

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

Die Media Server Hauptstudie steht vor dem Start

Nach Durchführung der Pilotstudie beschließen die Gremien des Vereins Media Server die Durchführung der Media Server Hauptstudie.

Auf der Basis von 15.000 Interviews wird der Media Server als zentrale Studie die Währungsstudien (Teletest, Media-Analyse, Radiotest, ÖWA Plus, OSA) miteinander verbinden und für Medienunternehmen, werbetreibende Wirtschaft und Media-Agenturen die Grundlagen strategischer Planung in Zeiten sich schnell ändernden Medienkonsumverhaltens entscheidend verbessern. Dieses ambitionierte und hochkomplexe Marktforschungsprojekt wird von allen relevanten Mediengattungen und den Media-Agenturen (IGMA) gemeinsam getragen.

Helmut Hanusch, Präsident des Vereins Media Server, dazu: *„Mit dem Beschluss des Vollbetriebs des Media Servers ist es den Mediengattungen und Media-Agenturen gelungen, eine zukunftsweisende Allmedia-Studie auf die Beine zu stellen, die objektiv, valide und – weil von allen Stakeholdern getragen – anerkannt sein wird. In Zeiten stark wachsender medienfremder Mitbewerber am Werbemarkt erbringt der Media Server den dringend notwendigen essenziellen Leistungsnachweis gegenüber der werbetreibenden Wirtschaft. Erstmals wird die quantitative Leistung unterschiedlicher Media-Mixes aus einer qualitativ hochwertigen und am Markt anerkannten Single-Source-Studie verglichen werden können. Der Media-Server wird somit deutlich fundiertere strategische Planungen für Media-Agenturen, aber auch für die Medienunternehmungen selbst ermöglichen. Es braucht nicht betont zu werden, wie wichtig das in Zeiten sich ändernden Medienkonsumverhaltens für alle Beteiligte ist. Ich bedanke mich ausdrücklich bei den Vertretern aller Mediengattungen und der Media-Agenturen für den konstruktiven Zugang zu diesem ehrgeizigen Projekt.“*

Die Ergebnisse der 2013 durchgeführten Pilotstudie wurden eingehend analysiert und daraus das beste methodische Setting für die Hauptstudie abgeleitet. Die 15.000 Befragten der Hauptstudie werden zum großen Teil telefonisch angeworben und detailliert zu ihrer gestrigen Mediennutzung befragt. Dafür kommt ein eigens programmierter, sehr innovativer Tagesablauf zum Einsatz, sodass die Befragten elegant durch den Vortag geführt und in ihrer Erinnerungsleistung optimal unterstützt werden. Ein umfangreicher Zielgruppenteil rundet das Interview ab. Um die Teilnahmebereitschaft an der Studie zu erhöhen, können die Befragten im Zuge ihrer Rekrutierung selbst wählen, ob sie den Fragebogen lieber im Internet ausfüllen möchten oder ob sie den Besuch eines Interviewers bevorzugen. Die Interviews werden vom 1. Juli 2014 bis 30. Juni 2015 stattfinden, die durchführenden Institute sind GfK Austria und IFES.

Im Rahmen der Pilotstudie wurden auch Fusionen und ein Modelling (OSA) durchgeführt, die Ergebnisse liegen seit kurzer Zeit vor. Dabei wurden aus den Währungsstudien Teletest, Media-Analyse, Radiotest, ÖWA Plus und OSA Leistungswerte auf Titelebene in die Pilotstudie übertragen. Im Moment sind die Gremien des Vereins Media Server gerade dabei, diese Pilotfusionen zu analysieren und in Zusammenarbeit mit dem Institut zu optimieren.

Der Verein Media Server wurde im August 2012 gegründet und besteht aus den Mitgliedern AGTT, Verein Media-Analysen, Radiotest, ÖWA, R+C und IGMA.

Ansprechpartner für Rückfragen:

Dkfm. Helmut Hanusch (+43 1 21312 6400)

MMag. Maria Kostner (+43 664 4140615)