

Vorbilder Peter Lammerhuber sieht **IGMA** im Rang von VÖP und VÖZ

Schulterschluss

Die Mediaagenturen haben mit der **IGMA** ihre eigene Interessensvertretung.

DINKO FEJZULI

Wien. Die heimischen Mediaagenturen haben kürzlich mit der **IGMA (Interessengemeinschaft Media Agenturen)** eine eigene Vertretung gegründet. Der Name ist Programm und im Vorstand sind: Peter Lammerhuber (GroupM), Xavier Reynaud (Initiative), Joachim Feher (MediaCom), Erwin Vaskovich (ZenithOptimedia), Elisabeth Ochsner (PanMedia), Susanne Koll (Omnicom Media Group), Andreas Weiss (Aegis Media Group Austria).

medianet sprach mit Lammerhuber über die nun anstehenden Schritte und das Selbstbildnis der **IGMA**.

medianet: Auf wen ging die Initiative zur Gründung der **IGMA** aus?

Peter Lammerhuber, Präsident IGMA: Auf keine Einzelperson. Das Konzept Mediaserver sieht vor, dass der Trägerverein Mediaserver von den jeweiligen Interessensvertretungen getragen wird, z.B. für Fernsehen stv. von der AGTT; da die Mediaagenturen aber keine solche Organisation hatten, war die logische Konsequenz aller Agenturvertreter, in der Mediaanalyse einen entsprechenden Trägerverein zu gründen.

medianet: Ihre Beweggründe?

Lammerhuber: Erstens die Notwendigkeit, im Mediaserver Sitz und Stimme zu haben und zweitens war es eigentlich lange überfällig.

medianet: Wen sieht die **IGMA** als ihren direkten Ansprechpartner?

Lammerhuber: Das Präsidium, bestehend aus Xavier Reynaud, Joachim Feher, Erwin Vaskovich, und meine Person.

medianet: Im Rang welcher vergleichbarer Organisation sehen Sie die **IGMA**?

Lammerhuber: Wir sind durchaus mit dem VÖZ beziehungsweise dem VÖP vergleichbar.

medianet: Wo sehen Sie Andockpunkte für die Arbeit der **IGMA**?

Lammerhuber: Zum Beispiel in der Parteienstellung bei medienpolitischen Gesetzgebungen.

medianet: Wie sehen die nächsten Aktivitäten der **IGMA** aus?

Lammerhuber: Oberste Priorität hat zunächst die interne Organisation; das Hauptinteresse liegt natürlich zuallererst am Zustandekommen des Mediaservers.

medianet: Die nächsten Aufgaben?

Lammerhuber: Hier geht es im nächsten halben Jahr um Überzeugungsarbeit und entsprechende Gespräche bzw. Verhandlungen mit den Interessensgruppen Print, Online, Radio, Plakat, TV, um dem Trägerverein Mediaserver zum Leben zu erwecken.

medianet: Bis wann soll das Positionspapier fertig sein?

Lammerhuber: Es gibt bereits eine klare Position, die ist aber nur für die Mitglieder der **IGMA** bestimmt.

medianet: Ist die Gründung der **IGMA** auch ein Kind der Krise?

Lammerhuber: Nein.

medianet: Die heimischen PR-Szene ist durch dubiose Beraterverträge einzelner Spitzenvertreter ins schiefe Licht geraten. Manche meinen sogar, die PR-Branche selbst bräuchte nun einen Krisenberater. In Deutschland hat der Fall Ruzicka ja auch ein schiefes

Licht auf die dortige Media-Landschaft geworfen. Wie beurteilen Sie das Image der Mediaagenturen in Österreich?

Lammerhuber: Hier unterscheidet sich der österreichische Markt wesentlich vom deutschen Markt. Das Image der Mediaagenturen in Österreich können nur andere beurteilen, z.B. die Kunden. Wir wurden konkret von keinem einzigen Kunden in Österreich auf den Fall Ruzicka angesprochen, auch die gesamten Marktansätze sind bei uns vollkommen andere. Sicher wird aber auch die Imagepflege der Mediaagenturen zu den Aufgaben der **IGMA** gehören.



© Ernst Kaltenbrunner, Mediadienst.com/Foto Wilke, Mediascom; Petra Spindler, ps, ZenithOptimedia



Vorstand der IGMA: Peter Lammerhuber (GroupM), Xavier Reynaud (Initiative), Joachim Feher (MediaCom), Erwin Vaskovich (ZenithOptimedia), Elisabeth Ochsner (PanMedia), Susanne Koll (Omnicom Media Group)

SETZEN SIE AUF ATV
UND SIE ERREICHEN ÖSTERREICH.



DIE GRÜNDER

Aegis Media (Andreas Weiss), Eumedia (Josef Guzei), GroupM (Peter Lammerhuber), Initiative (Xavier Reynaud), Maxus (Walter Zingg), MEC (Sibylle Blümel), Media1 (Christina Schauer), MediaCom (Joachim Feher), Mediahaus Austria (Anja Hettesheimer, Mindshare (Friederike Müller-Wernhart), MPG (Tina Kasperer), Omnicom Media Group (Susanne Koll), PanMedia (Elisabeth Ochsner), Reichl und Partner (Rainer Reichl), Universal McCann (Sabine Schmidt), ZenithOptimedia (Erwin Vaskovich).



Feher (MediaCom), Erwin Vaskovich (MediaCom), Andreas Weiss (Aegis Media Group Austria).

VÖP-Kritik „Großparteien machen um Private einen Bogen und ignorieren damit die TV-Realität in Österreich“

„Es ist schon so viel los“



Landeshauptmann Franz Voves meidet in Wahlkampfzeiten Private TV-Sender.

SPÖ & ÖVP bauen in der Steiermark auf den ORF – ATV lässt man links liegen.

DINKO FEJZULI

Graz. Es hätte so schön werden können: Im Rahmen seiner Informationsoffensive baut der heimische Privatsender ATV auch seine Berichterstattung zu den Landtagswahlen kontinuierlich aus.

Beim der Steiermark-Wahl wird man diese Offensive aber nicht weiter drehen können. „Durch Absprachen“ zwischen SPÖ und ÖVP, so die Vermutung des Senders, boykottierten beide koordiniert eine Elefantenrunde auf ATV und brachten damit die ganze Sendung zu Fall. Positiver Nebeneffekt aus SPÖ-ÖVP-Sicht, so die Unterstel-

lung des BZÖ, sei auch ein damit verhindert TV-Auftritt der Opposition im Privat-TV.

ATV: Es ist „verwunderlich“

ATV-Geschäftsführer Ludwig Bauer zu der ganzen Geschichte: „Es ist schon sehr verwunderlich, dass die Politik in der Steiermark ausschließlich auf den ORF setzt. SPÖ und ÖVP haben hier noch nicht erkannt, dass man jüngere Wählerschichten wesentlich besser auf ATV erreichen kann.“

Im Büro Voves kann man die Aufregung nicht nachvollziehen: „Grundsätzlich sieht der Landes-

hauptmann hier eine inflationäre Entwicklung“, so der Pressesprecher des SPÖ-Spitzenkandidaten. Schließlich gäbe es eine Elefantenrunde im ORF, danach noch ein Duell der zwei Großen im ORF-Landesstudio Steiermark und dabei wolle man es auch belassen. Man hätte kein Problem mit ATV oder Privatfernsehen insgesamt, nur gäbe es ja zu den ORF-Sendungen auch noch Print-Diskussionen bei *Krone* und *Kleine* und letztendlich sei Wahlkampf und es sei auch schon so, „sehr viel los“.

Seitens der ÖVP blieb man der Redaktion einen Rückruf schuldig.

Kopfschütteln beim VÖP

Für ihre Haltung ernten SPÖ und ÖVP bei Corinna Drumm, Geschäftsführerin des VÖP (Verband Österreichischer Privatsender) Unverständnis: „Warum gerade die Spitzenkandidaten von SPÖ und ÖVP in der Steiermark der Meinung sind, dass sie in ihrem Wahlkampf auf den marktanteilsstärksten privaten TV-Sender in Österreich verzichten können, ist für mich nicht nachvollziehbar. Hier wird die österreichische Medienrealität ignoriert: Österreich hat einen dualen Rundfunkmarkt. Es gibt nicht nur den ORF! SPÖ und ÖVP vergeben damit eine wichtige Chance, potenziellen Wählern in der Steiermark – und zwar vor allem im jüngeren

„Grundsätzlich sieht der Landeshauptmann hier eine inflationäre Entwicklung.“

PRESEBÜRO LANDESHAUPTMANN FRANZ VOVES ÜBER DIE ATV-WAHLESENDE

Segment – ihre politischen Positionen und Ideen zu kommunizieren. Für mich ist das unverständlich.“ Die Frage, ob ATV die Sendung – in diesem Fall mit zwei leeren Stühlen – hätte durchführen sollen, wollte Drumm gegenüber medianet nicht kommentieren; dies sei eine Entscheidung, die nur der Sender treffen könne.

Dort hat man sich entschlossen, dies nicht zu tun. Vermutlich auch aus Kostengründen, plante man doch ein aufwendig gemachtes „Am Punkt-Wahlspezial“ aus den Grazer Kasematten – ein nicht unerheblicher Aufwand für einen im Verhältnis kleinen heimischen Privatsender, den man nun ohne die zwei wesentlichen Player dann doch nicht riskieren konnte.



Hermann Schützenhöfer (ÖVP) wollte auch nicht bei ATV vorbeischaun.



SETZEN SIE AUF DIE ERFOLGREICHEN ATV-EIGENPRODUKTIONEN. ATV bringt das echte Leben direkt in Österreichs Wohnzimmer und garantiert **Top-Quoten zu attraktiven TKPs.** Werben Sie im Umfeld unserer erfolgreichen Eigenproduktionen und Sie erreichen jeden Tag bequem über 14% der Österreicher*.



© AP/Robert Ujgjer