

VÖP ortet Angriff auf die Privatsender



VÖP-GF Corinna Drumm gegen noch stärkere Wettbewerbsverzerrung; Foto: VÖP

Der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) stellt sich entschieden gegen die Forderung der „ORF-Enterprise“, wonach die tägliche Werbezeit im ORF-TV ausgeweitet werden soll. Wie Klaus Schweighofer, VÖP-Vorsitzender und Vorstand der Styria Media Group, in einer Stellungnahme am 26. September betonte, zeugt dies von völliger Weltfremdheit. „In fast allen europäischen Ländern werden die Werbemöglichkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks reduziert, in manchen Ländern wird Werbung hier sogar gänzlich verboten. Die Werbefinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist in Europa ganz klar ein Auslaufmodell!“, stellt Schweighofer klar. „Ich kann mir nicht vorstellen, dass die österreichische Regierung hier isoliert gegen den klaren europäischen Trend agiert und damit eine veritable Blamage riskiert.“

Corinna Drumm, VÖP-Geschäftsführerin, ergänzt: „Wenn der ORF ein neues öffentlich-rechtliches Angebot machen möchte, so hat er dies aus den 600 Millionen Euro Rundfunkgebühren zu finanzieren, die ihm hierfür zur Verfügung stehen. Zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten für den ORF sind den anderen Marktteilnehmern nicht mehr zumutbar. Denn noch mehr Werbezeit für den ORF würde den österreichischen Rundfunkmarkt massiv gefährden und eine noch stärkere Wettbewerbsverzerrung nach sich ziehen. Das ist ein Frontalangriff auf die privaten TV-Sender und damit ein aggressiver Akt gegen das duale Rundfunksystem. Wir können und werden dies nicht akzeptieren,“ so Drumm. „Außerdem würde die Werbetoelanzschwelle bei den Zusehern überschritten werden: Ob die Politik das wirklich will?“ Und: „Sollte die Politik diesen völlig utopischen Wünschen des ORF Folge leisten wollen, so muss sie mit heftigem Widerstand von unserer Seite rechnen.“

Nachrichten sind heute die beliebtesten Tablet-Apps

Nachrichten stehen bei der mobilen Nutzung von Apps an erster Stelle, am Tablet genießen die Medieninhalte zudem eine beachtliche Nutzungsdauer. Es wird erwartet, dass digitale Ausspielkanäle innerhalb der nächsten zehn bis 20 Jahre das bedruckte Papier ablösen wer-

den und dass es auch in Österreich eine rein digitale Zeitung geben wird. Print-Ausgaben werden aber dennoch weiter bestehen. Das sind die Hauptergebnisse einer von Marketagent.com in Zusammenarbeit mit der APA - Austria Presse Agentur durchgeführten aktuellen Online-Umfrage zur mobilen Nutzung von Print-Inhalten in Österreich.

Für die Studie wurden knapp 600 Kontakte aus der Medien- und Technologiebranche nach ihren Einschätzungen sowie zusätzlich mehr als

1.000 Personen aus der österreichischen Bevölkerung nach ihrer tatsächlichen Mediennutzung befragt. Tablet-PCs wie das iPad zeigen sich hierbei als beliebte Plattform für das Abrufen und Lesen von Print-Inhalten: Nachrichten-Apps führen bei der Nutzung (noch vor Spielen), die tägliche Lesedauer liegt mit rund 30 Minuten deutlich etwa über jener von Medieninhalten am Smartphone, wobei sich die Nutzer generell für mobile Geräte ein optimiertes Angebot erwarten.

Weitere Ergebnisse der Umfrage: Zwar besitzen nur 5,4 Prozent der befragten Nutzer im Moment selbst ein Tablet (58,2 Prozent davon ein Apple iPad), jedoch planen 37,9 Prozent einen Kauf innerhalb der nächsten fünf Jahre. Das größte Hindernis für das Lesen von Zeitungsinhalten auf dem Tablet sind die hohen Anschaffungskosten für die Geräte, bei Smartphones bemängeln die meisten das zu kleine Display. Jedoch bekennen auch jeweils rund 40 Prozent, sie hätten beim Lesen auf jeden Fall lieber Papier in der Hand.

Vertrauen

 Jetzt gehören Ihre Sorgen uns!

Mit über 180 Jahren Erfahrung und bedarfsgerechten sowie individuellen Versicherungslösungen der Wiener Städtischen sorgen Sie vor. Nähere Infos unter 050 350 350, auf www.wienerstaedtiche.at oder bei Ihrem Berater.

IHRE SORGEN MÖCHTEN WIR HABEN

WIENER 
STÄDTISCHE
VIENNA INSURANCE GROUP