

**Ansprechpartner**

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-21

[lassalle@agma-mmc.de](mailto:lassalle@agma-mmc.de)

Carina Grau

Studienleiterin ma IP Audio

Telefon: 069.156805-33

[grau@agma-mmc.de](mailto:grau@agma-mmc.de)

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

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

## agma veröffentlicht erste ma Podcast

- **Die neue ma Podcast bietet erstmals vergleichbare Nutzungsdaten von Podcasts.**
- **Rund 100 Podcast-Angebote haben in der ersten Analyse-Runde teilgenommen.**
- **Zentrale Kennzahl ist der valide Download mit insgesamt über 27,8 Millionen ausgewiesenen Abrufen im Dezember.**

---

**Frankfurt, 22. Februar 2022** – Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlicht heute zum ersten Mal Leistungsdaten der neuen ma Podcast.

Die neu entwickelte Studie schließt eine Lücke im deutschen Mediawährungs-System. Sie stellt Werbungtreibenden, Agenturen und Medien-Anbietern aktuelle und unabhängig gemessene Daten zur Podcast-Nutzung in Deutschland auf Mediawährungs-Niveau zur Verfügung. Erstmals ist damit eine echte Vergleichbarkeit aller Podcast-Angebote möglich.

Insgesamt 101 Podcasts und 26 Publisher haben sich zur ersten ma Podcast angemeldet, hiervon 63 werbetreibende Angebote. Im Messzeitraum Dezember 2021 wurden die Episoden aller zur Ausweisung freigegebenen Podcasts über 27,8 Millionen Mal genutzt (valide Downloads). Als bisherige TOP 3 Genres kristallisieren sich die Themengebiete „Wissenschaft“, „Nachrichten“ und „Wahre Kriminalfälle“ heraus.

Eine Übersicht zu den einzelnen Angeboten und Formaten finden Sie in der beiliegenden Presetabelle.

Die neue ma Podcast erfüllt eine wichtige Forderung von Werbungtreibenden, Agenturen und Anbietern. Podcasts sind für den Werbemarkt zunehmend relevant. Die Zahl der Hörer steigt stetig. Ein Drittel (29,3 Prozent) der deutschsprachigen Bevölkerung nutzt laut ma 2021 Audio Podcasts. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es sogar 41,8 Prozent.

### **Medienübergreifender Ansatz**

Für die erste Ausgabe der ma Podcast untersucht die agma rund 100 Podcasts aus allen Mediengattungen. Mit ihrem medienübergreifenden Ansatz bietet die Analyse erstmals einen kompletten Überblick über die gesamte deutsche Podcast-Branche.

Die aktuellen Leistungsdaten werden fortan monatlich über ein Dashboard für die teilnehmenden Publisher und Mitglieder der agma veröffentlicht: <https://mapodcast.agma-mmc.de>

### **Zentrale Kennzahl des neuen Standards ist der „valide**

**Download“.** Hierfür werden Logfiles ausgewertet. Diese Server-Daten dokumentieren, wie oft eine Episode heruntergeladen wurde. Dank eines smarten und automatisierten Mess-Systems werden Kleinstabrufe, Preloads und technisch bedingte Downloads zuverlässig ausgefiltert. Als Ergebnis bleiben alle validen sowie unigen Downloads pro Tag stehen, die mindestens einer Minute Abspielzeit entsprechen. Der neue Messstandard knüpft an die Richtlinien des International Advertising Bureau (IAB) an und ist mit diesen kompatibel.

### **Gemeinschaftsprojekt der Branche**

#### **Andrea Tauber-Koch, Vorstand Werbungtreibende der agma:**

„Die ma Podcast liefert erstmals einheitliche und unabhängig gemessene Leistungswerte für ein immer relevanteres Werbemedium und schafft Transparenz in einem stetig wichtiger werdenden Markt.“

**Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma, ergänzt:** „Die neue Mediawährung ist ein echtes Gemeinschaftsprojekt der gesamten Branche. Publisher aus allen Mediengattungen und alle relevanten Hosters haben sich an ihrer Entwicklung beteiligt. Das Projekt zeigt damit auch, dass die Idee des Joint Industry Committees heute aktueller denn je ist.“

Die auf Initiative der agma gestartete Analyse ist aus der Taskforce Podcast hervorgegangen, in der sich Anfang 2020 Vertreter der gesamten Branche zusammengefunden hatten. 2021 wurde die Methodik in einem Alphatest und einem darauffolgenden Betatest erprobt. Im Dezember startete der Regelbetrieb.

---

**Weitere Informationen:**

Unter [www.agma-mmc.de/media-analyse/ma-podcast/berichterstattung](http://www.agma-mmc.de/media-analyse/ma-podcast/berichterstattung) bietet die „Dokumentation zur ma Podcast“ detaillierte Informationen zu Anlage und Methode der Untersuchung.

Doris Hammerschmidt, Audio- und Podcast-Fachfrau und Autorin des „Podcast-Buches“ (Haufe) erklärt im Gespräch mit Jan Isenbart und Olaf Lassalle, warum die ma Podcast - und damit eine neue Währung so unglaublich wichtig ist:

[www.agma-mmc.de/presse/stories/story/ma-2022-podcast](http://www.agma-mmc.de/presse/stories/story/ma-2022-podcast)

Die **Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma)** ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 der bedeutendsten Unternehmen der Werbe- und Medienwirtschaft mit dem Ziel der Erforschung der Massenkommunikation. Für die Werbewirtschaft sind die Reichweitendaten der agma die Grundlage für ihre Mediaplanungsstrategien und damit letztlich für die Verteilung der Werbegelder. Die agma erhebt regelmäßig die Reichweiten von Zeitungen und Zeitschriften, Radio/Audio und Fernsehen, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungstreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.