

**Ansprechpartner**

Olaf Lassalle  
Geschäftsführer der agma  
Telefon: 069.156805-21  
[lassalle@agma-mmc.de](mailto:lassalle@agma-mmc.de)

Henrik Hansen  
Studienleiter ma Intermedia  
Telefon: 069.156805-35  
[hansen@agma-mmc.de](mailto:hansen@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft  
Media-Analyse e.V.  
Franklinstraße 52  
60486 Frankfurt am Main

[www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

## **ma 2018 Intermedia P LuS – Werbemarkt bescheinigt crossmedialer Währungsstudie hohe Akzeptanz**

- **Mitgliederbefragungen bei OMG, OWM und agma bestätigen erhöhte Verwendbarkeit der Studie.**
- **Vorwiegender Einsatz zur strategischen Mediaplanung und Ausweisung multimedialer Kampagnenreichweiten.**
- **Multimediale Währungsstudie aller Gattungen bietet zählbare Leistungswerte auf WTK- und WMK-Ebene.**

---

**Frankfurt, 30. Oktober 2018** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlicht heute die ma 2018 Intermedia P LuS.

Die ma 2018 Intermedia P LuS ermöglicht auf Basis von fast 350.000 Fällen crossmediale Vergleiche für alle Mediengattungen – Tageszeitungen und Publikumszeitschriften (inkl. Kino), TV, Radio/Audio, Plakat sowie stationäre und mobile Internet-Angebote. Sie ist somit die einzige Studie zur Ausweisung einer multimedialen Kampagnenreichweite.

Die ma Intermedia P LuS übernimmt kontinuierlich die relevanten Neuerungen aus den eingehenden Währungsstudien. So sind die Leistungswerte für die Gattung Internet erstmals aus der daily digital facts gebildet. Aus den Daten der täglichen Berichterstattung stellt die agof speziell für die ma Intermedia P LuS einen Datensatz zur Verfügung, der Vergleichbarkeit mit den Vorjahren gestattet.

**Axel Pichutta, Vorstandsvorsitzender der agma, unterstreicht die Bedeutung des mittlerweile über 300 GB umfassenden Intermedia-Datensatzes:** „Aus einer seitens OMG, OWM und agma im Sommer durchgeführten Befragung innerhalb des Kunden- und Agenturkreises ging deutlich die hohe Relevanz der Studie hervor. So wird die ma Intermedia P LuS vor allem zur strategischen Planung, der Budgetallokation sowie für einen generellen Wettbewerbsüberblick eingesetzt. Zugleich ist eine gestiegene

Nutzung seit der Einführung der TV-Sehbeteiligung im Werbeblock als zusätzliche Größe im Intermedia-Datensatz zu verzeichnen.“

**Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, ergänzt:** „Uns ist die praktische Bedeutung und stetige Aufwertung der ma Intermedia PLS enorm wichtig. Die agma ist fortwährend um eine klare Ausrichtung bemüht, ihre Aktivitäten an den Erwartungen und Bedürfnissen des Werbemarkts zu orientieren. So werden auch weitere denkbare Optimierungen der Studie, wie eine Erweiterung der Zielgruppenmerkmale in den agma-Gremien diskutiert und geprüft.“

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de) bietet der „Methoden-Steckbrief zur ma 2018 Intermedia PLS“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.