

agma-Ansprechpartner

Georg Schotten
Vorstand Out of Home
Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.
Telefon: 0214- 875495 – 124
gschotten@stroeer.de

Henrik Hansen
Studienleiter ma Out of Home
Media-Micro-Census GmbH
Telefon: 069.156805-35
hansen@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V.
Franklinstraße 52
60486 Frankfurt am Main

www.agma-mmc.de

ma Plakat wird zur ma Out of Home Zunehmende Dynamisierung und Integration von Digitalstellen

- **Die neue ma 2021 Out of Home bietet Leistungswerte für über 272.000 OoH-Standorte in Deutschland.**
- **Dazu zählen rund 1.800 digitale Roadside-Screens, für die erstmals die Möglichkeit besteht, digitale und dynamische Spotreichweiten auszuwerten.**
- **Weg zu einer konvergenten und dynamischen Studie ist beschritten.**

Frankfurt, 28. September 2021 – Heute veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. die Reichweiten der neuen ma Out of Home. Die Umbenennung der Gattung und der Studie von Plakat in Out of Home ist der folgerichtige Schritt einer stark zunehmenden Einbindung und Ausweisung digitaler Stellen. Die ma 2021 Out of Home weist Ergebnisse für die Werbeträger Großfläche, (Digitale) City-Light-Poster, Allgemeinstelle, Ganzsäule und (Digitale) Mega-Light-Poster/City-Light-Boards aus.

Georg Schotten, Vorstand Out of Home, erläutert den beschrittenen Weg der Gattung und die Entwicklungen der neu aufgelegten Studie: „Die Umbenennung unserer Gattung und der heute erstmals veröffentlichten ma 2021 Out of Home ist ein wichtiger Schritt hin zu einer Konvergenzwährung. Mit der Integration von Digitalangeboten und deren Neuberechnung in kleinteilige Belegungseinheiten wird eine langjährige Forderung der Kunden und Agenturen erfüllt. Der neue Name steht für diese Weiterentwicklung der zentralen Reichweitenstudie für die zunehmend digitaler werdende Außenwerbung in Deutschland. Die agma trägt dieser dynamischen Entwicklung mit der neuen ma Out of Home Rechnung und geht mit der erstmaligen Ausweisung von Stunden- und Tages-Werten der digitalen Werbeträger einen großen Schritt in Richtung Dynamisierung. An der Einbindung weiterer digitaler Stellen wird intensiv gearbeitet.“

Die ma 2021 Out of Home bietet erstmals die Möglichkeit, spezifische dynamische Spotreichweiten für kleinteilige Belegungseinheiten auf digitalen Roadside-Produkten auszuwerten und diese in Out of Home Kampagnen zu integrieren. Dafür werden u. a. in der Modellierung exakte Kontaktdauern für die Probanden bestimmt. Dies ermöglicht die Berechnung von Werbemittelkontakten von einzelnen Spots, die auf dem Werbeträger ausgespielt werden.

In der ma Out of Home stehen Reichweitendaten für über 139.000 Großflächen, rund 95.000 City-Light-Poster, über 16.000 Allgemeinstellen, über 14.000 Ganzsäulen und über 6.500 Mega-Light-Poster/City-Light-Boards zur Verfügung. Dazu zählen rund 1.800 digitale Roadside-Produkte, die in das bestehende System integriert sind und für die nun zusätzlich dynamische Spotreichweiten verfügbar sind.

Für die ma 2021 Out of Home wurde die Mobilität von 72.707 Personen in Deutschland ab 14 Jahren erhoben. 60.202 von ihnen wurden detailliert und kartengestützt zu den Wegen befragt, die sie am Vortag zurückgelegt haben. Das Mobilitätsverhalten von 12.505 Personen wurde mithilfe von GPS-fähigen Smartphones sekunden genau gemessen und gibt die zurückgelegten Wege außer Haus im Verlauf von mindestens einer Woche an.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2021 Out of Home detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.