

NACH VERKAUF

ATV blickt zufrieden nach vorne

Bilanz. Ein Jahr mit Puls4: Am Programm wird weiter geschraubt

ATV sieht sich ein Jahr nach dem Zusammenschluss mit der ProSiebenSat.1Puls4-Gruppe programmmlich bestätigt und wirtschaftlich auf dem richtigen Weg.

In der Kernzielgruppe 12 bis 49 liege man nun im Schnitt bei 4,1 Prozent, sagt Sender-Geschäftsführer Thomas Gruber. „Austrias Next Topmodel“, eine „gute Morgengabe“ von *Puls4* zur Sender-Hochzeit, habe den Marktanteil steigern können. Eine neue Staffel wird es aber „heuer wahrscheinlich nicht, vielleicht nächstes Jahr wieder im Frühling“ geben.

Test für dritten Termin

Einen dritten Hauptabend-Termin für Eigenproduktionen will Gruber noch heuer testen. Mit dem neuen Politainment-Slot am Sonntag-Spätabend („ATV aktuell: Die Woche“) ist er bereits zufrieden. Zwar seien die Quoten etwas niedriger als zuvor (da lief eine dritte Folge von



Der Sender ist im Vorjahr an ProSiebenSat.1Puls4 verkauft worden

„Hubert und Staller“), doch „uns war wichtig, dass wir einen prominenten Sendeplatz haben. Die Zuschauer, die dabeibleiben, werden gehalten“. Für Herbst stellt der Senderchef Programmneheiten in Aussicht, etwa eine Reality-Show mit Beratungscharakter für Jugendliche auf Abwegen (Arbeitstitel: „Teenager Bootcamp“), für die bereits gecastet wird. Ab September erhält Dominic Heinzl einen wöchentlichen

Sendeplatz für „Heinzl und die VIPs“. Eine Reihe über die Finanzpolizei findet sich ebenso im Ideenfundus wie Einblicke ins Leben von „Trucker Babes“ (auf *Kabel 1* kurven die derzeit gerade wieder durch die Lande).

ATV2 wurde zu Jahresanfang umorientiert und ist nun „kein Abspielsender für ATV-Eigenproduktionen mehr“, zudem stellt Gruber einen Design-Relaunch für den Zweitsender in Aussicht.