

”

*TikTok wird mit einer anderen Erwartungshaltung genutzt als eine Publisher-Seite, auf der sich Menschen gezielt informieren wollen.*

Andrea Groh

“

thek eine größere als auf YouTube. Ein Magazin wird anders konsumiert als ein schneller Instagram-Post. Out-of-Home-Werbung ist im Alltag sichtbar. Radio profitiert ebenfalls von den technischen Verbreitungsmöglichkeiten, und Audio ist allgemein im Höhenflug – Podcasts von etablierten Medienmarken verzeichnen ein enormes Wachstum. In der nahezu grenzenlosen Vielfalt der Channels braucht es das Umfeld, das von den Menschen aufmerksam wahrgenommen wird und dem sie ihr Vertrauen schenken. Dabei sind österreichische Medien eindeutig im Vorteil.

**medianet:** *Wie weit hat das einfache Handling bei Google & Co. mit der Frage, wohin Mitarbeiter in Media-Agenturen die Etats verplanen, zu tun; sprich, ist die Einbeziehung heimischer Medien, überspitzt formuliert, im Vergleich zu Google, Facebook & Co zu „kompliziert“?*

**Atria:** Ich hoffe nicht, dass ein Medium aufgrund eines einfachen Buchungsvorgangs belegt wird. Wir brauchen reichwei-



© Christian Jöst

tenstarke Medien, die unsere Zielgruppe effektiv und effizient erreichen. Die österreichischen Medien stehen in der ersten Reihe, wenn es um Leistung, Effizienz und Zielgruppenansprache im vertrauenswürdigen Umfeld geht. Die Fahnenstange der automatisierten Buchungsprozesse ist schnell erreicht, wenn es um aufmerksamkeitsstarke

Sonderwerbeformen, Individuallösungen oder gänzlich neue Formate geht. Diesen Bereich würdigen wir in einer eigenen Kategorie des Media Awards.

Media-Exzellenz entsteht aus der Zusammenarbeit der Agenturen mit den Medien und fruchtet in bahnbrechenden Ideen. Beispielgebende Kampagnen nutzen Medien auf überraschen-

de oder ungewöhnliche Weise. Dafür braucht es den persönlichen Austausch und die gemeinsame Kreation.

**medianet:** *Aktuell läuft eine Reform der Media-Analyse, an deren Ende ab heuer eine crossmediale Reichweite von Verlagsmarken erhoben werden wird. Welche Auswirkung erwarten Sie sich davon?*

**Groh:** Jede valide und auditierte Reichweitenmessung ist ein Gewinn und gibt Aufschluss über die tatsächliche Nutzung einer Medienmarke. Die Ausweisung der crossmedialen Reichweite ist ein essenzieller Vorstoß, der

”

*Die österreichischen Medien stehen in der ersten Reihe, wenn es um Leistung, Effizienz und Zielgruppenansprache im vertrauenswürdigen Umfeld geht.*

Marcella Atria

“

Werbetreibenden neues Datenmaterial zur Verfügung stellt. Aus diesen Erkenntnissen werden neue kreative Ideen entstehen, die das volle Potenzial einer diversifizierten Medienmarke nutzen. Das neue Zahlenmaterial wird bei Werbetreibenden das Bewusstsein für qualitative Reichweiten der Medienmarken weiter schärfen.