

BVDW: ma Audio unterstreicht wachsende Bedeutung von Online Audio – für Konvergenzwährung aber noch dringend methodische Verbesserungen erforderlich

Erstmals Nettoreichweiten und soziodemografische Daten für Online-Audio-Angebote / Noch offene Fragen bezüglich Eignung als Konvergenzwährung

Düsseldorf, 19. November 2015 – Mit der erstmals veröffentlichten ma Audio ist Audio als das älteste elektronische Medium nun das erste in Deutschland mit einer konvergenten Währung. Ein erster Blick auf die Studie zeigt: Die Ergebnisse verdeutlichen die hohe Reichweite, die Audio sowohl analog als auch online generiert. Darüber hinaus kann nunmehr belegt werden, welchen Reichweitenbeitrag Online-Audio im Rahmen von Audio-Werbekampagnen leistet. Kritische Fragen wirft allerdings die methodische Zusammenführung der Nutzungsdaten von analogem Radio und digitalem Audio für eine integrierte Planung auf. Hier sieht der [Bundesverband Digitale Wirtschaft \(BVDW\) e.V.](#) erheblichen Verbesserungsbedarf – insbesondere im Hinblick auf Transparenz.

Die Reichweitenmessung der ma Audio liefert jetzt erstmals neben Nettoreichweiten auch planungsrelevante soziodemografische Daten und Informationen zur Devicenutzung für die beteiligten Online-Audio-Angebote.

Rainer Henze (laut.de), Vorsitzender der [Fokusgruppe Audio im BVDW](#), erklärt: „Es ist erfreulich, dass wir mit der ma Audio erstmals untereinander vergleichbare Nettoreichweiten für IP-Radioangebote und soziodemografische Daten zu den Hörerinnen und Hörern bekommen. Die heute veröffentlichten Zahlen zeigen, welche bedeutende Rolle Online Audio bereits jetzt spielt und welche Dynamik dieser Wachstumsbereich hat. Das ist ein großer Fortschritt für den deutschen Online-Audio-Markt, den wir sehr begrüßen.“

Kritisch zu betrachten, so die Experten der Fokusgruppe Audio, ist allerdings das Ziel und der Anspruch der ma Audio, eine valide Konvergenzwährung zu sein. Hier wirft die Mediastudie noch zahlreiche methodische Fragen auf: Zum einen wird eine Vielzahl von Online-Audio-Angeboten wie etwa Music-on-Demand-Dienste (z.B. Spotify) nicht in der ma Audio abgebildet. Zum anderen werden Aggregatoren (z.B. radio.de) nicht in den Planungsdaten berücksichtigt, obwohl sie für Online-Audio-Werbekampagnen gebucht werden können. Offen ist schließlich, ob Kleinanbieter überhaupt in der ma Audio sauber erfasst werden oder gänzlich durchs Raster fallen. Für die Digitalexperten am gravierendsten ist allerdings die Frage, inwieweit die zentrale Herausforderung einer Konvergenzwährung, nämlich

digitale und analoge Nutzung vergleichbar zu machen, valide bewältigt wurde.

„Diesen Sachverhalt können wir aktuell noch nicht abschließend beurteilen“, so Henze. „Auf IP-Seite haben wir mit der technischen Messung aller Nutzungsvorgänge in Kombination mit einer Online-Tagebuchstudie eine recht harte Datenbasis. Die UKW-Seite basiert ausschließlich auf Telefonumfragen zur Markenerinnerung der Hörer. Selbst die Offenlegung des Methodensteckbriefs – eine Woche vor Veröffentlichung der ma Audio – vermag nicht zufriedenstellend zu beantworten, ob diese Zahlen valide vergleichbar gemacht wurden. Hier fordern wir die ag.ma dringend auf, die Publisher zur Zusammenarbeit einzuladen und stehen als BVDW gerne mit unserer Expertise als Sparringspartner zur Verfügung, um die positive Grundlage, die mit der ma Audio für eine konvergente Planung geschaffen wurde, jetzt schnell und zielorientiert in eine wirklich medienadäquate und valide Konvergenzwährung zu überführen.“

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
http://www.bvdw.org/presseserver/ma_Audio

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin Public Relations – Pressesprecherin
Tel: +49 211 600456-25, Fax: -33
elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. 1995 als Deutscher Multimedia Verband (dmmv) gegründet, feiert der BVDW im Jahr 2015 sein 20-jähriges Jubiläum. Mit Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der Digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote – Inhalte, Dienste und Technologien – transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der

Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-how, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der Digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure für Markttransparenz und Angebotsgüte für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. **Wir sind das Netz.**