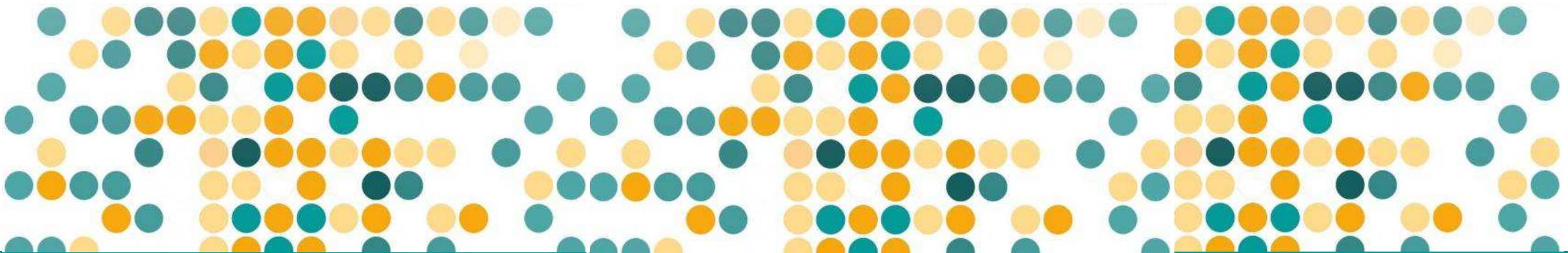




Neue Features / ma Audio

Release 6.0 / Dezember 2015





Einleitung	03
1. Einstellungen	04
2. Basis	05
3. Medienübersicht	06-07
4. Veränderungen in den Ausweisungseinheiten	08
5. Senderauswahl	09-10
6. Stundenauswahl	11-12
7. Planung	13-22
8. Rabattbaustein	23
9. Kostenplan	24
10. Anmerkung zu Online Audio- / Konvergenz-Planungen	25



Audio hat mit der ma Audio als erste Gattung in Deutschland eine Konvergenzwährung vorgelegt. Die Studie hat Einzug in RadioXpert gehalten und ermöglicht den Planern jetzt die Ermittlung

- der Leistungsbeiträge von Klassisch Audio und Online Audio in einer Planung jeweils einzeln
- und in Summe als Konvergenzreichweite

Wie sich das Handling in RadioXpert bei konvergentem Planungsansatz gestaltet, haben wir auf den nachfolgenden Seiten näher beschrieben.

Melden Sie sich bitte jederzeit bei uns, wenn Sie Fragen haben. Wir helfen Ihnen gerne.

Weiterhin viel Freude mit dem Tool
wünscht Ihre RadioXpert-Anbietergemeinschaft



1. Einstellungen / Grundgesamtheit

Für Online Audio Planungen und Konvergenz-Planungen steht nur eine Grundgesamtheit zur Verfügung:

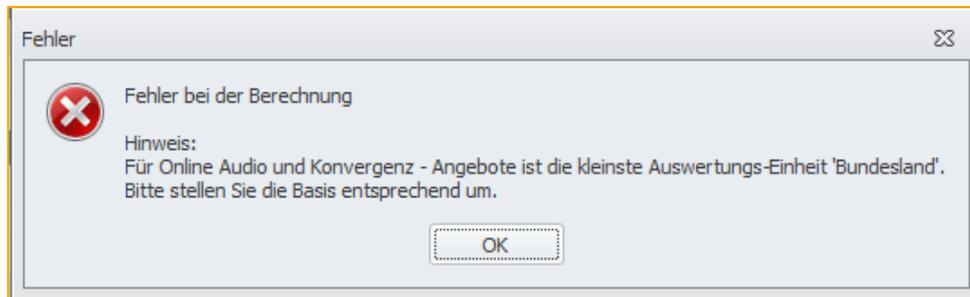
Deutschsprachige Bevölkerung 14+

2. Basis



Bei Online Audio und Konvergenz-Angeboten gibt es als kleinste Auswertungseinheit für Leistungswerte die Ebene Bundesland.

Falls in der Basis Landkreise eingestellt wurden und Online Audio und/oder Konvergenz-Angebote ausgewählt werden, erfolgt ein Hinweis, dass die Basis auf die entsprechenden Bundesländer angepasst werden muss.



3. Medienübersicht



Die Medienübersicht der ma Audio enthält nur in der ma Audio ausgewiesene Angebote. Die Planung/Kalkulation von nicht in der ma Audio ausgewiesenen Angeboten ist nicht möglich.

Für Online Audio und Konvergenz-Angebote werden keine Verbreitungsgebiete angezeigt.

Begriffe (aus dem Methodensteckbrief der ma Audio):



- **Klassische Angebote:** Die klassischen, in der ma Radio dargestellten Nutzungswahrscheinlichkeiten umfassen die vollständige Hörschaft eines Senders, unabhängig vom gewählten Verbreitungsweg (terrestrisch, Kabel, Satellit und Online). Dabei wird ausschließlich das klassische, ins Sendeschema integrierte Werbeformat berücksichtigt, welches eine stundenweise Belegung ermöglicht. Die Reichweite wird aus den Befragungsergebnissen der ma Radio berechnet.
- **Online Audio:** Die Online-Audio-Reichweite bezieht sich auf die tatsächlich gemessene Online-Audio-Nutzung eines Channels. Grundlage dafür sind die in der ma IP Audio veröffentlichten Sessions, die über ein Modellingverfahren mit Personendaten angereichert werden.
- **Konvergenz-Angebote:** Die unter dem Begriff der Radio-Konvergenz-Reichweite berechneten Daten spiegeln die Belegung jeweils einer Belegung eines klassischen Angebots und eines Online-Audio-Angebots wider.

3. Medienübersicht



Die Medienübersicht zeigt in der Ausgangseinstellung alle Audio-Gattungen an.

Konvergenz, Online Audio und Klassisch Audio werden nach der ag.ma-Gebietssortierung zusammen ausgewiesen. Um den Überblick zu erleichtern, kann über Factauswahl die jeweilige Audio-Gattung hinzugewählt werden.

Beispiel: Schleswig-Holstein

Angebot	▲	Einheit	Audio-Gattung
Schleswig-Holstein Audio			
delta radio		D-STD	Klassische Angebote
MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg		D-STD	Klassische Angebote
R.SH Radio Schleswig-Holstein		D-STD	Klassische Angebote
Radio NORA		D-STD	Klassische Angebote
MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Digital		Woche	Online-Audio
MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Konvergenz		Woche	Konvergenz-Angebote



Mit Klick auf die einzelnen Audio-Gattungs-Filter kann entweder jede Gattung einzeln oder alle Gattungen zusammen angezeigt werden.



4. Veränderungen in den Ausweisungseinheiten



Audio-Gattung	Einzelstunden	Ø-Stunde	Tag	Woche
Klassische Angebote	05-24 h	Mo-Fr, Sa, So	Mo-Fr, Sa, So	Mo-So gewichtet
Online Audio			Mo-Fr, Sa, So	Mo-So gewichtet
Konvergenz Angebote			Mo-Fr, Sa, So	Mo-So gewichtet

Die Ø-Stunde 6-18 Uhr und die Einzelstunden werden nur für klassische Angebote ausgewiesen. Klassische Angebote weisen künftig zusätzlich die gewichtete Woche Mo-So und den Tag für Mo-Fr/Sa/So aus.

Berechnung:

gewichtete Woche: kumuliert, 5x Mo-Fr + 1x Sa + 1x So, über 5-24h je 1x belegt *

Tag: kumuliert, über 5-24 Uhr je 1x belegt *

Nur die **gelb markierten Einheiten** sind Buchungseinheiten, alle anderen Ausweisungseinheiten dienen dem Vergleich der Audio-Gattungen untereinander.

* Kumulation über jeweils alle werbungführenden Stunden des Angebots/Senders

5. Senderauswahl



Je nachdem welche Audiogattung unter Medienübersicht ausgewählt wurde, werden die Ausweisungseinheiten der einzelnen Angebote in der Senderauswahl angeboten. Hierbei werden nur Tage auswählbar dargestellt, die es für die Audiogattung gibt.

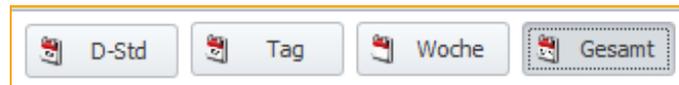
Die Auswahlmöglichkeit ergibt sich also aus der Vorauswahl ...

- ... der Audiogattung



(Gattungsfilter)

- ... der Ausweisungseinheit



- ... der Wochentageebene





5. Senderauswahl

Filter-Beispiele auf Basis der größten Ausweisungseinheit „Gesamt“

Vorausgewählt: das klassische und das Konvergenz-Angebot von Mach 3.
Über die Gattungsfilter kann jetzt die gewünschte Ansicht gewählt werden.
Alle Gattungen oder jede Audio-Gattung einzeln.

Alle Gattungen ← Gattungsfilter

Kombi	Tage	Medium	Einheit	Tage	Audio-Gattung
Schleswig-Holstein Audio					
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	Woche	Mo-So	Klassische Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	Tag	Mo-Fr	Klassische Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	D-STD	Mo-Fr	Klassische Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Konvergenz	Woche	Mo-So	Konvergenz-Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Konvergenz	Tag	Mo-Fr	Konvergenz-Angebote

Klassische Angebote

Kombi	Tage	Medium	Einheit	Tage	Audio-Gattung
Schleswig-Holstein Audio					
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	Woche	Mo-So	Klassische Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	Tag	Mo-Fr	Klassische Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/Hamburg	D-STD	Mo-Fr	Klassische Angebote

Konvergenz-Angebote

Kombi	Tage	Medium	Einheit	Tage	Audio-Gattung
Schleswig-Holstein Audio					
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Konvergenz	Woche	Mo-So	Konvergenz-Angebote
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MACH 3 Kombi Schleswig-Holstein/ Hamburg - Konvergenz	Tag	Mo-Fr	Konvergenz-Angebote

Die Auswahl kann wie gewohnt getätigt werden.

6. Stundenauswahl



Die in der Senderauswahl angeklickten Einheiten, werden nun in der Stundenauswahl zur Verfügung gestellt.

Dabei wird bei Anwahl der Konvergenz-Angebote automatisch die folgende Konstellation angezeigt

Auswahl Zeiteinheit: Tag

- Online Audio: Tag (analog Vorauswahl Mo-Fr, Sa, So)
- Klassische Angebote: Einzel-Std, Ø-Std und Tag (analog Vorauswahl Tage)

Auswahl Zeiteinheit: Woche

- Online Audio: Woche (Mo-So)
- Klassische Angebote: Einzel-Std und Ø-Std (Mo-Fr, Sa, So) und Woche (Mo-So)

6. Stundenauswahl



In der Stundenauswahl kann die Auswahl der Zeiteinheiten vorgenommen werden.

- Bei klassischen Angeboten wie gewohnt: Ø-Std und Einzelstunden und zusätzlich Tag und Woche
- Bei Online Audio: Tag oder Woche
- Bei Konvergenz-Angeboten wird als Überschrift der Name der Kombi angezeigt und darunter, die einzelnen Bestandteile (Ausweisungseinheiten).

Mit Klick auf das Kästchen vor dem Namen der Kombi können alle einzelnen Elemente für alle Tage und Zeiteinheiten automatisch angewählt werden.

Der Planer kann dann die nicht gewünschten Zeiteinheiten demarkieren.

Kombi	Tage	Sender	Einheit	Tage
		Hessen Audio		
<input checked="" type="checkbox"/>	-	HIT RADIO FFH Audio Total	Woche	Mo-So
<input checked="" type="checkbox"/>		HIT RADIO FFH Gesamt	Woche	Mo-So
<input checked="" type="checkbox"/>		HIT RADIO FFH	Woche	Mo-So
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HIT RADIO FFH	D-STD	Mo-Fr
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HIT RADIO FFH	05-06	Mo-Fr
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HIT RADIO FFH	06-07	Mo-Fr
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HIT RADIO FFH	07-08	Mo-Fr

7. Planung / Klassische Angebote und Online Audio



Beim Betreten der Registerkarte Planung erscheint das z.T. vertraute Belegungsrastrer.

Für Klassische Angebote können analog der Vorauswahl z.B. Frequenzen für einzelne Zeitschienen vergeben werden.

Voreingestellt ist das Format: 30 Sek.

Für Online Audio oder den Online Audio Anteil einer Konvergenz-Kombi erfolgt die Belegung entsprechend der Online-Systematik (Eingabe von Kontakten bzw. Shares).

Voreingestellt ist das Format: In-Stream bis 30 Sek.

Die Formate können wie gewohnt unter Formate/Tarife geändert werden.

Für Online Audio stehen drei Formate zur Auswahl:

- Pre-Stream
- In-Stream bis 30 Sek
- In-Stream ab 30 Sek

7. Planung / Formate / Tarife



Die Planspaltendefinition unter Formate/Tarife wird je Audio-Gattung gesteuert. Dafür sind zwei Reiter vorgesehen, in der je Kategorie Änderungen oder Erweiterungen vorgenommen werden können.

The screenshot displays the 'Planspaltendefinition' interface in two states. The top view shows the 'Klassische Angebote' tab selected, with buttons for 'Neue Spalte', 'Spotlänge', 'Mo - Fr', 'Sa', 'So', 'Spalte löschen', 'Ohne Kosten', 'Montag', 'Dienstag', 'Mittwoch', 'Donnerstag', and 'Freitag'. The bottom view shows the 'Online-Audio' tab selected, with buttons for 'Neue Spalte', 'Spotlänge', 'Mo - Fr', 'Sa', 'So', 'Mo - So', 'Spalte löschen', and 'Ohne Kosten'. Both views include a table with columns for '1' and '2' and rows for 'Mediengattung', 'Wochentag', 'Benutzername', 'Spotlänge', and 'Kennung'.

	1	2
Mediengattung:	Klassische Angebote	Online-Audio
Wochentag:	Mo-Fr	Mo-So
Benutzername:		
Spotlänge	30	In-Stream bis 30 Sekunden
Kennung:		

	1	2
Mediengattung:	Klassische Angebote	Online-Audio
Wochentag:	Mo-Fr	Mo-So
Benutzername:		
Spotlänge	30	In-Stream bis 30 Sekunden
Kennung:		



7. Planung von Online Audio / Kontakteingabe

Im Belegungs-Tableau für Online Audio wird die Anzahl der maximalen Kontakte automatisch angezeigt, bezogen auf die Ausweisungseinheit (hier: Woche) und die in der Spaltenüberschrift angegebene Zeiteinheit (hier: Mo-So).

Frequenzen	Plan 1				
	Mo-So				
	In-Stream bis 30 Sekunde				
	Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%	
National/Teilnational Audio					
- RMS WEBRADIO			7.185		
RMS WEBRADIO	Woche	1	7.184	7.184	100,00

Kontakte Tsd. in Dspr. 14+

	Plan 1
PLANDATEN	
Brutto bezahlt €	179.613
Netto €	179.613
Dspr. Bev. 14+	
Netto-RW %	1,7
Netto-RW Tsd.	1.164
Ø-Kontakte	6,2
Kontakte Tsd.	7.185
GRP	10
Brutto-TKP €	25,00
E 20-49	
Netto-RW %	2,5
Netto-RW Tsd.	784
Ø-Kontakte	5,8
Kontakte Tsd.	4.569
GRP	15
Brutto-TKP €	39,31

Kontakte Tsd. in Dspr. 14+

Kontakte Tsd. in ZG

Die maximalen Kontakte des Angebots beziehen sich auf die automatisch generierte Grundgesamtheit Deutschsprachige 14+ und nicht auf die ausgewählte Zielgruppe. Die maximalen Kontakte in der Zielgruppe sind auch in der Rangreihe (Senderauswahl) für jedes Angebot ersichtlich.

Das Planungsergebnis zeigt dann nach Eingabe der gewünschten Kontakte das Ergebnis in der vorher ausgewählten Zielgruppe an.

7. Planung Online Audio / Eingabe-Optionen



Frequenzen		Plan 1			
		Mo-So			
		In-Stream bis 30 Sekunden			
		Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%
National/Teilnational Audio					
- RMS WEBRADIO					
RMS WEBRADIO	Woche		6.902		
- SPORT1.fm					
SPORT1.fm	Woche		541		

Für Online Audio-Planungen stehen folgende Optionen zur Verfügung:

- Eingabe der gewünschten Kontakte (absolut) in Spalte „Kontakte“, der entsprechende Share in % wird automatisch berechnet und ausgewiesen.
- Eingabe eines Shares (%), der die entsprechenden Kontakte automatisch berechnet und ausweist.
- In der Spalte „Anzahl“ wird der Kampagnenzeitraum auf die Anzahl der geplanten Zeiteinheiten (Woche oder Tag) hochgerechnet.

7. Planung von Konvergenz-Angeboten / Kontakteingabe



Planungs-Sonderfall für die Angebote **AS&S Radio Young & Online Konvergenz** und **AS&S Radio Liga Live Konvergenz**: Beide Konvergenz-Angebote benötigen keine separate Eingabe von Kontaktsummen oder Shares.

Frequenzen		Plan 1				
		Mo-Fr	Mo-So			
		30	In-Stream bis 30 Sekunden			
		Freq	Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%
National/Teilnational Audio						
- AS&S Radio Young & Online Konvergenz		6	3		180	
laut.fm	Woche		1	1.841	180	9,78
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	06-07	1.	2		2.	
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	07-08		2			
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	08-09		2			
- RMS AUDIO TOTAL		6			1.500	
RMS WEBRADIO	Woche		1	7.184	1.500	20,88
RMS SUPER KOMBI	06-07		2			
RMS SUPER KOMBI	07-08		2			
RMS SUPER KOMBI	08-09		2			

Mit jeder vergebenen Frequenz (1.) im klassischen Anteil des Konvergenz-Angebots werden automatisch Kontaktsumme und Share für den Online-Audio Anteil vergeben (2.) Die manuelle Belegung von Kontakt/Share entfällt. Es muss nur noch der gewünschte Kampagnenzeitraum eingegeben werden (3.)

Kontaktsumme oder Share werden manuell vergeben. Planung erfolgt wie auf Chart 16 beschrieben.

Achtung: dies gilt nur für die beiden o. g. Konvergenz-Angebote



7. Planung / Hilfs-Buttons

Welche Spaltenköpfe für die Planung bereitgestellt werden sollen, entscheidet jeder User durch An- oder Abwahl der Hilfs-Buttons über dem Planungs-Raster.



Anz = Anzahl Woche/Tag

Max = Maximale Kontakte

Ktk = Kontakte

Sh = Share %

FC = Frequency Capping Woche/Tag

Targ = Targeting

Dabei werden die ersten 4 Spalten automatisch angezeigt, die Spalten für Frequency Capping und Targeting können fallweise manuell hinzugefügt werden.

Diese beiden Funktionen wurden bereits integriert, sind aber nicht für jedes Angebot verfügbar.

7. Planung Online Audio / Frequency Capping



Frequenzen		Preise	Leistung	Anz	Max	Ktk	Sh	FC	Targ
Frequenzen		Plan 1							
		Mo-Fr							
		In-Stream bis 30 Sekunden							
		Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%	FC		Tag/Wo	
National/Teilnational Audio									
- RMS WEBRADIO									
RMS WEBRADIO	Tag		999	999	100,00	2			

Optional steht auch heute schon folgende Steuerungsmechanismen zur Verfügung:

Mit Frequency Capping kann die Zahl der maximalen Kontakte für einen Nutzer begrenzt werden – bezogen auf die für das Online Audio-Angebot angegebene Zeiteinheit.

Beispiel hier: Zeiteinheit ist Tag

Anvisierte Anzahl der auszuliefernden Frequenzen je Tag: 2

Eingabe in Feld Frequency Capping: 2



2. Planung / Targeting

Mit Einstellung einer Targeting-Zielgruppe kann die Zahl der zu belegenden Kontakte auf die Kontakte in der Targeting-Zielgruppe eingeschränkt werden. Targeting ist nach Bundesländern und Nielsen-Gebieten möglich.

Die Targeting-Vorgaben können unter „Optionen“ angewählt werden. Mit Klick auf „Targeting“ erscheint eine Tabelle, in der die entsprechende Gebietsauswahl getroffen werden kann.

The screenshot shows the 'Optionen' menu with 'Targeting...' selected. A blue arrow points to the 'Geotargeting allgemein' table. The table has columns for various German states and a 'Targeting' column. The 'Targeting' column is highlighted, and a tooltip shows the selected target areas: 'Baden-Württemberg, Bayern'.

	Baden-Württemberg	Bayern	Berlin	Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen	Northrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt
RMS WEBRADIO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
SPORT1.fm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											

FC Taq/Wo	Targeting
	Baden-Würt
	Baden-Württemberg, Bayern

In der Planung wird das gewählte Targeting mit „Mouse-Over“ angezeigt.



7. Planung / Zuschläge für Targeting und FC

Etwaige Zuschläge für Targeting und/oder Frequency Capping werden automatisch berechnet und bei Auswahl der Facts im Kostenplan ausgewiesen.

Angebot	Δ	Tarif-Rabatt	Einheit	Tage	Spotlänge	Freq.	Zuschlag Targeting €	Zuschlag FC €	Brutto bezahlt €	Rabatt %	Netto €
Gesamt						6			94.938		91.386
National/Teilnational Audio											
Jam FM Gesamt		Nein				3			503	-	487
Jam FM Gesamt		Nein	In-Stream bis 3	Mo-Fr		1	10,00	0,30	8	20,0	7
JAM FM Berlin		Nein	07-08	Mo-Fr	30	1			255	3,0	247
JAM FM Berlin		Nein	08-09	Mo-Fr	30	1			240	3,0	233
RMS AUDIO TOTAL		Nein				3			94.435	-	90.899
RMS SUPER KOMBI		Nein	07-08	Mo-Fr	30	1			50.850	3,0	49.325
RMS SUPER KOMBI		Nein	08-09	Mo-Fr	30	1			39.450	3,0	38.267
RMS WEBRADIO		Nein	In-Stream bis 3	Mo-Fr		1	7,50		4.135	20,0	3.308

Die Informationen zu den einzelnen Zuschlägen finden Sie unter „Senderinformationen“.

Jam FM Gesamt			
Steckbrief	Kombipartner	Tarif	Zuschläge
Name		Zuschlag	Art
Freq. Capping		1,00	%
Geotargeting allgemein		10,00	Euro

7. Planung / Ergebnis-Darstellung



Die Ergebnisse werden in der Darstellung „ma-Ergebnis Gesamt“ je Plan angezeigt.

Frequenzen	Plan 1				
	Mo-Fr	Mo-So			
	20	In-Stream bis 30 Sekunden			
	Freq	Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%
National/Teilnational Audio					
- AS&S Radio Young & Online Konvergenz	10			200	
laut.fm	Woche	1	1.844	200	10,85
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	06-07	2			
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	08-09	2			
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	11-12	2			
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	14-15	2			
AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online	17-18	2			
- RMS AUDIO TOTAL	10			4.487	
RMS WEBRADIO	Woche	1	6.902	4.486	65,00
RMS SUPER KOMBI	08-09	2			
RMS SUPER KOMBI	11-12	2			
RMS SUPER KOMBI	12-13	2			
RMS SUPER KOMBI	14-15	2			
RMS SUPER KOMBI	16-17	2			
- SpotCom Channel Kombi				2.133	
SpotCom Channel Kombi	Woche	1	3.282	2.133	65,00

	Plan 1
PLANDATEN	
Brutto bezahlt €	373.958
Spotlänge	20s
Frequenzen	20
ERGEBNISSE ZIELGRUPPE	
Netto-RW %	57,4
Netto-RW Tsd.	17.911
Ø-Kontakte	4,1
Kontakte Tsd.	73.190
GRP	234
Brutto-TKP €	5,11
Netto-TKP €	4,96

Neben dem „ma-Ergebnis Gesamt“ können je Plan unter „ma-Ergebnis nach Gattungen“ die Ergebnisse der einzelnen Audio-Gattungen abgerufen werden.

	Gesamt	Klassische Angebote	Online-Audio
PLANDATEN			
Brutto bezahlt €	373.958	208.329	165.629
Spotlänge	20s	20s	
Frequenzen	20	20	0
ERGEBNISSE ZIELGRUPPE			

8. Planung / Rabattbaustein



Im Rabattbaustein können Rabatte für klassische Angebote und Online Audio Angebote eingegeben werden.

Der Baustein wurde auch der Konvergenz-Rabatt-Systematik angepasst und ermöglicht die Eingabe von getrennten Rabatten von den in der Kombi enthaltenen Audio-Gattungen.

Geplantes Konvergenz-Angebot

Frequenzen		Plan 1						
		Mo-Fr	Sa	So	Mo-So			
		30	30	30	In-Stream bis 30 Sekunden			
		Freq	Freq	Freq	Anzahl	Max. Ktk.	Kontakte	Share%
pressen Audio								
- planet radio Audio Kompakt		9	2	1			100	
planet radio webradio	Woche				1	190	100	52,58
planet radio	06-07	1						
planet radio	07-08	1						
planet radio	09-10		1					
planet radio	10-11	1	1	1				
planet radio	11-12	2						
planet radio	14-15	2						
planet radio	15-16	1						
planet radio	16-17	1						
- YOU FM		11	2					
YOU FM	07-08	1						
YOU FM	08-09	1						
YOU FM	09-10		1					
YOU FM	10-11	2	1					
YOU FM	11-12	2						
YOU FM	12-13	2						
YOU FM	16-17	1						
YOU FM	17-18	2						

Einzelne Ausweisung der Angebote

Rabattbaustein: Rabatt 1					
		Tarif-Rabatt	Rabatt in %	Zusatzrabatt 1 in %	Zusatzrabatt 2 in %
planet radio		Nein	0,00	0,00	0,00
planet radio webradio		Nein	0,00	0,00	0,00
YOU FM		Nein	0,00	0,00	0,00

9. Kostenplan



Der Kostenplan wurde um das Fact „Kontakte Tsd.“ erweitert.

Im Kostenplan werden die Rabatte für die jeweilige Audio-Gattung der Konvergenz-Angebote separat ausgewiesen.

	Angebot	Tarif-Rabatt	Einheit	Δ	Tage	Angebotstyp	Tarif €/Sek.	Spotlänge	Einzelpreis €	Freq.	Kontakte (Tsd.)
	Gesamt										12
	Hessen Audio										
-	planet radio Audio Kompakt	Nein				Kombinationen					6
	planet radio	Nein	07-08		Mo-Fr	Einzelsender	26,00	30	780	1	
	planet radio	Nein	10-11		Mo-Fr	Einzelsender	13,00	30	390	2	
	planet radio	Nein	10-11		Sa	Einzelsender	17,00	30	510	1	
	planet radio	Nein	10-11		So	Einzelsender	10,50	30	315	1	
	planet radio webradios	Nein	In-Stream bis 30 Sekunden		Mo-So	Online-Audio	25,00		2.500	1	100
-	YOU FM	Nein				Einzelsender					5
	YOU FM	Nein	08-09		Mo-Fr	Einzelsender	16,00	30	480	1	
	YOU FM	Nein	09-10		Sa	Einzelsender	9,00	30	270	1	
	YOU FM	Nein	10-11		Mo-Fr	Einzelsender	9,00	30	270	2	
	YOU FM	Nein	10-11		Sa	Einzelsender	9,00	30	270	1	
-	FFH Die 80er	Nein				Online-Audio					1
	FFH Die 80er	Nein	In-Stream bis 30 Sekunden		Mo-So	Online-Audio	25,00		1.250	1	50

10. Anmerkung / Verfügbarkeiten Konvergenz-Planung



Die ausgewiesenen, verfügbaren Kontakte basieren auf den in der Studie ma Audio ermittelten Werten im Zeitraum der Erhebung.

Daher wird empfohlen für die Planung von Online Audio-Angeboten und dem Online Audio-Anteil einer Konvergenz-Kombi die maximal verfügbaren AdImpressions beim AdServer des jeweiligen Vermarkters abzufragen, um Verfügbarkeiten für den gewünschten Kampagnen-Zeitraum sicherzustellen.



Für Fragen, Anregungen und weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

RMS Radio Marketing Service

Moorfuhrweg 17

22301 Hamburg

Tel.: 040 / 23 890 - 233

Fax: 040 / 23 890 - 290

media@rms.de

www.rms.de

ARD-Werbung SALES & SERVICES

Bertramstraße 8 / D-Bau

60320 Frankfurt / M.

Tel.: 069 / 15 424 - 225

Fax: 069 / 15 424 – 7 225

mediaservice@ard-werbung.de

www.ard-werbung.de

DAP GmbH

Gärtnerweg 4-8

60322 Frankfurt / M.

Tel.: 069 / 95 95 3 - 222

Fax: 069 / 95 95 3 - 210

www.dap-systems.de

<http://www.radioXpert.de>

HOTLINE: Tel.: 069 / 95 95 3 – 222
support@dap-systems.de