

----- Presseaussendung des Vereins Media Server -----

Media Server: Pilotstudie beschlossen

Vor dem Start: größte Marktforschungsstudie zum Medienkonsumverhalten der Österreicher

Der Media Server wird als zentrale Studie die einzelnen Währungsstudien (Teletest, Media-Analyse, Radiotest, Web-Analyse, Plakatstudie OSA) miteinander verbinden und somit für Medienunternehmen, werbetreibende Wirtschaft und Media-Agenturen die Grundlagen strategischer Planung in Zeiten sich schnell ändernden Medienkonsumverhaltens entscheidend verbessern. Das ambitionierte, gemeinsame Marktforschungsprojekt wird von allen relevanten Mediengattungen und Media-Agenturen (IGMA) gemeinsam getragen. Nach umfangreichen inhaltlichen und organisatorischen Vorbereitungen und der vor kurzem erfolgten Gründung des durchführenden Vereins ist das Projekt nunmehr in der Realisierungsphase.

In den Gremien des Vereins Media Server wurde am Freitag, dem 18. Jänner 2013, die Durchführung der Pilotstudie einstimmig beschlossen. Helmut Hanusch, Präsident des Vereins Media Server, dazu: „Damit sind wir dem Ziel, den Medienkonsumenten in einer sich stark verändernden Medienwelt ganzheitlich abzubilden, ein großes Stück näher gekommen. Ab Herbst 2013 werden Daten aus der Pilotstudie und damit wesentliche Grundlagen und Details für das Design des Vollbetriebs zur Verfügung stehen. Ich bedanke mich ausdrücklich bei den Vertretern aller Mediengattungen und der Media-Agenturen für den konstruktiven Zugang zu diesem ehrgeizigen Projekt.“

Damit für den Vollbetrieb des Media Servers das beste methodische Setting gewählt werden kann, werden im Rahmen der Pilotstudie zwei Marktforschungsmethoden getestet:

DAR - Day after Recall

1.500 Personen werden zu ihrer gestrigen Mediennutzung detailliert befragt. Dafür wird ein innovativer Tagesablauf programmiert, sodass die Befragten elegant durch den Vortag geführt werden und ihre Erinnerungsleistung optimal unterstützt wird. Zudem ist ein ca. 30minütiges Frageprogramm geplant, das eine Vielzahl an Mediennutzungs- und anderen Zielgruppenfragen umfasst. Um die Teilnahmebereitschaft an der Studie zu erhöhen, können die Befragten selbst wählen, ob sie den Fragebogen lieber im Internet ausfüllen möchten oder ob sie den Besuch eines Interviewers bevorzugen.

ME - Mobiles Endgerät

500 Personen werden für 7 Tage mit einem Smartphone ausgestattet und beantworten damit stündlich einen kurzen Fragebogen zu ihrer Mediennutzung in der letzten Stunde. Alle 500 Befragten füllen zudem denselben umfangreichen Fragebogen aus, der auch bei der DAR-Methode zum Einsatz kommt, auch sie können die Befragungsmethode selbst wählen.

Mit der Durchführung der Pilotstudie werden nach intensiven Verhandlungen die beiden Wiener Institute GfK Austria und IFES sowie das Münchner Institut TNS Infratest beauftragt. Alle drei Institute können dank langjähriger Erfahrung mit Medienforschungsprojekten auf umfassendes Know-how zurückgreifen.

Ansprechpartner für Rückfragen:

Dkfm. Helmut Hanusch (+43 1 21312 6400)

MMag. Maria Kostner (+43 664 4140615)