

PRESSE-INFORMATION

Kontinuierliches Wachstum mit aktuellen Media-Daten

Hamburger IT-Dienstleister auf Erfolgskurs

Mit dem Online Booking System OBS und dem DUON-Portal für den Versand von Vorlagen an Druckereien leistet *mediaservice wasmuth (msw)* einen zentralen Beitrag für die Umsetzung des papierlosen Büros in der Mediabranche. Dieser Erfolg basiert auf den konsequenten Entwicklungen des Hamburger Web- und IT-Dienstleisters in den letzten 15 Jahren.

Das Unternehmen, das heute als *mediaservice wasmuth GmbH* firmiert, hat der Informatiker Matthias Wasmuth 1992 als EDV-Beratung Wasmuth gegründet. Zunächst entwickelte er mit fünf Leuten Programme für das Media-Planungs-Dialog-System des Axel Springer Verlags. Heute beschäftigt der Hamburger Datenbankprofi 35 hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Exzellente strukturierte Datenbanken

Kern des Erfolgskonzepts ist die Entwicklung, Pflege und Anwendung von Datenbanken aus einer Hand. Diese Strategie sichert die größtmögliche Zuverlässigkeit für die Aufbereitung und Nutzung anspruchsvoller, Branchen spezifischer Fachinformationen. *mediaservice wasmuth* leistet diesen Service für Verlegerverbände und Media-Agenturen. Die Strukturen der Datenbanken von *msw* lassen sich leicht an neue Anforderungen anpassen, die Datenbestände sind bequem zu pflegen.

Besonders in der dynamischen Werbebranche wechseln die Bedürfnisse der Wirtschaft und der Werbeträger sehr rasch. Auf diesem Markt stellt das Hamburger Unternehmen seine Leistungskraft täglich unter Beweis. Zahlreiche Webportale, Händlerbuchungssysteme und Programme nutzen die sorgfältig recherchierten Informationen aus diesen Datenbanken und erleichtern auch dem interessierten Laien das Verständnis, wie die Kosten für Inserate berechnet werden.

Dieser Erfolg basiert auf Wasmuths Unternehmensphilosophie, mit fundierter Fachkenntnis und gründlicher Recherche eine perfekte Struktur für eine Datenbank zu entwickeln. Auf der Homepage des Unternehmens liest sich das so: „Herzstück einer guten Anwendung ist eine exzellente Datenbank. Sie muss gut strukturiert sein und sich für künftige Anforderungen leicht erweitern lassen.“

Enge Kooperation mit den Nutzern

Mit dieser Einstellung programmierte *mediaservice wasmuth* bereits Mitte der 90er Jahre die Tarifdatenbanken für Zeitschriften und Zeitungen sowie eine Datenbank für die Lagerhaltung der Daimler-Benz-Tochter DASA, der heutigen Airbus Industries. Heute arbeitet *mediaservice wasmuth* eng mit dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ, der Zeitungsmarketing-Gesellschaft ZMG, den Hörfunkvermarktern Radio Marketing Services (RMS) und ARD-Werbung Sales&Services (AS&S) sowie der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) zusammen.

Für die Verbände und für die Media-Agenturen sind die Tarifdatenbanken von *mediaservice wasmuth* unentbehrliche Werkzeuge geworden. Wenn ein Verlag für eine neue Zeitschrift eine PZN, die Publikums-Zeitschriften-Nummer, beantragt, dann steckt *mediaservice wasmuth* als Dienstleister für die Verlage dahinter. Beim Zeitungs-Informationssystem ZIS ist das genau so. Alle Softwaresysteme für die Mediaplanung haben Schnittstellen für die Datenbanken von *mediaservice wasmuth*.

Übersicht: Tarifdatenbanken von <i>mediaservice wasmuth</i>
Zeitschriften
Zeitungen
Online Medien
Anzeigenblätter
Amts- und Mitteilungsblätter
Hörfunk
Druckvorlagen

Online Booking System

Gemeinsam mit dem VDZ entwickelte *mediaservice wasmuth* 2006 das Online Booking System OBS. Es wird heute vom VDZ und der Zeitungsmarketing-Gesellschaft ZMG gemeinsam getragen. Das OBS vereinfacht den Prozess des Buchens von Anzeigen erheblich, weil es zum ersten Mal die unterschiedlichen Datensysteme der Verlage und der Agenturen verbindet. Der VDZ spricht von einem "unerreicht schlanken Verfahren".

DUON-Portal für Druckunterlagen

Auch mit DUON-Portal gelang es *mediaservice wasmuth* einen Meilenstein für die effiziente Nutzung der Datenautobahnen im Verlagswesen zu setzen. Über DUON-Portal können die Kreativagenturen ihre Druckvorlagen für 210 Zeitschriften- und Zeitungstitel online an die Verlage übermitteln. Dieses System fußt auf der Datenbank 'druckunterlagen-online' (DUON-Info), die seit Juni 2005 mit den drucktechnischen Daten von über 6000 Titel in Netz steht. Ihre Entwicklung dauerte zwei Jahre, ein Prozess, in dem die unterschiedlichen Interessen der Verlage und der technischen Dienstleister der Druckvorstufe in Einklang gebracht wurden.

T-OM

Seit Mai 2008 steht als neueste Datenbank des Hauses 'T-OM', die Tarifdatenbank für Online-Medien zur Verfügung. *mediaservice wasmuth* hat sie in Kooperation mit der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) entwickelt. Als erste Tarif-Datenbank für Online-Medien geht T-OM auf Werbeformen, die für das Internet spezifisch sind, ein, zum Beispiel das Frequency Capping oder Targeting.

Sorgfältige Recherche von Media-Daten

Die sorgfältige Pflege der Daten ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Unternehmens. Die Datenbestände hält *mediaservice wasmuth* in enger Abstimmung mit den Abonnement-Kunden auf dem neuesten Stand: *mediaservice wasmuth* recherchiert die Mediadaten für jeden Titel, den die Mediaagenturen buchen möchten, und pflegt sie in den Datenbestand ein. Die Projektleiter kennen das Verlagswesen seit vielen Jahren und sind mit den Regeln einer sorgfältigen Recherche eng vertraut.

Schnell und zuverlässig erledigt das Team um Matthias Wasmuth seine Arbeit, was seinen guten Ruf bei der Kundschaft begründet. So sagt Renate Willeke von Optimedia: "Planbasix haben wir im Haus, weil es als Nachschlagewerk und als Informations-Tool für die Händler so schön ist. Und weil die Daten von Planbasix stimmen, wurden sie ins hauseigene Programm eingespielt."

Freier Zugang zum Übersichtportal

Planbasix heißt das Internet-Portal, in dem sich auch Laien ein Urteil bilden können. Alle Basisdaten der Printmedien und neuerdings auch des Hörfunks stehen zur Verfügung. Alle Printmedien, das bedeutet auch, dass Anzeigenblätter und Amts- und Mitteilungsblätter der Kommunen enthalten sind. Im Premium-Dienst kann jede Anzeigen-Preisliste im einheitlichen Format aktuell herunter geladen werden. Das bedeutet für die werbenden Unternehmen: Sie können selbst einen Überblick im schier undurchdringlichen Dschungel der Anzeigenpreise gewinnen und die Preise vergleichen.

Auch in Zukunft:

Mehr Service für die Dienstleister der Werbewirtschaft

So entwickelt Matthias Wasmuth sein Unternehmen in der Hamburger Neustadt kontinuierlich und ohne aufgeregte Hektik weiter. Das Motto dabei lautet: Jede neue Entwicklung muss allen Beteiligten eines Produktionsprozesses Vorteile bieten. Ziel für das Hamburger Unternehmen bleibt, was Andreas Köninger von der Frankfurter Agentur Michael Conrad & Leo Burnett knapp zusammen fasst: "Wasmuth ist Klasse."

(Hamburg, 9. September 2008, Autor: Christian Sternberg)