

## ma Audio 2017

Die ma Audio 2017 enthält im Bereich der klassischen Radioangebote in Leistungswerten, Zusammensetzung und Preisen das vollständige Inventar der ma 2017 Radio II Update. Daher sind hier nur die Änderungen im Bereich Webradio und Konvergenzangebote dargestellt.

### Änderungen ab Oktober 2017:

#### ◆ **Neue bzw. neu ausgewiesene Online-Audio Angebote**

alsterradio GESAMT Livestream  
antenne 1 Webradio Kombi  
ANTENNE THÜRINGEN ONLINE AUDIO  
BB RADIO  
BB RADIO - Livestream  
Berliner Rundfunk 91.4 Digital Kombi  
BRK Ballungsraumkombi  
delta radio Digital Kombi  
Deutsches Städte-Network (DSN) Online Audio  
egoFM Webcast  
ENERGY Berlin  
R.SA Digital Kombi  
R.SH Digital Kombi  
RADIO 21 Simulcast  
radio NRW digital Gesamt  
RADIO PSR Digital Kombi  
Radio Regenbogen - Simulcast  
Radio Regenbogen - Simulcast-Kombi  
Radio Regenbogen Digital  
Radio Regenbogen XXL Digital  
radio SAW - Online Audio Kompakt  
Radio TEDDY  
Radio TEDDY - Livestream  
Rheinland-Kombi Köln Online Audio  
RPR1. Livestream  
STAR FM ONLINE AUDIO  
Westfunk Simulcaststreams

## ◆ **Neue bzw. neu ausgewiesene Konvergenz-Angebote**

antenne 1 Audio  
ANTENNE THÜRINGEN Audio Kompakt  
BB RADIO - Kombi konvergent  
Berliner Rundfunk 91.4 Konvergenz Kombi  
BRK Ballungsraumkombi konvergent  
delta radio Audio Total  
Deutsches Städte-Network (DSN) Total  
egoFM konvergent  
R.SA Audio Total  
R.SH Audio Total  
Radio 21 Total  
RADIO BOB! Audio Total  
RADIO KOMBI Sachsen-Anhalt - Audio KOMPAKT  
radio NRW Audio Total  
RADIO PSR Audio Total  
radio SAW - Audio KOMPAKT  
Radio TEDDY - Kombi konvergent  
Rheinland Kombi Köln Audio Total  
STAR FM Total  
Westfunk Kombi Ruhr Audio Total

## ◆ **Veränderte Zusammensetzung**

Radio Regenbogen kompakt Audio Plus  
Radio Regenbogen XXL Audio Plus  
ROCK ANTENNE total

## ◆ **Nicht mehr in der ma Audio enthalten**

ENERGY City Kombi + ENERGY Genrechannels  
ENERGY City Kombi + ENERGY Livestreams  
Hamburg-Kombi Total  
laut.fm  
Radio Hamburg Simulcast  
Radio Hamburg Total

## Änderungen ab Januar 2018:

### ◆ **Veränderte Webradio-Kombis**

AS&S Radio Nord-Kombi Online Audio  
Berlin TOP Kombi Digital Group  
RMS RTL BERLIN KOMBI PLUS  
RMS RTL BERLIN KOMBI Simulcast

### ◆ **Veränderte Konvergenz-Kombis**

AS&S Radio Nord-Kombi Konvergenz  
Berlin TOP Kombi Konvergenz Kombi  
RMS AUDIO KOMPAKT  
RMS AUDIO TOTAL  
RMS RTL BERLIN KOMBI PLUS Konvergenz  
RMS RTL BERLIN KOMBI Simulcast Konvergenz

## Methodische Änderungen

In der ma Audio 2017 kann die Medialeistung nun auch bei Webradio- und Konvergenz-Angebote auf Basis von **Stadt- und Landkreisen** errechnet werden. Somit ist auch eine Definition von Kampagnengebieten auf Basis von Stadt- und Landkreisen möglich. Die Leistung von Kampagnen kann wie gewohnt in Breaks analysiert und auf Landkarten visualisiert werden, ungeachtet ob sie mit klassischem Radio, Webradio und/oder Konvergenz-Angeboten geplant wurden.

Für Online-Audio- und Konvergenz-Angebote steht nun auch die Auswertungsebene **Werbemittelkontakt-Chance (WMK)** zur Verfügung. In der ma Audio werden für Online-Audio-Angebote zusammenhängende Nutzungsvorgänge (Sessions) gebildet, die ggf. mehrere Stunden lang sein können. Die Werbeträgerkontaktchance (WTK) beschreibt die Nutzerschaft in mindestens einer dieser Stunden. Für den Werbemittelkontakt (WMK) wird der Zeitanteil der genutzten Stunden an der Session berücksichtigt. Diese Definition gilt für In-Stream-Spots. Da Pre-Roll-Spots nur am Anfang einer Session geschaltet werden, gibt es hier keine zeitbezogene Reichweite - WTK und WMK sind also identisch.

## Ausweisungseinheiten

	<b>Hörer pro Tag</b> (Hörer eines durchschnittlichen Tages; Mo-Fr, Sa, So)	<b>Hörer pro Woche</b> (Hörer einer durchschnittlichen Woche)	<b>Hörer pro 2 Wochen</b> (Hörer eines durchschnittlichen 14-Tageszeitraums)
<b>Klassische Angebote</b>	Anzahl erreichter Hörer (netto) bei Belegung aller Werbestunden eines durchschnittlichen Tages (Mo-Fr, Sa, So). Berechnung erfolgt auf Basis der Nutzungswahrscheinlichkeiten.	Anzahl erreichter Hörer (netto) bei Belegung aller Werbestunden eines Senders über eine gesamte Woche (5 x Montag-Freitag, 1 x Samstag und 1 x Sonntag). Berechnung erfolgt auf Basis der Nutzungswahrscheinlichkeiten.	Anzahl erreichter Hörer (netto) bei zweimaliger Belegung des „Hörer pro Woche“. Berechnung erfolgt auf Basis der Nutzungswahrscheinlichkeiten.
<b>Online-Audio-Angebote</b>	Anzahl erreichter Hörer (netto) an einem durchschnittlichen Tag (Mo-Fr, Sa, So). Berechnung erfolgt getrennt für Pre-Roll und InStream auf Basis der von den Sessions abgedeckten Stunden (stundenbasierte Leistungswertberechnung).	Anzahl erreichter Hörer (netto) 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).	Anzahl erreichter Hörer (netto) in einem durchschnittlichen 14-Tageszeitraum auf Basis des Ergebnisses für den „Hörer pro Woche“ (2 x HpW).
<b>Konvergente Angebote</b>	Anzahl erreichter Hörer (netto) an einem durchschnittlichen Tag aus der Kombination von klassischem Angebot und Online-Audio-Angebot.	Anzahl erreichter Hörer (netto) in einer durchschnittlichen Woche aus der Kombination von klassischem Angebot und Online-Audio-Angebot.	Anzahl erreichter Hörer (netto) in einem durchschnittlichen 14-Tageszeitraum aus der Kombination von klassischem Angebot und Online-Audio-Angebot.

Quelle: ag.ma, Methodensteckbrief zur ma Audio 2017

Sollten Sie weitere Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

DAP-Hotline: 069 / 95 953 - 222  
 RMS Media-Service: 040 / 23 890 - 224  
 AS&S Media-Service: 069 / 15 424 – 221

Ihr RadioXpert-Team