

ProSiebenSat.1 vereint TV und Digital: Revolution im Werbemarkt!

ProSiebenSat.1 pulte in Österreich TV und digitale Vermarktung unter #OneSales zusammen, um den Medienkonsum zu optimieren.



Österreich - ProSiebenSat.1 Puls 4 hat eine umfassende Reorganisation des Sales-Bereichs unternommen und führt die neue Struktur mit dem Titel #OneSales ein. Laut **medianet.at** bezieht sich dies auf eine neue integrierte Vermarktung für TV und digitale Medien. Peter Strutz, der die Gesamtleitung für Sales TV & Digital in Österreich übernommen hat, hebt hervor, dass diese Umstrukturierung als Antwort auf den veränderten Medienkonsum erfolgt.

Die neue Vertriebsstruktur gliedert sich in vier zentrale Bereiche: Integrated Sales, Advanced Advertising, Account Execution und Revenue Management. Diese Bereiche sollen nicht nur die Prozesse für Werbekunden vereinfachen, sondern

auch eine datenorientierte Kampagnenplanung ermöglichen. So wird angestrebt, die Bedürfnisse der Zielgruppen plattformagnostisch anzusprechen und die Vermarktung von TV und Digital zu optimieren. Strutz berichtet direkt an die Co-CEOs Bernhard Albrecht und Michael Stix, letzterer bleibt auch Chief Commercial Officer für Österreich und Geschäftsführer der Seven.One Media in Deutschland.

Wichtige Eckdaten zur Mediennutzung

Die Reorganisation wird durch aktuelle Trends im Medienkonsum unterstützt. Aktuelle Daten zeigen, dass TV für alle Altersgruppen zwischen 50 und 90 Prozent der täglichen Bewegtbildnutzung ausmacht. Diese Erkenntnisse stehen im Einklang mit den Entwicklungen auf dem Markt für digitale Medien. Insbesondere die Streaming-Plattform JOYN verzeichnet ein starkes Wachstum und erreichte im ersten Quartal 2025 1,9 Millionen monatlich aktive Nutzer, wie **puls24.at** berichtet.

Außerdem hat die neue TV-Messung mit Teletest 2.0 bewährte Methoden zur zielgerichteten Mediaplanung etabliert. Auch die lokale Verankerung durch relevante Inhalte wird betont, da in Österreich 99% der Menschen wöchentlich Bewegtbild konsumieren. Im Jahr 2024 wird ein Werbevolumen von rund 2,6 Milliarden Euro von internationalen Tech-Giganten erwartet, was die Wichtigkeit einer strategischen Neuausrichtung zusätzlich unterstreicht.

Herausforderungen und Perspektiven

Trotz der stabilen Nutzung von Fernsehen stehen die Medienlandschaft vor Herausforderungen. Laut **Statista** bleibt TV zwar relevant, jedoch hat Radio im Frühjahr 2024 TV als führendes Medium abgelöst. Zudem ist eine Senkung der durchschnittlichen Fernsehdauer in Deutschland auf den tiefsten Wert seit über 25 Jahren zu beobachten.

Die Technologisierung und der Wandel des Medienkonsums

verlangen eine verstärkte Integration von TV- und digitalen Inhalten. ProSiebenSat.1 Puls 4 ist bestens positioniert, um mit dieser Transformation Schritt zu halten und ein führendes Bewegtbild-Powerhouse in Österreich zu werden. Die ersten Marktreaktionen auf die neue Struktur zeigen bereits ein steigendes Interesse an der Zusammenführung von TV und Digital, was für zukünftige Entwicklungen in der Branche vielversprechend ist.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• medianet.at• www.puls24.at• de.statista.com

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)