

Beschreibung AAI-STUDIE **DIGITAL x TERRESTRIK**

August 2024

TECHNOLOGY & DATA

Programmatic Audio

amy & AAI

- ✓ amy ermöglicht Publishern, Agenturen und Vermarktern die automatisierte und die programmatische Buchung und Vermarktung von Radio- und Audio-Inventaren.
- ✓ Die Technologie von amy ist in die derzeit im Markt genutzten Systeme und Prozesse der Vermarktungsabwicklung im Radio integriert und basiert auf etablierten Industriestandards.
- ✓ Durch die Audio Ad Intelligence (AAI) ist als Produkterweiterung von amy künftig zusätzlich die konvergente, automatisierte und programmatische Vermarktung von non-linearen (Digital Audio) und linearen (Terrestrik) Inventaren umsetzbar.

AAI – STUDIE ZUR MODELLVALIDIERUNG

Darstellung des Zusammenhangs Digital x Terrestrik

Zusammenfassung

- ✓ Menschen hören Radio via Digital Audio, d.h. über Web-Radio, mobil über Apps, mit ihren Smart Audio Geräten und über terrestrischen Rundfunk, sei es klassisch, analog oder digital-terrestrisch über DAB+.
- ✓ Eine umfangreiche Studie der amy Medienforschung sucht nach Zusammenhängen und Unterschieden der Audio-Nutzung, digital und terrestrisch.
- ✓ Die Studie zeigt: Die tägliche Nutzung der Audio-Angebote folgt dabei dem gleichen Muster, unabhängig davon über welchen Kanal gehört wird. Der Zusammenhang zwischen Digital Audio und terrestrischer Nutzung unterscheidet sich nach Alter und Geografie (Stadt/Land).
- ✓ Ergebnis: Ein robustes Vorhersagemodell, um digitale Kommunikation erfolgreich in terrestrischen Rundfunk zu verlängern und programmatisch buchbar zu machen.

AAI – STUDIE ZUR MODELLVALIDIERUNG

Studiendesign

Methode:	Online-Befragung über Online-Access-Panel: Tagebuch-Befragung mit vorgelagerter Screener-Befragung
Zielgruppe:	Deutschsprachige Bevölkerung in Hessen
Region:	Hessen
Stichprobe:	<u>Screener-Befragung:</u> Screening von Personen ab 18 Jahren aus Hessen, um Radionutzer für das Tagebuch erhalten, n = 1.755 <u>Tagebuch-Befragung:</u> Radionutzer, n = 370
Feldzeit:	<u>Screener-Befragung:</u> 19.04. – 28.04.2024 <u>Tagebuch-Befragung:</u> 03.05 – 17.05.2024
Gewichtung:	Alter, Geschlecht, Bildung, Berufstätigkeit, Nutzungshäufigkeit Radio
Studienleitung:	Prof. Dr. Jörg Blumtritt, Chief Data Scientist, amy GmbH, Hamburg und Professor für Digital Media an der NYU (New York University) und Direktor des Wheaton Institute in Norton, Massachusetts, U.S.A. DCORE GmbH, München

MODELLVALIDIERUNG DIGITAL – TERRESTRIK

Ergebnisse

Programme und Audio Marken, die von den Teilnehmern gehört wurden

Ausreichende Fallzahlen...					
...für die Modellierung **		...für die Anwendung im Modell*			
Programm / Audio Marke		Programm / Audio Marke		Programm / Audio Marke	
HIT_RADIO_FFH	**	bigFM_Baden_Württemberg	*	hr2_kultur	*
hr3	**	SUNSHINE_LIVE	*	MDR_JUMP	*
hr1	**	ANTENNE_BAYERN	*	SWR4_BW	*
planet_radio	**	Rock_Antenne	*	NDR_1	*
hr4	**	1LIVE	*	Radio_Paloma	*
RADIO_BOB	**	SWR1_RP	*	NDR_2	*
SWR3	**	Deutschlandfunk	*	N_Joy	
YOU_FM	**	80s80s_Radio	*	Radio_Schlagerparadies	
hr_iNFO	**	radio_ffn	*	SWR1_BW	
bigFM	**	Klassik_Radio	*	SWR4_RP	
Radio_harmonyfm	**	Rockland_Radio	*	BAYERN_1	
		ENERGY	*	RADIO_BOLLERWAGEN	
		890_RTL	*	RTL_RADIO	
		RPR1	*	BAYERN_3	

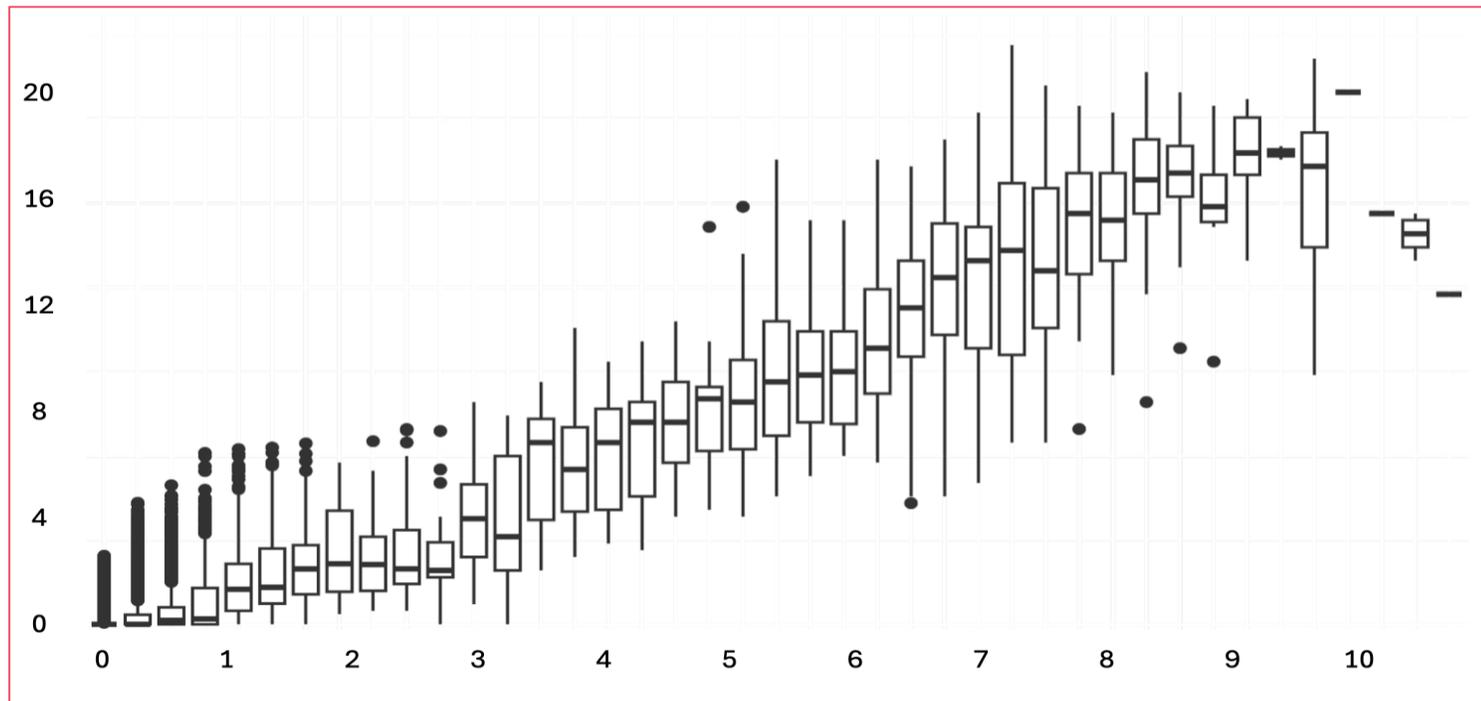
Tabelle 1: (**)Angebote mit ausreichender Fallzahl für die Modellierung.

Tabelle 2+3: (*) Angebote mit ausreichender Fallzahl für die Anwendung im Modell.

MODELLVALIDIERUNG DIGITAL - TERRESTRIK

Ergebnisse

% der Panel-Haushalte hören ein bestimmtes Programm über **Rundfunk**



% der Panel-Haushalte hören ein bestimmtes Programm **digital**

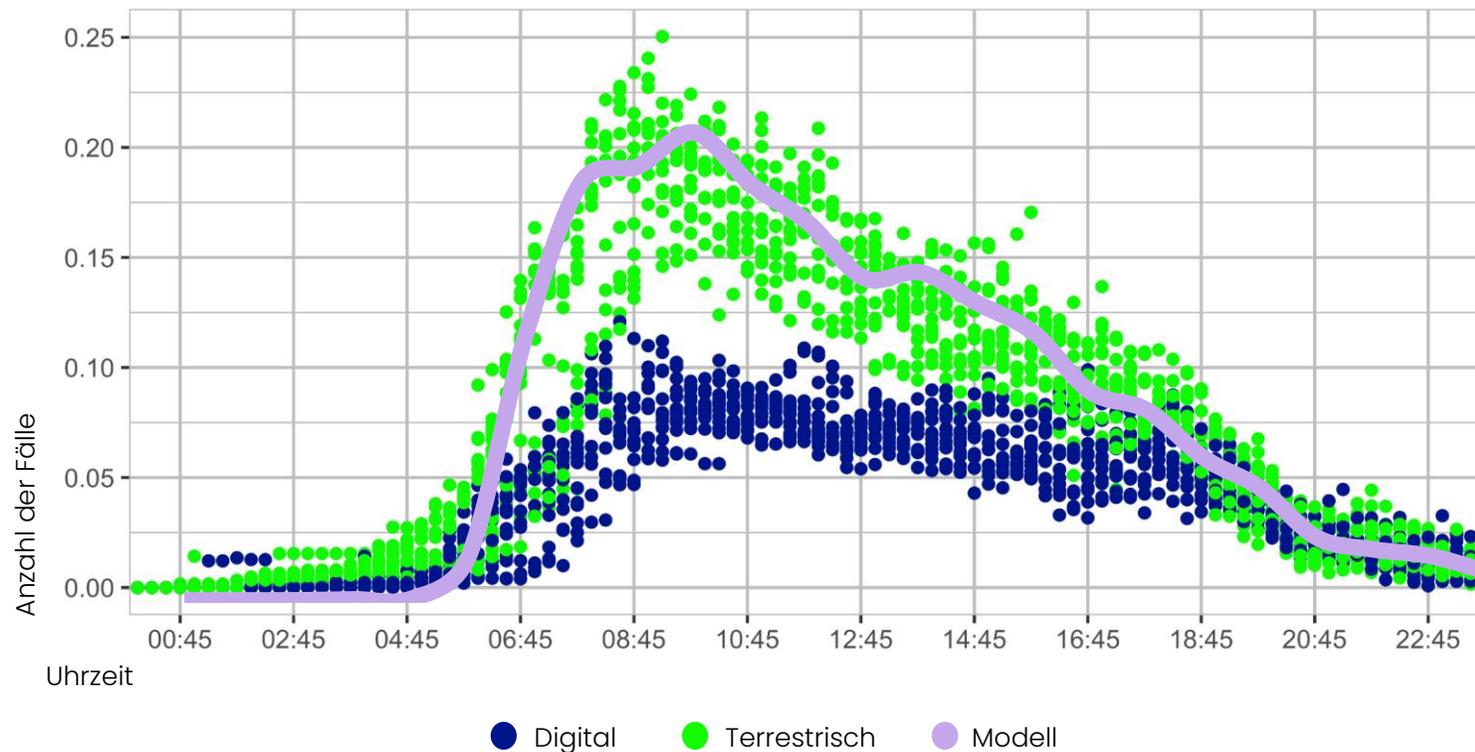
Die Teilnehmer der Studie hören dieselben Programme im Rundfunk, die sie auch digital nutzen.

Je mehr Ein Programm digital gehört wird, desto mehr wird es auch im Rundfunk gehört: Eine wichtige Grundlage, um Audio-Kontakte programmatisch zu optimieren.

MODELLVALIDIERUNG DIGITAL – TERRESTRIK

Ergebnisse

Vorhersage der terrestrischen aus der digitalen Nutzung



Input: Wie viele Teilnehmer nutzen in einer bestimmten Stunde an einem bestimmten Tag ein Audio-Angebot, differenziert nach Alter und Wohnort der Teilnehmer.

Output (violette Linie): Vorhersage, wie viele Teilnehmer dieser Zielgruppe das Angebot zur selben Stunde über Terrestrik nutzen.

AAI – STUDIE ZUR MODELLVALIDIERUNG

Kontakt



Andreas Schilling

CEO

audioscale GmbH

Alstertor 9, 20095 Hamburg

as@audioscale.com

www.audioscale.com



Prof. Dr. Jörg Blumtritt

Chief Data Scientist

amy GmbH

Alstertor 9, 20095 Hamburg

blumtritt@amy.radio

www.amy.radio