

„Weil man das digital gar nicht abbilden kann“

Geschäftsführer Hans Metzger im Interview über die Vorzüge „seines“ Supplements *tele*, welches aktuell seinen 30sten Geburtstag feiert.

••• Von Dinko Fejzuli

Im Jahr 1989 wurde *tele* erstmals als Supplement diversen österreichischen Zeitungen beigelegt. Heute, 30 Jahre später, sind bereits 1.250 Ausgaben mit einer Gesamt-Druckauflage von rund zwei Milliarden Exemplaren erschienen. *tele* gehört zu den top drei Einzeltiteln unter Österreichs Printmedien.

„Das Spektakuläre ist das Unspektakuläre“, so Geschäftsführer Hans Metzger im Jubiläumsinterview zum Geheimnis des Erfolges von *tele*.

Und in der Tat: Die Kennzahlen sind beachtlich. Nach *Autotouring* mit 1,8 Millionen und der *Kronen Zeitung am Sonntag* mit 1,17 Millionen ist *tele* mit 1,027 Millionen Exemplaren die Nummer drei bei der Verbreiteten Auflage (Quelle: ÖAK Jahreschnitt 2018).

Auf die Frage, warum *tele* auch in Zeiten, wo man sich sämtli-



1.250 Ausgaben und zwei Milliarden gedruckte Exemplare in 30 Jahren *tele*.



© tele (2)

chen Content in Bezug auf Fernsehhalte mit einem Wisch auf sein Smartphone laden kann, erfolgreich ist, sagt Metzger: „Weil man das digital gar nicht abbilden kann“ – und zeigt auf die *tele*-Doppelseite mit den wichtigsten 24 Sendern, die vor ihm auf dem Tisch liegt.

„Selbstverständlich hat der digitale Kanal seine Berechtigung, schließlich sind die *tele*-Website und App ein wichtiger Teil unseres Geschäfts.“ Dort gehe es aber eher um die gezielte Suche nach einzelnen Sendungen.

Kompakter Überblick

Beim gedruckten *tele* ist es der kompakte Überblick über das TV-Programm, aber auch die Zusatzinformationen, die von einer Fernseh- und Kino-affinen Redaktion zusammengetragen würden. „Hier ist noch jede Filmbeschreibung hand made“, so Metzger. Wo also andere für ihre TV-Seiten, auch aus Personal- und Zeitmangel, auf fertige

ausbauen“, so Metzger über die Qualität seiner Redaktion. „Man schaut einmal hin und weiß immer, was heute im Fernsehen los ist“, so Metzger weiter.

Und genau diese Verlässlichkeit würden eben auch die Leserinnen und Leser und in weiterer Folge natürlich auch die Werbekunden schätzen.

Selbstverständlich würden aber auch die digitalen Angebote des *tele* viel genutzt. Der Peak bei den Usern ist übrigens, wie im klassischen Fernsehen, zwischen 19:45 bis 20:15, „weil die Menschen, genau da wissen wollen, was sie sich an diesem Abend ansehen könnten“.

Aber wer ist nun die typische Nutzerin und der klassische Leser des *tele*? „Die Zielgruppe des *tele* sind zu 100 Prozent die Leserinnen und Leser unserer Trägermedien, denn nur dort werden wir auch vertrieben“, so Metzger über die Tatsache,

”

Das Spektakuläre an tele ist das Unspektakuläre und das Besondere bei uns ist die Kompetenz und Verlässlichkeit, die wir haben und die wir auch ausbauen.

Hans Metzger
Geschäftsführer *tele*

“

Trägermedien & Verbreitung

Medium	Region	Auflage/Tag
Kleine Zeitung	Steiermark	201.558
Kleine Zeitung	Kärnten	100.077
Oberösterreichische Nachrichten	Oberösterreich	151.981
Niederösterreichische Nachrichten	Niederösterreich	134.398
Tiroler Tageszeitung	Tirol	97.135
Salzburger Nachrichten	Salzburg	83.990
Die Presse	Österreich	71.538
Der Standard	Österreich	57.038
Die Burgenländische Volkszeitung	Burgenland	22.851
Wiener Zeitung	Wien	21.585
Oberösterreichisches Volksblatt	Oberösterreich	15.815
Die Neue Vorarlberger Tageszeitung	Vorarlberg	11.346
Die Furche	Teilbelegung	319
Hotels	Österreich	4.277

Quelle: tele