

agma-Ansprechpartner

Julia Scheel

Vorstand Zeitschriften
der agma

Telefon: 089.9250-2547

julia.scheel@burda.com

Gerhard Müller

Vorstand Tageszeitungen
der agma

Telefon: 06131.48-4700

gmueller@vrm.de

Gabriele Ritter

Ressortleitung Pressemedien
Media-Micro-Census GmbH

Telefon: 069.156805-27

ritter@agma-mmcc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

ma 2015 Pressemedien I: Neue Dimension für die Planung von Zeitschriften und Zeitungen

- Um über die ma-Befragung hinaus näher an den Lesevorgang heranzukommen, wurde eine technische Zusatzermittlung zur Printmediennutzung integriert.
- Neuer optimierter Werbemittelkontakt (LpwS) auf Basis von MediaScan.
- Agenturen und Werbungtreibende können erstmals die Mehrfachkontakte bei Publikumszeitschriften und Tageszeitungen analysieren.

Frankfurt, den 21. Januar 2015 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute die ma 2015 Pressemedien I. Sie bietet über die bewährten Kontaktleistungswerte auf Basis Werbeträger- und Werbemittelkontaktchance für Publikumszeitschriften und Tageszeitungen hinaus zusätzliche Leistungswerte, die es in dieser Form noch nie gab. Reichweiten können nun wahlweise wie bisher ohne Berücksichtigung von Mehrfachkontakten oder – neu – mit Berücksichtigung von Mehrfachkontakten berechnet werden.

„Mit MediaScan wurde erstmals im großen Stil erhoben, welche Titel die Menschen wie oft zur Hand nehmen, und wie viele Seiten sie wie oft lesen“, so Julia Scheel, Vorstand Publikumszeitschriften der agma: „Mit dem neuen Leistungswert können wir einen zentralen Mehrwert von Zeitschriften, den Seiten-Mehrfachkontakt, eindrucksvoll nachweisen.“

Optimierung Leser pro werbeführende Seite via MediaScan

Der Leser pro werbungführende Seite (LpwS) wird nun mittels MediaScan unmittelbar im Anschluss an den jeweiligen Lesevorgang, egal ob zuhause oder außer Haus, erhoben. Neben dem auf diese Weise optimierten Werbemittelkontakt, dem LpwS, wird zusätzlich erfasst, wenn ein Nutzer eine Zeitschrift oder Zeitung mehrfach zu Hand nimmt. Diese Mehrfachkontakte berücksichtigt der neue Leistungswert KpwS (Kontakt pro werbungführende Seite).

Dieser sowie der zeitliche Reichweitenaufbau bei Zeitschriften und Wochenzeitungen stehen den Agenturen und Werbungtreibenden ab sofort als neue Leistungswerte für die Planung zur Verfügung.

„Mit MediaScan wurde in der agma ein innovatives Verfahren entwickelt, das in der Printforschung weltweit Maßstäbe setzt“, so agma-Geschäftsführer Olaf Lassalle. „Die neuen, zusätzlichen Leistungswerte sind näher am Leser als je zuvor“, fügt Gabriele Ritter, Ressortleiterin Pressemedien der MMC, hinzu.

Die neuen Leistungswerte für Tageszeitungen

Auch für Tageszeitungen stehen ab heute neue, zusätzliche Leistungswerte zur Verfügung. **„Bisher wurde die Werbeleistung der Tageszeitungen unterschätzt, weil Mehrfachkontakte einfach unter den Tisch fielen“**, so Gerhard Müller, Vorstand Tageszeitungen der agma: „Jetzt können zum ersten Mal zusätzlich Leistungsdaten auf GRP-Ebene in der Planung von Tageszeitungen berücksichtigt werden.“

Neu in der ma 2015 Pressemedien I sind bei Tageszeitungen die sogenannten „Pickups“. Sie zeigen die Anzahl der Heftkontakte mit einer durchschnittlichen Ausgabe. Neben den Seiten-Mehrfachkontakten (KpwS) gibt bei Tageszeitungen der neue, zusätzliche Leistungswert KpA (Kontakt pro Ausgabe) ebenfalls Auskünfte über die Ausgaben-Mehrfachkontakte.

Eckdaten der Zeitschriftennutzung der ma 2015 Pressemedien I: 90,3 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland lesen Magazine, das sind mehr als 63,5 Millionen Leser. Der Durchschnittsbürger ab 14 Jahren liest rund 8 Titel (Basis: Weiterster Leserkreis). Eine Belegung liefert unter Berücksichtigung der Mehrfachheft- und Seitenkontakte im Durchschnitt 1,4 Anzeigenkontakte. Für die ma 2015 Pressemedien I wurden insgesamt 38.133 Personen in Deutschland befragt. Ausgewiesen werden die Reichweiten von 156 Zeitschriften, zwei Zeitung-Supplements sowie die des Lesezirkels. Die Tabelle der Reichweiten aller ma-Publikumszeitschriften sowie ein Faktenblatt zu MediaScan finden Sie im Anhang dieser Pressemitteilung.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bieten der „Methoden-Steckbrief zur ma 2015 Pressemedien I“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.