

agma-Ansprechpartner

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-21

lassalle@agma-mmc.de

Andreas Schramm

Referent PR & Gremienarbeit

Telefon: 069.156805-82

schramm@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

agma beschließt neue Projekte für die Zukunft der Medienforschung

- **Die ma Intermedia PLuS, neue Grundlage der strategischen Mediaplanung, wird weiterentwickelt.**
- **Einführung von Dual Frame: Telefonische ma-Befragungen umfassen künftig auch Mobilfunk-Stichproben.**
- **MediaScan ergänzt ab Januar 2015 zum ersten Mal die bisherigen Befragungsergebnisse mit technischer Messung der Nutzung von Tageszeitungen und Zeitschriften.**
- **Im nächsten Jahr sind erstmals Konvergenz-Reichweiten der Radio-Nutzung geplant.**
- **Personalien: Julia Scheel ist neuer Vorstand Publikumszeitschriften der agma.**

Berlin, den 2. Dezember 2014 – Auf der Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) wurden heute weitreichende Beschlüsse zur Zukunft der Medienforschung in Deutschland gefasst. Gestern hatte die agma mit einem Festprogramm zum Thema „Transformation der Medien“ und der traditionellen „Nacht der Medienforschung“ in Berlin ihr 60. Jubiläum gefeiert.

„Die agma war und ist die Hüterin der Mediawährung in Deutschland,“ sagt agma-Geschäftsführer Olaf Lassalle **anlässlich des Jubiläums: „Angesichts der sich rasant wandelnden Mediennutzung werden die Innovationszyklen bei der agma immer kürzer – gleichzeitig müssen wir als Taktgeber der Medienforschung weiterhin höchste Qualitätsansprüche erfüllen. Dass beides möglich ist, haben wir in diesem Jahr unter anderem mit der neuen ma Intermedia PLuS bewiesen.“**

Um dies weiter zu gewährleisten, haben auf der agma-Mitgliederversammlung heute rund 250 Vertreter der werbungstreibenden Wirtschaft, der Agenturen und der einzelnen Mediengattungen die Weichen für die Zukunft der Medienforschung gefasst.

Die ma Intermedia PLoS wird weiterentwickelt

Im Oktober wurde die ma Intermedia PLoS erstmals veröffentlicht, die der strategischen Mediaplanung Reichweiten-Kombinationen über alle sechs Mediengattungen – Tageszeitungen, Publikumszeitschriften, Radio, Fernsehen, Plakat und Online – ermöglicht. Auf der Mitgliederversammlung der agma wurde heute beschlossen, die neue ma Intermedia weiterzuentwickeln. Unter anderem wird der HUB-Survey, eine Studie, die die Mediennutzung über alle Gattungen ermittelt, 2015 fortgeführt. Auch die Integration digitaler Verbreitungswege / Kanäle, wie Mobilnutzung und Online-Bewegtbild hat höchste Priorität.

Dual Frame: Telefonische Befragungen auch über Handy

Mit der ma 2015 Radio II wird Mitte nächsten Jahres die erste Reichweitenstudie der agma vorbehaltlich eines positiven Probelaufs mit dem sogenannten Dual-Frame-Ansatz erscheinen. Dieser umfasst neben Festnetz- auch Mobilfunknummern. Damit werden Menschen, die überwiegend mobil erreichbar sind, besser abgebildet. Nach Radio werden sukzessive alle anderen Reichweitenstudien der agma, die per Telefon erhoben werden (Online und Plakat), mit Dual Frame ergänzt.

MediaScan: Neue Leistungswerte für die Printplanung 2015

Ab 21. Januar 2015 bieten sich der Mediaplanung für Zeitschriften und Tageszeitungen neue Möglichkeiten. Erstmals beruhen die Lesemengen zusätzlich zu der bewährten CASI-Befragung auf der tatsächlichen Lesemenge, die 2000 Probanden selbst – direkt nach dem Lesen mittels eines Scanners dokumentiert haben. Dadurch werden auch Mehrfachkontakte mit einem Titel erfasst. So zeigen MediaScan-Ergebnisse genau, wie sich die Reichweite eines Titels im Erscheinungsintervall – und darüber hinaus – aufbaut. Damit wird die Dimension ‚Zeit‘ für die Printplanung verfügbar. Die neuen, zusätzlichen Leistungswerte neben LpA und LpwS heißen KpA (Kontakt pro Ausgabe) und KpwS (Kontakt pro werbungführende Seite).

Konvergente Radioreichweiten ab 2015

Mitte 2015 sind erstmals konvergente Radioreichweiten über alle Empfangskanäle – online und offline – geplant. Basis dafür wird eine Verknüpfung der klassischen ma Radio, einer erstmals durchgeführten Webradiostudie und der ma IP Audio sein, die seit diesem Jahr die Nutzung der Webradio-Angebote in Deutschland misst. Mit der neuen Konvergenzwährung können Radiosender dem Markt dann erstmals valide Gesamtreichweiten über alle Empfangswege dokumentieren.

Bis zum 15. Dezember ist eine Anmeldung zur ma IP Audio über das MMC Service Center Webradio notwendig, um in der ersten geplanten Audiokonvergenzdatei ausgewiesen zu werden.

agma-Personalien

Julia Scheel, Director Media Market Insights bei Hubert Burda Media, wurde auf der Mitgliederversammlung der agma zum **neuen Vorstand Publikumszeitschriften der agma** gewählt. „**Die agma ist ein wesentliches Fundament der Medienvermarktung**“, so **Julia Scheel**: „Dieses Fundament stabil zu halten und weiterzuentwickeln ist eine sehr wesentliche Aufgabe für Hubert Burda Media, die Gattung Publikumszeitschriften und für mich persönlich.“ Julia Scheel hat sich bereits vor Ihrer Wahl zum Vorstand in den agma-Gremien engagiert – war in den letzten beiden Jahren Mitglied des Arbeitsausschusses.

Ihr Vorgänger, Christian Goedecke, Leiter Media Marketing und Disposition Spiegel QC, wechselt nach vier Jahren als Vorstand in den Arbeitsausschuss. Ab sofort neu im Arbeitsausschuss der agma sind als Vertreter der Werbungtreibenden Ulrike Bärsch (Beiersdorf AG) und Mirja Schneider (Volkswagen AG). Als neue Vertreter der Werbe-/Mediaagenturen ziehen Dr. Lars Kelp (Kollat Media Team GmbH), Jens-Uwe Steffens (pilot Verwaltungsgesellschaft mbh) und Susanne Wallraff (Vivaki GmbH) in den Arbeitsausschuss ein. Neue Medienvertreter sind Anett Groch (Axel Springer SE für die Gattung Publikumszeitschriften), Jan Isenbart (IP Deutschland GmbH für die Gattung TV) und Rolf Knopp (awk AUSSENWERBUNG GmbH für die Gattung Plakat).

Sollten Sie Fragen haben, weitere Informationen oder Kontakt zu kompetenten Ansprechpartnern benötigen, melden Sie sich doch bitte bei uns.

Weitere Informationen:

Weitere Informationen finden Sie unter www.agma-mmc.de