

Die 2. Hauptstudie des Media Servers wurde beauftragt

Die Gremien des Vereins Media Server haben einen richtungsweisenden Beschluss gefasst. Die Mitglieder AGTT (TV), Radiotest, R+C (Out of Home) und IGMA (Agenturen) haben sich auf einen Media Server Neu geeinigt, der methodisch future-proof aufgesetzt ist und der als Single-Source-Ansatz, der die klassischen Mediengattungen (TV, Radio, Print, Online, Out of Home) sowie Social Media abdeckt, den Bedarf der Agenturen nach strategischer Intermedia-Planung noch besser erfüllen wird.

Oliver Böhm, Präsident des Vereins Media Server, dazu: *„Ich gratuliere allen Beteiligten zu diesem, für den österreichischen Medienmarkt überaus wichtigen Beschluss. In enger Zusammenarbeit mit den Agenturvertretern ist es gelungen, ein Studienkonzept zu erarbeiten, das die Erwartungen an eine objektive und valide Planungsgrundlage für strategische Intermedia-Planung erfüllt. Im Moment laufen die Vorarbeiten auf Hochtouren, die Durchführung der Interviews ist für 2019 geplant.“*

Future-proof Methode

Die Methode wurde gegenüber der 1. Hauptstudie überarbeitet, der Media Server Neu ist damit auch für die zukünftigen Marktforschungsherausforderungen gerüstet. Geplant ist die Durchführung von 5.000 Online-Interviews, gleichverteilt auf ein Quartal. Die gegenüber der 1. Hauptstudie reduzierte Fallzahl hat methodische Gründe, da keine Fusionen mit den Währungsstudien Teletest, Radiotest, Media-Analyse und ÖWA mehr notwendig sind. Befragt wird die österreichische, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren. Durchführendes Institut ist die GfK Austria.

Umfassende Inhalte - Tagesablauf und Medienabfrage

Der Tagesablauf (Aufenthaltsorte, Haupttätigkeiten, Mediengattungen TV, Radio, Print, Online und Social Media) wird in leicht adaptierter Form wieder Bestandteil des Fragebogens sein. Zusätzlich zum Tagesablauf wird ein großer Teil des Fragebogens der Medienabfrage gewidmet, dabei werden alle großen Mediengattungen abgebildet, auch Social Media. Aus diesem Fragebogenteil werden die Daten für die strategische Intermedia-Planung gewonnen. Die Ergebnisse werden, wie schon bei der 1. Hauptstudie, in Form eines Zählbestands veröffentlicht.

Mediengattungen auf vergleichbarem Niveau

Aufgrund der unterschiedlichen Befragungs- und Messmethoden sind die Ergebnisse aus den verschiedenen Währungsstudien nicht miteinander vergleichbar. Für den Verein Media Server war es von Beginn an ein zentrales Anliegen, die Mediengattungen vergleichbar zu machen. Durch den Single-Source-Ansatz, den der Media Server Neu verfolgt, ist die Vergleichbarkeit zwischen den Mediengattungen gegeben.

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

Wien, 25.01.2019

Rückfragehinweis:



Oliver Böhm

Präsident des Vereins Media Server

MMag. Maria Kostner

Leitung der Geschäftsstelle

T: +43 (0)1 909 31 19 - 10, +43 (0)664 4140615

maria.kostner@vereinmediaserver.at

<http://www.vereinmediaserver.at>

Riemergasse 9/2/6, A-1010 Wien

ZVR-Zahl: 402436760