GmbH
- Rudolf Leiner Ges.m.b.H
- Unilever Bestfoods Austria
- Mondelez Österreich GmbH (vorher Kraft Foods)
- Danone G.m.b.H
- Lever Fabergé Austria Divis.d.öst. Unilever GmbH.

# Kunden 2024

# Kunden 2014

- Reckitt Benckiser Austria GmbH
- Mars Austria OG
- Schwarzkopf & Henkel Cosmetics GmbH
- Rudolf Leiner Ges.m.b.H
- Unilever Bestfoods Austria
- Danone G.m.b.H
- Lever Fabergé Austria Divis.d.öst. Unilever GmbH.

# Kunden 2024

- Procter & Gamble Austria GmbH
- XXXLutz GmbH
- Henkel Central Eastern Europe GmbH
- Ferrero Österreich Handels Ges.m.b.H
- Billa Aktiengesellschaft
- Spar Österreich Warenhandels-AG
- [Hofer AG](#)
- Mc Donald's Frenchise GmbH
- A1 Telekom Austria AG
- T-Mobile Austria GmbH
- Österreichische Lotterien Ges.m.b.H
- [Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG](#)
- [IKEA Möbelvertrieb OHG](#)
- [Bayer Austria GmbH](#)
- Beiersdorf Gesellschaft m.b.H
- [REWE Austria International AG](#)
- Mondelez Österreich GmbH (vorher Kraft Foods)
- [Lidl Österreich GmbH](#)
- [L'oreal Österreich GmbH](#)
- [Porsche Austria GesmbH & Co](#)

Alles ok!

Alles ok?





UVP € 299,-

**€ 199,-**

-33%

UVP € 29



**€ 199,-**



In den Warenkorb

# 2025

23:45

# VERBREITUNG VON FAKENEWS



# AUSSPÄHUNG DER NUTZER



# AUSNUTZUNG VON MARKTMACHT

Antitrust:  
Google Adtech



Commission européenne  
European Commission

# MONETARISIERUNG ILLEGALER INHALTE



# Tech-Firmen zerstören Medienvielfalt und Demokratie

**Hyperindividualisierung**

**Weitergabe persönlicher Daten**  
Ausspähung der Nutzer

**Macht der Algorithmen**  
Beeinflussung der Meinungsbildung

**Kontrolle des Traffics**  
Leitung von Trafficströmen zu Plattformen

**Absaugen von Daten**  
Akut: AI-Search

**Ausnutzung von Marktmacht**

Verhinderung von Wettbewerb

**Verbreitung von Fakenews**

**Kommerzielle Nutzung illegaler Inhalte**

**Wahlmanipulationen**  
Ausspähung der Nutzer

**Absichtliche Rechtsbrüche**  
Verurteilungen

# Tech-Terror oder selber schuld?

- **2,1 Milliarden Euro (netto) ALLE österreichischen Medien zusammen**
- **2,6 Milliarden Euro (netto) Werbegeldabfluss an TECH-FIRMEN**



# Wirtschaftliche Perspektive



Cable Days Linz

Oliver Böhm

04.11.2025

# Sieben sündige Total Video Punch-Lines

1. Das Fernsehen ist nicht tot: es expandiert!
2. Es ist live – deshalb unsterblich und heißt Total Video!
3. Wer Reichweite will, sendet. Wer Wirkung will, verbindet!
4. Wir haben das Fernsehen nicht neu erfunden, wir haben ihm ein Betriebssystem gegeben.
5. Wir sind nicht im Werbegeschäft. Wir sind im Wettbewerb um Zeit und Bedeutung!
6. Total Video ist ein technologisches Versprechen. Reichweite immer und überall, Wirkung in Echtzeit!

# 7. Gemeinsam ist besser als einsam



# Sieben sündige Total Video Punch-Lines

1. Das Fernsehen ist nicht tot: es expandiert!
2. Es ist live – deshalb unsterblich und heißt Total Video!
3. Wer Reichweite will, sendet. Wer Wirkung will, verbindet!
4. Wir haben das Fernsehen nicht neu erfunden, wir haben ihm ein Betriebssystem gegeben.
5. Wir sind nicht im Werbegeschäft. Wir sind im Wettbewerb um Zeit und Bedeutung!
6. Total Video ist ein technologisches Versprechen. Reichweite immer und überall, Wirkung in Echtzeit!
7. Gemeinsam ist besser als einsam