

# agma forum

## Praktische Umsetzung : Metriken

Infoveranstaltung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.  
Frankfurt, 07. Dezember 2015

Henriette Hoffmann, Radio Marketing Service GmbH & Co. KG  
Gewählte Marktforscherin Radio

# Modellkomponenten der ma Audio



# Leistungswerte ma Audio


Offenheit des Modells für zukünftige Anforderungen, z.B.

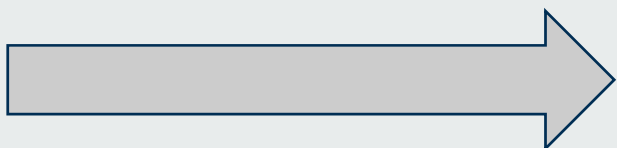
Erweiterung auf stundenbasierte Leistungswerte

| Kriterium   | Definition   |
|---|--|
| Hörer pro Tag<br>(Montag bis Freitag/Samstag/Sonntag) | <p><b>Hörer eines durchschnittlichen Tages</b></p> <p><b>Klassisch:</b> Anzahl erreichter Hörer bei Belegung aller Werbestunden eines durchschnittlichen Tages (Mo-Fr, Sa, So).</p> <p><b>Online-Audio:</b> Anzahl erreichter Hörer an einem durchschnittlichen Tag, berechnet aus der durchschnittlichen Anzahl Sessions eines Tages im berichteten Quartal.</p>  |
| Hörer in einer Woche                                  | <p><b>Hörer einer durchschnittlichen Woche</b></p> <p><b>Klassisch:</b> Anzahl erreichter Hörer bei Belegung aller Werbestunden eines Senders über eine gesamte Woche (5 x Montag-Freitag, 1 x Samstag und 1 x Sonntag).</p> <p><b>Online-Audio:</b> Anzahl erreichter Hörer in einer durchschnittlichen Woche, berechnet aus der durchschnittlichen Anzahl Sessions einer Woche im berichteten Quartal.</p> |
| Hörer in zwei Wochen                                  | <p><b>Hörer innerhalb eines durchschnittlichen zwei Wochen-Zeitraums</b></p> <p><b>Klassisch:</b> zweimalige Belegung des „Hörer einer durchschnittlichen Woche“.</p> <p><b>Online-Audio:</b> Anzahl erreichter Hörer (netto) in einem durchschnittlichen 14-Tageszeitraum, berechnet aus der durchschnittlichen Anzahl Sessions eines 14-Tageszeitraums im berichteten Quartal.</p>                         |

Quelle: Methodensteckbrief der ma Audio

# Ausweisung ma Audio: Beispiel

|    |  |  |  | Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren |     |  |       |        |        |             |             |                    |
|---|--|--|--|---|-----|--|-------|--------|--------|-------------|-------------|--------------------|
| Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J.<br><br>Hörer pro Tag<br>(Hörer eines durchschnittlichen Tages; Mo-Fr)<br>Hochrechnung in Millionen (Personen)<br>Gesamt (Netto) |  |  |  | Angebot                                   | Typ |  | Total | Männer | Frauen | 14-29 Jahre | 30-49 Jahre | 50 Jahre und älter |
| radio ffn Audio Total   |  |  |  | KG  | K   |  | 2.315 | 1.214  | 1.102  | 0.650       | 1.013       | 0.652              |
| radio ffn   |  |  |  | KL  | E   |  | 2.079 | 1.087  | 0.992  | 0.559       | 0.911       | 0.608              |
| radio ffn Webradio  |  |  |  | OA  | K   |  | 0.025 | 0.018  | 0.007  | 0.007       | 0.016       | 0.002              |



**Nutzungswahrscheinlichkeiten für  
Planungsaussagen:  
Werbeträgerkontaktchancen**

# Mengengerüst Belegungseinheiten Ausweisung

- Klassische Angebote  
101 Einzelsender + 105 Kombinationen
- Online Audio Angebote  
16 Einzel-Channels inkl. 2 User Generated Channels  
+ 39 Kombinationen
- Konvergenzangebote ma Audio 2015  
45 Konvergenz-Kombinationen

# Beispiel für Nutzer des Hörer pro Tags (Netto)

| Deutschsprachige<br>Bevölkerung ab 14 J.   | Angebot | Typ |        |        |        |             |             |                       |  |
|--|---------|-----|--------|--------|--------|-------------|-------------|-----------------------|--|
| Hörer pro Tag<br>(Hörer eines durchschnittlichen Tages; Mo-Fr)<br>Hochrechnung in Millionen (Personen)<br>Gesamt (Netto) |         |     | Total  | Männer | Frauen | 14-29 Jahre | 30-49 Jahre | 50 Jahre und<br>älter |  |
| Audio Gesamt (Werbeträger)   | KG      | K   | 52.254 | 25.642 | 26.612 | 10.189      | 17.308      | 24.757                |  |
| Werbefunk  | KL      | K   | 52.181 | 25.591 | 26.590 | 10.159      | 17.278      | 24.744                |  |
| ARD Sender   | KL      | K   | 35.611 | 17.968 | 17.643 | 6.017       | 11.049      | 18.545                |  |
| Private Sender   | KL      | K   | 36.723 | 18.300 | 18.422 | 8.254       | 13.698      | 14.770                |  |
| Online-Audio Gesamt (Werbeträger)  | OA      | K   | 0.913  | 0.622  | 0.291  | 0.336       | 0.375       | 0.202                 |  |
| <b>NATIONAL/TEILNATIONAL</b>   |         |     |        |        |        |             |             |                       |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi   | KL      | K   | 35.018 | 17.597 | 17.421 | 6.178       | 11.079      | 17.761                |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi Kompakt   | KL      | K   | 25.372 | 13.167 | 12.205 | 5.718       | 9.752       | 9.901                 |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi 40+   | KL      | K   | 20.587 | 10.281 | 10.306 | 1.861       | 4.826       | 13.901                |  |
| AS&S Radio Young & Online konvergenz   | KG      | K   | 10.114 | 5.408  | 4.707  | 3.495       | 4.298       | 2.322                 |  |
| <b>WEST</b>  |         |     |        |        |        |             |             |                       |  |
| AS&S Radio West-Kombi  | KL      | K   | 21.952 | 11.363 | 10.588 | 4.903       | 8.385       | 8.663                 |  |
| Deutsche Städte-Kombi (DSK)  | KL      | K   | 0.810  | 0.532  | 0.277  | 0.189       | 0.387       | 0.234                 |  |

.....

# Beispiel für Nutzer des Hörer pro Tags (Brutto)

| Deutschsprachige<br>Bevölkerung ab 14 J.  | Angebot | Typ |         |         |         |             |             |                       |  |
|---|---------|-----|---------|---------|---------|-------------|-------------|-----------------------|--|
| Hörer pro Tag<br>(Hörer eines durchschnittlichen Tages; Mo-Fr)<br>Hochrechnung in Millionen (Personen)<br>Gesamt (Brutto) |         |     | Total   | Männer  | Frauen  | 14-29 Jahre | 30-49 Jahre | 50 Jahre und<br>älter |  |
| Audio Gesamt (Werbeträger)  | KG      | K   | 291.676 | 148.955 | 142.724 | 52.071      | 106.206     | 133.403               |  |
| Werbefunk   | KL      | K   | 289.323 | 147.434 | 141.891 | 51.212      | 105.264     | 132.850               |  |
| ARD Sender  | KL      | K   | 136.504 | 69.666  | 66.837  | 18.487      | 41.890      | 76.126                |  |
| Private Sender  | KL      | K   | 152.822 | 77.768  | 75.055  | 32.725      | 63.373      | 56.724                |  |
| Online-Audio Gesamt (Werbeträger)   | OA      | K   | 2.354   | 1.521   | 0.833   | 0.859       | 0.942       | 0.553                 |  |
| <b>NATIONAL/TEILNATIONAL</b>  |         |     |         |         |         |             |             |                       |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi  | KL      | K   | 127.455 | 65.024  | 62.430  | 18.485      | 39.949      | 69.021                |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi Kompakt  | KL      | K   | 78.392  | 41.692  | 36.700  | 16.269      | 32.572      | 29.551                |  |
| AS&S Radio Deutschland-Kombi 40+  | KL      | K   | 67.915  | 33.190  | 34.725  | 4.199       | 13.437      | 50.278                |  |
| AS&S Radio Young & Online konvergenz  | KG      | K   | 26.558  | 14.383  | 12.175  | 9.134       | 11.843      | 5.583                 |  |
| <b>WEST</b>   |         |     |         |         |         |             |             |                       |  |
| AS&S Radio West-Kombi   | KL      | K   | 67.430  | 35.657  | 31.774  | 14.045      | 28.105      | 25.280                |  |
| Deutsche Städte-Kombi (DSK)   | KL      | K   | 2.177   | 1.477   | 0.699   | 0.494       | 1.091       | 0.592                 |  |

.....

# Benefit

- Vergleichbare Metriken für alle in der ma Audio ausgewiesenen Angebote
- Die in der agma vertretenen Anbieter können sowohl die Leistungsbeiträge ihrer klassischen Sender darstellen als auch die über Online-Audio-Belegungseinheiten generierbaren Reichweiten.
- Bewertung des Leistungsbeitrags einer Online-Audio-Kampagne zur klassischen Radiokampagne

