



© Panthermedia.net/Rawpixel

# Äpfel mit Birnen vergleichen, ist passé

Mit den Intermedia-Dateien liegt der zweite Teil des Media Servers vor und erlaubt nun echte strategische Intermedia-Planung.

•• Von Dinko Fejzuli

Im November 2015 veröffentlichte der Verein Media Server am Weg zu einer gattungsübergreifenden Nutzungs-Studie die sogenannte Basis-Studie, die Auskunft über die Medien-Nutzung im Tages-Zeitverlauf gibt.

Nun kam also der zweite, noch wichtigere Teil, die Ver-

öffentlichung der sogenannten Inter-Media-Dateien. Damit gibt es in Österreich erstmals eine objektive, valide und von allen klassischen Mediengattungen und den Agenturen akzeptierte Planungsgrundlage für strategische Intermedia-Planung, da der Media Server nun vergleichbare Leistungswerte für die Intermedia-Planung liefert. Hier hat man sogenannte Kampagnenmodule

für die strategische Intermedia-Planung entwickelt. Unter strategischer Intermedia-Planung versteht man die Auswahl und erste Verteilung der zu belegenden Mediengattungen. Die Kampagnenmodule selbst sind eine Annäherung an durchschnittliche, reale Kampagnen und sollen den Agenturen dabei helfen, den optimalen Mediengattungs-Mix für eine geplante Kampagne zu

finden. Die taktische Planung selbst erfolgt wie bisher in den einzelnen Währungsstudien der einzelnen Mediengattungen wie dem Teletest, dem Radiotest, der ÖWA, usw.

Eine wichtige Erkenntnis: Kombinationen von Media-Kanälen in der werblichen Kommunikation bringen immer mehr als Mono-Kampagnen bei ähnlichem Budget.