

Ansprechpartner

Olaf Lassalle
Geschäftsführer der agma
Telefon: 069.156805-21
lassalle@agma-mmc.de

Franziska Nanda
Studienleiterin ma Audio
Media-Micro-Census GmbH
Telefon: 069.156805-83
nanda@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V.
Am Weingarten 25
60487 Frankfurt am Main

ma 2017 Audio – Dritte Auflage der Konvergenzstudie für Radio und Online-Audio-Angebote

- **Bereits zum dritten Mal werden mit der ma Audio Reichweiteninformationen für konvergente, Online-Audio- und klassische Angebote veröffentlicht.**
- **Mit der ma 2017 Audio wird nun erstmals neben der Werbeträger- auch die Werbemittelkontaktchance für Online-Audio- und Konvergenz-Angebote ausgewiesen.**
- **Ebenso sind ab dieser Ausgabe kleinräumliche Auswertungen auf Kreisebene zur Abbildung von Verbreitungsgebieten möglich.**

Frankfurt, 11. Oktober 2017 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht heute die Ergebnisse der ma 2017 Audio. Die ma Audio ergänzt die ma Radio um Hörerzahlen für Online-Audio-Angebote. Als Konvergenzstudie enthält die ma Audio neben den in der ma Radio ausgewiesenen klassischen Radioangeboten auch Reichweiten für Online-Audio-Einzelsender, für Musik-Streamingdienste und User Generated Radios sowie für Online-Audio-Werbekombinationen und Konvergenzangebote.

Die ma Audio und ihre Ausweisungseinheiten werden permanent optimiert und weiterentwickelt. **So ist die Konvergenzstudie in ihrer dritten Ausgabe mit einer Vielzahl an methodischen Neuerungen ausgestattet.** Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, würdigt diese Entwicklung: „Die vorliegende Neuauflage der ma Audio ist unter anderem durch die zusätzliche Ausweisung auf Basis der Werbemittelkontaktchance und die Ermöglichung der Planbarkeit regionaler Sender-Verbreitungsgebiete wiederum einen bedeutenden Schritt zur umfassenden Abbildung des Konvergenzalters vorangekommen.“

Jan Isenbart, Vorstand Radio/Audio der agma, bestätigt: „Der Anspruch der ma Audio, Werbeträgerreichweiten der klassischen Angebote mit den darüber hinausgehenden Werbemöglichkeiten der Online-Audio-Angebote auf Zielgruppenebene vergleich- und berechenbar zu machen, wird kontinuierlich erfolgreich weiterentwickelt. Die Anforderungen seitens der Werbungtreibenden und Agenturen nach einer Grundlage für audio-übergreifende Media-Entscheidungen werden mit der ma Audio durch die miteinander vergleichbaren Radio- und Online-Audioreichweiten adäquat erfüllt.“

Die ma Audio weist die Webradionutzungsdaten mit demografischen Merkmalen aus und macht diese somit für die Zielgruppenplanung nutzbar. Die Audio-Konvergenzangebote lassen sich auf Netto-Reichweitteniveau darstellen, unter Berücksichtigung der Überschneidung beider Werbemöglichkeiten.

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

Ausblick 2018

Das Ziel für das Jahr 2018 besteht in der Entwicklung der ma Audio zur gemeinsamen Leitwährung für Radio, Online-Audio und konvergente Angebote. Daher werden derzeit Termine und Umsetzbarkeit einer zweimaligen Veröffentlichung der ma Audio sowie ein Updatebericht in 2018 geprüft.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2017 Audio detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Die ma Audio verknüpft drei Forschungsstudien – die ma Radio und die Logfile-basierte Messung der ma IP Audio sowie eine eigene erhobene Online-Tagebuchstudie. Wie die Methode genau funktioniert, zeigt sich im Video auf der agma-Website.