

Mediaoptimizer**Werkzeug der TV-Planer**

TV-Werbung effizient planen und den Einsatz der Mittel

optimieren: Dafür gibts das Software-Paket Mediaoptimizer.

Das Tool enthält Programm-, Leistungs- und Angebotsdaten

aller relevanten Vermarkter von TV-Werbung in der Schweiz

und deckt alle Arbeitsschritte der TV-Werbeplanung ab.

Anwender sind vor allem Media-Agenturen und Werbeauftraggeber.

AUTOR: HERMANN MÜHLEMANN*

Fernsehen ist ein schnelles Medium. Die Strukturen und damit die Inhalte der TV-Programme werden laufend angepasst. Damit ändert sich auch das Werbeangebot – bei einzelnen Anbietern gleich vollständig und mehrmals im Jahr. Entsprechend gross ist die Datenflut, die den Werbekunden und Media-Agenturen zur Verfügung steht, und entsprechend intensiv gestaltet sich die Planung für den Einsatz der Werbemittel. Für diese Planung und auch für die spätere Optimierung einer TV-Kampagne existiert in der Schweiz seit knapp drei Jahren ein geeignetes Instrument: die Software Mediaoptimizer. Damit lassen sich am PC die Daten von 15 verschiedenen TV-Stationen mit insgesamt 90 000 Werbeblöcken pro Jahr vergleichen und verarbeiten. Dies anhand einer einfach verständlichen Bildschirmoberfläche im vertrauten Windows-Stil.

Das Tool schlägt aufgrund der geplanten Mittel einen Einschaltplan für die Werbespots vor, der Benutzer kann die gewünschte Werbezeit gleich buchen und nach der Ausstrahlung die Leistungen der Kampagne überwachen. Dank der einfachen Benutzerführung – man kann zwischen Expertmodus und normalem, das heisst Wizzard-gesteuertem Modus, auswählen – ist auch der Gelegenheitsplaner in der Lage, rasch einen Einschaltplan zu erstellen. Hinzu kommt, dass die Schweizer Werbevermarkter den Kunden und Media-Agenturen, im Unterschied zu den Vermarktern in anderen europäischen Län-



dern, Prognosedaten zur Verfügung stellen, die die Erstellung einer Kampagne ohne zusätzliche Aufwendungen erlauben.

Wünsche der Anwender und der Vermarkter berücksichtigen

Der Mediaoptimizer wurde im Oktober 1999 in der Version 1 aus der Taufe gehoben. Im November 2001 wurde die vollständig überarbeitete Version 3 ausgeliefert. Seit Mai 2002 ist bei den Anwendern die Version 3.1 mit stark verbesserter Performance im Gebrauch. Die folgenden Partner sind am Mediaoptimizer beteiligt: Die Publisuisse als Lizenzgeberin mit den SRG-SSR-Pro-

Vermarkter stellen die Daten täglich aktualisiert zur Verfügung.

grammen *SF1, SF2, TSR1, TSR2, TS11* und *TS12*; die IP Multimedia mit den Schweizer Werbefenstern von *RTL, RTL2, VOX, Kabel1, PRO7* und *M6*; RMB mit dem Werbefenster von *Sat1*; RadioTele mit *VIVA Swizz*; Belcom mit *TeleZürli*.

Die Weiterentwicklung und der Unterhalt des Tools liegen in den Händen von Publisuisse. Zwei beratende Gremien stellen sicher, dass dabei die Wünsche der Anwender und der Ver-

*HERMANN MÜHLEMANN
IST LEITER INFORMATIK BEI
PUBLISUISSE.



markter berücksichtigt werden. Im «Super User Club» treffen sich geübte Mediaplaner, um ihre Bedürfnisse anzumelden und deren Umsetzung anzustossen, in der «User Commission» sitzen alle beteiligten Partner, Vertreter der IGEM und wiederum Vertreter der Media-Agenturen. Die «User

Commission» beschliesst über Weiterentwicklungen und kontrolliert deren Umsetzung. Der Mediaoptimizer wird ständig den aktuellen Marktbedürfnissen angepasst: In jüngster Zeit sind die Benutzerführung und die Performance optimiert worden, nun sind Erweiterungen im Bereich Fein- und vor allem Grobplanung in Arbeit.

Anwender von Mediaoptimizer sind die rund 35 Lizenznehmer – Werbeauftraggeber und vor allem Media-Agenturen. Sie bezahlen pro Jahr eine Gebühr von 1500 Franken. Dies deckt natürlich die Kosten für Entwicklung, Unterhalt und Support bei weitem nicht. Das Tool wird deshalb von den beteiligten Partnern subventioniert.

Damit die Media-Agenturen aufgrund der aktuellen Daten planen können, stellen die Vermarkter die Daten täglich aktualisiert zur Verfügung. Die Angebotsdaten umfassen alle Werbeblöcke mit dem 30-Sekunden-Preis, einer prognostizierten Leistung in Tausend Zuschauerinnen und Zuschauern (oder GRP) für 41 Zielgruppen und die Beschreibung der Sendeumfelder mit einer Codierung (Aktualität, Film, Un-

terhaltung usw.) und einer kurzen Inhaltsangabe. Nach der Ausstrahlung werden die effektiven Zuschauerleistungen für die Werbeblöcke und Sendungen zur Verfügung gestellt. Angeboten werden Daten von insgesamt 62 Zielgruppen.

146 500 Sendungen von 15 verschiedenen Stationen

Das Datenvolumen, auf welches die Mediaoptimizer-Benutzer Zugriff haben, ist riesig. Dies verdeutlichen die Zahlen vom letzten Jahr: Zu finden sind 146 500 Sendungen von 15 verschiedenen Stationen mit Beschrieben in Deutsch, Französisch, Englisch und Italienisch, 91 900 Werbeblöcke und rund 15 Millionen Leistungswerte. Dank der Aktualität und dem Umfang der Daten ist der Mediaoptimizer somit das ideale TV-Planungsinstrument der Schweiz für Mediaprofis.

Und so kommen die Daten zum Kunden: Die Vermarkter erstellen ihre Angebote und Sendungen in den entsprechenden Software-Werkzeugen der IHA (Institut für Haushaltanalysen, Hergiswil NW): Im Modul Angebotsverwaltung werden die

FUNKTIONEN UND TECHNISCHE DATEN

Die Software Mediaoptimizer ist ein Analyse-, Planungs- und Optimierungstool und deckt sämtliche Schritte einer modernen Fernsehplanung ab. Das Tool umfasst die folgenden fünf Schritte:

- Prognose
- Grobplanung
- Feinplanung
- Buchung
- Optimierung

Prognose

Die von den Vermarktern im Mediaoptimizer zur Verfügung gestellten Prognosewerte können vom Anwender in das Tabellenkalkulationsprogramm Excel exportiert, dort mit eigenen Berechnungsmodellen bearbeitet und anschliessend wieder in den Mediaoptimizer importiert und für Planungen verwendet werden. Das Mediaoptimizer-Modul TV Explorer bietet die Möglichkeit, Leistungswerte von ausgestrahlten Sendungen in grafischer Form darzustellen. So lässt sich die Entwicklung einer Sendung genau verfolgen. Die Analyse der einzelnen Sendungen kann als Grundlage für eine eigene Prognose oder für eine Auswahl von Werbeblöcken in der Planung dienen.

Grobplanung

In der Grobplanung wird das vorhandene Budget (in Geld oder Leistung) auf die

einzelnen Stationen und die Datums- und Zeitbereiche verteilt. Der Mediaoptimizer ermittelt gemäss den Vorgaben eine Liste passender Werbeblöcke. Danach erstellt die Software einen ersten Einschaltplan, basierend auf dieser Selektion und nach Kriterien wie Blockpreis, GRP, CPP, TKP, Affinität zu Referenzzielgruppe und weiteren wählbaren Grössen.

Feinplanung

In der Feinplanung kann die in der Grobplanung erstellte Kampagne bearbeitet werden: Blöcke können zusätzlich reserviert oder Reservationen rückgängig gemacht werden.

Buchung

Die Kampagne kann nun direkt in das Publisuisse-Buchungssystem Publiplan eingelesen – für Reservationen in den TV-Programmen der SRG SSR idée suisse – oder an einen anderen Vermarkter als Exportdatei für die Weiterverarbeitung gemailt werden. Nach der Buchung lässt sich die Kampagne wieder als Ganzes in den Mediaoptimizer importieren. Im Mediaoptimizer kann die Abweichung zwischen reservierten und gebuchten Blöcken (gewisse Blöcke sind möglicherweise schon ausgebucht) dargestellt werden. Der Planer kann nun weitere Blöcke dazubuchen, um die geplante Leistung zu erreichen.

Optimierung

Aufgrund der täglichen Änderung des Angebots und der effektiv erreichten Leistungen der Werbeblöcke muss die laufende Kampagne dauernd überwacht werden. Dank der aktuellen Daten kann der Mediaplaner die Kampagne im Mediaoptimizer periodisch kontrollieren und, falls nötig, Optimierungen vornehmen.

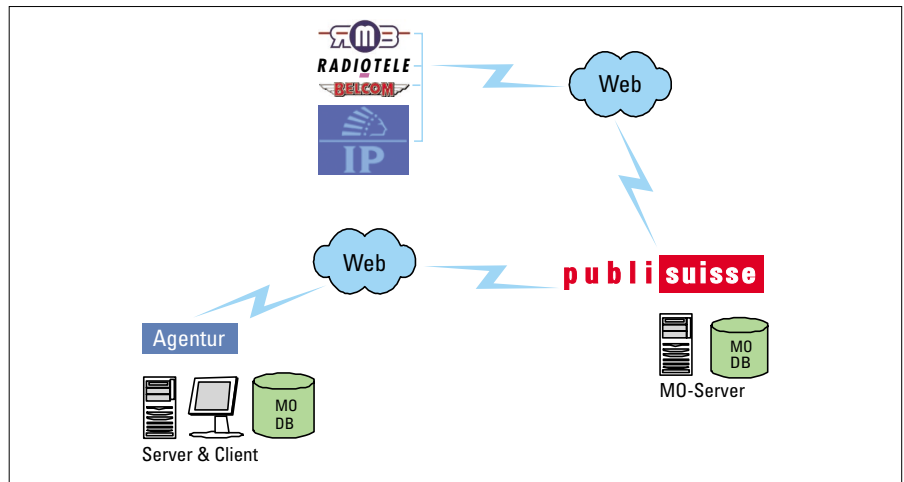
Technische Voraussetzungen

Der Mediaoptimizer läuft auf einer Microsoft-SQL-Datenbank, die beim Werbekunden oder bei der Media-Agentur installiert ist. Unterstützt werden die Microsoft-Betriebssysteme Windows 98, Windows NT 4.0 und Windows 2000. Für die Aktualisierung der Daten ist ein Internetzugang notwendig. Alle Informationen zum Produkt Mediaoptimizer sind im Internet unter www.mediaoptimizer.ch abrufbar.

Informationen zum Mediaoptimizer erhalten Sie bei:

Publisuisse
Xaver Dubler
Giacomettistrasse 15
Postfach 610
3000 Bern 31
031 358 33 21
info@mediaoptimizer.ch

Angebote berechnet, also die Werbeblöcke mit ihren Preisen und prognostizierten Leistungen. Der Programmorganizer verwaltet die Sendungsumfelder, die Sendungscodierung und die Beschreibungen. Die neuen oder geänderten Daten gelangen jeden Abend in Form von Files an die Publisuisse. Sie integriert die Daten in eine zentrale Datenbank. Alle geänderten oder neuen Daten aller Sender werden in der Nacht zum Abholen für die angeschlossenen Mediaoptimizer-Agenturen oder -Kunden auf einem FTP-Server bei der Publisuisse bereitgestellt. In der Regel erfolgt das Herunterladen der Daten und das Einlesen in die lokale Mediaoptimizer-Datenbank der Anwender automatisch in den frühen Morgenstunden. Dies bedeutet für die Benutzer, dass ihnen am Vortag geänderte oder neue Angebote und Effektivwerte der Vortage bereits bei Arbeitsbeginn zur Verfügung stehen.



Die mit dem Mediaoptimizer erstellten Prognosen und Kampagnen werden in der lokalen Mediaoptimizer-Datenbank der Lizenznehmer abgespeichert. Somit haben keine Aussenstehenden Zugriff auf diese Daten. Die erstellten Kampagnen können

dann direkt in der Agentur ins publisuisse-eigene Online-Buchungstool Publiplan eingesehen werden. Bei den anderen Vermarktern (IP, RMB, Belcom, RadioTele) erfolgt der Transfer der Planungsfiles in Form von E-Mails. **mTJ**

STIMMEN ZUM MEDIAOPTIMIZER

«Ein lebenswichtiges Tool»

Pascal Gottet, Media Research, IP Multimedia (Schweiz) AG, Küssnacht



Wir arbeiten mit Mediaoptimizer, seit das Tool existiert. Vier Benutzer arbeiten in unserer Agentur täglich ein bis zwei Stunden mit der Software. Mediaoptimizer vereinfacht unsere Arbeit im TV-Bereich. Damit sind schnellere Planungen und eine schnellere Kampagnenkontrolle möglich.

Jacques Ménétrety, Leiter TV, MSO Media Service Organisation, Bern



Als Basis aller bei uns geplanten Kampagnen ist Mediaoptimizer ein zentrales System in unserer Agentur. In der Planungsphase wird das Tool täglich eingesetzt. Der Zugriff auf die Angebote der werberelevanten Sender mit einem einzigen

System macht Mediaoptimizer sehr wichtig für uns. Dank der tagesaktuellen Daten verringern wir unseren Arbeitsaufwand in Bezug auf Offert-Bestellung (vor allem durch die direkte Buchung in Publiplan mittels Mediaoptimizer-Exports). Da Mediaoptimizer als einziges System der Agentur die Angebotsdaten aller werberelevanten Sender zur Verfügung stellt, entfällt das Zusammentragen von Preis- und Leistungsinformationen aus verschiedenen Systemen und Datenbanken. Zudem werden Fehlerquellen minimiert. Der grösste Vorteil des Mediaoptimizers ist die Möglichkeit, Angebote privater und öffent-

licher Sender parallel planen und vergleichen zu können. Wir könnten uns die Planungsarbeiten ohne Mediaoptimizer kaum noch vorstellen.

Rolf Altwegg, Mediaplaner/stv. Geschäftsführer the Generation Media AG, Zürich



Wir setzen den Mediaoptimizer vor allem in der Hauptplanungszeit ein, um auf die Buchungseröffnung alles bereit zu haben. Die Grobplanung ist für uns besonders wichtig. Damit verschaffen wir uns einen schnellen Überblick. Der

TV-Explorer ermöglicht uns die Analyse von Sendungen – vor allem bei Sponsoringanfragen. Der Mediaoptimizer beschleunigt die Arbeit im TV-Bereich, weil das gesamte Angebot an einem Ort bereitliegt. Buchungsfiles verschicken wir direkt. Dieser standardisierte Vorgang vermindert die Fehlerquote. Der Schulungsaufwand ist gering: neue Mitarbeiter können mit dem Tool sehr schnell selbstständig arbeiten. Der technische und der User-Support sind hervorragend.

Stephan Kümin, Media-Planung/-Beratung, Teilhaber dkg Mediaberatung GmbH, Zürich



Der Mediaoptimizer ist unser wichtigstes Instrument für Planungen der Privatstationen im TV Bereich – neben Publiplan für Buchungen auf SRG-SSR-idee suisse-Sendern. Wir setzen das Tool mindestens dreimal wöchentlich ein,

nicht nur zur Buchungseröffnung. Auch Zubuchungen laufen über den Mediaoptimizer, damit die Kampagnen in der Datenbank komplett sind. Unsere Arbeit wird vereinfacht, da wir uns auf die Angaben zum Umfeld und auf die Preise (TKP, CCP) verlassen können. Auch wenn wir kurzfristig über Publiplan buchen, aktualisieren wir die Kampagnen im Mediaoptimizer, um sie vergleichen zu können. Bei Problemen wird man gut betreut. Den technischen Support haben wir schon lange nicht mehr beansprucht. Das ist wohl ein gutes Zeichen.

Tina Siebenmann, Mediaplanerin Unit «Elektronik», und Katia Männli, Daily-Business-Leiterin Unit «Elektronik», Bemberg Gedenk Media, Optimedia



Ohne Mediaoptimizer geht bei uns nicht viel: Alle acht Mitarbeitenden der TV-Abtei-

lung setzen das Tool täglich ein. Die Software ist für uns lebensnotwendig und eine Basis für die Arbeit. Für uns ist es sehr wichtig, für die Planung tagesaktuelle Daten zur Verfügung zu haben. Die grafischen Auswertungen im Mediaoptimizer verschicken wir auch an die Kunden. Damit lassen sich die Ergebnisse visualisieren. Dass wir im Mediaoptimizer die Angebote der privaten und der öffentlichen Sender parallel vergleichen können, ist sehr wichtig. Denn die meisten Kunden wollen einen Mix.