

**Ansprechpartner**

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-21

[lassalle@agma-mmc.de](mailto:lassalle@agma-mmc.de)

Andreas Schramm

Referent PR & Gremienarbeit

Telefon: 069.156805-82

[schramm@agma-mmc.de](mailto:schramm@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25

60487 Frankfurt am Main

[www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

## **ma 2017 Intermedia P LuS - Crossmediale Planungsrelevanz durch zusätzliche TV-Ebene erneut gestiegen**

- **Multimediale Währungsstudie mit erstmaliger Abbildung der TV-Sehbeteiligung in voller Granularität.**
- **Alle Leistungswerte der kürzlich veröffentlichten ma Audio auf Werbeträger- und Werbemittelkontaktebene zählbar.**
- **Erneute Aufwertung für eine gattungsübergreifende strategische Mediaplanung auf Basis einer validen Datei.**

---

**Frankfurt, 15. November 2017** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlicht heute die ma 2017 Intermedia P LuS. Die crossmediale Währungsstudie baut unmittelbar auf das im April veröffentlichte Upgrade auf und erscheint in ihrem Leistungsumfang umfassender als je zuvor.

Im Upgrade der ma Intermedia P LuS waren bereits die zusätzlichen planungsrelevanten TV-Werte „Sehbeteiligung bei Werbung in 1/2 Stunden und an durchschnittlichen Tagen (Mo-So, Mo-Fr, Sa-So)“ integriert. Während hier der zugrunde gelegte Messzeitraum des AGF-Fernsehpanels noch ein halbes Jahr umfasste, werden in der **aktuellen Ausgabe erstmals TV-Ganzjahreswerte inklusive der Planbarkeit der 12 Einzelmonate** ausgewiesen.

„Diese Integration steigert die Aktualität und somit die praktische Bedeutung der ma Intermedia P LuS enorm. **Die Erfüllung dieser langjährigen Forderung von Kunden und Agenturen wird seitens der OMG in hohem Maße goutiert**“, betont Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma.

**Andrea Tauber-Koch, Vorstand Werbungtreibende der agma und OWM Vorstandsmitglied, verstärkt:** „Die Abbildung der relevanten TV-Werte in voller Granularität und die damit einhergehende Aufwertung der ma Intermedia P LuS sorgt für eine gesteigerte Nutzbarkeit seitens der Kunden und Agenturen, das ist

großartig! Endlich haben wir eine Intermedia-Datei, die realistische Planungswerte aller Medien vereint.“

Karin Hollerbach-Zenz, Vorstand Fernsehen der agma, war und ist es „**ein unverzichtbares Ziel, die Reichweiterehebungen und die Intermedia-Datei als DIE Medienäquivalenzstudie an die veränderten Marktbedingungen anzupassen und zukunftstauglich zu machen.**“ Sie erhofft sich durch die seitens der Gattung Fernsehen eingebrachten und ausschließlich für TV in dieser Form vorliegenden Erweiterungen „einen deutlichen Impuls an alle Medien, ihre Reichweiten zu modernisieren sowie eine Steigerung der Marktrelevanz der Intermedia-Datei, da die umfangreich zur Verfügung gestellten TV-Werte innerhalb der Intermedia-Datei weitgehend analog der TV-Planungsprogramme analysiert werden können.“

**Der Mehrwert in Zahlen:** In dem mittlerweile rund 160 GB umfassenden Datensatz der ma 2017 Intermedia PLoS können über 87.750 TV-Werte für die Planung herangezogen werden. Darüber hinaus sind die im letzten Jahr erstmals integrierten Webradio- und konvergenten Angebote in dieser Ausgabe - anhand der aktuellen ma Audio - zusätzlich auf WMK-Ebene ausgewiesen. Insofern sind sämtliche Leistungswerte auf WTK- und/oder WMK-Ebene zählbar.

Dies spiegelt den Nutzwert und die Innovationskraft der Intermedia-Datei wieder, wie Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, bereits vor zwei Jahren bei der Verleihung des BVM zur innovativsten Studie erläuterte (*die ma Intermedia PLoS hat den Innovationspreis 2015 der Deutschen Marktforschung erhalten*): „**Stetige Innovation ist Teil des Konzepts und der zukunftsgerichteten Anlage der Studie. Jede Neuerung oder Optimierung fließen in eine neue Auflage der Intermedia PLoS mit ein.**“

Die ma 2017 Intermedia PLoS ermöglicht auf Basis von insgesamt 305.890 Fällen crossmediale Vergleiche für alle Mediengattungen – Tageszeitungen und Publikumszeitschriften (inkl. Kino), TV, Radio und Webradio bzw. Online-Audio, Plakat sowie stationäre und mobile Internet-Angebote. Sie ist somit die einzige Studie zur Ausweisung einer multimedialen Kampagnenreichweite.

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2017 Intermedia PLuS“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.