

Ansprechpartner

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-0

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

www.agma-mmc.de

ma 2016 Intermedia PLoS - optimale Zusammenstellung des Media-Mix durch Integration digitaler Werbeträger

- **Strategische Planung** - die ma 2016 Intermedia PLoS ermöglicht die Übersicht der Leistungsdaten aller Mediengattungen in einer Datei.
- **Erstmals Integration von Webradio-Angeboten aus der ma Audio sowie mobiler Internet-Angebote aus der ma Internet.**
- **Bei der preisgekrönten Studie (BVM Innovationspreis) entfallen zudem die TV-Grundgesamtheitsrestriktionen.**

Frankfurt, 17. November 2016 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlicht heute die ma 2016 Intermedia PLoS. Die Studie erscheint zu ihrer dritten Veröffentlichung mit mehreren Neuerungen und bietet der strategischen Mediaplanung eine um digitale Werbeträger erweiterte crossmediale Leistungsübersicht für alle Mediengattungen.

„Die Intermedia PLoS ist und bleibt das Schlüsselprojekt der agma“, betont Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma: „Agenturen und Kunden schätzen den im Konsens aller Marktbeteiligten stetig erweiterten und optimierten Intermedia-Datensatz, der anhand einer einheitlichen Datenbasis eine valide intermediale Währung garantiert.“

„Die agma ist für den deutschen Mediamarkt unverzichtbar“ wird auch von der OWM im Namen von Andrea Tauber-Koch, Vorstand Werbungtreibende der agma unterstrichen.

Die neue ma Intermedia PLoS bietet für die strategische Mediaplanung wesentliche Optimierungen:

- Neben den klassischen Angeboten der ma Radio werden **erstmalig Online-Audio sowie konvergente Audio-Angebote** ausgewiesen. Damit sind nun sämtliche Leistungswerte für Webradio aus der ma Audio zählbar.

- Nachdem im Jahr 2014 bereits stationäre Internet-Angebote in die ma Intermedia PLuS aufgenommen wurden, sind nun **erstmalig auch die mobilen Online-Angebote der ma Internet** im intermedialen Datensatz enthalten. Dabei bleiben die in der ma Internet manifestierten intramedialen Überschneidungen zwischen stationären und mobilen Angeboten - Apps, MEWs, digitale Gesamtangebote - unverändert erhalten.
- Ebenfalls werden erstmals die Leistungswerte für Fernsehen auf Basis der Grundgesamtheit „Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre“ dargestellt (vorher „Deutsche + EU-Ausländer ab 14 Jahren“). Dies wird durch die **Grundgesamtheitserweiterung des AGF-Fernsehpanels analog der ma-Studien** zum 01. Januar 2016 ermöglicht.

Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, hält zusammenfassend fest: **„Das starke Commitment seitens OWM und OMG zur ma Intermedia PLuS unterstreicht die Bedeutung dieser einzigen und einzigartigen crossmedialen Währungsstudie für die strategische Mediaplanung.“**

Die ma Intermedia PLuS ermöglicht auf Basis von insgesamt 339.423 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.

Weitere Informationen:

Unter www.agma-mmc.de bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2016 Intermedia PLuS“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.