

MDS Software mit Plakat-Daten auf dem neuesten Stand

30.11.2008, 19:54 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Fachverband Aussenwerbung*

Auf Augenhöhe mit den anderen Medien ist die Mediaplanung in der Außenwerbung auch in punkto Aktualität: Regelmäßige Updates sind ein „Muss“. Wenige Monate nach der erstmaligen Integration von Daten aus der Mediaanalyse ma 2007 Plakat in das „Mediaplanungs-Dialog-System“ (MDS) erscheint jetzt die bekannte Planungssoftware mit einem aktualisierten und erweiterten Zähl Datensatz auf dem neuesten Stand: Ab 3. Dezember ist die MDS-Version mit den Daten der ma 2007 Plakat Release 2008 verfügbar.

Basis der nun im MDS hinterlegten und abrufbaren Werbeträgerdaten von Großflächen, MegaLights / City-Light-Boards, City-Light-Postern und Ganzsäulen ist der Stammdatenbestand vom August 2008. Dazu bildet das neue MDS-Release Plakatdaten vollständig für ganz Deutschland ab, erstmals unter Einbeziehung der kleinen Gemeinden mit weniger als 10.000 Einwohnern. Diese kleinste Ortsgrößenklasse wurde als letzte durch das Fraunhofer Institut AIS in den Frequenzatlas für Deutschland aufgenommen, der eine wichtige Säule in der Leistungsmessung des Mediums Plakat ist.

Neue Features im Release 2008 verbessern die Möglichkeiten der Planung von Plakatkampagnen via MDS. Gegenüber der bisherigen Version ist die Anwendung vielseitiger und komfortabler geworden. Hier einige Beispiele dieser Programmerweiterungen:

- Unterschiedliche Belegungs- und Kampagnengebiete können jetzt wahlweise ausgezählt werden;
- Ausgehend von einem vorgegebenen Budget ermittelt das System wie bisher Belegungsvorschläge; zusätzlich kann eine solche Berechnung nun auch auf Basis eines gewünschten GRP-Niveaus erfolgen.
- In enger Anlehnung an die Planungspraxis bietet die neu aufgelegte Software eine ganze Palette verschiedener Belegungsvarianten zur Auswahl, darunter mehrere Teilnetzbelegungen für City-Light-Poster oder die automatische Wahl des jeweils größten verfügbaren CLP-Netzes am Ort. Je nach gewünschtem Werbedruck schlägt MDS unterschiedliche Quotenbelegungen für Großflächen vor; diese Option gilt nicht mehr nur für die größeren Orte, sondern für ganz Deutschland.
- Belegungsfrequenzen können ab sofort ebenfalls importiert werden.
- Unterschiedliche Farben und Symbole erleichtern die Übersicht in der kartographischen Darstellung des Belegungsplans.

Das Planungsprogramm MDS (Mediaplanungs-Dialog-System) führt den Nutzer durch alle Arbeitsschritte einer differenzierten Kampagnenplanung. Neben gängigen Komponenten wie Zielgruppendefinition, Strukturanalyse oder Planevaluierung sind für die Plakatplanung zusätzliche spezifische Funktionalitäten hinterlegt. Neben der erwähnten differenzierteren Betrachtung von Belegungs- und Kampagnengebiet ist zum Beispiel auch eine Planung unter Berücksichtigung von tagesaktuellen Verfügbarkeiten (bei Großflächen und Ganzsäulen) möglich.

Weitere Informationen:

Guido Hirschhäuser

Out-of-Home Research & Services GmbH

Tel 069 / 77 10 70

Hirschhaeuser@faw-ev.de

Portrait

Der Fachverband Aussenwerbung e. V. (FAW) ist die Interessenvertretung von rund 45 Unternehmensgruppen im Out-of-Home-Media-Bereich. Neben großen nationalen Anbietern gehören dem Verband auch lokal und regional tätige mittelständische Unternehmen an. Mehr als 90 Prozent des Branchenumsatzes wird von den FAW-Mitgliedern erwirtschaftet. Neben den Out-of-Home-Media-Unternehmen zählen sieben Druckereien und zwölf Spezial-Mediaagenturen zu den fördernden Mitgliedern.

Das vielfältige Angebot der einzelnen Firmen beinhaltet neben Plakatwerbung und Transportmedien auch elektronische Medien wie Videoboards und Werbeträger für Bildkommunikation in U- und S-Bahnstationen sowie Fahrgast-TV in Bussen und Bahnen. Im Bereich Plakatwerbung bieten die Mitgliedsfirmen neben Großflächen, City-Light-Postern, Allgemeinstellen und Ganzsäulen auch Mega-Lights, BlowUps, Superposter und spezielle Sonderformen an. Bei den Transportmedien umfasst das Angebot Werbeflächen in und auf Bussen und Bahnen des öffentlichen Nahverkehrs sowie Werbung an Taxi, LKW und Miettransportern. Auch Ambient Medien sind im Portfolio des FAW vertreten, darunter die wichtigsten flächendeckend verbreiteten Werbeformen wie Gratispostkarten, Indoor-Plakatierung in speziellen Locations oder Medien im Sanitärbereich von Bars, Szene-Treffs und Restaurants.

News-ID: 263968 • Views: 100 (Stand: 31.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/263968/MDS-Software-mit-Plakat-Daten-auf-dem-neuesten-Stand.html>