

ag.ma veröffentlicht ma 2009 Online I: Erstmals Reichweiten von Online-Medien unter dem All-Media-Dach der ag.ma

Frankfurt/Main (18. Juni 2009) **Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlicht heute erstmals in ihrer Geschichte die Reichweiten von Online-Medien: die ma 2009 Online I.** Damit sind endlich alle Mediengattungen – Tageszeitungen und Publikumszeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Plakat sowie Online – unter dem All-Media-Dach der ag.ma versammelt. Die ma 2009 Online I weist Reichweiten- und Strukturdaten für 580 Online-Angebote aus. Künftig wird die ma Online vier Mal jährlich erscheinen.

Die Bedeutung der ma 2009 Online I

„Das erstmalige Erscheinen der ma Online bildet einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung konsensualer Reichweitenforschung für digitale Angebote und Werbeformen unter dem methodischen Dach der ag.ma“, betont Hans Georg Stolz, der Vorstandsvorsitzende der ag.ma: „Mit der Gründung der IMA GmbH haben wir auch gleichzeitig einen strukturellen Prototypen für zukünftige ähnliche Integrationsbelange eingeschlagen.“

Thomas Duhr, Vorstand Online der ag.ma und Vorstandsvorsitzender der AGOF, kommentiert die heutige Veröffentlichung so: „Dass mit der ma Online jetzt erstmals Reichweiten dieser Gattung unter dem Dach der ag.ma erschienen, ist ein weiterer Beweis für das „Erwachsenwerden“ der Gattung Online. Diesen Weg sind andere Mediengattungen vor uns gegangen – allerdings hat ihn keine in so kurzer Zeit bewältigt. Mit dem Gang in die ag.ma wurde allen Marktpartnern klar, dass Online sich als klassisches Medium versteht und schon bei den „internet facts“ hohe Standards in der Reichweiterehebung gesetzt hat.“

Die Ergebnisse der ma 2009 Online I

Die erste ma 2009 Online I verzeichnet eine Gesamtreichweite des Mediums von 66,6 Prozent – damit sind genau zwei Drittel der Deutschen ab 14 Jahren (43,20 Millionen Menschen) im Netz. Mit einer Reichweite von 16,16 Millionen Unique Usern pro Monat (38,3 Prozent der Online-Nutzer) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von WEB.DE (12,98 Millionen/30,8 Prozent) und MSN.de (10,89 Millionen/25,8 Prozent). Yahoo! (10,62 Millionen/25,2 Prozent) und GMX (9,08 Millionen/21,5 Prozent) belegen die weiteren Plätze.

Der Weg von Online in die ag.ma

Bereits Anfang 2004 war die Gattung Online in die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse aufgenommen worden. Mit der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) wurde damals eine Kooperation vereinbart, um die Gattung Online methodisch in die ag.ma zu integrieren. Erster Schritt war die Abwicklung der telefonischen Basiserhebung durch die Media-Micro-Census GmbH. In den vergangenen zwei Jahren erfolgte dann eine umfassende methodische Prüfung des Reichweitenteils der "internet facts" durch die Gremien der ag.ma. Am 26. November 2008 sprach sich die Mitgliederversammlung der ag.ma dann einstimmig für die Integration des Reichweitenteils der "internet facts" in die ag.ma aus. Die Erhebung



Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Infos für Presse, Radio, TV und Online vom 18. Juni 2009

der Online-Reichweiten- und Strukturdaten und die künftige methodische Weiterentwicklung des Erhebungsmodells erfolgen damit im Einvernehmen mit den Anforderungen aller in der ag.ma vertretenen Marktpartner, also den Werbungtreibenden und Werbeagenturen sowie den Mediengattungen Fernsehen, Hörfunk, Online, Plakat, Publikumszeitschriften und Tageszeitungen.

Die Gründung der Internet Media Analyse GmbH (IMA)

Vor einer Woche, am 10. Juni 2009, wurde der letzte Schritt zur Integration der Online-Reichweiten in die ag.ma unternommen: Die gemeinsame Abwicklungsgesellschaft von ag.ma und AGOF, die IMA Internet Media Analyse GmbH, wurde gegründet, um die organisatorische und kaufmännische Durchführung der Reichweitemessung und von Forschungsaufträgen zu gewährleisten. Gesellschafter sind die Media-Micro-Census GmbH (MMC) und die AGOF Services GmbH. Die MMC ist eine 100prozentige Tochter der ag.ma und ist für die organisatorische und kaufmännische Abwicklung der Forschungsaufträge aller übrigen Medien zuständig. Zu Geschäftsführern der neuen Abwicklungsgesellschaft wurden Gabriele Ritter und Marcus Föbus ernannt.

Parallel zur ma 2009 Online I veröffentlicht die AGOF weiterhin die "internet facts" in gewohnter Form.

Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage unter www.agma-mmc.de.

Sollten Sie Fragen haben, dann melden Sie sich doch bitte einfach bei uns.

Kontakt:

Thomas Duhr

Vorstand Online der ag.ma
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.
Telefon: 07 21 - 91 37 4 – 17 20
thomas.duhr@united-internet-media.de

Gabriele Ritter

Geschäftsführung IMA
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.
Telefon: 0 69 - 15 68 05 27
ritter@agma-mmc.de

Die **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma)** ist ein Zusammenschluss von rund 260 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der ag.ma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die ag.ma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, elektronischen Medien und der Außenwerbung. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft – die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.