# Austausch in Lima

## Der FIBEP World Media Intelligence Congress gab einen Ausblick auf die Zukunft der Medienbeobachtungsbranche.

••• *Von Laura Schott*

WIEN/LIMA. Zehn Jahre nach Kriegsende von Familienunternehmen aus der ganzen Welt gegründet, dient der FIBEP (Fédération Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) World Media Intelligence Congress dem Austausch in der Medienbeobachtungsbranche und dem Verbringen einer guten Zeit unter meist schon altbekannten Kollegen gleichermaßen.

Wenn sich die Mitglieder des FIBEP im Spätherbst zu ihrem jährlichen Kongress zusammenfinden, kann es also schon einmal vorkommen, dass bis spät nachts zusammen an der Bar gesessen wird – wie 2015, als der Verband in seiner Heimatstadt gastierte, erinnert sich Florian Laszlo, Geschäftsführer von



© FIBEP

> *Die Digitalisierung führt dazu, dass sich die Geschwindigkeiten und Effekte der einzelnen Märkte sehr stark anpassen.*
>
> **Florian Laszlo**
> *Geschäftsführer Observer*

Observer und bis vor Kurzem Generalsekretär des FIBEP: „Die Mitarbeiter des Intercontinental können sich bis heute daran erinnern, dass die Bar spätabends noch nie so voll war, als wie der FIBEP-Kongress dort stattfand", erzählt er und spricht vom „FIBEP-Spirit", der den Verband eben ein bisschen anders mache als andere – und vor allem die internationale Zusammenarbeit in der Branche erleichtere. Und die ist in Zeiten der zunehmenden Anpassung einst sehr unterschiedlicher Medienmärkte wichtiger als je zuvor. Das zeigte ein Schwerpunkt des diesjährigen FIBEP-Kongresses, der in Lima stattfand und unter anderem die Besonderheiten des lateinamerikanischen Kommunikationsmarkts beleuchtete – der gar nicht so viel anders ist, als man vielleicht vermuten würde, sagt Laszlo.

**Social Media als Gleichmacher**

„Die Digitalisierung führt dazu, dass sich die Geschwindigkeiten und Effekte der einzelnen Märkte sehr stark anpassen. Die verfügbare Technologie und vor allem auch Social Media sind Gleichmacher auf globaler Ebene, was die mediale Entwicklung betrifft." Mit dem Stichwort Social Media setzte sich auch Jonathan Taplin in seiner Keynote auseinander. Taplin, einst Tourmanager von Bob Dylan und erfolgreicher Filmproduzent, ist heute Universitätsprofessor und berät EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager in Sachen Facebook – und das durchaus kritisch, vor allem ob etwaiger Monopoleffekte.

**Adieu**
Für Florian Laszlo war es nach fünf Jahren der letzte FIBEP-Kongress als Generalsekretär. Nun gibt er sein Amt an Magdalena Horanska weiter.

Für die Medienbeobachtungsbranche ein hochinteressantes Thema, sagt Laszlo, da sich daraus direkte Verbindungen zur Medienresonanzanalyse ergeben. Denn was dem Unternehmen ein Posting *tatsächlich* bringt, ist die Frage, die die Kunden beschäftigt. Doch um diese Frage zu beantworten, muss man sie in Relation dazu stellen, für *wen* Facebook eigentlich *was* bedeutet. Denn: „Über den Ansatz, dass mein Posting gut ist, wenn es von so und so vielen Menschen gesehen worden ist, sind wir in der qualitativen Analyse schon weit hinaus."

**Frage nach der Visualisierung**

Einen weiteren Schwerpunkt des FIBEP World Media Intelligence Congress stellte das Thema Vi-