

# MA PLAKAT WIE NUTZE ICH DIE MA PLAKAT?



**STRÖER**



# Was liefert mir die ma Plakat?

## Kurzvorstellung der ma Plakat

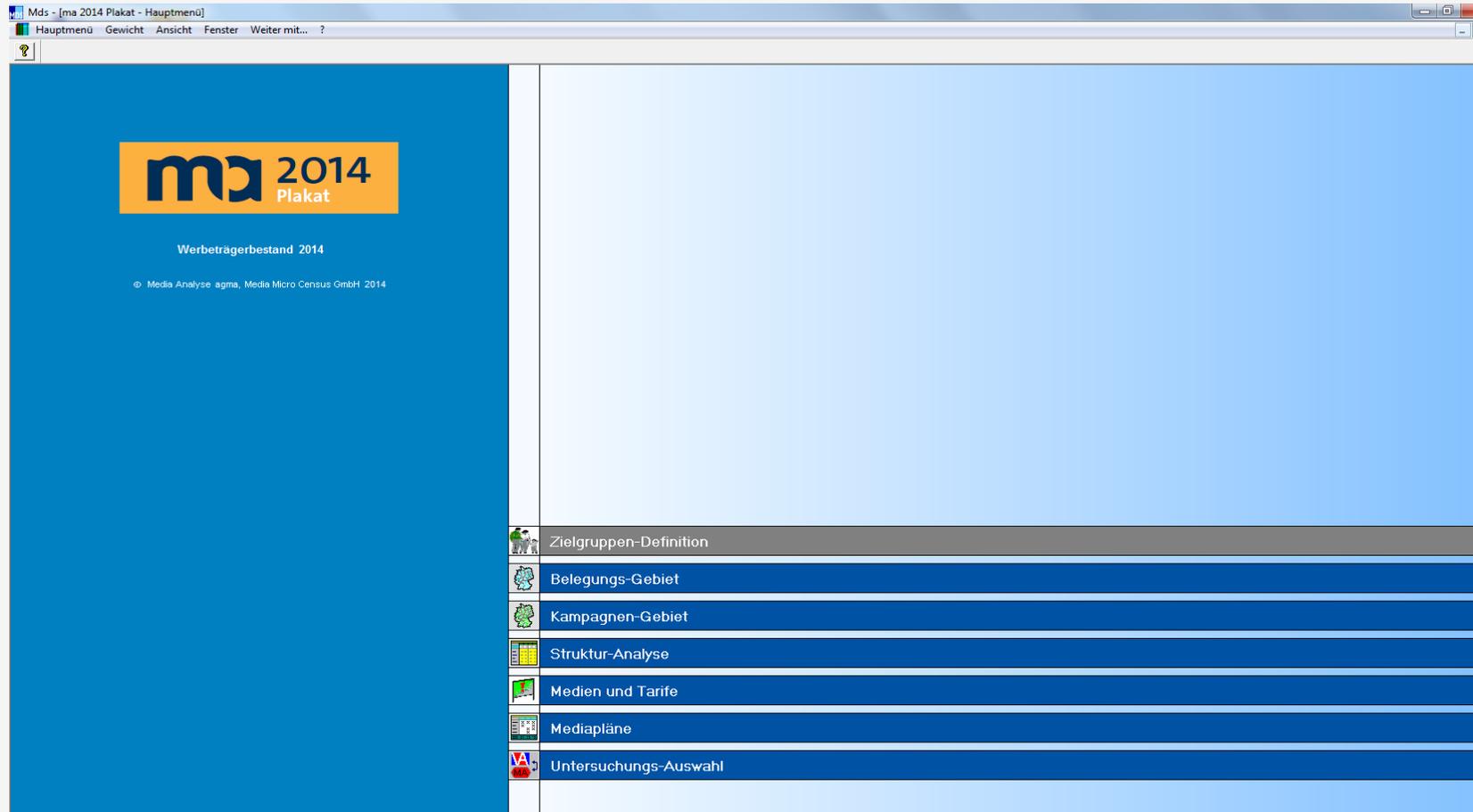
- Die ma Plakat liefert wichtige Daten zur Erstellung von ganzheitlichen Kommunikationskonzepten:
  - Erstellung von Zielgruppenanalysen
  - Unterschiedliche Definition von Belegungs- bzw. Kampagnengebieten
  - Erstellung von Strukturanalysen
  - Vergleich von Mediaplänen
  - Kontaktverteilungen
  - Reichweitenpotentiale
- Die Erstellung von konkreten Belegungsempfehlungen und der direkte Vergleich von Mediaplänen und deren Leistungswerte bilden den Schwerpunkt in der Nutzung der Studie.

# Was liefert mir die ma Plakat?

## Die ma Plakat in MDS

- Die ma Plakat ist im Mediaplanungs-Dialog-System (MDS), dem Standardtool für die Mediaplanung, integriert. So können Planer ihre Plakatinformationen direkt mit Radio, TV und Print vergleichen.
- Neben den Reichweiten in den Belegungsgebieten können auch valide nationale Plakat-Reichweiten ausgewiesen werden (Kampagnengebiet), so dass die intramediale Vergleichbarkeit gewährleistet ist.
- Die Besonderheit sowohl Belegungsgebiete als auch Kampagnengebiet zu definieren, ermöglicht individuelle Auswertungsansätze:
- Das Kampagnengebiet kann national, auf Bundeslandebene oder inklusive Pendereinzugsgebiete ausgewiesen werden. Die Definition des Belegungsgebietes ermöglicht eine genaue Auswertung der Leistung im exakt ausgesteuertem Gebiet.

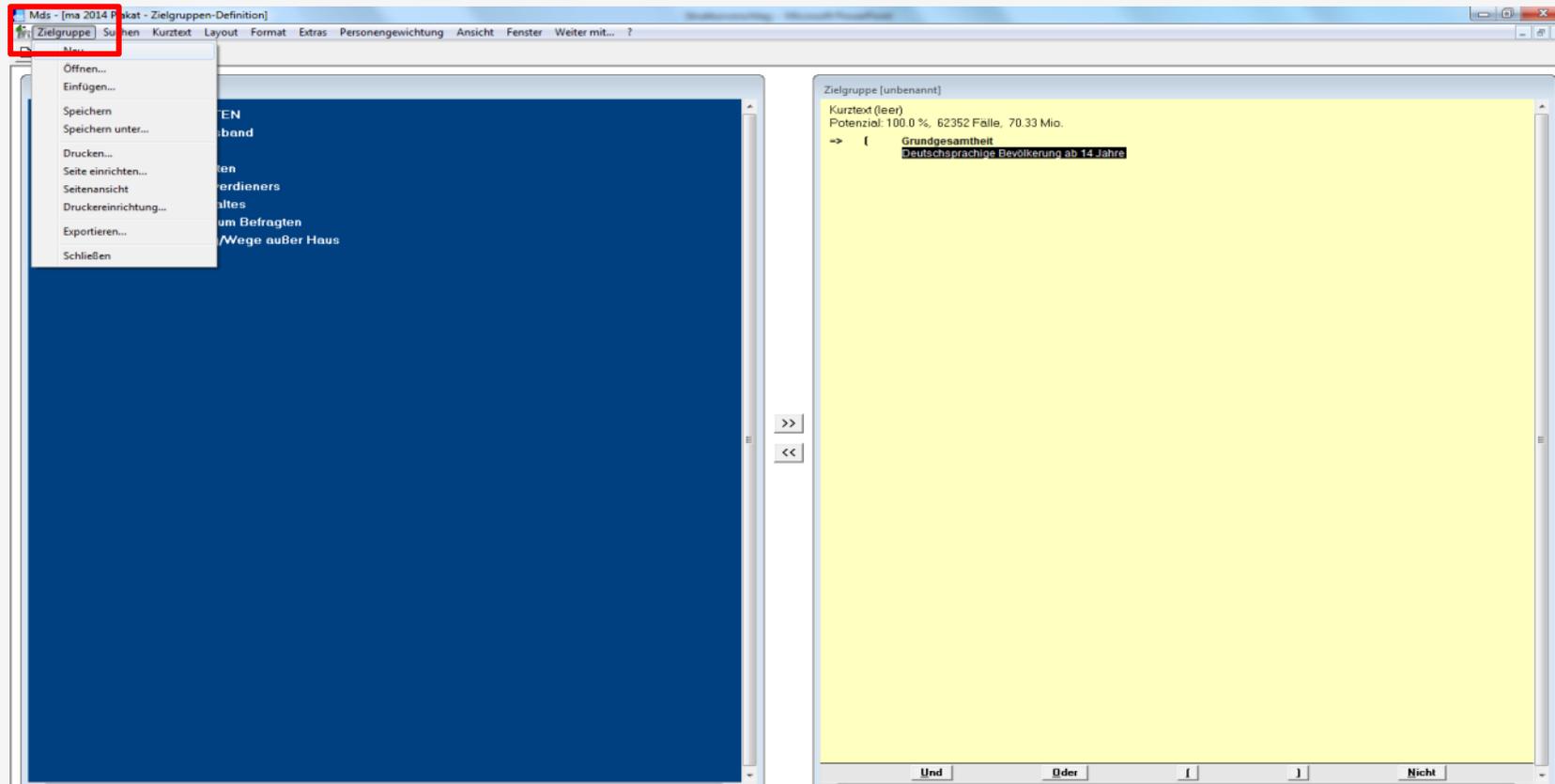
# Wie nutze ich die ma Plakat? Zielgruppendifinition





# Wie nutzt man die MA?

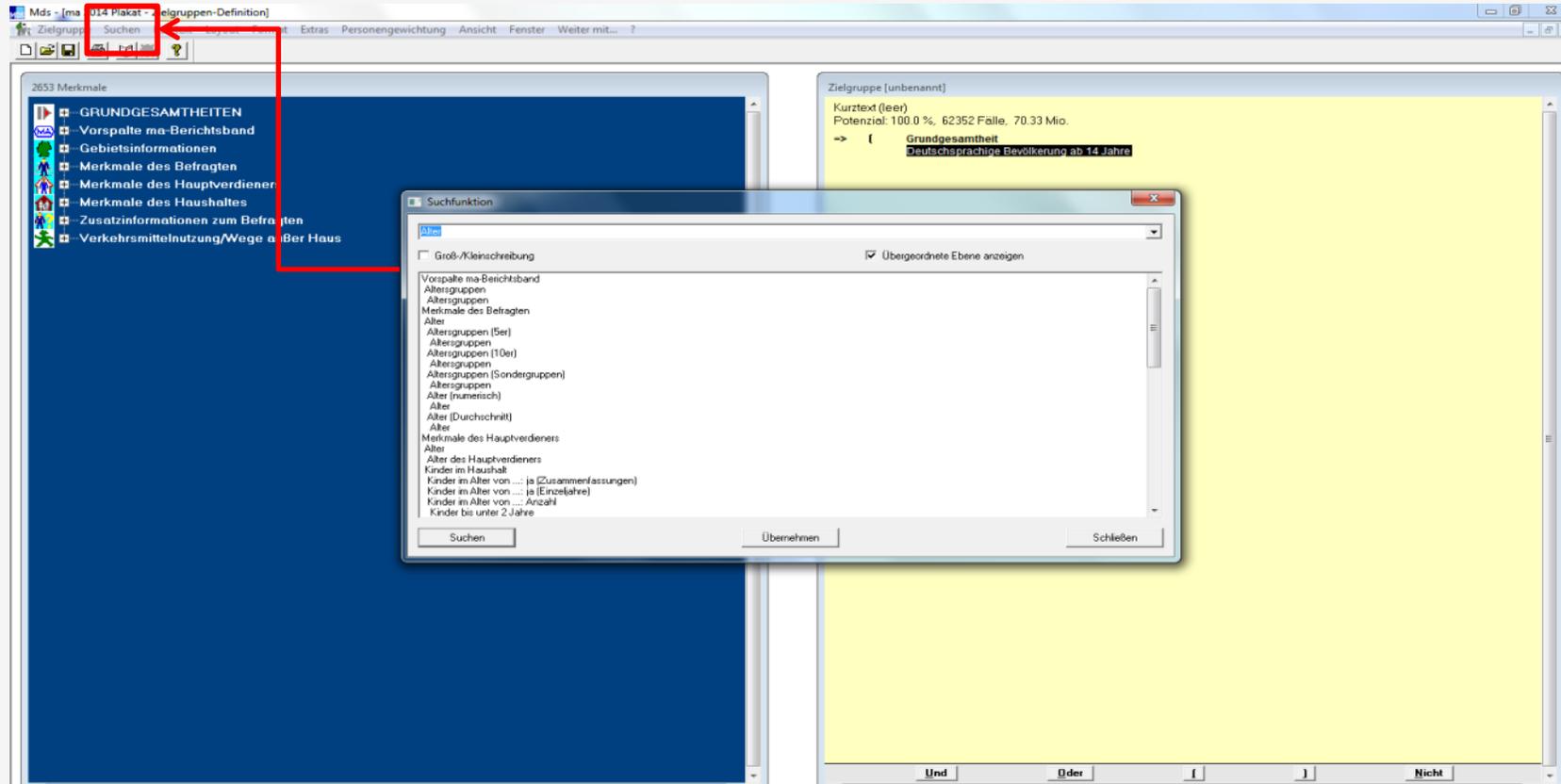
## Zielgruppendifinition



Zielgruppen können definiert und neu angelegt werden.

# Wie nutzt man die MA?

## Zielgruppendifinition



1. Möglichkeit : Variablen suchen über „Suche“

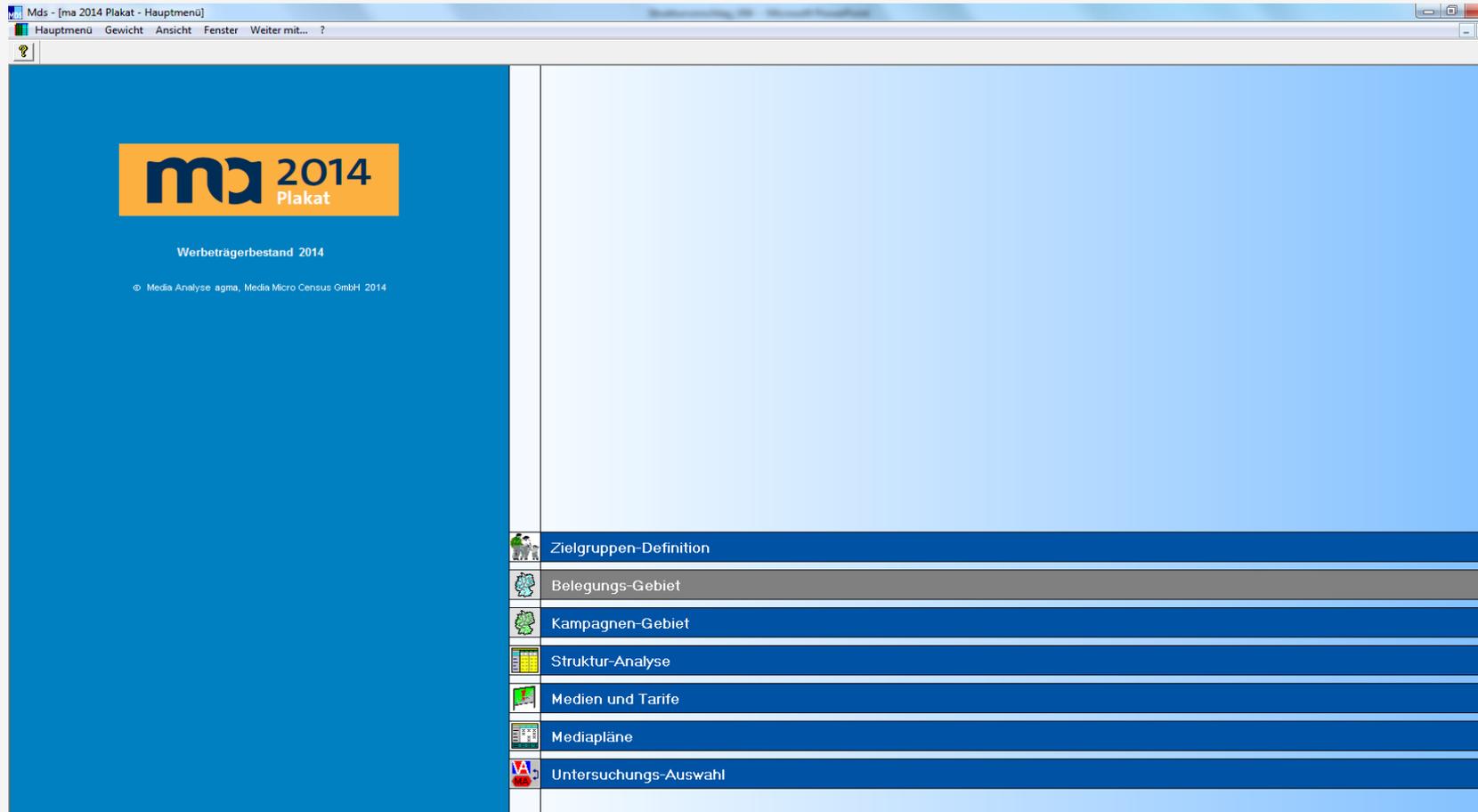
# Wie nutzt man die MA?

## Zielgruppendifinition

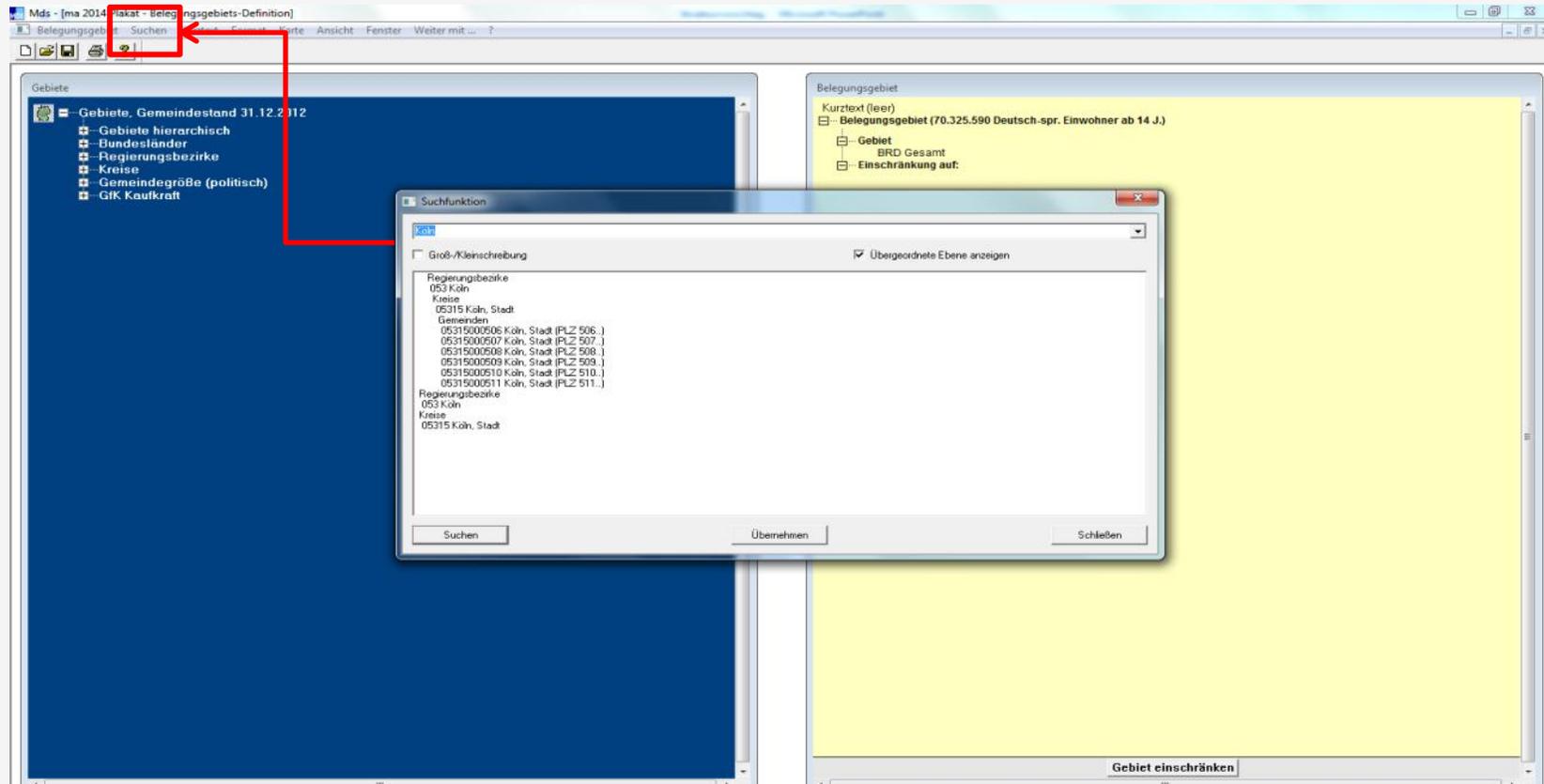
The screenshot shows the MA software interface for target group definition. The left pane displays a tree of 2653 features, with the 'Altersgruppen' (Age groups) category highlighted in red. The right pane shows the target group definition: 'Grundgesamtheit' (Basic population) and 'Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre' (German-speaking population aged 14 and over).

## 2. Möglichkeit : Variablen suchen über Auswahl

# Wie nutze ich die ma Plakat? Belegungsgebiet

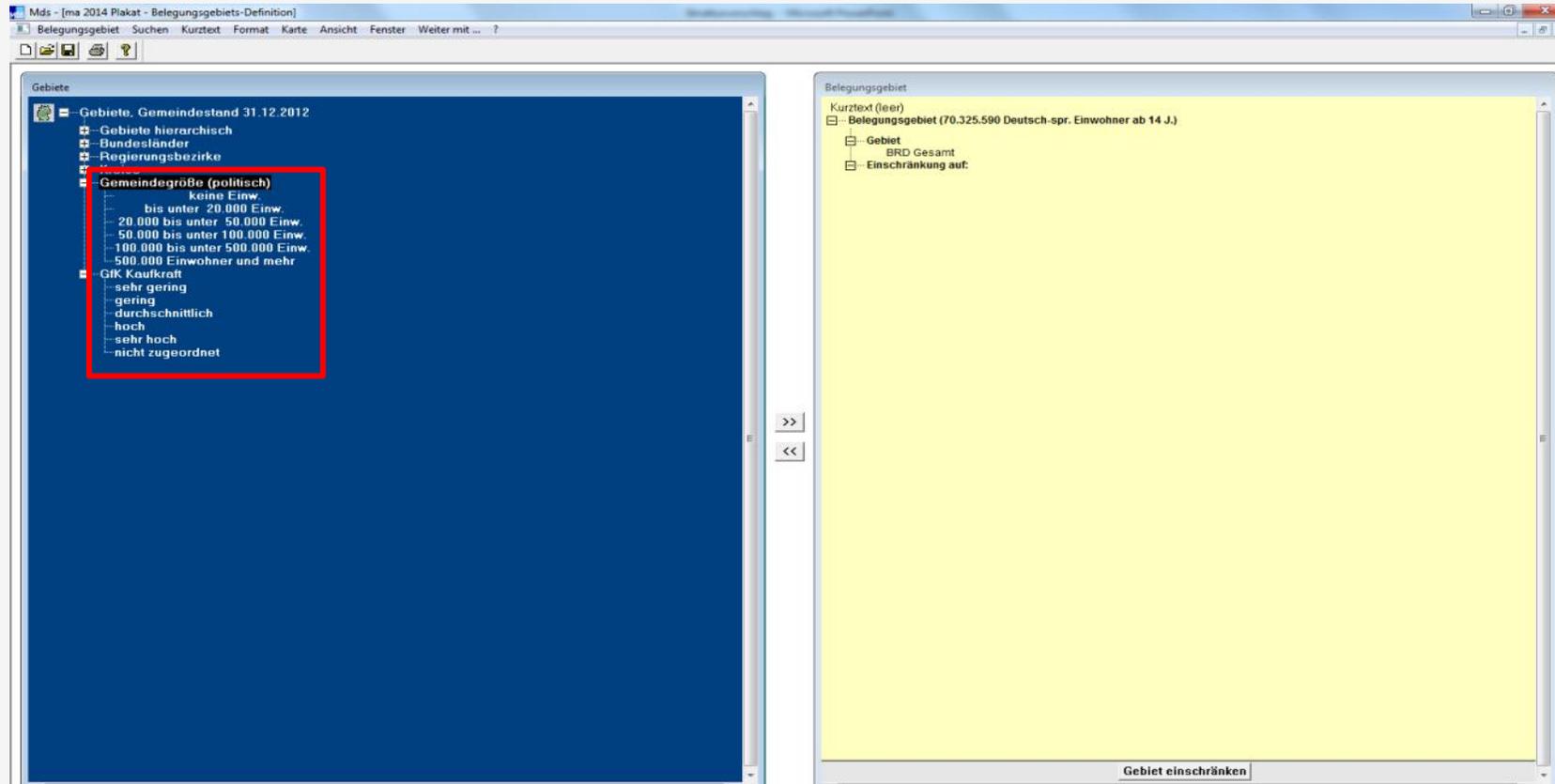


# Wie nutzt man die MA? Belegungsgebiet



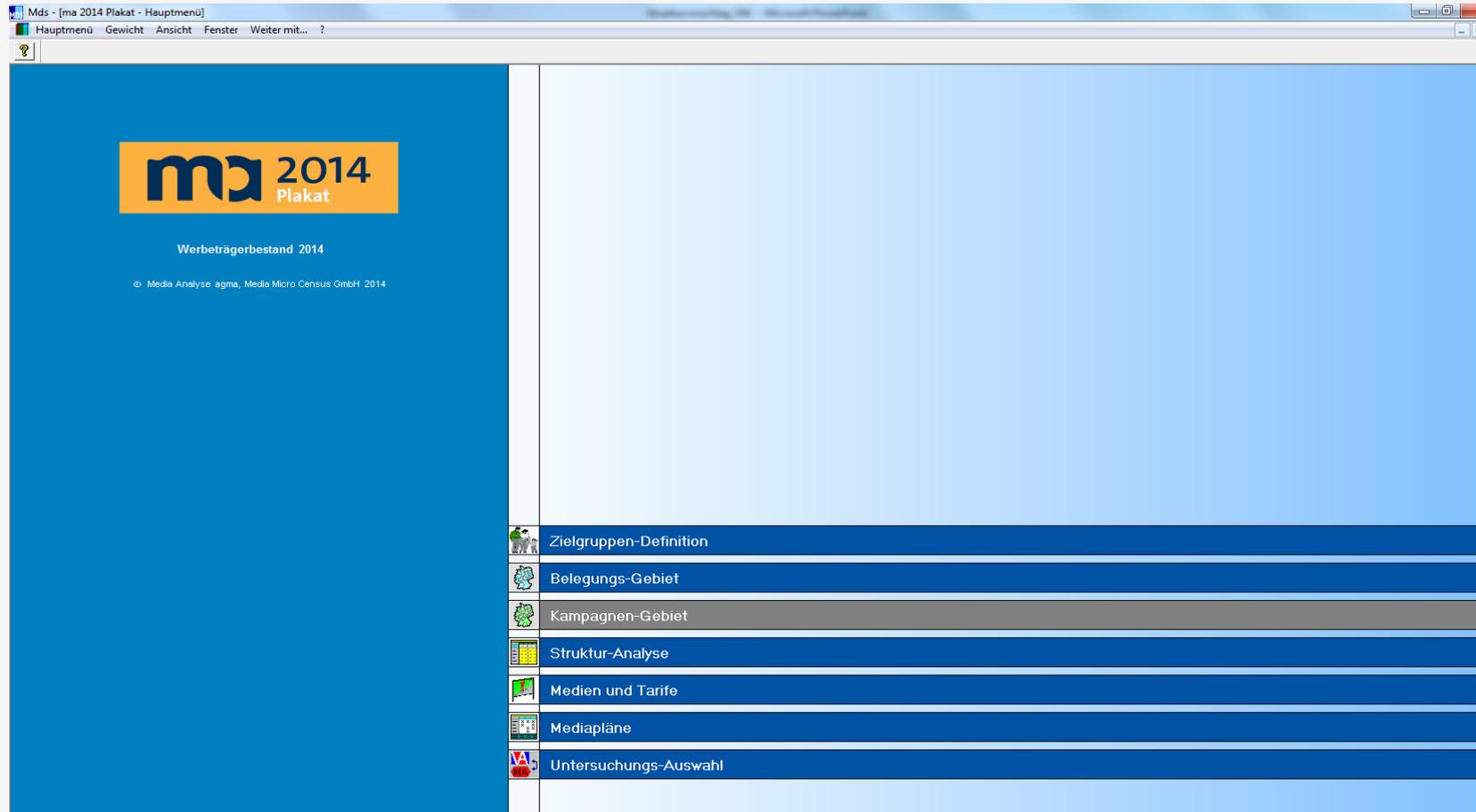
Bestimmung des Belegungsgebietes über direkte Ortseingabe

# Wie nutzt man die MA? Belegungsgebiet

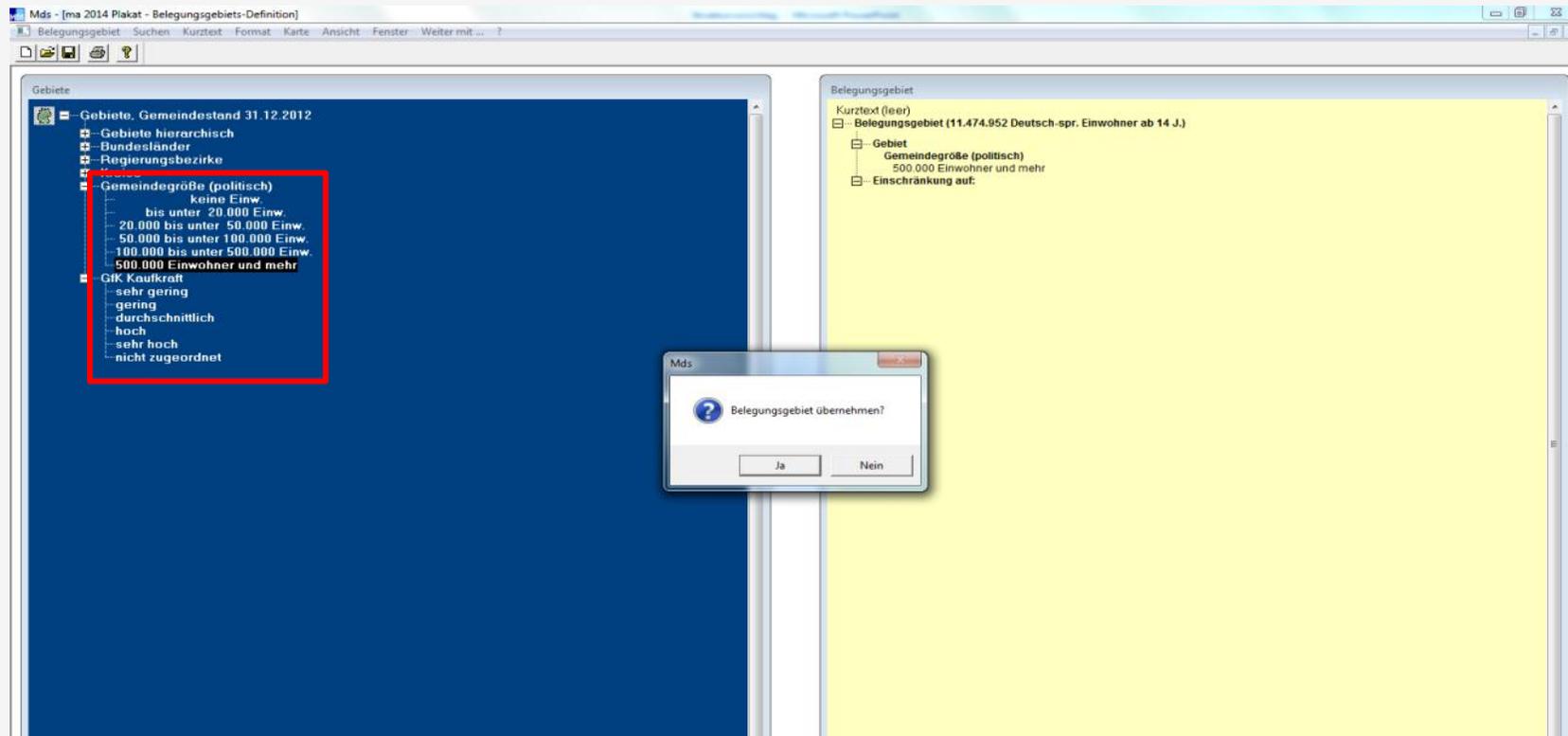


Bestimmung des Belegungsgebietes

# Wie nutze ich die ma Plakat? Kampagnengebiet



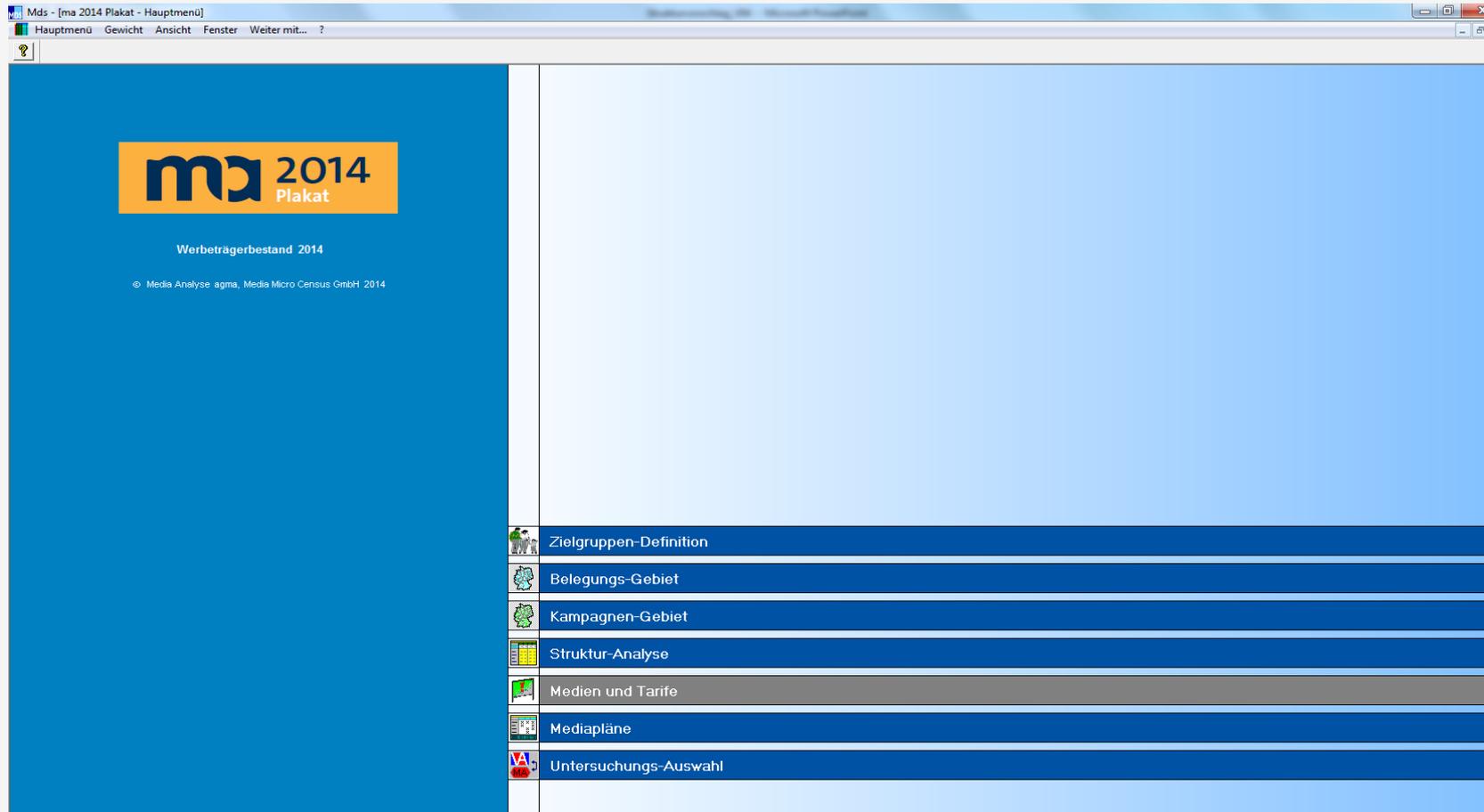
# Wie nutzt man die MA? Kampagnengebiet



**Kampagnengebiet und Belegungsgebiet müssen nicht identisch sein und können unterschiedlich definiert werden.**

# Wie nutzt man die MA?

## Medien und Tarife



# Wie nutzt man die MA?

## Belegung von Medien

The screenshot shows the MA Plakat software interface. The left pane displays a tree view of media categories, with 'Medien/Tarife' highlighted. The right pane shows a table of selected media with columns for 'Medien', 'Anbieter', and 'Preis (Euro)'.

Medien	Anbieter	Preis (Euro)
Hamburg, Freie und Hansestadt - Hamburg (120)	Ströer Media AG	83.160
Hannover, Landeshauptstadt - Hannover (70)	Ströer Media AG	31.605
Bremen, Stadt - Bremen (70)	Ströer Media AG	31.360
Dortmund, Stadt - Dortmund (70)	Ströer Media AG	35.280
Düsseldorf, Stadt - Düsseldorf (88)	Ströer Media AG	48.972
Essen, Stadt - Essen (75)	Ströer Media AG	35.963
Köln, Stadt - Köln (110)	Ströer Media AG	58.520
Frankfurt am Main, Stadt - Frankfurt am Main (85)	Ströer Media AG	42.543
Stuttgart, Landeshauptstadt - Stuttgart (90)	Ströer Media AG	50.309
Nürnberg - Nürnberg (70)	Ströer Media AG	29.155
Berlin, Stadt - Berlin (200)	Ströer Media AG	105.000
Dresden, Stadt - Dresden (52)	Ströer Media AG	21.476
Leipzig, Stadt - Leipzig (70)	Ströer Media AG	28.420

Medien und Tarife enthalten die Einzelstellen und Netze mit Kurzinformationen, wie Kosten oder Anbieter.

# Wie nutzt man die MA?

## Auswahlkriterien definieren

The screenshot shows the MA Plakat software interface. The main window displays a tree view of media categories on the left and a list of media on the right. A dialog box titled 'Auswahlkriterien festlegen' is open in the center, allowing users to define selection criteria for media. The dialog box has three main sections: 'Großfläche', 'Ganzstelle', and 'City Light'. Each section contains various options with checkboxes. The 'Beleuchtung' (Lighting) section has options for 'Ja' (checked) and 'Nein'. The 'Positionierung' (Positioning) section has options for '0 Grad', '45 Grad', and '90 Grad'. The 'City Light' section has a 'Verfügbarkeitsdaten 2014 nicht vorhanden' warning. Below the dialog box, there is a list of providers and a table of media providers and prices.

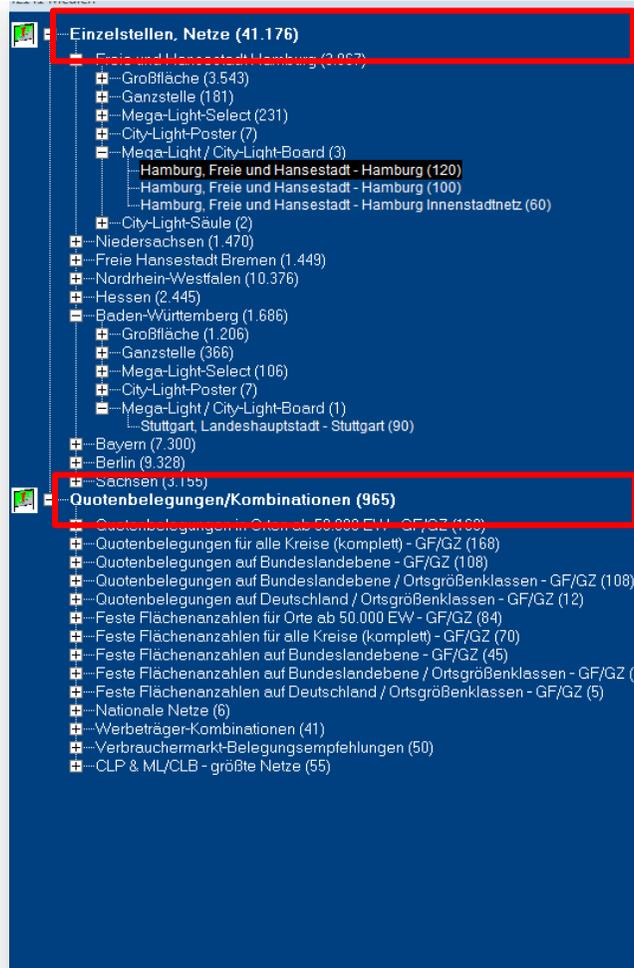
Medien	Anbieter	Preis (Euro)
Hamburg, Freie und Hansestadt - Hamburg (120)	Ströer Media AG	83.160
Hannover, Landeshauptstadt - Hannover (70)	Ströer Media AG	31.605
Bremen, Stadt - Bremen (70)	Ströer Media AG	31.360
	Ströer Media AG	35.280
	Ströer Media AG	48.972
	Ströer Media AG	35.963
	Ströer Media AG	58.520
	Ströer Media AG	42.543
	Ströer Media AG	50.309
	Ströer Media AG	29.155
	Ströer Media AG	105.000
	Ströer Media AG	21.476
	Ströer Media AG	28.420

Es können ebenfalls Belegungsvorschläge erstellt werden, die definierte Auswahlkriterien bei der Belegung berücksichtigen.



# Wie nutzt man die MA?

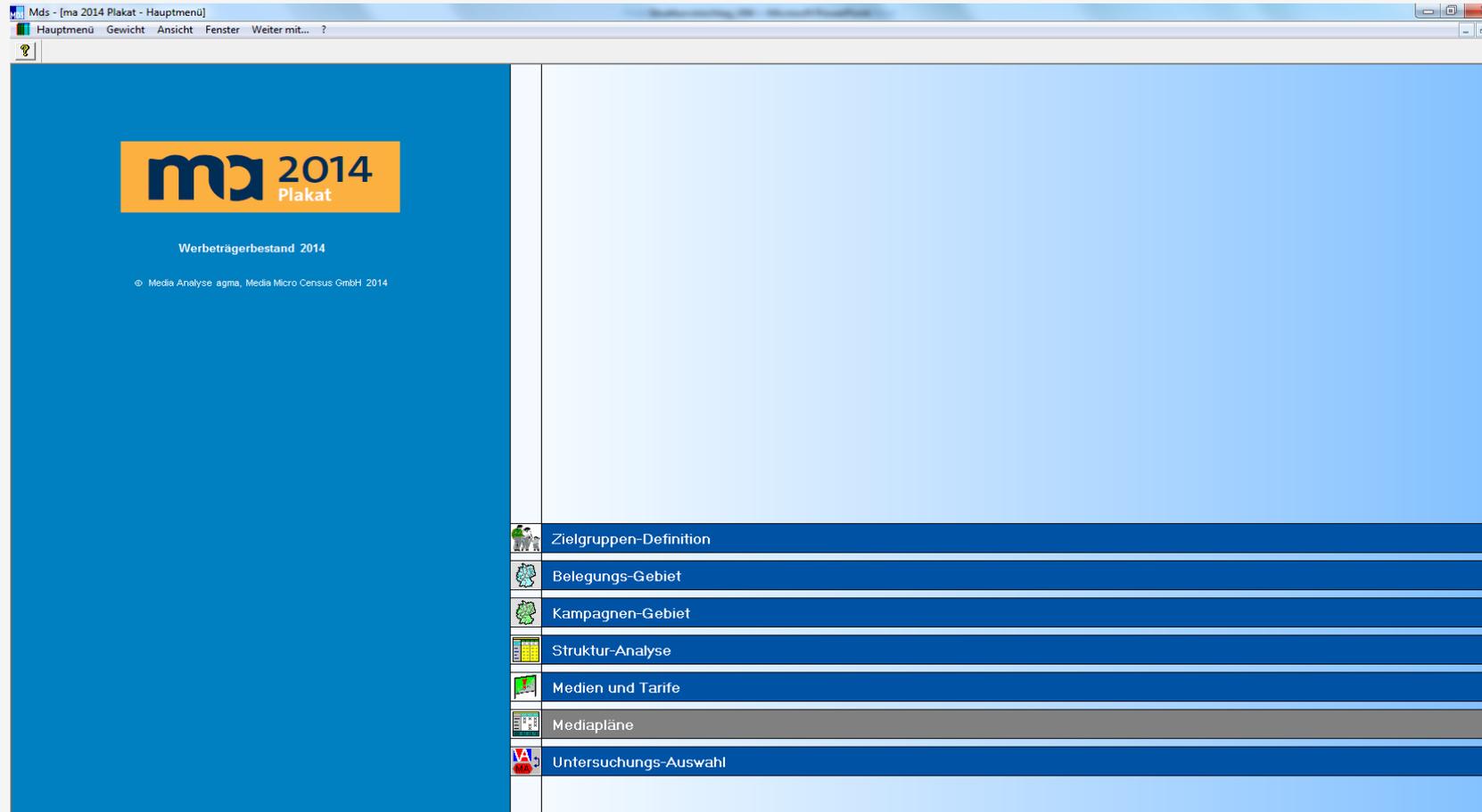
## Einzelstellen vs. Quotenbelegung



➤ **Einzelstellen:**  
Detailplanung, die auf individuelle Planungsansätze oder Kundenwünsche eingehen kann. So können einzelselektierbare Medien zielgruppengenau angesteuert werden.

➤ **Quotenbelegung:**  
Vorgefertigte Quoten- und GRP Kombinationen ermöglichen einen strategischen Planungsansatz, so dass schnell unterschiedlichen Planungsvarianten ermittelt und miteinander verglichen werden können.

# Wie nutze ich die ma Plakat? Mediapläne



# Wie nutzt man die MA? Mediapläne und Leistungswerte

## Belegungsgebiet

ZG: 20-49 Jahre  
Belegungsgebiet: Städte über 500.000 EW  
Potenzial: 14.1 %, 8798 Fälle, 9.92 Mio.

Werbeträger	Stellenart	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4
Berlin, Stadt - Berlin (200)	ML/CLB	1			
Bremen, Stadt - Bremen (70)	ML/CLB	1			
Dortmund, Stadt - Dortmund (70)	ML/CLB	1			
Dresden, Stadt - Dresden (52)	ML/CLB	1			
Düsseldorf, Stadt - Düsseldorf (88)	ML/CLB	1			
Essen, Stadt - Essen (75)	ML/CLB	1			
Frankfurt am Main, Stadt - Frankfurt am Main (85)	ML/CLB	1			
Hannover, Landeshauptstadt - Hannover (70)	ML/CLB	1			
Köln, Stadt - Köln (110)	ML/CLB	1			
Leipzig, Stadt - Leipzig (70)	ML/CLB	1			
München, Landeshauptstadt - München (140)	ML/CLB	1			
Nürnberg - Nürnberg (70)	ML/CLB	1			
Stuttgart, Landeshauptstadt - Stuttgart (90)	ML/CLB	1			
<b>Anzahl Belegungseinheiten</b>		<b>13</b>			
<b>Kosten in Euro</b>		<b>609.097</b>			
<b>Reichweite %</b>		<b>72,1</b>			
<b>Reichweite Mio.</b>		<b>7,15</b>			
<b>Euro pro 1000 Nutzer</b>		<b>95,16</b>			
<b>Kontakte Mio.</b>		<b>59,98</b>			
<b>Euro pro 1000 Kontakte</b>		<b>10,15</b>			
<b>GRP</b>		<b>604,4</b>			
<b>Kontakte pro Nutzer</b>		<b>8,4</b>			

## Kampagnengebiet

ZG: 20-49 Jahre  
Potenzial: 100,0 %, 62352 Fälle, 70.33 Mio.

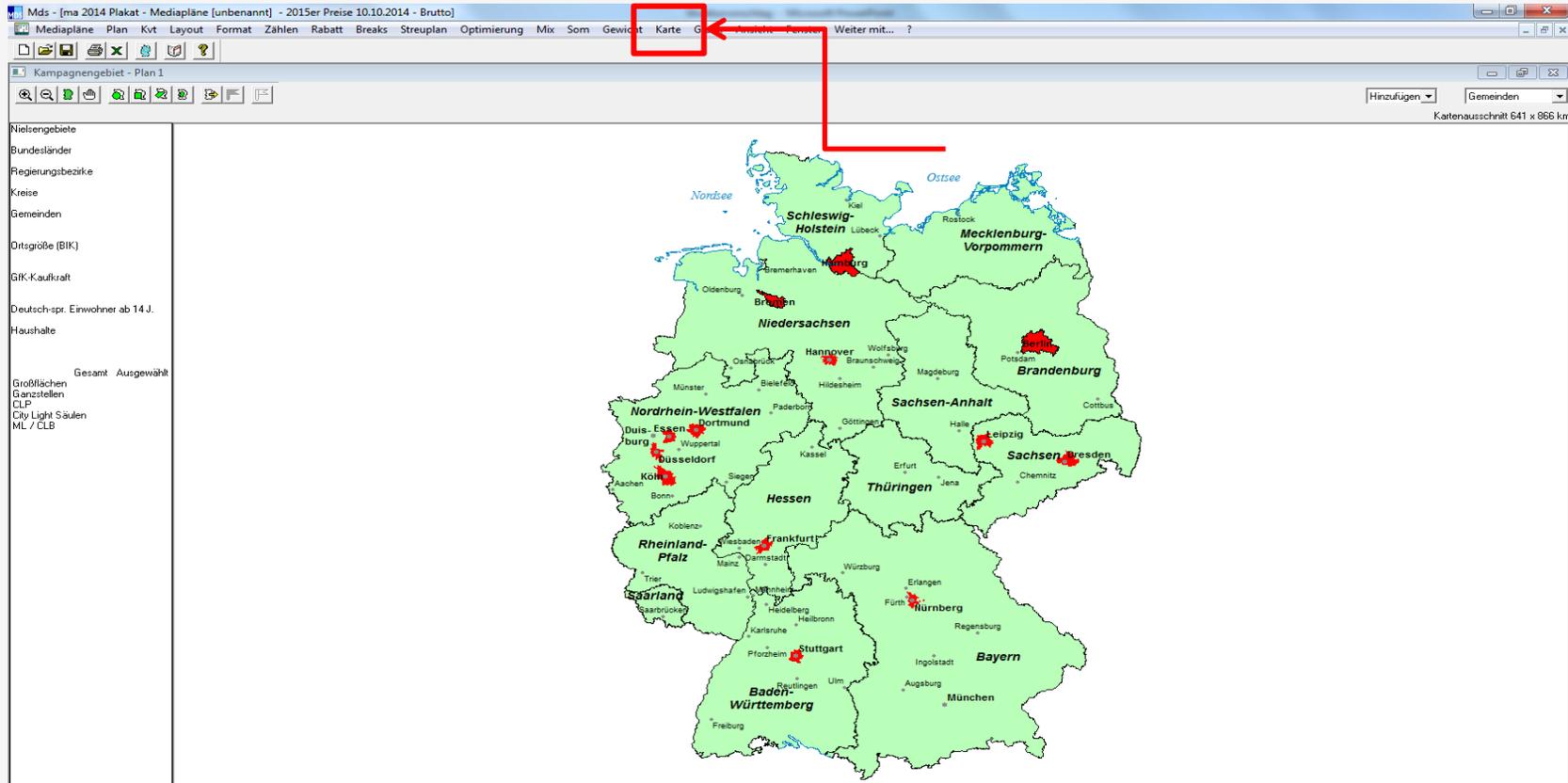
Werbeträger	Stellenart	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4
Berlin, Stadt - Berlin (200)	ML/CLB	1			
Bremen, Stadt - Bremen (70)	ML/CLB	1			
Dortmund, Stadt - Dortmund (70)	ML/CLB	1			
Dresden, Stadt - Dresden (52)	ML/CLB	1			
Düsseldorf, Stadt - Düsseldorf (88)	ML/CLB	1			
Essen, Stadt - Essen (75)	ML/CLB	1			
Frankfurt am Main, Stadt - Frankfurt am Main (85)	ML/CLB	1			
Hannover, Landeshauptstadt - Hannover (70)	ML/CLB	1			
Köln, Stadt - Köln (110)	ML/CLB	1			
Leipzig, Stadt - Leipzig (70)	ML/CLB	1			
München, Landeshauptstadt - München (140)	ML/CLB	1			
Nürnberg - Nürnberg (70)	ML/CLB	1			
Stuttgart, Landeshauptstadt - Stuttgart (90)	ML/CLB	1			
<b>Anzahl Belegungseinheiten</b>		<b>13</b>			
<b>Kosten in Euro</b>		<b>609.097</b>			
<b>Reichweite %</b>		<b>16,2</b>			
<b>Reichweite Mio.</b>		<b>11,38</b>			
<b>Euro pro 1000 Nutzer</b>		<b>53,51</b>			
<b>Kontakte Mio.</b>		<b>85,84</b>			
<b>Euro pro 1000 Kontakte</b>		<b>7,10</b>			
<b>GRP</b>		<b>122,1</b>			
<b>Kontakte pro Nutzer</b>		<b>7,5</b>			

Die Leistungswerte lassen sich sowohl auf das Belegungsgebiet, als auch auf das Kampagnengebiet ausweisen.



# Wie nutzt man die MA?

## Mediapläne und Leistungswerte



Die Mediapläne können auch geographisch dargestellt werden.