



© C. Postl



© Anna Stöcher



© DigitalSports Fotografie

Rückblick

Susanne Koll (IGMA), Michael Göls (Havas Village), Bettina Schuckert (dentsu Austria).

Unglücklicher Zeitpunkt

Und auch wenn „große Netzwerkagenturen, wie dentsu, proprietäre Systeme haben und in der Regel nicht auf den Media Server angewiesen gewesen sind“, findet Bettina Schuckert, CEO dentsu Austria, „den Zeitpunkt unglücklich, da der Media Server unmittelbar vor einer Weiterentwicklung stand, die gemeinsam mit den Media-Agenturen entwickelt wurde. Ich hätte das gerne noch abgewartet.“

AGTT bedauert

Und seitens der AGTT hieß es von Präsidiumsmitglied Thomas Gruber auf medianet-Anfrage: „Wir als AGTT haben uns die

Mit Wehmut

Rundruf: In der Media-Agenturen-Branche wird das Ende des Media Servers vor allem eines: bedauert.

WIEN. Nicht nur der Media Server-Präsident bedauert das Ende der All-Media-Messung, sondern ein Rundruf in der Branche zeigt: Auch diverse Vertreterinnen und Vertreter vor allem der Media-Agenturen bedauern das Aus, denn: „Eine Marktuntersuchung unter Agenturen und Medienunternehmen hat deutlich gemacht, dass ein Bedarf für eine derartige Studie besteht. Die Befragung zeigte klar auf, dass der Media Server geschätzt wurde und einen Mehrwert für die Branche hätte bieten können“, so Susanne Koll, Präsidentin IGMA (Interessengemeinschaft der Media-Agenturen).

Auch deshalb blicke sie, so Koll gegenüber medianet, „mit einem Gefühl der Wehmut auf das Ende des Media Servers, der über fast 15 Jahre hinweg Teil der österreichischen Medienlandschaft war“.

Schließlich sei es „die einzige Studie im Markt gewesen“, die trotz „Unzulänglichkeiten und der geäußerten Kritik, insbesondere hinsichtlich der Benutzer-

freundlichkeit, eine umfassende Betrachtung aller Medienkanäle, einschließlich der Nutzung der digitaler Plattformen wie Google und Meta, ermöglichte“.

Koll spricht vor allem der technischen Kommission und allen Beteiligten ihren Dank und Anerkennung für deren Arbeit aus. „Mit großem Engagement hat sie sich den Herausforderungen gestellt und Lösungen entwickelt, die den Media Server relevanter und anwenderfreundlicher gestaltet hätten. Diese Anstrengungen hätten den Media Server in ein effektiveres strategisches Planungstool verwandelt“, so Koll.

Valide Daten

Und auch für Michael Göls, CEO Havas Village Austria, war der Media Server „ein Projekt, das darauf abzielte, objektive und valide Daten zur österreichischen Mediennutzung zu liefern.“

Der Media Server sollte als eine Brücke zwischen Agenturen und Medien dienen, um ein holistisches Zielgruppenver-

ständnis zu ermöglichen und ein Trendbarometer der Mediennutzung zu bieten.“ Göls weiter zum Ende des Media Servers: „Des Weiteren war er ein Instrument für die Crossmedia-Planung und ermöglichte die Vergleichbarkeit verschiedener Mediengattungen, einschließlich der Nutzung von Social Media. Alle genannten Funktionen, die der Media Server bieten sollte, gibt es zwar auch in anderer Form, aber nicht aus einer ‚Quelle‘.“

Und er setzt kritisch nach: „Doch es ist leider so, dass forschungsbasierte Mediaentscheidungen, die Verständnis, Nachdenken und damit Zeit erfordern, immer weniger Beachtung finden. Stattdessen scheint der Trend zunehmend dahin zu gehen, Klicks und Likes zu jagen, ohne die tiefergehenden Zusammenhänge der Mediennutzung zu berücksichtigen. Die Menge an Daten scheint manchmal wichtiger als die Information, die man daraus zieht. Da müssen sich auch die beratenden Agenturen an der Nase nehmen.“

”

Der Zeitpunkt war unglücklich, da der Media Server unmittelbar vor einer Weiterentwicklung stand. Ich hätte das gern noch abgewartet.

Bettina Schuckert
CEO dentsu Austria

“

Entscheidung, aus dem Verein auszusteigen, nicht leicht gemacht. Letztendlich führte zum einen der enorme Kostendruck, mit dem sich gerade die gesamte österreichische Medienlandschaft konfrontiert sieht, zu dieser Entscheidung. Zum anderen fokussiert sich die AGTT verstärkt auf die zeitnahe Einführung des Teletest 2.0.“ (fej/mab)