



Internet / Mobile in der

VUMA - 2018 II

TOUCHPOINTS

Release 6.3 / Mai 2018



Der Audiovermarkter.





Leistungswerte für Internet und Mobile in der VuMA-Touchpoints

Die Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) wird mit der Auslieferung 2018 II durch eine Datenkooperation mit der AGOF um weitere planungsrelevante Kennziffern ergänzt. Erstmals bietet die Markt-Media-Studie Leistungswerte von Internet- und Mobile-Angeboten zur Analyse. Diese können auf Basis von Konsumzielgruppen dargestellt und für die strategische Planung des Media-Mix mit den bekannten Leistungswerten von klassischen Radio-, Webradio-, TZ- und Fernsehangeboten kombiniert werden.

Basis für die Fusion der Internet-Reichweiten in die VuMA ist die Studie **digital facts 2017-03**.

Zur Auswertung und Planung stehen der Ø-Tag, die Ø-Woche und der Ø-Monat zur Verfügung.

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

Viel Freude mit den erweiterten Möglichkeiten in der VuMA
wünscht Ihre RadioXpert-Anbiatergemeinschaft





Seite

1. Medienübersicht	04
2. Senderauswahl / Stundenauswahl	07
3. Planung	11
4. Kostenplan	19
5. Tabellierung	20
6. Allgemein	21
7. Kontakt	22





In der Registerkarte Medienübersicht findet sich in der Kopfzeile ein neuer Button zur Auswahl der Gattung Internet/mobile.

Kombi	Angebot	Einheit	G
	Digitale Angebote (digital facts)		
<input type="checkbox"/>	+ Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)		
<input type="checkbox"/>	+ Digitale Belegungseinheiten (stationär & Mobile)		
<input type="checkbox"/>	+ Digitale Kombinationen (stationär & Mobile)		
	Internet stationär (internet facts)		
<input type="checkbox"/>	+ Website Angebote (stationär)		
<input type="checkbox"/>	+ Website Belegungseinheiten (stationär)		
<input type="checkbox"/>	+ Website Kombinationen (stationär)		
	Mobile Angebote (mobile facts)		
<input type="checkbox"/>	+ Mobile Gesamtangebote (alle Devices & Betriebssysteme; inkl. Apps)		
<input type="checkbox"/>	+ MEW Angebote (für Mobile optimierte Websites)		
<input type="checkbox"/>	+ MEW Belegungseinheiten (für Mobile optimierte Websites)		
<input type="checkbox"/>	+ Mobile Kombinationen		
<input type="checkbox"/>	+ App Angebote (alle Betriebssysteme)		
<input type="checkbox"/>	+ iPhone App Einzelangebote		
<input type="checkbox"/>	+ iPhone App Belegungseinheiten		
<input type="checkbox"/>	+ Windows Phone App Einzelangebote		
<input type="checkbox"/>	+ Windows Phone App Belegungseinheiten		
<input type="checkbox"/>	+ Android Phone App Einzelangebote		
<input type="checkbox"/>	+ Android Phone App Belegungseinheiten		

Klassische Angebote TV
Online-Audio TZ
Konvergenz-Angebote Internet/Mobile

Um den Überblick zu gewährleisten sind die Online-Display-Angebote in diverse Schubladen eingeordnet



Grundsätzlich gibt es in der VuMA-Touchpoints drei Angebotskategorien:

Digitale Angebote

AGOF digital facts

Digitale Gesamtangebote, d.h. die Gesamtleistung aus stationärem Internet und Mobile.

Stationäres Internet

AGOF internet facts

Website-Leistungswerte aus Zugriffen von stationären Devices (z.B. PC).

Mobile Angebote

AGOF mobile facts

Zugriffe von mobilen Devices (z.B. Smartphone) auf allgemeine Internet-Seiten, auf Websites, die speziell für den mobilen Zugriff optimiert wurden, oder über spezielle Apps.



Ein Klick auf das + öffnet die Schublade und die gelisteten Angebote werden angezeigt.

Kombi	Angebot
	Digitale Angebote (digital facts)
<input type="checkbox"/>	Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Digitale Belegungseinheiten (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Digitale Kombinationen (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Auto Rotation EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Beauty Rotation EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Bewegtbild EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Beauty & Fashion EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Family EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Food EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Living EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel News & Knowledge EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Travel & Entertain EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Entertainment Rotation EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Family Rotation EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Finance Rotation EMS (df Kombi)

Nun können einzelne Angebote selektiert werden.

Kombi	Angebot
	Digitale Angebote (digital facts)
<input type="checkbox"/>	Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Digitale Belegungseinheiten (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Digitale Kombinationen (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Auto Rotation EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Beauty Rotation EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Bewegtbild EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Beauty & Fashion EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Family EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Food EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Living EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel News & Knowledge EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Travel & Entertain EMS (df Kombi)
<input type="checkbox"/>	Ad Alliance Entertainment Rotation EMS (df Kombi)

Ein Klick auf den Button der Kategorien-Überschrift selektiert automatisch alle Angebote, die sich in der Liste befinden.

Kombi	Angebot
	Digitale Angebote (digital facts)
<input type="checkbox"/>	Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)
<input type="checkbox"/>	Digitale Belegungseinheiten (stationär & Mobile)
<input checked="" type="checkbox"/>	Digitale Kombinationen (stationär & Mobile)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Auto Rotation EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Beauty Rotation EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Bewegtbild EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Beauty & Fashion EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Family EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Food EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Living EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel News & Knowledge EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Content Channel Travel & Entertain EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Entertainment Rotation EMS (df Kombi)
<input checked="" type="checkbox"/>	Ad Alliance Family Rotation EMS (df Kombi)



Für die Gattung Internet/Mobile stehen Leistungswerte für einen Ø-Tag, eine Ø-Woche und einen Ø-Monat zur Verfügung. Die Auswahl erfolgt mit Klick auf den entsprechenden Button.

Auswahl des Leistungswertes. Bei Wechsel des Wertes wird die Anzeige automatisch umgestellt und aktualisiert.

Auswahl Sortier-Kriterium, z.B. Netto-Reichweite. Anfangs werden alle Angebote alphabetisch gelistet.

In der Rangreihe wird immer das maximal-mögliche Kontaktvolumen angezeigt. Eine Gewichtung nach dem Werbemittel erfolgt nicht.

Internet/Mobile													Super Banner	
<input type="button" value="Tag"/> <input checked="" type="button" value="Woche"/> <input type="button" value="Monat"/> <input type="button" value="Gesamt"/>														
Kombi	Medium	Einheit	Tage	Gattung	RW Tsd. ▼	RW %	Kontakte Tsd.	TKP €	Affinität	Format	Preislisten-TKP €	Kosten €		
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)														
<input type="checkbox"/>	WEB.DE (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.474	25,4	245.825		143					
<input type="checkbox"/>	gutefrage.net (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.292	24,4	12.730	20,29	188	Super Banner	10,00	258.331,06		
<input type="checkbox"/>	BILD (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.115	23,4	108.899		154					
<input type="checkbox"/>	T Online (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.995	22,7	49.557	70,59	108	Super Banner	10,00	3.497.991,47		
<input type="checkbox"/>	GMX (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.873	22,0	218.919		151					
<input type="checkbox"/>	ebay Kleinanzeigen (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.690	21,0	105.875		153					
<input type="checkbox"/>	eBay.de (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.484	19,8	71.968		127					
<input type="checkbox"/>	SPIEGEL ONLINE (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.363	19,1	63.818		147					
<input type="checkbox"/>	FOCUS Online (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.346	19,0	28.170		144					
<input type="checkbox"/>	CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.240	18,4	54.776	99,14	173	Super Banner	50,00	5.430.435,02		
<input type="checkbox"/>	WELT.de (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.165	18,0	16.722		163					
<input type="checkbox"/>	CHIP (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.020	17,2	15.285		178					
<input type="checkbox"/>	Immobilien Scout 24 (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	2.452	13,9	126.490		177					



Reichweite, Kontakte und Zielgruppen-TKP beziehen sich auf die jeweils angewählte Zielgruppe.

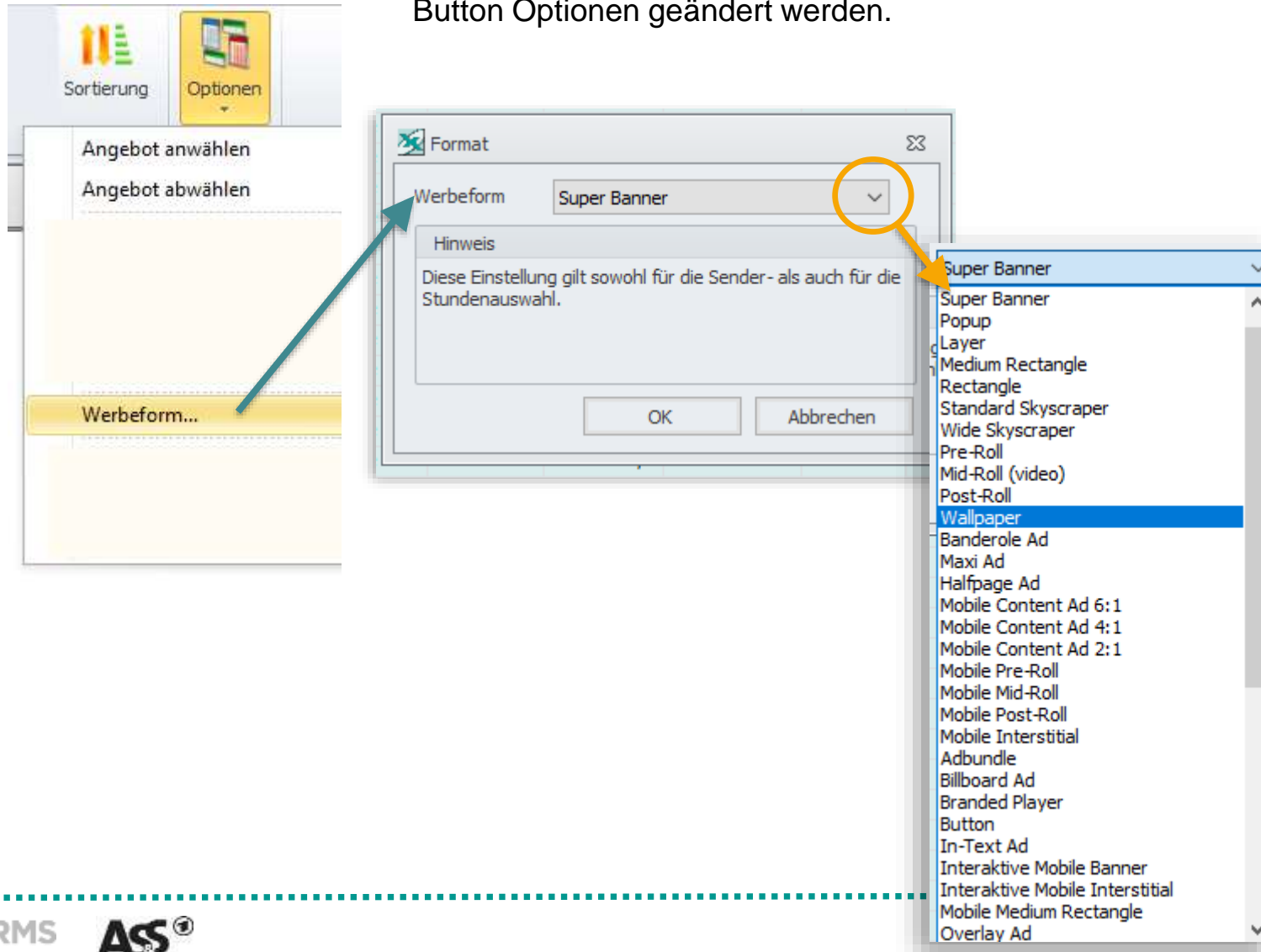
Der Preislisten-TKP ist die Basis für die Berechnung der Schaltkosten. **Vorsicht:** Die Anzeige der Kosten in der Rangreihe bezieht sich immer auf die Vollbelegung in der Grundgesamtheit (E 14+).

Kombi	Medium	Einheit	Tage	Gattung	RW Tsd. ▼	RW %	Kontakte Tsd.	TKP €	Affinität	Format	Preislisten-TKP €	Kosten €
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)												
<input type="checkbox"/>	WEB.DE (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.474	25,4	245.825		143			
<input type="checkbox"/>	gutefrage.net (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.292	24,4	12.730	20,29	188	Super Banner	10,00	258.331,06
<input type="checkbox"/>	BILD (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	4.115	23,4	108.899		154			
<input type="checkbox"/>	T Online (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.995	22,7	49.557	70,59	108	Super Banner	10,00	3.497.991,47
<input type="checkbox"/>	GMX (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.873	22,0	218.919		151			
<input type="checkbox"/>	ebay Kleinanzeigen (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.690	21,0	105.875		153			
<input type="checkbox"/>	eBay.de (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.484	19,8	71.968		127			
<input type="checkbox"/>	SPIEGEL ONLINE (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.363	19,1	63.818		147			
<input type="checkbox"/>	FOCUS Online (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.346	19,0	28.170		144			
<input type="checkbox"/>	CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.240	18,4	54.776	99,14	173	Super Banner	50,00	5.430.435,02
<input type="checkbox"/>	WELT.de (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.165	18,0	16.722		163			
<input type="checkbox"/>	CHIP (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	3.020	17,2	15.285		178			
<input type="checkbox"/>	Immobilien Scout 24 (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	2.452	13,9	126.490		177			

Im Bereich Internet/Mobile sind die angebotenen Werbemittel derart differenziert, dass es nicht möglich ist ein Format zu hinterlegen, das bei allen Angeboten verfügbar ist. In den Rangreihen wird es daher immer Angebote geben, bei denen zwar Leistung ausgewiesen wird, aber kein Preis angezeigt wird.



Das Werbemittel für die Rangreihen kann in der Kopf-Befehlsleiste unter dem Button Optionen geändert werden.



Senderauswahl/Stundenauswahl



Internet/Mobile												
<input type="button" value="Tag"/> <input checked="" type="button" value="Woche"/> <input type="button" value="Monat"/> <input type="button" value="Gesamt"/>												
Kombi	Sender	Einheit	Tage	Gattung	RW % ▾	RW Tsd.	Kontakte Tsd.	TKP €	Affinität	Format	Preislisten-T KP €	Kosten €
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)												
<input checked="" type="checkbox"/>	GMX (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	22,0	3.873	218.919		151			
<input checked="" type="checkbox"/>	CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	18,4	3.240	54.776	158,62	173	Wallpaper	80,00	3.688.696,03
<input checked="" type="checkbox"/>	Wetter.com (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	10,2	1.802	20.518		116			
<input checked="" type="checkbox"/>	Saarland Online OMS (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,5	90	569	294,34	177	Wallpaper	100,00	167.377,55
Website Belegungseinheiten (stationär)												
<input checked="" type="checkbox"/>	STERN EMS Politik (if Website BE)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,8	141	375	199,23	165	Wallpaper	80,00	74.760,33
<input checked="" type="checkbox"/>	XING Startpage (if Website BE)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,7	127	262		197			
<input checked="" type="checkbox"/>	auto-motor-und-sport.de Oldtimer (if Website BE)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,0	7	40	535,12	130	Wallpaper	100,00	21.251,09
<input checked="" type="checkbox"/>	boerse-frankfurt.de Aktien (if Website BE)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,0	2	14	896,84	71	Wallpaper	70,00	12.894,18
MEW Belegungseinheiten (für Mobile optimierte Websites)												
<input checked="" type="checkbox"/>	apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	1,5	257	534		174			
App Angebote (alle Betriebssysteme)												
<input checked="" type="checkbox"/>	freenetMail (mf App Angebot)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,4	70	6.348		129			
<input checked="" type="checkbox"/>	BERLIN TAG & NACHT IPD (mf App Angebot)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,1	13	398		304			
<input type="checkbox"/>	11FREUNDE EMS (mf App Angebot)	Woche	Mo-So	Internet/Mobile	0,0	2	39	1.442,29	44	Wallpape	80,00	56.880,84

Die zur weiteren Planung ausgewählten Angebote/Belegungseinheiten werden über Senderauswahl und Stundenauswahl hinweg per Klick selektiert.



Die Planung von Internet/Mobile-Angeboten gleicht in hohem Maße der Vorgehensweise bei der Gattung Online-Audio. Es werden (Brutto-)Kontakte verplant – die daraus resultierende Nettoreichweite und die Ø-Kontaktdosis werden von RadioXpert berechnet.

Frequenzen		Plan 1				
Frequenzen		Mo-So				
Frequenzen		Internet/Mobile				
Frequenzen		Anzahl	Max. Ktk.	Ktk. Tsd.	Share%	Werbeform
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)						
- CHEFKOCH EMS (df Gesamt)				10.860		
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	1	108.608	10.860	10,00	Super Banner
- Wetter.com (df Gesamt)				9.180		
Wetter.com (df Gesamt)	Woche	1	91.802	9.180	10,00	Super Banner
MEW Belegungseinheiten (für Mobile optimierte Websites)						
- apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)				133		
apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	1	1.337	133	10,00	Medium Rectangle

Vorgabe zum Planungszeitraum. Hier wird für **eine Woche** geplant.

Maximale mögliche Kontaktmenge in Abhängigkeit von der gewählten Ebene (Tag/Woche/ Monat)

Eingabe der geplanten Kontakte: Entweder als %-Anteil am Maximum (Share%) oder in Tsd.

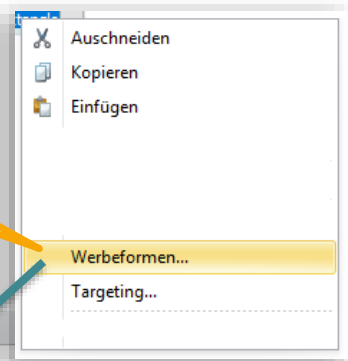


Unabhängig von der Vorgabe in den Rangreihen kann jedem Angebot/Belegungseinheit ein Werbemittel zugewiesen werden. Der entsprechende Dialog öffnet sich als Pull Down Menü bei Klick auf den Pfeil in der Zelle Werbeform, oder über die rechte Maustaste.

Internet/Mobile				
Anzahl	Max. Ktk.	Ktk. Tsd.	Share%	Werbeform
		10.860		
1	108.608	10.860	10,00	Super Banner
		9.180		
1	91.802	9.180	10	Super Banner
		133		
1	1.337	133	10,00	Super Banner

Pull Down

Rechte Maustaste
oder im Menü
Optionen



Definition der Werbepformen für Plan 1: Internet/Mobile

Allgemein																												
		Fullbanner	Super Banner	Layer	Medium Rectangle	Rectangle	Standard Skyscraper	Wide Skyscraper	Pre-Roll	Mid-Roll (video)	Post-Roll	Wallpaper	Halfpage Ad	Mobile Content Ad 6:1	Mobile Content Ad 4:1	Mobile Content Ad 2:1	Mobile Pre-Roll	Mobile Mid-Roll	Mobile Post-Roll	Mobile Interstitial	Billboard Ad	Mobile Medium Rectangle	Sitebar	Interstitial	Billboard Ad + Mobile Content Ad 2:1	Super Banner + Mobile Content Ad 4:1 inner 6:1	Layer Ad + Mobile Expandable	
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wetter.com (df Gesamt)	Woche	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Blendet die Spalte für Frequency Capping ein

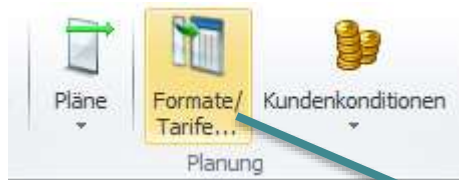
Blendet die Spalte für Targeting ein

Frequenzen		Plan 1						
		Mo-So						
		Internet/Mobile						
		Anzahl	Max. Ktk.	Ktk. Tsd.	Share%	Werbeform	FC Tag/Wo	Targeting
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)								
- CHEFKOCH EMS (df Gesamt)				1.804				
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	1	18.045	1.804	10,00	Super Banner	5 25-29 Jahre, 30-34 Jahre, 35-39 Jahre	
- Wetter.com (df Gesamt)				9.180				
Wetter.com (df Gesamt)	Woche	1	91.802	9.180	10,00	Super Banner		
MEW Belegungseinheiten (für Mobile optimierte Websites)								
- apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)				37				
apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	1	371	37	10,00	Medium Rect	5 40-44 Jahre, 45-49 Jahre, 50-54 Jahre	

Über Frequency Capping und/oder Targeting kann optional die Kontaktverteilung optimiert werden. Diese Optionen sind in der Regel mit einem Preisaufschlag verbunden. Es bieten jedoch nicht alle Angebote für alle Werbeformen diese Optionen an. Informationen dazu finden sich jeweils in den ‚Senderinformationen‘ (→ rechte Maustaste).



Planspalten für Internet/Mobile werden im Dialog ‚Formate/Tarife‘ angelegt.



Anlegen einer neuen Planspalte

Planspaltendefinition

Klassische Angebote Online-Audio TV TZ Internet/Mobile

Neue Spalte Spotlänge

Spalte löschen Ohne Kosten

	1
Mediengattung:	Internet/Mobile
Wochentag:	Mo-So
Benutzername:	
Spotlänge	
Kennung:	
Festpreis (€)	250.157

Auswahl der Gattung Internet/Mobile

Ein Plan kann mehrere Planspalten für Internet/Mobile enthalten. So können für dasselbe Angebot verschiedene Werbeformen nebeneinander verplant werden.

Pro Planspalte kann ein Festpreis vorgegeben werden. Auf diese Weise können konkrete Angebote – gleich welcher Gattung – in den Plan integriert werden. **Achtung:** Die Preisvorgabe gilt für die gesamt Spalte. Sollten dort noch Belegungen für andere Angebote/Medien stehen, werden diese natürlich auch unter diese Preisvorgabe subsummiert.



Wie bei den meisten Gattungen/Angeboten sind bei Internet/Mobile keine tariflichen Rabatte verfügbar, die von RadioXpert automatisch gezogen werden können. Die mit den jeweiligen Vermarktern abgestimmten Rabatte können analog der anderen Gattungen in einem Rabattbaustein hinterlegt und den einzelnen Plänen zugeordnet werden.

	Tarif-Rabatt	Rabatt %	Zusatzrabatt 1 in %	Zusatzrabatt 2 in %	Übertrag in Sek./€	Einheit	Skonto %	Mittler-vergütung %	NT % on top	NT % integriert
Wetter.com (df Gesamt)	Nein	0	0	0					0	0
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Nein	0	0	0					0	0
apotheken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Nein	0	0	0					0	0



Interessant sind die Möglichkeiten der crossmedialen Aussteuerung von Kampagnen über alle Gattungen, die in der VuMA-Touchpoints enthalten sind: klassisches Radio, Online-Audio (inkl. Konvergenz-Angeboten), TV, Tageszeitungen und Internet/Mobile.

Beispiel: Mixkampagne aus klassischem Radio und Internet

Frequenzen		Plan 1					
		Mo-So				Mo-Fr	
		Internet/Mobile				30	
		Anzahl	Max. Ktk.	Ktk. Tsd.	Share%	Werbeform	Freq
National/Teilnational Audio							
AS&S Radio Deutschland-Kombi							
AS&S Radio Deutschland-Kombi	07-08						8
AS&S Radio Deutschland-Kombi	08-09						2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	16-17						2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	17-18						2
RMS SUPER KOMBI							
RMS SUPER KOMBI	07-08						8
RMS SUPER KOMBI	08-09						2
RMS SUPER KOMBI	16-17						2
RMS SUPER KOMBI	17-18						2
Digitale Gesamtangebote (stationär & Mobile)							
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)							
CHEFKOCH EMS (df Gesamt)	Woche	1	18.045	1.804	10,00	Super Banner	
Wetter.com (df Gesamt)							
Wetter.com (df Gesamt)	Woche	1	91.802	9.180	10,00	Super Banner	

PLANDATEN		Plan 1
Brutto Tarif €		731.815
Netto €		731.971
ERGEBNISSE ZIELGRUPPE		
Potenzial Tsd.		17.582
Netto-RW %		63,8
Netto-RW Tsd.		11.224
σ-Kontakte		4,0
Kontakte Tsd.		44.576
GRP		254
Brutto-TKP €		16,98
Affinität		99

Belegung klassisches Radio

Belegung Internet

Gesamt-Leistung

17.582



Alle Leistungswerte können wie gewohnt nach allen verfügbaren Kriterien analysiert werden, z.B. nach Bundesländern, Altersgruppen oder Gattungen.

VuMA-Ergebnis Gesamt
Break
Kosten pro Sender
Planvergleich

Kontaktklasse
Plananalyse
Rabattsprung - anzeige
VuMA-Ergebnis Nach Gattungen

Plan: Plan 1

Plan 1	NRW %	Kontakte Tsd.	Ø-Kontakt e	GRP	GRP-Index
Gesamt	63,8	44.576	4,0	254	100
Schleswig-Holstein	61,2	1.187	3,6	218	86
Hamburg	53,2	767	3,1	164	65
Niedersachsen	61,8	3.975	3,8	237	93
Bremen	50,8	320	3,5	177	70
Nordrhein-Westfalen	63,1	8.797	3,8	239	94
Hessen	65,2	3.916	4,4	288	114
Rheinland-Pfalz	63,4	1.992	3,8	240	95
Baden-Württemberg	60,3	5.793	3,9	233	92
Bayern	72,9	8.855	4,2	308	121
Saarland	55,5	378	3,0	166	65
Berlin	54,0	1.657	3,5	189	74
Brandenburg	65,4	1.426	4,9	318	125
Mecklenburg-Vorpommern	66,2	772	3,8	249	98
Sachsen	64,0	2.352	4,5	291	115
Sachsen-Anhalt	68,5	1.101	3,9	270	107
Thüringen	71,9	1.288	4,5	322	127

VuMA-Ergebnis Gesamt
Break
Kosten pro Sender
Planvergleich

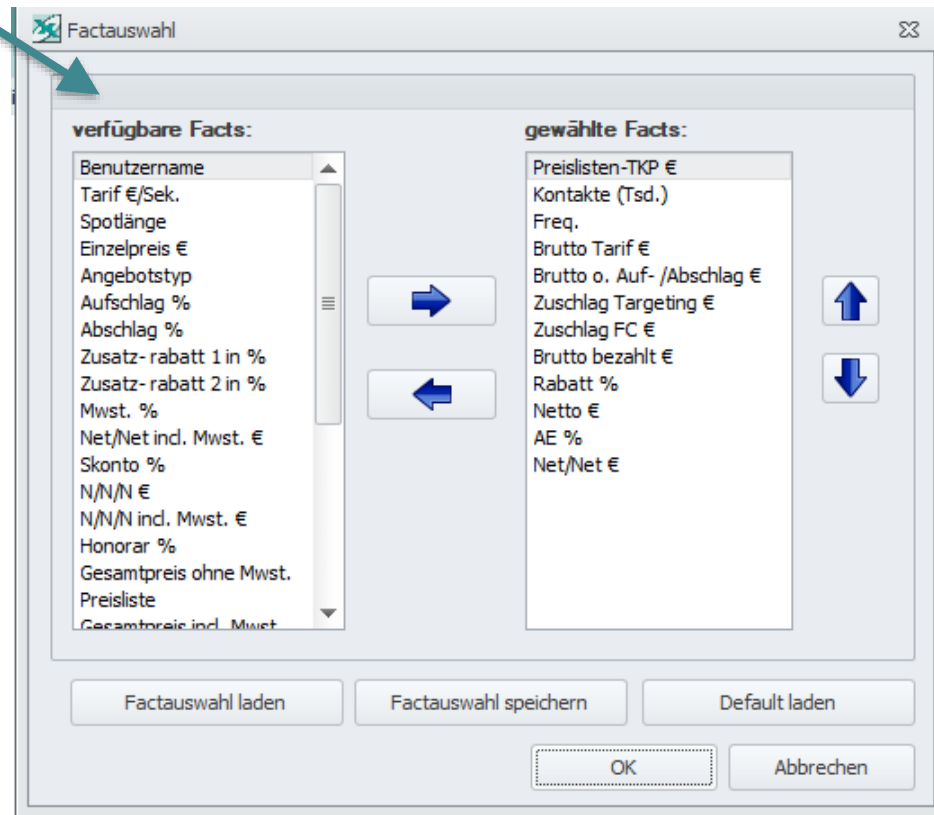
Kontaktklasse
Plananalyse
Rabattsprung - anzeige
VuMA-Ergebnis Nach Gattungen

Plan: Plan 1

	Gesamt	Klassische Angebote	Internet/Mobile
PLANDATEN			
Brutto Tarif €	756.815	538.380	218.435
Netto €	734.971	538.380	196.591
ERGEBNISSE ZIELGRUPPE			
Potenzial Tsd.	17.582	17.582	17.582
Netto-RW %	63,8	60,3	10,4
Netto-RW Tsd.	11.224	10.603	1.834
Ø-Kontakte	4,0	3,9	1,9
Kontakte Tsd.	44.576	41.118	3.458
GRP	254	234	20
Brutto-TKP €	16,98	13,09	63,17
Affinität	99	97	155



Der Kostenplan kann über die Factauswahl auf die Dokumentation der Gattung Internet/Mobile angepasst werden.





Wochentage
Codeplan Medien Bausteine

- ⊕ Klassische Angebote
- ⊕ Online-Audio Angebote
- ⊕ Konvergenz Angebote
- ⊕ TAGESZEITUNGEN
- ⊕ FERNSEHEN
- ⊖ Internet/Mobile
 - ⊕ Tag
 - ⊖ Woche
 - ⊕ Digitale Angebote (digital facts)
 - ⊕ Digitales Gesamtangebot
 - ⊕ Digitale Belegungseinheit
 - ⊕ Digitale Kombination
 - ⊕ Internet stationär (internet fa...)
 - ⊕ Website Angebot
 - ⊕ Website Belegungseinheit
 - ⊕ Internet Kombination
 - ⊖ Mobile Angebote (mobile facts)
 - ⊕ Mobiles Gesamtangebot
 - ⊕ MEW Angebot
 - ⊕ MEW Belegungseinheit
 - ⊕ Mobile Kombination
 - ⊕ App Angebot
 - ⊕ iPhone App Einzelangebot
 - ⊕ iPhone App Belegungseinheit
 - ⊕ Windows Phone App Einzel...
 - ⊕ Windows Phone App Beleg...
 - ⊕ Android Phone App Einzela...
 - ⊕ Android Phone App Belegu...
 - ⊕ Monat

Alle Belegungseinheiten für die Gattung Internet/Mobile sind auch in der Tabellierung enthalten und stehen für Strukturzählungen zur Verfügung.

BRD Gesamt

Gesamt

Ab-in-den-Urla...

11FREUNDE E...

Gesamt

S 3: Geschlecht (Befragter)

Altersgruppen des Befra...

Tabellenname: Tabelle 1

BRD Gesamt		Gesamt			Ab-in-den-Urlaub.de (df Gesamt)			11FREUNDE EMS (df Gesamt)		
		Tsd.	% -Senkr.	Ind. -Q.	Woche			Woche		
					Tsd.	% -Senkr.	Ind. -Q.	Tsd.	% -Senkr.	Ind. -Q.
Gesamt		70.094	100,0	100	804	100,0	100	309	100,0	100
S 3: Geschlecht (Befragter)	Männer	34.351	49,0	100	289	35,9	73	265	85,8	175
	Frauen	35.743	51,0	100	515	64,1	126	44	14,2	28
Altersgruppen des Befragten (7)	14 - 19 Jahre	4.900	7,0	100	37	4,6	66	25	8,1	115
	20 - 29 Jahre	9.682	13,8	100	174	21,6	156	110	35,5	257
	30 - 39 Jahre	9.823	14,0	100	189	23,5	168	83	26,7	191
	40 - 49 Jahre	11.224	16,0	100	169	21,0	131	50	16,2	101
	50 - 59 Jahre	12.747	18,2	100	150	18,7	103	24	7,8	43
	60 - 69 Jahre	9.366	13,4	100	58	7,2	54	16	5,1	38
	70 Jahre und älter	12.352	17,6	100	28	3,5	20	2	0,6	3

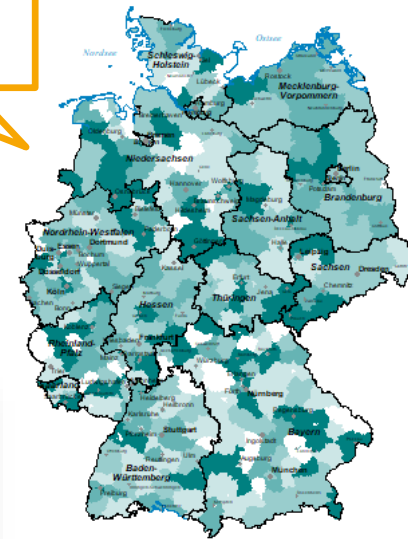


In den weiteren Registerkarten und im Output wird die Gattung Internet/Mobile in analog zu den anderen Gattungen mitgeführt und entsprechend berechnet und ausgewiesen.

Sender	Einheit	Tage	Format	KW 24						
				Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
Digitale Gesamtangebote (€)				11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.
- CHEFKOCH EMS (df Gesamt)				1						
- Wetter.com (df Gesamt)	Woche	Mo-So	Super Banner (FC/T)	1						
- apotheeken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	Mo-So	Medium Rectangle (FC/T)	1						
MEW Belegungseinheiten (fi)										
- apotheeken-umschau.de Rotation (mf MEW BE)	Woche	Mo-So	Medium Rectangle (FC/T)	1						

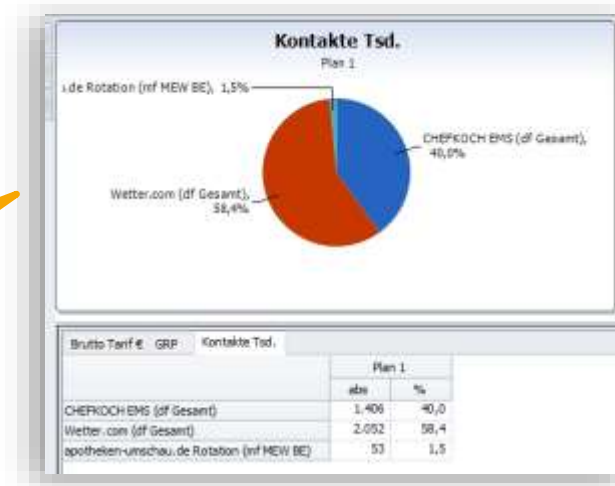
Streuplan.

Reichweite nach Stadt- und Landkreisen



Kontaktklassenverteilung

Plananalyse mit Tortengrafik





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

RMS Radio Marketing Service

Moorfuhrtweg 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