

Ansprechpartner

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-21

lassalle@agma-mmc.de

Christiane Korch

Ressortleitung Radio

Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-20

korch@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

ma Audio – erstmaliger Ausweis der konvergenten Radiowährung

- **Neue Währung: Erstmals veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse Konvergenzreichweiten für Radio.**
- **Radio-Werbeinvestitionen werden zukünftig übergreifend geplant und bewertet.**
- **Für Web-Only-Angebote stehen erstmals hochrechenbare Reichweiten zur Verfügung.**

Frankfurt, den 04. Dezember 2015 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht heute die ma 2015 Audio und damit erstmals konvergente Radioreichweiten. Sie ergänzt die ma Radio um Hörerzahlen für Webradios. Neben den in der ma Radio ausgewiesenen klassischen Radioangeboten enthält die ma Audio Reichweiten für 15 Online-Audio-Einzelsender, 39 Online-Audio-Werbekombinationen und 45 Konvergenzangebote.

„Die ma 2015 Audio eröffnet Werbungtreibenden und Agenturen erstmals die Möglichkeit einer konvergenten Radioplanung auf einer einheitlichen Datenbasis“, erklärt Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma und Vorstand Agenturen: „Mit der ma 2015 Audio erfüllt die agma die Forderung der Nutzerseite nach einer konvergenten, einheitlichen und verlässlichen Planungsbasis für das Medium.“

Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, betont: „Radio liefert hochvalide und von allen Marktpartnern akzeptierte Konvergenzreichweiten. Für die Radioplanung bedeutet das eine konsequente Weiterentwicklung zur augenblicklichen und zukünftigen Nutzung von Radioinhalten auf unterschiedlichsten Übertragungswegen.“

Werbungtreibende, Agenturen und Medien haben das Modell der Studie gemeinsam verabschiedet. Damit ist die ma 2015 Audio ab sofort die crossmediale Währung für Radio-Werbeinvestitionen.

Unternehmen können auf dieser Basis die Reichweiten von klassischen Radioangeboten sowie von Online-Audio- und Konvergenz-Angeboten erstmals gemeinsam planen, bewerten und kontrollieren.

Erste Ergebnisse

Detaillierte Ergebnisse der einzelnen Sender und Vermarktungskombinationen sowie der Web-Only-Angebote entnehmen Sie bitte den Tabellen, die dieser Pressemitteilung beigelegt sind.

Zum Hintergrund – das Modell der ma 2015 Audio

Die ma Audio verknüpft drei Studien – die bisherige ma Radio und die Logfile-basierte Messung der ma IP Audio sowie eine eigens erhobene Online-Tagebuchstudie:

- Die ma Radio basiert auf einer repräsentativen Befragung von knapp 80.000 Personen (ab 14 Jahren) und gibt Auskunft über die Radionutzung der Bevölkerung insgesamt – unabhängig vom Empfangsweg.
- Die ma IP Audio erfasst per Logfile-basierter Messung gezielt die Leistung von Online-Audio-Angeboten.
- Die Online-Tagebuchstudie liefert die Information, welche Personen über welche Geräte welchen Sender hören.

Die ma Audio stellt sich per Video vor: www.agma-mm.de/

„Die Methode zu entwickeln und schließlich die valide Datenbasis der ma 2015 Audio zu schaffen, war eine Herausforderung“, erklärt Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: „Allen Beteiligten sei Dank für ihr Engagement und die konstruktiven Anregungen, die sehr zum Gelingen beigetragen haben.“

Ausblick

„Die ma Audio wird nicht die letzte Konvergenzstudie der agma bleiben“, sagt Olaf Lassalle. „Die agma treibt weitere Konvergenzstudien mit Hochdruck voran, um der digitalisierten Medienwelt und einer komplexer werdenden Mediaplanung Rechnung zu tragen.“

Weitere Informationen:

- Tabellen zu den Reichweiten der einzelnen Angebote finden Sie im Anhang zu dieser Pressemitteilung.
- Das Video, das die Methode näher erläutert finden Sie unter diesem Link: www.agma-mmc.de
- Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2015 Audio detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.