

**Ansprechpartner**

Olaf Lassalle  
Geschäftsführer der agma  
Telefon: 069.156805-21  
[lassalle@agma-mmc.de](mailto:lassalle@agma-mmc.de)

Christiane Korch  
Ressortleitung Radio  
Media-Micro-Census GmbH  
Telefon: 069.156805-20  
[korch@agma-mmc.de](mailto:korch@agma-mmc.de)

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

## **ma 2016 Audio: Die weiterentwickelte Konvergenz- studie für Radio und Online-Audio- Angebote erfüllt Marktanforderungen**

- **Zum zweiten Mal veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse heute mit der ma 2016 Audio Reichweiteninformationen für konvergente, Online-Audio- und klassische Angebote.**
- **Neu ist neben einem auf rund 340 Angebote erweiterten Teilnehmerkreis eine zusätzliche Darstellung von Instream- und Gesamtreichweiten neben aus 2015 bereits bekannten Prestreamreichweiten.**

---

**Frankfurt, 19. Oktober 2016** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) veröffentlicht heute die Ergebnisse der ma 2016 Audio. „**Damit legt die agma der werbungstreibenden Wirtschaft zum zweiten Mal eine Konvergenzstudie mit vergleichbaren Radio- und Online-Audioreichweiten vor**“, betont Dieter K. Müller, Vorstand Radio der agma: „Wir sind stolz, Werbungtreibenden und Agenturen eine einheitliche, umfassende und in vieler Hinsicht erweiterte Planungsgrundlage, für die Gesamtleistung von Radio und Online-Audio liefern zu können.“

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.

### **Erste Ergebnisse**

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

**Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, erklärt: „Das Design der von allen Marktpartnern getragenen Studie wurde und wird kontinuierlich weiterentwickelt.** Die aktuelle Veröffentlichung geht durch zahlreiche methodische Neuerungen auf die Forderungen der Marktpartner, stets mit Blick auf die Hörer und deren tatsächlichen Nutzung von Radioinhalten sowie der dem Werbemarkt offerierten Angebote umfassend ein. Ein nächster großer Meilenstein ist die Integration der ma Audio in die ma 2016 Intermedia PLuS, die am 17. November 2016 erscheint.“

**Weitere Informationen:**

- Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bietet der Methoden-Steckbrief zur ma 2016 Audio detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

---

**Das Modell der ma 2016 Audio**

Die ma Audio verknüpft drei Forschungsstudien – die 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 67.000 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 welche Sender hören.

Wie die Methode genau funktioniert zeigt sich im Video auf der agma-Website: [www.agma-mmc.de/](http://www.agma-mmc.de/)

**Neuerung der ma 2016 Audio**

Erstmals werden differenzierte Angaben für Prestream- und Instream-Ads sowie die Kombination aus Beidem für Online-Audio-Angebote und konvergente Angebote ausgewiesen. Mit dieser Erweiterung der Leistungswerte bei Hörer pro Tag Mo-Fr/Sa/So, Woche und zwei Wochen geht eine nötige Veränderung im Berechnungsverfahren einher. Zudem werden auch Daten für nichtwerbtragende Online-Audio-Angebote veröffentlicht (WHK, Tagesreichweite). Diese Daten unterscheiden sich inhaltlich von den für die Werbeplanung zur Verfügung gestellten Daten.

Aufgrund der inhaltlichen Neuerungen sind die Daten der ma 2016 Audio für Online-Audio- und konvergente Angebote nicht mit den Daten der ma 2015 Audio vergleichbar.