

# ma Audio

## Die Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio

**Ab diesem Jahr gibt es erstmals eine zweimalige Berichterstattung der ma Audio – im Frühjahr und im Sommer. Abgerundet wird dies Ende September mit einem Update für den Werbemarkt, das die Angebote des Geschäftsjahres 2019 beinhaltet.**

Die ma Audio erscheint dabei im gewohnten Veröffentlichungsrhythmus der ma Radio und inkludiert diese vollständig. Die agma trägt damit der dynamischen Entwicklung im Audiomarkt inhaltlich Rechnung. Die unterschiedlichen Planungsgegebenheiten werden dadurch berücksichtigt, dass Nutzungswahrscheinlichkeiten (p-Werte) für alle Angebote (Hörer pro Tag, pro Woche etc.) zur Verfügung gestellt werden. Weiterhin werden Durchschnittsstunden- und Einzelstundenergebnisse für klassische Radioangebote veröffentlicht. Insofern können alle für die Planung benötigten Nutzungswahrscheinlichkeiten aus einer Datei gezählt und eine konvergente Audioplanung auf einer einheitlichen Datenbasis erfolgen – die ma Audio wird dadurch zur Konvergenzwährung für Radio und Online-Audio.

### Wesentliche Neuerungen?

- Ein Bericht bzw. ein Datensatz mit allen für die Planung relevanten Inhalten für klassische und Online-Audio wie auch konvergente Angebote wird zur Verfügung gestellt.
- Erweiterung des Weitesten Hörerkreises (WHK) von 2 auf 4 Wochen: Die WHK-Berechnung des Werbeplanungsdatenbestandes basiert erstmals auf einem 4-Wochenzeitraum. Dies gilt gleichermaßen für klassische, Online-Audio und konvergente Angebote. So erstreckt sich das Nettoreichweitenwachstum über den gesamten 4-Wochenzeitraum und seltenere Hörer können in Plänen abgebildet werden.
- Vergleichbar zur ma 2017 Radio/Audio sind Kontaktwerte wie auch TKP, Nettoreichweiten bei Einzel- und Durchschnittsstunden – allerdings jeweils nur bei einer Einschaltung. Bei mehreren Einschaltungen (z.B. Hörer pro Tag) sind keine Vergleiche auf Nettobasis zulässig.

### Was bleibt gleich?

- Die Erhebung der ma Radio findet in vollem Umfang weiter statt. Die Ausweisung der Daten erfolgt allerdings im Rahmen der ma Audio.
- Ebenso entspricht das Veröffentlichungsmuster der ma Audio dem der ma Radio; mit einer Frühjahrs- und Sommer-Berichterstattung samt Werbeträger- und Werbemittelkontaktchance sowie einem Update-Bericht im Herbst.
- Die ma Radio liefert die Publikationsbasis und ist Trägerdatensatz der ma Audio und definiert somit das Universum der ma Audio. Demzufolge ist auch der Datenbestand der ma Radio weiterhin vollumfänglich in der Berichterstattung der ma Audio enthalten und auszählbar. Für übergeordnete Vergleiche klassischer Angebote mit Online-Audio und konvergenten Angeboten werden tages- und wochenbezogene Reichweitendaten bereitgestellt.

### Angaben zum Studiendesign und Berichtswesen

Vor der Berichterstattung mit Informationen zu allen ausgewiesenen Angeboten der **ma 2018 Audio I (28. März 2018 um 10:00 Uhr)** werden in der Vorwoche die Eckdaten der Audio-Nutzung veröffentlicht (**21. März 2018 um 10:00 Uhr**). Zur Veröffentlichung wird wieder eine zusammenfassende Presetabelle erstellt.

Die ma Audio beruht inhaltlich auf drei separaten Erhebungen:

- **ma Radio:** Trägerdatensatz, der neben der Reichweitenmessung für die klassischen Sender, die z.B. über UKW oder DAB+ verbreitet sind, auch das Universum der Online-Audio- und Streamingdienstnutzung ermittelt
- **ma IP Audio:** Technische Messung, die die Messdaten/Kontaktwerte der Online-Audio- und Streamingdienstnutzung ermittelt sowie einer
- **Online-Tagebuchstudie** zur Ermittlung der demografischen Strukturen der Online-Audio- und Streamingdienstnutzer

Der über die agma-Website frei zugängliche [Methoden-Steckbrief](#) zur ma 2018 Audio I bietet einen detaillierten Überblick zur Methodik sowie eine Übersicht der darin enthaltenen Angebote und deren Veränderungen bezogen auf die ma 2017 Audio bzw. ma 2017 Radio II Update.

### **Wichtigste KPIs zu Eckdaten und Presstabelle zur ma Audio**

- **Audio Gesamt:** Nutzer mind. eines klassischen Senders (Basis: alle klassischen Sender) und/oder Webradio-/Streamingdienst-Nutzer (Basis: allgemeine Angabe).
- **Radio Gesamt (klassisch):** Nutzer mind. eines klassischen Radiosenders.
- **Schon gehört:** Hierzu zählen alle Personen, die mind. ein entsprechendes Angebot "schon einmal gehört" haben.
- **Weitester Hörerkreis:** Summe der Personen, die ein klassisches und/oder Online-Audio Angebot in einem 4-Wochen-Zeitraum genutzt haben.
- **Tagesreichweite:** gibt an, wie viele Personen an einem durchschnittlichen Tag ein Audio-Angebot genutzt haben. Dies gilt für einzelne Sender/Channels und Kombinationen.
- **Hörer pro Tag:** Anzahl erreichter Hörer bei Belegung aller Werbestunden eines durchschnittlichen Tages. Berechnung erfolgt auf Basis der Nutzungswahrscheinlichkeiten. Auch für Online-Audio Angebote werden stundenbasierte Leistungswerte zur Berechnung herangezogen.
- **Hörer pro Woche:** Anzahl erreichter Hörer in einer durchschnittlichen Woche auf Basis der Ergebnisse für den „Hörer pro Tag“ der jeweiligen Wochentagsgruppe (5 x Montag-Freitag, 1 x Samstag und 1 x Sonntag).
- **Hörer pro 2 Wochen:** Anzahl erreichter Hörer in einem durchschnittlichen 14-Tageszeitraum auf Basis des Ergebnisses für den „Hörer pro Woche“ (2 x HpW).
- **Verweildauer in Minuten (klassisch):** Gibt an, wie lange die Hörer an einem Tag im Durchschnitt ein klassisches Angebot hören.