



# Viele Zahlen, Daten, Fakten und eine Ode an das Radio

In einem von vielerlei Themen geprägten Jahr schien in wirtschaftlichen Belangen für die Medienhäuser noch an vielen Tagen die Sonne.

## Editorial

••• Von Dinko Fejzuli

**REAL NEWS.** Das letzte Jahr war in der österreichischen Medien-, Druckerei- und Agenturszene durchflutet mit Themen, die uns angeregt, aufgeregt oder nur mehr unterhalten haben – ob es um die DSGVO, die GIS-Gebühren, die Personalrochaden beim ORF, die immer weiter voranschreitende Digitalisierung, Digitalsteuer, die Affäre um die von Claas Relotius gefälschten *Spiegel*-Reportagen, Facebook als never ending Problem-Story und Social Media als Spielball für Fake News geht, um nur einige zu nennen.

## Vertrauen und Wahrheit

Bleiben wir kurz bei den zuletzt erwähnten Fake News, die besonders gern politisch – als strategisches Propagandatool für Meinungs- oder Unmeinungsbildung – verwendet werden. Das Gefährliche an den Fake News ist, dass sie den Eindruck von Tat-

sachen und echten Nachrichten erwecken. Schon Mitte 2017 hatten 37% der Befragten laut einer EU-Studie angegeben, dass sie fast täglich mit Fake News konfrontiert werden; in der selben Studie wurden nach wie vor traditionelle Medien wie Radio 70%, TV 66% und Print mit 63% als am vertrauenswürdigsten genannt.

## Was noch zählt

Nicht vergessen darf man an dieser Stelle die Menschen, also die viele Journalistinnen und Journalisten, die hinter den traditionellen Medien stehen und sie mit Leben erfüllen. Darunter sind sogar einige ganz besondere und mutige Menschen, die aus Liebe zur Wahrheit ihr Leben in Gefahr bringen: Allein 2018 wurden weltweit über 80 Journalisten ermordet, und 348 sind laut „Reporter ohne Grenzen“ inhaftiert. Wir könnten ein ganzes oder sogar mehrere Bücher und viele Blogs füllen, wenn wir all die bisher angesprochenen Themen mit unseren Gesprächspartnern diskutieren

würden; deswegen beschränkten wir uns bei unserem Rückblick auf die wirtschaftlichen Belange und neuen Entwicklungen bei den einzelnen Medien und Druckereien. Denn so banal sind die geschäftlichen Belange nicht.

Ohne das wirtschaftliche Umfeld, das die Medienhäuser bieten, könnten so besondere Menschen, wie die erwähnten Journalisten, ihrer Leidenschaft für die Wahrheit nicht in dieser Intensität nachgehen.

## Was sie sagten

Dementsprechend sprachen wir mit den Geschäftsführern, Managern und Chefredakteuren der einzelnen Medienhäuser und Druckereien, die uns Antworten und Statements zu ihrem Jahr 2018 gaben – diese Antworten waren mehrheitlich positiv. Die Tageszeitungen konnten besonders im ePaper-Bereich zulegen; beim TV erreichten einige das beste Ergebnis seit Bestehen, und im Radio wurde das Lied des Wachstums gesungen.

# Inhalt

**ORF als Branchenmotor** ..... 60  
Ein starker Medienstandort benötigt auch einen starken ORF, da sind sich alle einig

**UPC wurde zur T-Mobile-Marke** ..... 60  
T-Mobile erweiterte 2018 sein Portfolio mit UPC und bietet nun auch Festnetz – mit einem ultimativen Versprechen

**Im Angesicht des Erfolges** ..... 62  
ProSiebenSat.1 Puls 4 inkl. ATV hatte 2018 das beste Jahr seit Bestehen der Sendergruppe

**Loblied auf n-tv & RTLPlus** ..... 63  
IP Österreich spricht von erfreulichen Zahlen und gutem Start seiner zwei neuen Sender

**Ö3: We try harder and succeed** ..... 64  
Der Radiosender hatte auch 2018 Erfolg mit Highlights & News und feierte seinen 50er

**The Song of RMS: „Mehr Reichweite“** ..... 65  
RMS sang 2018 das Lied von Wachstum und trieb die Digitalisierung weiter voran

**On Top, die „Kronen Zeitung“** ..... 66  
Die Tageszeitung steht in der Media-Analyse des Jahres 2018 ganz weit oben

**„Heute“: Erfolg aus der Box** ..... 68  
Die Gratiszeitung aus Wien verstärkt ihr Team für das Jahr 2019

**„TT“-Dampfer auf Kurs** ..... 69  
Die *Tiroler Tageszeitung* gleitet auch 2018 auf dem Erfolgskurs mit positivem Umsatz

**A touch of Magic: „Be outstanding“** ..... 70  
Magazine verleihen den Produkten Glanz

**Jahresbilanz Wochenzeitungen** ..... 72  
Wie hat sich der Bruttowerbewert der Wochenzeitungen entwickelt?



**Product Special Investigation** ..... 74  
Wie hat sich der Bruttowerbewert der Fachmagazine entwickelt?

**Das Jahr im Druck** ..... 76  
Die Manager der österreichischen Druckereien geben ihre Statements zum vergangenen Wirtschaftsjahr



© Ernst Kärnerstorfer

© RMA