

# Vitalitást sugározni

## ■ Jelen és jövő a Vital TV képernyőjén

Mi kell a nőnek? A Vital TV vezérigazgatója ezzel a kérdéssel nyitotta prezentációját a Tihanyi Kábeltelevíziós Konferencián. Az előadások szünetében e furcsa kérdés okáról kérdeztük Szepesi Györgyöt.

– A Vital TV az egyik leginkább nőknek szóló csatorna a magyar tematikus televíziók piacán. Ez részben abból adódik, hogy a tematika – az egészséges és kiegyensúlyozott életmód kultúrája – elsősorban a hölgyek körében népszerű. A nyitógondolat a híres Mel Gibson-filmre emlékeztetheti az olvasókat, és csakugyan, mi is azt keressük – ugyan nem a filmben látott eszközökkel –, hogy mivel tudnánk a női nézők körében kedveltek lenni. A műsorok készítői és a programingszakemberek is tudatosan a női célcsoportot célozzák meg.

– Ezek szerint nem csak vásárolt anyagok láthatók a Vital TV-n?

– A műsoridő 40%-át saját gyártású produkciók teszik ki. Ezt az arányt a csatorna fejlődésével fokozatosan növelni szeretnénk, ugyanis a nézői visszajelzések alapján a műsoraink a legnépszerűbbek, és általuk tudjuk az igazi arcu-

latunkat kialakítani. Megtalálható köztük életmód tematikájú magazinműsor, divat- és stílusmagazin, de wellness-szolgáltatásokat bemutató sorozat is.

– A csatorna neve találó. A vitális emberekhez kívánnak szólni, vagy azokhoz, akiknek a vitalitásán még van mit javítaniuk?

– Mindkét célcsoport megtalálja nálunk az őt érdeklő információkat, de főként az utóbbi csoportot állítanánk magunk mellé. A televízió – azon túl, hogy üzleti vállalkozás – egyfajta missziót is betölt, mert a maga eszközeivel a nézők testi-lelki egészségén szeretne javítani. Tapasztalataink alapján egyre több a hiteles, értékes tartalmat kereső néző, akik nálunk felüldülésre találnak a rengeteg krimi, erőszak és politika után.

– Hogy tud ma egy nemzetközi háttérrel nem rendelkező kis tematikus televízió talpon maradni a nagy kereskedelmi csatornák árnyékában?

– A Vital TV tőkeerős tulajdonosi háttérrel rendelkezik, így fennmaradása hosszú távon biztosított.

A lakosság figyelme folyamatosan és tendenciózusan a tematikus csatornák felé fordul, ezt jól mutatják az AGB Nielsen mérései is. Nekünk már „csak” annyi a feladatunk, hogy ebből a növekvő nézettségéből minél többet az életmódszárny felé irányítsunk.

– Ehhez milyen eszközök állnak a rendelkezésükre?

– A tematikánkhoz illeszkedő, illetve a női vásárlói réteget célzó nagy hirdetőket egyre sikeresebben tudjuk meggyőzni előnyeinkről. Egy egészségmegőrzést elősegítő termék vagy wellness szálloda reklámüzenete hatékonyabban közvetíthető egy hasonló hangulatú műsorkörnyezetben. A fejlődés másik záloga a csatorna elérhetőségének növelése, vagyis a minél több kábeltelevíziós műsorelosztóval történő megállapodás. Jelenleg országosan



700 ezer háztartásban élvezhetik műsorainkat, azonban az év végére ezt szeretnénk egymillióra emelni. Ez új fejezetet nyithatna reklámértékesítésünkben, hiszen ilyen penetráció mellett részletesebb nézettségi statisztikákkal tudnánk hirdetőinket informálni.

– És a nézők hogyan profitálnak ebből a fejlődésből?

– Több új műsorral szeretnénk megjelenni még idén, a főszezonnak számító negyedik negyedévben. Tervezünk fitness magazint, műsört kutyabarátoknak, de a gyógyítás és egészségmegőrzés témáiban is igyekezünk előrelépni.

– Ha egy év múlva újra leülünk itt beszélgetni, milyen célok teljesüléséről szeretne majd beszámolni?

– Mindenekelőtt ismertséget és nézettséget szeretnénk növelni a magyar piacon, középtávon viszont a régió meghatározó életmódcsatornájaként kívánunk válni.



well  
online  
www.wellonline.hu

A wellonline hazánk legjelentősebb body&mind típusú rendezvényeinek szervezője.

Az alábbi rendezvények kapcsán keresi partnereit névadó szponzor, társszponzor és termékszponzor kategóriákban.

DÁTUM	ESEMÉNY
2009. január	2. Aerobic Night
2009. február	1. Dance Day
2009. április	5. Pilates és Jóga Találkozó
2009. május	1. Wellonline Gyermeknap
2009. július	2. WELLBEACH – jóga és wellness tábor
2009. szeptember	6. Pilates és Jóga Találkozó
2009. november	2. Wellonline Egészség Sziget (HUNGEXPO/Hó-show/Wellness & Spa)
2009. november	3. Fitness Termék Hétvégéje
2009. december	4. Presenter of the Year

www.wellonline.hu