



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'. A left-hand navigation menu is highlighted with a red box, containing 'MA OUT OF HOME', '2021', and '2020'. Below this menu, a red box labeled 'Navigationsbereich' points to the 'ma 2021 Out of Home' section, which includes a 'Neues Projekt erstellen' button. Below the navigation menu, 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 the text 'Projekt Import vom Server/Rechner' pointing to the 'Importieren' button in the table's header.

- 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. The main window shows a sidebar with 'ZIELGRUPPE' selected, a central area with 'Neue Zielgruppe' and 'Merkmale', and a right panel with 'Definition' and 'Hochrechnung'. A red box highlights the 'Neue Zielgruppe anlegen' dialog, which contains a text input field with 'Testzielgruppe Frauen unter 30', an 'ABBRECHEN' button, and a 'ZIELGRUPPE HINZUFÜGEN' button. Another red box highlights a context menu with options: 'Umbenennen', 'Duplizieren', and 'Löschen'. A third red box highlights the 'Merkmalssuche' dialog, which shows search results for 'bahn' with 6 results. The search results table is as follows:

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

- 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

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

Hochrechnung: Mio. ▾

Kein Gebiet ausgewählt ▾ Fälle: 6.989 Mio.: 6,78 Prozent: 9,6%

Definition LÖSCHEN NEGIEREN

Geschlecht
• Frauen

und ▾

Altersgruppen
• 14 - 19 Jahre
• 20 - 29 Jahre

oder ▾

- 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 Potential: 3.4 %

Testzielgruppe Frauen unter 30 Fälle: 2.503 Mio.: 2.43

Auswahl LÖSCHEN FILTER LAYOUT

Werbeträger	Stellenart	Plan 1	Kosten in Euro
			0

Erweiterte Ansicht

- 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 mds software interface for media planning. The main window shows a campaign overview for 'ma 2021 Out of Home' with 72,707 cases and 70,54 million reach. The 'Medien' section is active, showing a list of media types: Einzelstellen, Netze, Großfläche, and Ganzstelle. A red box highlights the 'Auswahlkriterien' (Selection Criteria) button in the 'Medien' section. Below this, a dialog box titled 'Auswahlkriterien' is open, showing two tabs: 'Einzelstellen' (Individual Stations) and 'Netze' (Networks). The 'Einzelstellen' tab is selected and contains the text 'MIT OPTION BELEGUNGSVORSCHLAG'. The 'Netze' tab contains the text 'KLASSISCH'. A red box highlights the 'Einzelstellen' tab and its content. The background interface shows a table of media spots with columns for 'Stellenart' (Station Type) and 'Plan 1'. The table is currently empty, with a message 'Noch keine Daten hinzugefügt' (No data added yet). The 'Erweiterte Ansicht' (Advanced View) toggle is turned on.

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 content area is divided into three sections: 'Planungsoptionen', 'Auswahl', and 'Ergebnisse'. The 'Planungsoptionen' section shows a dropdown menu for 'Bayern mit Kaufkraftkennziffern hoch, sehr hoch' and a 'Potential' bar at 0.0%. The 'Auswahl' section contains a table with columns for 'Werbeträger', 'Stellenart', and 'Plan 1'. A context menu is open over the 'Plan 1' column, listing actions like 'Belegung setzen', 'Umbenennen', 'Löschen', 'Kopieren', 'Einfügen', 'Ergänzen', and 'Importieren'. The 'Ergebnisse' section shows a table with 'Kosten in Euro' and a value of '0'. The interface also features a left sidebar with 'Medien', 'GEBIET', 'ZIELGRUPPE', and 'MEDIAEN' sections, and a top right area with 'Hochrechnung: Mio.' and 'Exportieren' buttons.

- 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' options: 'Stellenart' (checked), '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%

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	Basis			Plan 1			Plan 2			
	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	Löschen	
			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

mads Service – Tel: 040 347 22507