

medianet: Herr Feher, der Media Server wird eingestellt. Bevor wir zu den möglichen Folgen kommen, eine Frage zum Zeitpunkt. Der ist ein besonders bitterer, stand der Media Server doch quasi fix und fertig vor dem Launch der nächsten Stufe. Warum also gerade jetzt?

Joachim Feher: Durch den Austritt der AGTT, gefolgt von den ORF-Radios, ist der fixfertig konzipierte und vor Beauftragung stehende Media Server 4.0 leider von den verbleibenden Mitgliedern alleine nicht mehr finanzierbar. Und uns bleibt nichts anderes übrig, als die Vereinstätigkeit einzustellen. Bitter vor allem auch, da wir die Painpoints der Vergangenheit alle adressiert und für alle gute neue Lösungen gefunden haben.

medianet: Und nun zu den Folgen – welche könnten das sein, bzw. welche Auswirkungen hat das Ende des Media Servers aus Ihrer Sicht?

Feher: Der Media Server ist die einzige Studie Österreichs, die die Leistung der österreichischen Medien abbildet und auch Vergleiche mit Big Tech, z.B. YouTube, ermöglicht. Warum man sehr viel über Kooperation zur Absicherung des Standorts Österreichs redet, aber keine gemeinsame Studie finanziert, möge jeder für sich selbst interpretieren ...

medianet: Die AGTT sagt, man steige aus finanziellen Gründen aus. Ist diese Begründung für Sie schlüssig, denn was auffällt, ist, das gerade jene Gattung den Media Server verlässt, die in den letzten Jahren einen Verlust an Reichweite hinzunehmen hatte.

Feher: Als Präsident des Vereins Media Server werde ich dazu keine Mutmaßungen äußern.

Ich habe die Entscheidung der AGTT zu respektieren.

medianet: Können Sie nachvollziehen – abseits der Optik –, warum sich auch die ORF-Radios aus dem Media Server zurückziehen?

Feher: Als Präsident des Vereins Media Server werde ich auch dazu keine Mutmaßungen äußern. Ich habe die Entscheidung des ORF zu respektieren.

medianet: Es gab aber auch Kritik am Media Server selbst, etwa bei der Frage der Vergleichbarkeit der Mediengattungen durch die eingebrachten Daten. Stichwort Werbeblock-Reichweiten im TV versus Ausgabenreichweiten bei Print. Das war durchaus immer wieder ein Diskussionspunkt.

Feher: Das haben wir längst hinter uns gelassen, und jede Mediengattung wird auf einer einheitlichen Basis erhoben. Für den Media Server 4.0 hat die technische Kommission unter der Federführung von Maria Bierbaumer ein revolutionäres neues Planungssystem entwi-

”

Durch den Austritt der AGTT gefolgt von den ORF-Radios ist der fix fertig konzipierte und vor Beauftragung stehende Media Server 4.0 leider von den verbleibenden Mitgliedern alleine nicht mehr finanzierbar.

“

ckelt, das die Agenturanforderungen für strategische Planungen im Media Server noch besser erfüllt.

medianet: In einer ersten Reaktion meinte etwa Havas Village Austria-CEO Michael Göls, dass forschungsbasierte Mediaentscheidungen, die Verständnis, Nachdenken und damit Zeit erfordern würden, immer weniger Beachtung fänden. Stattdessen gäbe es den Trend, zunehmend ‚Klicks und Likes zu jagen‘, ohne die tiefergehenden Zusammenhänge der Mediennutzung zu berücksichtigen. Können Sie das bestätigen?

Feher: Ich habe im Media Server immer die Chance gesehen, die digitale und die analoge Welt in einer Studie zu vereinen und die unbestritten wichtigen Klicks und Likes mit den klassischen Media-KPIs von GRP über Net-toreichweite und Frequenz zu ergänzen. Die Mediennutzung entwickelt sich weiter, und der Media Server hat diese Entwicklung auch immer abgebildet.

medianet: Der Media Server sollte eine Art Brücke sein zwischen Agenturen und Medien. Ist diese Brücke nun eingestürzt?

Feher: Für mich und die RMS definitiv nicht. Wir haben ein hervorragendes Verhältnis zu den Agenturen. Das von Anfang an sehr ambitionierte Projekt Media Server findet nach 15 Jahren nun leider ein Ende. Da ich von Anfang an an die Idee geglaubt habe, stimmt mich dies sehr traurig, aber das wird mich auch nicht abhalten, mit neuen und anderen Projekten den Wert des RMS-Angebots für den Erfolg der Advertiser zu belegen. (fej/mab)

”

Ich habe im Media Server immer die Chance gesehen, die digitale und die analoge Welt in einer Studie zu vereinen.

Joachim Feher

“



© Martina Berger