

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

Upgrade der ma Intermedia PLoS mit zusätzlichen planungsrelevanten TV-Werten

- **Upgrade der ma Intermedia PLoS mit deutlich stärkerem Bezug auf die Planungserfordernisse.**
- **TV-Sehbeteiligungswerte als zusätzliche Größe im Intermedia-Datensatz enthalten.**

Frankfurt, 27. April 2017 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlicht heute das Upgrade der ma 2016 Intermedia PLoS mit neuen TV-Sehbeteiligungswerten. In diesem Upgrade wird zusätzlich die „Sehbeteiligung bei Werbung in 1/2 Stunden und an durchschnittlichen Tagen (Mo-Fr, Sa-So)“ ausgewiesen. Der TV-Sehbeteiligungswert ist ein zusätzlicher Wert neben Werbeträger- und Werbemittelkontaktchancen.

„Wir freuen uns sehr, dass zusätzliche planungsrelevante TV-Werte aus dem AGF-Fernsehpanel zur Nutzung innerhalb der ma Intermedia PLoS durch die Gattung Fernsehen freigegeben wurden“, erläutert Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, die Neuauflage der aktuellen ma Intermedia PLoS. Sein Dank gilt hierbei allen beteiligten Gremienvertretern der agma, die kontinuierlich an der Weiterentwicklung und Stärkung der ma Intermedia PLoS arbeiten.

Zu diesem positiven Ergebnis haben insbesondere die zahlreichen und konstruktiven Gespräche zwischen den Vertretern der Agenturen und Werbungtreibenden der agma, in Verantwortung von Axel Pichutta und Andrea Tauber-Koch mit der Gattung Fernsehen, vertreten von Karin Hollerbach-Zenz, beigetragen:

Die Gattung Fernsehen ist durch diesen Schritt einer wesentlichen Forderung der Nutzer nachgekommen, die dies außerordentlich begrüßen: „**Diese Maßnahme ist als Initialzündung hin zu einer deutlichen Stärkung der ma Intermedia PLoS und somit der agma im Allgemeinen anzusehen**“, betont Axel Pichutta, agma-

Vorstandsvorsitzender.

Andrea Tauber-Koch, Vorstand Werbungtreibende der agma:

„Die Integration der Sehbeteiligung ist ein echter Meilenstein!

Wir haben nun einen wesentlich härteren und realistischen TV-Wert in der ma Intermedia PLoS, die damit eine viel größere Relevanz im Werbemarkt, analog der Plan-TV Werte, bekommen wird.“

Karin Hollerbach-Zenz, Vorstand Fernsehen der agma:

„Die Gattung Fernsehen hat mit der Einbringung der Sehbeteiligungswerte als zusätzliche Größe den Beschluss gefasst, der geforderten Aufwertung der ma Intermedia PLoS Rechnung zu tragen. **TV möchte hiermit einen Weckimpuls setzen und unterstreicht sein grundsätzliches Bekenntnis zur agma sowie zur strategischen Stärkung der Joint Industry Committees.**“

Darüber hinaus wird in der regulären **ma 2017 Intermedia PLoS** eine weitere Forderung der Nutzer erfüllt. So werden in der Veröffentlichung im Herbst 2017 erstmalig Ganzjahres-TV-Werte inklusive der Planbarkeit der 12 Einzelmonate ausgewiesen.

Die ma 2016 Intermedia PLoS 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. Sie ist somit die einzige Studie, zur Ausweisung einer multimedialen Kampagnenreichweite.

Weitere Informationen:

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