

# Digitalkompetenz am Kunden-Prüfstand

Welche Mediaplaner sich am Markt durch digitale Kompetenz behaupten, zeigt eine Imagestudie des iab austria. An der Spitze liegt eine Inhouse-Agentur.

Bericht von **Alexandra O'Neill**

Lösungsorientiert arbeiten, schnell und leicht erreichbar sein und dazu eine hohe Digitalkompetenz – diese und weitere Assets werden in der aktuellen Imagestudie „Die Digitalkompetenz der österreichischen Mediaagenturen“ aufgezeigt. Der Online-Vermarkterkreis OVK hat die Studie im iab austria in Auftrag gegeben, umgesetzt wurde diese von Momentum Wien mit MindTake Research. Vertreter von Medienhäusern und Vermarktungsunternehmen, die mit heimischen Mediaagenturen sowie mit Werbeagenturen regelmäßig zu tun haben, wurden befragt. Das Ziel: „Eruieren, wie die Zusammenarbeit der Mediaagenturen mit Medien und Vermarktern im Digitalbereich tagtäglich funktioniert“, sagt Eugen Schmidt, Leiter des OVA im iab austria und Geschäftsführer AboutMedia.

Insgesamt wurden 23 Kompetenzen der Agenturen abgefragt, wie Erreichbarkeit, Briefing-Qualität und kreative Werbeformate, um nur einige zu nennen. Diese wurden dann in vier „Kompetenzcluster“ subsummiert: Zusammenarbeit, Leistungsversprechen, technische Umsetzung und Geschäftsbeziehung.

## REWE gesamt an der Spitze

Das beste Gesamtimage über die abgefragten Einzelkompetenzen hinweg habe Marian – Konzern Media Services der Rewe Group. Auf dem zweiten Gesamtrang landet Media1, während elements.at den dritten Platz in der Digitalkompetenzstudie belegt. Über sämtliche andere Imagedimensionen hinweg finden sich in dieser Reihenfolge Dohr, IPG Mediabrands (Initiative, UM PanMedia), GroupM, OMG (OMD/phd), Porsche Creative Concepts, Pulpmedia und Mediascale/Mediaplus.

Auch die Frage nach der spontanen Bekanntheit der Mediaagenturen wurde gestellt und reiht demnach Mindshare, MediaCom und Dentsu Aegis (Amnet, Carat, Isobar, Vizeum, Media.at) unter die Top Drei. Auf den Plätzen vier und fünf finden sich OMG

(OMD/phd) und Wavemaker wieder. Mit der Studie wolle man „für mehr Transparenz am Markt sorgen und die Professionalisierung der Branche vorantreiben“, sagt OKV-Leiter Eugen Schmidt.

## ZUNEHMENDE BEDEUTUNG AM MARKT

Die Vertreter von Medienhäusern und Vermarktern, die im Rahmen der 194 computergestützten Interviews im Mai und Juni 2020 befragt wurden, trauen folgenden Mediaagenturen zunehmende Bedeutung am Markt zu (in dieser Reihenfolge).



mehr **wien**

ist programm.

## DIGITALKOMPETENZ DER MEDIAAGENTUREN

Gesamtranking Top Ten	Mittelwert
1. Marian – Konzern Media Services / Rewe Group	2,03
2. Media1	2,08
3. elements.at	2,21
4. Dohr Werbeagentur	2,34
5. IPG Mediabrands (Initiative, UM PanMedia)	2,34
6. GroupM	2,40
7. OMG (OMD/phd)	2,44
8. Porsche Creative Concepts	2,44
9. Pulpmedia	2,44
10. Mediascale/Mediaplus	2,51

Quelle: OVK/Momentum/MindTake Research 2020 (2)

## W24 bringt die Stadt ins Wohnzimmer.

Mit W24 bietet das Wien Holding-Unternehmen WH Media Information, Service und Unterhaltung für alle Wienerinnen und Wiener. W24 läuft im Kabelnetz von Magenta und Kabelplus, auf simpliTV und A1 TV, sowie online und als mobiler Livestream über [www.w24.at](http://www.w24.at) und die Samsung Smart-TV-App.

[www.wienholding.at](http://www.wienholding.at)



mehr wien zum leben. **wienholding**

Ein Unternehmen der Stadt Wien