

agma-Ansprechpartner

Olaf Lassalle

Geschäftsführer der agma

Telefon: 069.156805-21

lassalle@agma-mmc.de

Katharina Metzger

Leitung Kommunikation

Telefon: 069.156805-82

metzger@agma-mmc.de

Arbeitsgemeinschaft

Media-Analyse e.V.

Franklinstraße 52

60486 Frankfurt am Main

agma Vorstand stellt gemeinsam strategische Ausrichtung für 2024-2026 vor

- **Mitgliederversammlung der agma präsentiert Neuauflage des erfolgreichen Konzepts „agma spectrum“**
- **Start des Regelbetriebs der neuen Digital-Studie für 2024 angekündigt**

Berlin, 20. November 2023 – Am 17. November 2023 fand die Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) mit rund 150 Vertretern der werbungtreibenden Wirtschaft, Agenturen, Mediengattungen und Marktpartnern aus Dienstleistern und Instituten in Berlin statt.

Dabei überzeugte die diesjährige Veranstaltung mit einem frischen Konzept: Neben einem den stimmberechtigten Mitgliedern vorbehaltenen Teil für notwendige kaufmännische und satzungsrechtliche Angelegenheiten und Änderungen wurde die Mitgliederversammlung durch das „agma spectrum 2023|2024“ komplementiert. In diesem öffentlichen Teil erhielten neben den Mitgliedern auch Gäste und wichtige Marktpartner einen kompakten und fundierten Überblick über die zahlreichen Projekte des aktuellen Jahres, wichtige Milestones sowie geplante Innovation bei den Gattungen.

Zukunftsweisende Ausrichtung der agma und MMC GmbH

Als besonderes Highlight stellte der agma Vorstand im ersten Veranstaltungsteil seine konsensuale Strategie – sowohl für den Verein als auch die angeschlossene MMC GmbH – für die kommenden drei Jahren vor.

„Die gesamte Branche befindet sich derzeit in einer spürbaren Umbruchsphase, z.B. durch Energiekrise, Veränderungen aufgrund der Digitalisierung oder wachsende alternative Datenquellen. Dies führt zu weitreichenden Änderungen – in unseren Häusern, in unseren Gattungen und im gesamten Markt“, erläuterte René Lamsfuß, Vorstandsvorsitzender der agma. „Es ist unsere Aufgabe als agma

Vorstände mit zukunftsgerichteten Maßnahmen die Medienlandschaft in diesem Prozess zu unterstützen und die Relevanz, Validität und Qualität von Mediawährungen dabei zu erhalten.“

Im Zentrum steht ein umfangreicher Maßnahmenkatalog, der die methodischen, ökonomischen und finanziellen Herausforderungen der nächsten Jahre maßgeblich in Angriff nehmen wird. Wesentliche Aufgaben sind vor allem die Sicherung des Marktwissens und -verständnisses um Forschungsmethoden, Datenqualität und Datenquellen sowie um die Relevanz gemeinsamer Standards – zum Schutz der Deutungshoheit durch die agma und so des transparenten, neutralen Vergleichs im Markt.

„agma spectrum“: Die Zukunft der Medien im Fokus

Der zweite Teil der agma Mitgliederversammlung ergänzte weitere zukunftsweisende Informationen für die Teilnehmer. Eröffnet wurde das agma spectrum durch die erfolgreichen Podcaster Dietmar Deffner und Holger Zschäpitz, die in einer fiktiven Podcast-Situation die These *„Menschliche oder künstliche Intelligenz – Wer bestimmt in Zukunft die Medien!“* diskutierten. Auch in den anschließenden Vorträgen der Gattungen wurden die aktuellen, zunehmend digitalen Herausforderungen der Medien, strategische Lösungsansätze und bereits erfolgreiche Maßnahmen dargelegt. Insbesondere die Themen geplante oder bereits erfolgreich umgesetzte Synergien, forschungsökonomische Ansätze als auch sinnvoller Einsatz digitaler Möglichkeiten standen bei nahezu allen Gattungen im Fokus.

Auf zwei besondere Neuerungen kann sich der Markt in diesem Zusammenhang 2024 freuen: Die geplante „Digitale Nutzungsstudie der agma“ (DNA) wird ab Januar 2024 in den Regelbetrieb starten. Interessierte Vermarkter, egal ob als agma Mitglied oder als Studienteilnehmer, können sich bereits dafür anmelden. Und im Bereich Out of Home ist Ende 2024 die Veröffentlichung der ersten Kooperationsstudie von agma und IDOOH geplant, in der Werte für digitale OOH-Angebote gemeinschaftlich ausgewiesen werden.

Olaf Lassalle, Geschäftsführer der agma: „Wie die vorgestellten Projekte der Mediengattungen zeigen, wird 2024 sicher ein spannendes Jahr für die agma. Digitalisierung und Synergien

werden ein zentrales Thema für alle Gattungen sein, für das wir valide Lösungen benötigen. Wir haben eine Vielzahl an Neuerungen oder sogar vollständigen Neuentwicklungen vor uns, die uns vor methodische wie inhaltliche Herausforderungen stellen. Die Erfolge der letzten Monate belegen aber, welche Innovationskraft in der agma wohnt und dass wir diesen hervorragend begegnen können.“

Weitere Informationen:

Weitere Informationen finden Sie unter www.agma-mmc.de

Über die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse

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 und Fernsehen, der Außenwerbung sowie der Online-Medien. Mit den Daten der Media-Analyse wird im Konsens aller Beteiligten aus Medien, Agenturen und werbungtreibender Wirtschaft die Werbewährung in Deutschland bereitgestellt.

Alle Presse-Informationen sowie Foto-, Video- und Audiomaterial finden Sie unter www.agma-mmc.de/presse.