

# mds – ma Out of Home

Quickstart Anwender

# Willkommen im neuen mds!

- Mit dem neuen mds bieten wir Ihnen eine flexible Webanwendung mit den speziellen Features für die Planung der Out-of-Home-Medien.
- Das Modul „Zielgruppe“ arbeitet in mds mit einer übersichtlichen Blockstruktur. Dadurch werden auch komplexe Zielgruppen anschaulich dargestellt. Es können mehrere Zielgruppen gleichzeitig definiert werden, damit bei weiteren Analysen ein schneller Wechsel möglich ist.
- Ebenso können über das Modul „Gebiet“ mehrere Gebiete gleichzeitig definiert werden. Es ist zudem möglich, BID- und QID-Listen, sowie Dateien mit Gebietsinformationen zu importieren.
- Im Modul „Medien“ werden die im definierten Gebiet relevanten Medien zur Auswahl bereitgestellt. Bei Übernahme in den Auswahl-Bereich muss nur noch die Belegung festgelegt werden, um Mediapläne berechnen zu lassen.
- Erstellte Projekte können wahlweise im Tool gespeichert oder auch exportiert werden.



# Studienauswahl

## Einstieg Quick Start

The screenshot shows the 'mds | out of home' interface. At the top right, there are 'Academy' and 'IK' icons. The main heading is 'Quick Start Mediaplanung'. On the left, a navigation menu is highlighted with a red box, containing 'MA OUT OF HOME', '2021', and '2020'. Below this, a red box labeled 'Navigationsbereich' points to the 'ma 2021 Out of Home' section, which includes a 'Neues Projekt erstellen' button. Below the navigation, a red box labeled 'Zuletzt verwendete Projekte' highlights a section with three project cards: 'Bayern+Kaufkraft' (last edited 9.11.2021, 15:46), 'Mein Testprojekt' (last edited 8.11.2021, 15:58), and 'Mein Projekt' (last edited 4.11.2021, 11:42). Each card has a 'Projekt öffnen' button. At the bottom, a table titled 'Meine Projekte' is visible, with a red box labeled 'IMPORTIEREN' and 'Projekt Import vom Server/Rechner' pointing to an 'IMPORTIEREN' button above the table. The table has columns for 'Bezeichnung', 'Studie', 'Erstellt am', 'Zuletzt geändert', and 'Tags'. A filter for 'Unternehmen' is also shown.

- Im linken Navigationsbereich sind alle Studien sichtbar, für die Sie zählberechtigt sind.
- Durch Mausklick wird die jeweilige Studie ausgewählt, in der das Projekt erstellt werden soll und über ‚Neues Projekt erstellen‘ gelangt man zu den Modulen für die Planungsparameter.
- Es ist auch möglich, ein abgespeichertes Projekt aus **<Zuletzt verwendete Projekte>** erneut zu öffnen und weiter zu bearbeiten.
- Ebenso ist es möglich, anderweitig abgespeicherte Projekte zur Bearbeitung zu importieren.

# Projekt-Management

- Im linken Navigationsbereich sehen Sie die Parameter, die für einen Mediaplan definiert werden müssen:
  - Gebiet, Zielgruppe, Medien
- Der Navigationsbereich kann über das Sandwich Symbol  reduziert werden
- Unter ‚Neues Projekt‘ können Sie Ihr Projekt speichern, laden oder exportieren
- Zusätzlich kann die Option ‚Automatische Speicherung‘ gewählt werden. Alle 3 Minuten wird dann eine Speicherung ausgelöst. 
- Beim Speichern werden folgende Informationen abgefragt:
  - Projektname
  - 4 Tags zur Identifikation
  - Ablageort



# Gebiets-Definition erstellen

Bayern+Kaufkraft

ma 2021 Out of Home  
72.707 Fälle, 70,54 Mio.

Hochrechnung: Mio. Export

**Gebiete**

- Neues Gebiet
- Bayern ohne München hohe Kaufkraft
- Gebietsstand**
- Gebietsstand 31.12.2020
- Ortsgrößenklassen
- GFK Kaufkraftkennziffer 2021

**Gebietsinformationen**

Einwohner: 2.466.491 Haushalte: 1.372.913

**Definition**

**Gebiete**

Bundesland: Bayern

Nur

**Gebietssuche**

münchen 23 Ergebnisse Filter anzeigen

Bundesland  Regierungsbezirk  Kreis  Gemeinde  Liste  Übernehmen in ...

	Gebietsname ↑	Gebietschlüssel	Gebietsart
<input type="checkbox"/>	Garching b. München, St	09184119000	Gemeinde
<input type="checkbox"/>	Grafing b. München, St	09175122000	Gemeinde
<input type="checkbox"/>	Kirchheim b. München	09184131000	Gemeinde

- Die Ordner-Ebenen unter <Gebietsstand> lassen sich per Mausclick öffnen. Die Auswahl der Gebietsmerkmale wird dann per Drag&Drop in den rechten Bereich <Definition> herübergezogen.
- Es gibt aber auch die Möglichkeit, über das Lupen-Zeichen gezielt z.B. nach Ortsnamen zu suchen und diese in die Auswahl zu übernehmen
- Mit der shift-Taste, kann eine Mehrfachauswahl auf Merkmals-Ebene erfolgen.
- Die differenzierte Auswahl von Gebieten ist durch die Parameter „Nur“ und „Nicht“ möglich.
- Nach der Definition des Gebiets empfiehlt es sich, diesem über die Funktion ‚Umbenennen‘ einen passenden Namen zu geben.
- Über das „+“ Zeichen können weitere Gebiete angelegt werden.

# Zielgruppen-Definition

The screenshot displays the 'ma 2021 Out of Home' interface. A sidebar on the left shows navigation options: 'Mein Testprojekt', 'ma 2021 Out of Home' (72.707 Fälle, 70,54 Mio.), 'GEBIET', 'ZIELGRUPPE', and 'MEDIEN'. The main area is titled 'Neue Zielgruppe anlegen'. A form contains a text input field with 'Testzielgruppe Frauen unter 30'. Below the form are buttons for 'ABBRECHEN' and 'ZIELGRUPPE HINZUFÜGEN'. A 'Hochrechnung' section shows 'Mio.' and 'Exportieren'. A 'Definition' section includes 'LÖSCHEN' and 'NEGIEREN'. A 'Merkmalssuche' dialog is open, showing search results for 'bahn'. The dialog has a search bar with 'bahn' and 6 results. It includes a 'Filter anzeigen' toggle and an 'Übernehmen' button. The results table has columns for 'Merkmalbezeichnung' and 'Kategorie'. A 'Vorschau' section shows a preview of the selected feature.

**Neue Zielgruppe anlegen**

Name der Zielgruppe  
Testzielgruppe Frauen unter 30

ABBRECHEN ZIELGRUPPE HINZUFÜGEN

Hochrechnung: Mio. Exportieren

Kein Gebiet ausgewählt Fälle: 72.707 Mio.: 70,54 Prozent: 100.0 %

**Merkmalssuche**

Suche: bahn 6 Ergebnisse Filter anzeigen Übernehmen

Merkmalbezeichnung	Kategorie
<input type="checkbox"/> <b>Bahn</b> auf längeren Strecken	Nutzungshäufigkeit Verkehrsmittel
<input type="checkbox"/> Bus oder Straßen <b>bahn</b> in der Region	Nutzungshäufigkeit Verkehrsmittel
<input type="checkbox"/> Nutzung des Verkehrsmittels: <b>Bahn</b> auf längeren Strecken	Bahn auf längeren Strecken
<input type="checkbox"/> Nutzung des Verkehrsmittels: Bus oder Straßen <b>bahn</b> in der Region	Bus oder Straßenbahn in der Region
<input type="checkbox"/> Nutzung des Verkehrsmittels: U- <b>Bahn</b> , S- <b>Bahn</b> oder Regional <b>bahn</b> ...	U-Bahn, S-Bahn oder Regionalbahn in der Region
<input type="checkbox"/> U- <b>Bahn</b> , S- <b>Bahn</b> oder Regional <b>bahn</b> in der Region	Nutzungshäufigkeit Verkehrsmittel

**Vorschau** Nachbarn anzeigen

- Verkehrsmittelnutzung/Wege außer Haus
- Nutzungshäufigkeit Verkehrsmittel
- Bahn auf längeren Strecken

- Die Auswahl der Merkmale erfolgt per Drag&Drop aus dem Merkmalsbaum in das Definitionsfenster. Die logischen Verknüpfungen werden über die rechts platzierten Operatoren gesteuert.
- Voreingestellt ist die Zielgruppe Gesamt. Es können über „+“ mehrere Zielgruppen angelegt und später flexibel umgestellt werden.
- Namensänderungen und weitere Funktionen, wie duplizieren, sind über „⋮“ verfügbar
- Aus diesen Zielgruppen können Sie innerhalb dieses Projektes jederzeit die Passende auswählen.

# Zielgruppen

## Definition erstellen

← Neues Projekt

ma 2021 Out of Home  
72.707 Fälle, 70,54 Mio.

Hochrechnung: Mio.

GEBIET

ZIELGRUPPE

MEDIEN

Zielgruppe +

Neue Zielgruppe

Testzielgruppe Frauen unter 30

Merkmale 🔍

Vorspalte ma-Berichtsband

- Geschlecht
  - Männer
  - Frauen
- Stellung im Haushalt
- Altersgruppen
  - Altersgruppen
    - 14 - 19 Jahre
    - 20 - 29 Jahre
    - 30 - 39 Jahre
    - 40 - 49 Jahre
    - 50 - 59 Jahre

Definition

LÖSCHEN NEGIEREN

Geschlecht und

- Frauen

oder



Altersgruppen

- 14 - 19 Jahre
- 20 - 29 Jahre

Potenzial

Kein Gebiet ausgewählt

Fälle: 6.989 Mio.: 6,78 Prozent: 9.6%

- Die Ordner-Ebenen unter <Merkmale> lassen sich per Mausclick öffnen. Je nach Tiefe des Merkmalsbaums erscheinen dann die grau markierten wählbaren Merkmale. Diese werden per Drag&Drop in den rechten Bereich <Definition> herübergezogen.
- Beim Einfügen dieser Objekte in den Definitionsbereich wird die Position in der Block-Struktur durch schräge Schraffur im Hintergrund angezeigt und gibt Orientierung, in welchen Block das Merkmal integriert wird.
- Mehrfachmarkieren von Merkmalen ist mit der shift-Taste möglich.
- Merkmale können mit den Operatoren „UND“, „ODER“ oder „M von N“ logisch verknüpft werden. Negieren von Merkmalen ist oberhalb positioniert
- Über   ist rückgängig und wiederholen verfügbar.

# Medien

## Baumansicht - Einzelauswahl

Bayern+Kaufkraft

ma 2021 Out of Home  
72.707 Fälle, 70,54 Mio.

Hochrechnung: Mio. Exportieren

**Medien** AUSWAHLKRITERIEN

Anbieter  Bundesländer

Einzelstellen, Netze (8)  
Großfläche (4)  
Ganzstelle (1)  
City-Light-Select (1)  
Mega-Light-Select (1)  
City-Light-Poster (8)  
Erlangen Essential (44)  
Erlangen Premium (85)  
Freising (64)  
Ingolstadt Essential (77)  
Ingolstadt Premium (147)  
Landshut Premium (43)  
Neuried, Hauptnetz; >0,24 Mio. PpS (16)  
Unterschleißheim, Hauptnetz (24)  
Mega-Light / City-Light-Board (2)  
Digitales Meoa-Licht/City-Light-Board (1)

Planungsoptionen

Bayern ohne München hohe Kaufkraft EW: 2.466.491 HH: 1.372.913  
Testzielgruppe Frauen unter 30 Fälle: 2.503 Mio.: 2.43 Potential: 3.4%

Auswahl LÖSCHEN FILTER LAYOUT

Werbeträger	Stellenart	Plan 1
Noch keine Daten hinzugefügt		

Ergebnisse Erweiterte Ansicht

Plan 1
Kosten in Euro 0

- Die Planungsoptionen Gebiet und Zielgruppe sind definiert. Dann kann die Auswahl der Medien stattfinden.
- Die Gebietsdefinition wirkt sich auf die angezeigten Medien aus. Es werden nur noch die im definierten Gebiet belegbaren Angebote angezeigt.

### Option 1 | Einzelauswahl:

- Es können die gewünschten planungsrelevanten Medien per Drag&Drop rechts in den Bereich <Auswahl> gezogen werden.
- Auch hier kann über Markieren und shift-Taste eine Mehrfachauswahl stattfinden.
- Über die Schalter <Anbieter> und <Bundesländer> lässt sich die Ordner-Struktur variieren.



# Medien

## Auswahlkriterien

The screenshot displays the 'ma 2021 Out of Home' campaign interface. A red box highlights the 'AUSWAHLKRITERIEN' (Selection Criteria) section, which includes a dropdown menu with 'Einzelstellen, Netze' selected. Below this, a modal window titled 'Auswahlkriterien' is open, showing two options: 'Einzelstellen MIT OPTION BELEGUNGSVORSCHLAG' and 'Netze KLASSISCH'. A red box also highlights the 'Einzelstellen' option in this modal. The background interface shows various filters and a table with columns for 'Stellenart' and 'Plan 1'.

### Option 2 | Auswahlkriterien:

- Über die Auswahlkriterien kann man Einzelstellen nach Stellenarten und auch nach Anbietern systematisch auswählen.
- Die Auswahl mündet optional in einem Belegungsvorschlag.
- Netze aus Stellenarten lassen sich gleichfalls über die Vorauswahl <Netze> und <Anbieter> übertragen. Ein Belegungsvorschlag wird aber nicht angeboten, da Netze nur mit einer Geo-Adresse, stellvertretend für alle Stellen, ausgestattet sind.
- Die Selektion erfolgt über An-/ Abwahl der gewünschten Kriterien (siehe Beispiel).
- Nach <Weiter> kann man mit <Auswahl hinzufügen> alle Angebote, die die Vorgaben erfüllen, in das Auswahlfenster Medien übertragen

# Medien

## Auswahlkriterien | Belegungsvorschlag

### Auswahlkriterien

Einzelstellen  Anbieter  **3 Belegungsvorschlag**

#### Zielkriterien für einen Belegungsvorschlag

Gebietsauswahl:  
Bayern mit Kaufkraftkennziffern hoch, sehr hoch ▾

Etat  GRP  Reichweite in %  Quote

Bitte geben Sie einen gültigen Wert größer als 0 ein.

ZURÜCK **BELEGUNGSVORSCHLAG ERSTELLEN**

### Option 2 | Auswahlkriterien:

- Einen Belegungsvorschlag kann man sich nach verschiedenen Zielvorgaben erstellen lassen:
  - Etat (Budget)
  - GRP
  - Reichweite in %
  - Quote
- Innerhalb des ausgewählten Gebietes wird dann ein Vorschlag berechnet und in die Medianauswahl (als Plan 2, oder höher) übertragen. Die Einschalthäufigkeit beträgt dabei immer 1. Da ein Vorschlag, z.B. basierend auf Reichweite, rechenintensiver ist, ist die Laufzeit auch entsprechend höher.

# Mediapläne

Planungsoptionen | Auswahl | Ergebnisse

The screenshot displays the 'ma 2021 Out of Home' planning interface. The top navigation bar includes 'Planung' and 'Breaks'. The main area is divided into three sections: 'Planungsoptionen', 'Auswahl', and 'Ergebnisse'. The 'Planungsoptionen' section shows a dropdown menu for 'Bayern mit Kaufkraftkennziffern hoch, sehr hoch' with metrics for EW (2.466.491) and HH (1.372.913). The 'Auswahl' section lists media options like 'Werbeträger (2393)' and 'Aachen-1stClass Net'. The 'Ergebnisse' section shows a table with columns for 'Plan 1' and 'Kosten in Euro'. A context menu is open over the 'Plan 1' column, listing actions such as 'Belegung setzen', 'Umbenennen', 'Löschen', 'Kopieren', 'Einfügen', 'Ergänzen', and 'Importieren'. The interface also features a sidebar with 'Medien' and 'Auswahlkriterien' sections.

- Unter <Planungsoptionen> werden Gebiet und ggfs. die Zielgruppe eingestellt. Auf diesen Parametern werden dann die Leistungswerte berechnet.
- Unter <Auswahl> sind die selektierten Medien gelistet.
- Unter <Ergebnisse> werden für die definierten Pläne alle gewünschten Leistungswerte (Kosten, Reichweite, Kontakte, GRP) und Infofelder der aktuellen Zielgruppe und bezogen auf das Gebiet ausgegeben.
- Zur besseren Lesbarkeit können die Inhalte der Blöcke <Planungsoptionen> und <Ergebnis> mit ▼ reduziert werden.
- Der erstellte Mediaplan kann im Excel-Format exportiert werden.

# Mediapläne

## Funktionen

The screenshot shows the Mediaplanung software interface. Key features are highlighted with red boxes and callouts:

- Hochrechnung:** A dropdown menu set to 'Mio.' with a callout: **Umstelloption Mio./Tsd.**
- Exportieren:** A button with a download icon and a callout: **Excel**.
- Planungsoptionen:** Includes 'Bayern mit Kaufkraftkennziffern hoch, sehr hoch', 'EW: 2.466.491', 'HH: 1.372.913', and 'Potential: 0.0 %'.
- Auswahl:** A table with columns 'Auswahl', 'LÖSCHE', 'FILTER', and 'LAYOUT'. A callout **Check-boxen** points to the selection checkboxes. A callout **Werbeträger filtern** points to the 'FILTER' button.
- Medienfilter:** A dialog box with dropdowns for 'Stellenart', 'Beleuchtung', 'Position', 'Anbieter', and 'Standort'. A callout **Check-boxen** points to the selection checkboxes.
- Medienlayout:** A dialog box with 'Spaltenauswahl' and checkboxes for 'Stellenart', 'Standort', 'Belegungsdauer', 'PID', 'Beleuchtung', 'Preis', 'BID/QID', 'Anbieter', and 'Anzahl Stellen'. A callout **Check-boxen** points to the selection checkboxes.

- Die Auswahl kann verfeinert werden, indem über die Checkbox, links neben den ausgewählten Objekten, einzelne Medien markiert werden. Diese ausgewählten Objekte können jetzt z.B. gelöscht oder über <Belegung setzen> eine Einschalthäufigkeit zugewiesen bekommen.
- Weiterhin gibt es die Möglichkeit, die Ansicht der gewählten Angebote nach verschiedenen Kriterien zu filtern. Ein Aktion (z.B. Löschen oder Belegung) gilt dann nur für die gefilterten Werbeträger.
- Zusätzlich kann das Layout für die Darstellung der Medien bestimmt werden. Das ausgewählte Layout wird auch beim Excel-Export berücksichtigt.



# Mediapläne

## Breaks

Planung Breaks Hochrechnung: Mio. Exportieren

Medien AUSWAHLKRITERIEN Planungsoptionen Potential: 3.4%

Anbieter Bundesländer

Planung Breaks Hochrechnung: Mio.

Merkmal

- GRUNDGESAMTHEITEN
- Vorspalte ma-Berichtsband
- Gebietsinformationen
- Merkmale des Befragten
- Merkmale des Hauptverdieners
- Merkmale des Haushaltes
- Zusatzinformationen zum Befragten
- Verkehrsmittelnutzung/Wege außer Haus

Planungsoptionen Potential: 3.4%

Auswahl LÖSCHEN LAYOUT

Merkmal	Mio.	% vert.	RW %	Reichweite in Mio.	Kontakte in Mio.	Index RW	RW %	Reichweite in Mio.	Kontakte in Mio.	Index RW
Basis	2,43	100,0	82,0	1,99						
Altersgruppen										
<input type="checkbox"/> 14 - 19 Jahre	0,21	8,7	63,3	0,13						
<input type="checkbox"/> 20 - 29 Jahre	0,34	13,9	83,5	0,26						
<input type="checkbox"/> 30 - 39 Jahre	0,35	14,3	85,0	0,30						
<input type="checkbox"/> 40 - 49 Jahre	0,34	14,1	85,8	0,29						

Medienlayout

Spaltenauswahl LAYOUT ZURÜCKSETZEN

Basis

ALLE AUSWÄHLEN

Hochrechnung

Spaltenprozentage

Fälle

Infofelder

ALLE AUSWÄHLEN

Reichweite %

Reichweite

Zusammensetzung

GRP

Index Reichweite

Euro pro 1.000 Nutzer

Reichweite Hochrechnung

Kontakte

Durchschnittskontakte

Index GRP

Euro pro 1.000 Kontakte

ABBRECHEN LAYOUT ANWENDEN

- Mit Breaks kann man die erreichten Personen nach Strukturen analysieren. Erst wenn mindestens ein Belegung gesetzt wurde, ist das Feld aktiv.
- Ähnlich wie bei den Zielgruppen werden per Drag&Drop die Zeilen angelegt, über das Layout dann die Ausprägungen ausgewählt.
- Die Breaks können als Excel-Datei exportiert werden

# Importe

Gebiete | QID/BID's

▼ Gebietsinformationen

Einwohner: 2.466.491 Haushalte: 1.372.913

Definition

▼ Gebiete

Auswahl zurücksetzen

Importieren

Importieren

Typ

Kennziffern (GKZ/KKZ)  Postleitzahlen

Einfügen in

Gebiete  Nur  Nicht

DATEI HINZUFÜGEN Noch keine Datei ausgewählt

ABBRECHEN **IMPORTIEREN**

Auswahl LÖSCHEN FILTER LAYOUT

<input type="checkbox"/>	Werbeträger (179)	Stellenart	Plan 1	+
<input type="checkbox"/>	Berlin Premium-Netz	ML/CLB	Belegung setzen	
<input type="checkbox"/>	Bremerhaven	ML/CLB	Umbenennen	
<input type="checkbox"/>	Dessau-Roßlau	ML/CLB	Löscher	
			Kopieren	
			Einfügen	
			Ergänzen	
			Importieren	

▼ Ergebnisse

QID/BID Import

DATEI HINZUFÜGEN Noch keine Datei ausgewählt

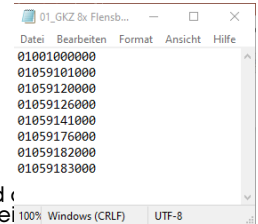
ABBRECHEN **IMPORTIEREN**

## Importe sind in verschiedenen Menüs möglich:

- Gebiete:
  - GKZ, KKZ, PLZ auf Basis csv- oder txt-Dateien

Bsp. <name>.txt:

Wichtig:  
keine  
Leerzeichen  
hinter dem  
Schlüssel!



- QID/BID's mit und (Einschaltheufigkeit)

Bsp. <name>.csv  
mit  
Belegungsfrequenz

- Nicht einlesbare QID/BID's werden per Hinweisfenster dokumentiert

	A	B
1	20002170	4
2	20002168	
3		

# Gebiet

Auf Basis belegter Medien anlegen

- Aus der aktuellen Medienauswahl kann man sich ein Gebiet erzeugen lassen, das dem Belegungsgebiet entspricht
- Das Gebiet bekommt den Namen: „Mediengebiet“ ist in die Gebietsliste ergänzt und es erscheint ein Hinweis:

✓ Das Gebiet wurde erfolgreich angelegt. ✕



**FRAGEN?  
SCHREIBEN SIE EINE E-MAIL ODER RUFEN SIE  
GERN AN!**

*Kontakt:*

*[mads-service@axelspringer.com](mailto:mads-service@axelspringer.com)*

*mads Service – Tel: 040 347 22507*