

Ansprechpartner

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

Andreas Schramm
Leitung Kommunikation
Telefon: 069.156805-82
schramm@agma-mmc.de

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

maX CrossMedia Tool
max.agma-mmc.de

Weitere Informationen
www.agma-mmc.de/max

agma veröffentlicht mit der maX erstes eigenes CrossMedia Tool

- Das maX CrossMedia Tool unterstützt die strategische Mediaplanung optimal.
- Übersichtliche Abbildung der Medialeistungen für alle Mediengattungen mit flexiblen Auswertungsmöglichkeiten.
- Moderne, mehrwöchige Tagebuch-Erhebung per Smartphone liefert einzigartige Datenbasis.

Frankfurt, 22. März 2018 – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlicht heute mit der maX ein im Konsens aller beteiligten Marktpartner abgestimmtes CrossMedia Tool. Das maX CrossMedia Tool - max.agma-mmc.de - ist ein intuitives Online-Tool zur Unterstützung der strategischen Mediaplanung. Mit der maX können Auswertungen zur Nutzung sämtlicher Mediengattungen im Tagesverlauf und nach Zielgruppen selbst vorgenommen und nach eigenen Wünschen visualisiert werden.

Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, betont: „**Wir sind stolz, mit der maX dem Markt unser erstes eigenes Auswertungstool zur Verfügung zu stellen, deren mehrwöchig und single-source erhobene Tagebuchdaten von über 13.000 Interviews und fast 190.000 Nutzungstagen optimal die ma Intermedia PLuS bei der Entwicklung der passenden Mediastrategie ergänzt.**“

Auch die Kunden- und Agenturseite begrüßt diesen Schritt sehr und hebt die Alleinstellungsmerkmale der maX hervor. „**Die im maX CrossMedia Tool im Konsens von Werbungtreibenden, Agenturen und Medien veröffentlichten Daten gleichen einer modernen Touchpoint-Studie, erstmals mit Währungscharakter**“, erläutert Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma.

Olaf Lassalle ergänzt: „Durch die einzigartige Erhebungsmethode lassen sich Nutzungs-Überschneidungen nach Gattungen oder Tätigkeiten innerhalb verschiedener Zeitintervalle ermitteln und mit der maX sehr übersichtlich darstellen.“

Zum Hintergrund – das Modell und Features der maX

Im maX CrossMedia Tool werden Daten ausgewiesen, die über den „HUB-Survey“ erhoben wurden. Das Herzstück des HUB-Survey ist eine Tagebuch-Erhebung der Mediennutzung und weiterer Tätigkeiten per Smartphone über einen Zeitraum von zwei Wochen. Mit seinen single-source für alle Gattungen erhobenen Medieninformationen liefert der HUB-Survey zudem einen sehr wichtigen Baustein für die Erstellung der ma Intermedia PLuS. Im maX CrossMedia Tool werden für Medien auf „Gattungsbasis“ sowie für Tätigkeiten im Tagesablauf Stundenreichweiten (05 Uhr bis 24 Uhr), Tagesreichweiten und Nutzungsdauern ausgewiesen. Die Stundenwerte liegen sowohl einzeln (netto) als auch kumuliert vor. Sämtliche Leistungsdaten stehen separat für die drei Wochentagsgruppen Montag bis Sonntag (= Ø Tag), Montag bis Freitag sowie für Samstag bis Sonntag zur Verfügung.

Das maX CrossMedia Tool ist leicht und intuitiv zu bedienen und bietet dabei flexible Auswertungs- und Exportmöglichkeiten – sogar in unternehmenseigenen PowerPoint-Vorlagen. Das persönliche Benutzerkonto der agma-Mitglieder erlaubt zudem das Speichern von angelegten Zielgruppen und Analysen.

Die maX stellt sich per Video vor: www.agma-mmc.de

Nicht angemeldeten Nutzern steht das Tool in einer „Basisversion“ zur Verfügung, bei der die grundlegenden Funktionen mit voreingestellten Zielgruppenmerkmalen freigeschaltet sind. Die Auswahl bzw. Kombination weiterer Zielgruppen, das Speichern von Analysen oder Projekten sowie die Exportfunktionen sind in dieser Version deaktiviert und erfordern die vorherige Anmeldung.

Weitere Informationen:

- Unter www.agma-mmc.de/max finden Sie detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung sowie ein Video, das die maX näher erläutert.
- Unter max.agma-mmc.de ist das Tool aufruf- und bedienbar.
- Ein Logo des maX Cross MediaTools liegt dieser Presseausendung bei.