

Aus für Media Server

Das Crossmedia-Projekt Media Server wird nach vielen Jahren ambitionierter Arbeit aus primär finanziellen Gründen eingestellt.

WIEN. Der Media Server, eine zentrale Studie, die die klassischen Mediengattungen (TV, Radio, Print, Online/Social Media, Out of Home) miteinander verbindet und für Medienunternehmen, werbetreibende Wirtschaft und Media-Agenturen als Grundlage strategischer Planung dient, steht vor dem Aus.

Als Grund nennt der Verein in einer Aussendung die Entscheidung der AGTT, aus budgetären Gründen aus dem Verein auszutreten.

Damit sei die Finanzierungsbasis des Media Servers nicht mehr gegeben. „Hinzu kommt, dass auch die ORF-Radios als Folge des AGTT-Austritts den Verein verlassen, weshalb es für die verbliebenen Mitglieder Privatradios, R+C Plakatforschung und Mediaagenturen – vertreten durch deren Interessensgemeinschaft IGMA – wenig sinnvoll erscheint, eine Studie durchzuführen, die für den gesamten Medienmarkt Gültigkeit haben und von allen Seiten akzeptiert werden soll“, so der Verein in einer Aussendung.

Bisher drei Studien

Der Media Server, gegründet im Jahr 2023, „war von Beginn an ein ambitioniertes Pionierprojekt. Er sollte von den Mediengattungen und Mediaagenturen gemeinsam getragen werden und den Medienkonsum in seiner Gesamtheit auf Basis von methodisch vergleichbaren Nutzungsdaten darstellen, um eine Crossmedia-Planung zu ermöglichen“, so der Verein weiter.

Insgesamt veröffentlicht wurden bisher drei Media Server-Studien. Die letzte Veröffentlichung fand 2022 statt.

Zuletzt wurde intensiv an Weiterentwicklungen und Verbesserungen gearbeitet, der Media Server 4.0 stand kurz vor der Beauftragung.



© Martina Berger

RMS Austria-Geschäftsführer Joachim Feher, seit 2022 Präsident des Vereins Media Server, zum nunmehrigen Ende: „Der Zeitpunkt, den Media Server einstellen zu müssen, ist ein denkbar schlechter. Gerade im letzten Jahr wurden in der Technischen Kommission des Vereins Media Server in intensiver Zusammenarbeit mit den Mediaagenturen Weiterentwicklungen ausgearbeitet, die die Nützlichkeit und Anwendbarkeit des Planungsteils des Media Servers deutlich erhöht hätten. Alles war so weit fertig, um den Media Server 4.0 beauftragen zu können.“

Leider müsse man „jetzt aber zur Kenntnis nehmen, dass

durch den Austritt der AGTT die Finanzierung des Media Servers nicht mehr gegeben ist, was ich sehr bedaure, zumal ich den Media Server seit 2008, also seit der ersten Idee ihn auf die Beine zu stellen, intensiv begleite“.

„Ein wichtiges Instrument“

Susanne Koll, Vizepräsidentin des Vereins Media Server: „Aus Sicht der Mediaagenturen ist der Media Server ein sehr wichtiges Instrument, da er unabhängig und vom Markt akzeptiert ist. Die Mediaagenturen müssen so nicht mehr auf unterschiedlichst konzipierte Eigenstudien zurückgreifen, was die Planungssicherheit erhöht.“

Das Ende des Media Servers sei „bedauerlich, zumal ein kompakter Überblick über die Nutzung österreichischer Medien verloren geht, der über Jahre den crossmedialen Medienkonsum vergleichbar machte“, so Koll abschließend.

ORF-Enterprise-CEO und zweiter Vizepräsident Media Server, Oliver Böhm, zum Ende: „Die Entscheidung zur Einstel-

”

Leider muss man jetzt aber zur Kenntnis nehmen, dass durch den Austritt der AGTT die Finanzierung des Media Servers nicht mehr gegeben ist.

Joachim Feher
Präsident
Media Server

“

lung des Media Servers ist nicht nur dem enormen Kostendruck geschuldet, mit dem sich die gesamte heimische Medien- und Agenturlandschaft konfrontiert sieht. Im Hinblick auf das massive Wachstum des Digitalanteils in der Mediennutzung werden künftig länderübergreifende Messungen und Metriken erforderlich sein, die Werbetreibenden ein valides, auditiertes und aussagekräftiges Bild der hohen Nutzung etablierter nationaler Medienmarken liefern. Die AGTT begrüßt und unterstützt weiterhin Initiativen, die wertvolle Daten für den gesamten heimischen Medien- und Werbemarkt liefern.“ (red)