

Anne Marx

Media für Manager

Alles, was Sie über Medien und
Media-Agenturen wissen müssen



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Vorwort | 5 |
| 1. Das Verhältnis zwischen Medien, Kunden und Agenturen | 11 |
| 2. Die Arbeit der Media-Agenturen | 19 |
| 2.1 Die Honorierung der Media-Arbeit | 19 |
| 2.2 Fehlende Transparenz | 24 |
| 2.3 Honorierungsmodelle | 27 |
| 3. Der Agenturvertrag | 31 |
| 4. Erfolgreiche Media-Planung | 37 |
| 4.1 Das Media-Briefing | 37 |
| 4.2 Die Media-Strategie | 45 |
| 5. Die Erfolgskontrolle und Überwachung der Media-Maßnahmen | 55 |
| 5.1 Ex-Post-Analysen | 55 |
| 5.2 Wettbewerbsaspekte | 55 |
| 5.3 Reporting | 56 |
| 5.4 Zeitlicher Ablauf | 56 |
| 5.5 Research und Testing | 57 |
| 5.6 Media-Training | 58 |
| 6. Die Mediengattungen und Werbeformen | 59 |
| 6.1 Media-Mix | 59 |
| 6.2 Fernsehen | 60 |

8 Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------------|---|------------|
| 6.3 | Publikumszeitschriften | 63 |
| 6.4 | Tageszeitungen | 64 |
| 6.5 | Hörfunk | 64 |
| 6.6 | Plakat – Outdoor | 65 |
| 6.7 | Kino | 65 |
| 6.8 | Online | 66 |
| 6.9 | Google | 68 |
| 6.10 | Direct Mail | 69 |
| 6.11 | Sonderwerbformen | 70 |
| 6.12 | Cross-Media | 72 |
| 6.13 | Sponsoring | 73 |
| 7. | Die Bedeutung von TV als Basismedium | 75 |
| 7.1 | Die Entwicklung des Brutto-Werbemarkts | 76 |
| 7.2 | Die TV-Planung in der Media-Agentur | 78 |
| 7.3 | Die TV-Vermarktung | 85 |
| 8. | Die Arbeit eines externen Beraters | 89 |
| 8.1 | Prozess- und Strukturanalyse | 89 |
| 8.2 | Input-Output-Analyse | 90 |
| 8.3 | Durchführung eines Media-Pitches | 94 |
| 9. | Welche Veränderungen sind erkennbar? | 97 |
| 9.1 | Kommunikation im Wandel | 97 |
| 9.2 | Zukünftige Erlös- und Vermarktermodelle | 99 |
| 10. | Praktisches Media-Wissen | 103 |
| 10.1 | Wichtige Begriffe | 103 |
| 10.2 | Wichtige Kennziffern und Formeln | 115 |
| 10.3 | Media-Einkauf: Brutto- und Nettopreise | 116 |
| 10.4 | Organisationen und Verbände | 118 |
| 10.5 | Online-Media-Wissen | 120 |
| 10.6 | Wichtige Datenquellen | 122 |
| 10.7 | Branchendienste | 123 |

Inhaltsverzeichnis 9

| | | |
|------|--------------------------------------|------------|
| 10.8 | Marktforschungsinstitute | 123 |
| 10.9 | Weitere wichtige Vermarkter-Adressen | 124 |
| | Stichwortverzeichnis | 125 |
| | Die Autorin | 129 |