

» LEISTUNGSSPEKTRUM DER MEDIAAGENTUREN

Die Mediaagenturen bieten ein Leistungsspektrum aus folgenden Bereichen in unterschiedlicher Ausprägung an:

1) Mediaanalyse und -forschung

Die Agenturen berücksichtigen bei ihren Planungsarbeiten und zur Sicherung ihrer Empfehlungen alle Informationsquellen, deren Nutzung für die Tätigkeit im Mediabereich branchenüblich ist. Dies betrifft sowohl den Bereich der Sekundärforschung wie auch ggf. der Primärforschung.

2) Mediaberatung und -planung

Hierunter fallen insbesondere:

- Analyse der Kunden-Briefings und gemeinsame Feinabstimmung von Kommunikations- und Marketingzielen sowie Mediazielen.
 - Analyse der Werbeinvestitionen sowie Beratung bei der Festlegung und Verteilung des erforderlichen Mediaetats, um die Kommunikations- und Marketingziele zu erreichen.
 - Entwicklung einer dem Kommunikationsziel/der Kommunikationsziele entsprechenden Mediastrategie.
 - Ausarbeitung der Mediaplanung mit einer Einzeldarstellung:
 - a) für die definierten Zielgruppen,
 - b) für alle eingesetzten Mediagattungen,
 - c) nach Budget- und Kostengesichtspunkten,
 - d) mit Angabe der zeitlichen Verteilungen der Werbemittel und Werbeträger,
 - e) mit Nachweis der erzielten Medialeistung pro definierter Zielgruppe.
-

3) Mediaeinkauf inkl. Konditions- und Platzierungsverhandlungen für Kunden

Hierunter fallen insbesondere:

- Auftragserteilung an die Medien im eigenen Namen und mit eigener Rechnung nach vom Kunden genehmigten Mediadetailplänen.
- Verhandlungen mit den Medien zur Erreichung der optimalen Mengen- und Wiederholungsrabatte, wobei das Gesamtauftragsvolumens des Kunden berücksichtigt wird.
- Vereinbarung von Grundabschlüssen, Rabattkontrollen und Rabattoptimierungen.
- Erstellung von verbindlichen Kosten- und Terminplänen basierend auf den Auftragsbestätigungen der Medien.
- Platzierungs- und Erscheinungskontrolle hinsichtlich Einschaltzeiten, Platzierungen, Formaten und Ausstattungen der Werbemittel anhand der Belegexemplare bzw. der Ausstrahlungslisten bei elektronischen Medien.
- Überprüfung der Werbeträgerrechnungen und Endabrechnung der Einschaltkosten im Auftrag der Kunden.

4) Mediatechnische administrative Abwicklung zwischen Medien, Kunden und Kreativagenturen

Die Mediaagenturen gewährleisten grundsätzlich eine enge und reibungslose Zusammenarbeit mit der/den für die Kunden tätigen Kreativagentur/en.

Hierzu zählen insbesondere:

- Zusammenstellung der in den Tarifen der Medien enthaltenen und von den Kreativagenturen benötigten Angaben für die rechtzeitige Herstellung der Werbemittel sowie die Übermittlung dieser Informationen an die Kreativagenturen. (Der Versand der Werbemittel erfolgt durch die Kreativagenturen.)
- Durchführung von Reklamationen in enger Abstimmung mit dem Kunden und den Kreativagenturen, soweit sie mediaseitig verursacht sind.

5) Finanztechnische Abwicklung gegenüber Medien und Kunden

Hierzu zählen insbesondere:

- Erstellung von Vorausrechnungen für die Mediaeinschaltkosten und rechtzeitige Übermittlung dieser an die Kunden gemäß den
-

vereinbarten Zahlungsbedingungen zur optimalen Rabatt- und Skontoausschöpfung gegenüber den Medien.

- Überprüfung und Bezahlung der Medienrechnungen und falls erforderlich Durchführung und Abwicklung von Beanstandungen in Absprache mit den Kunden.
- Endabrechnung der Einschaltungen mit den Kunden gemäß den vereinbarten Zahlungsbedingungen.

6) Kontrolle und Auswertung von Mediaeinsätzen jeglicher Art

Hierzu zählen insbesondere:

- Ex-Post-Dokumentation und Analyse aller durchgeführten Mediamassnahmen, sowohl einzelner Kampagnen als auch der Gesamtjahresperformance.
 - Interpretation und Bewertung der Ex-Post-Analyse als Entscheidungsgrundlage für zukünftige Massnahmen.
-