

agma-Ansprechpartner

Olaf Lassalle
Geschäftsführer der agma
Telefon: 069.156805-21
lassalle@agma-mmc.de

Andreas Schramm
Referent PR & Gremienarbeit
Telefon: 069.156805-82
schramm@agma-mmc.de

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

Werbewirtschaft bestätigt den neuen Kurs der agma

- **Innovationskurs der agma wird fortgesetzt – Stichworte: Mobile, Intermedia und Webradio**
- **Über 230 Mitglieder und Gäste nahmen an der agma Mitgliederversammlung teil.**
- **Die neuen Mitglieder und die neuen Vorstände.**

Berlin, 27. November 2015 – Auf der Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) wurden die Innovationsprojekte der Medienforschung vorgestellt.

„Ziel der agma ist, der werbungstreibenden Wirtschaft die relevanten Leistungswerte für alle traditionellen, neuen und künftigen Medienangebote zur Verfügung zu stellen,“ betont agma-Geschäftsführer Olaf Lassalle: „Dafür haben wir innovative Methoden entwickelt, die höchste Qualitätsanforderungen erfüllen, die wir selbst und die Nutzer an uns stellen.“

Auf der Agenda 2016 steht unter anderem die Integration weiterer digitaler Werbeträger in die ma Intermedia PLuS – von Mobile über Webradio bis Streaming. Die Single-Source-Studie HUB-Survey wird durch die Integration der bisher eigenständigen MediaScan-Untersuchung in hohem Maße optimiert.

In diesem Jahr wurden bereits die ma Internet mit den mobilen Reichweiten sowie erstmals die Konvergenzreichweiten mit der ma Audio veröffentlicht. „Die aktualisierten Daten der ma Audio werden dem Markt zeitnah zur Verfügung gestellt“, sagt Olaf Lassalle. Grund für die Verzögerung liegt allein in der Datenverrechnung – die innovative Methode der ma Audio steht außer Zweifel.

„Agenturen und Werbungtreibende haben auf der Mitgliederversammlung ein klares Commitment für die agma als einzige Währungsinstanz abgegeben und fordern alle Marktpartner auf, den Gestaltungsprozess aktiv mitzutragen“, so Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma.

Unterstrichen wird das Engagement der Nutzerseite durch eine

Reihe neuer agma Mitglieder, wie die Commerzbank AG, die Privatbrauerei Erdinger, die Volkswagen AG sowie sieben Werbeagenturen. „Dies ist für uns eine Bestätigung der neuen strategischen Ausrichtung der agma“, so Axel Pichutta weiter.

agma-Personalien

Andrea Tauber-Koch ist neuer Vorstand Werbungtreibende der agma. Die Media-Managerin der Commerzbank ist für die agma eine Idealbesetzung, weil sie die drei Seiten des Werbemarkts aus eigener Erfahrung kennt. Bevor Andrea Tauber-Koch auf die Kundenseite wechselte, war sie als Mediaplanerin in verschiedenen Agenturen sowie beim Vermarkter IP Deutschland tätig. Bei der Commerzbank ist sie seit 2009; im Mai dieses Jahres wurde sie in den OWM-Vorstand berufen (Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband). „Die agma ist für Werbungtreibende die zentrale, gattungsübergreifende Währungsplattform und Garant für unabhängige, transparente und hochwertige Leistungsdaten“, begründet Andrea Tauber-Koch ihr Engagement der agma: „Gerade bei den heute so wichtigen intermedialen und konvergenten Fragestellungen kommt ihr damit eine wichtige Schlüsselrolle zu.“ Andrea Tauber-Koch übernimmt das Amt als Vorstand Werbungtreibende der agma von Andreas Nassauer, Leiter Konzern Media der Deutschen Telekom AG.

Karin Hollerbach-Zenz ist neuer Vorstand TV der agma. Die Vorstandsvorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) verantwortet bei SevenOne Media den Bereich Committees Representation. Auch in den Gremien der agma ist Karin Hollerbach-Zenz bestens bekannt: Sie war bisher Gewählte Marktforscherin der agma für die Gattung TV. Karin Hollerbach-Zenz übernimmt den Vorstand TV von Martin Krapf, Geschäftsführer der Screenforce Gattungsmarketing GmbH (früher: Wirkstoff TV).

Fotos von Andrea Tauber-Koch und Karin Hollerbach-Zenz finden Sie im Anhang dieser Pressemitteilung.

Weitere Informationen:

Weitere Informationen finden Sie unter www.agma-mmc.de