

Was ist Ihre Pressearbeit wert? AVE und Werbeäquivalenzwert

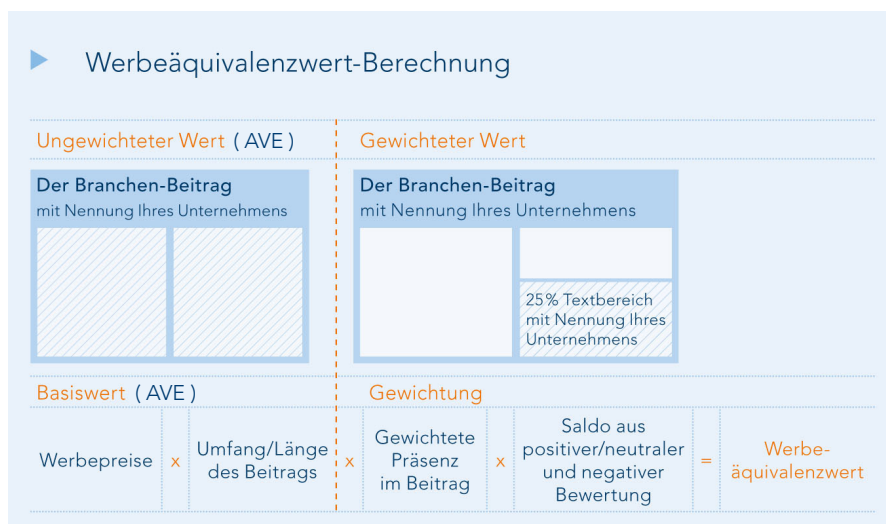
Neben den klassischen Mediadaten, wie IVW-geprüften Auflagenzahlen und durch die ag.ma erhobenen Reichweiten, stellt die PMG ab sofort auch den einfachen, ungewichteten Werbeäquivalenzwert (auch Advertising Value Equivalent, kurz AVE, genannt) für eine Vielzahl von Publikationen* über das Presse-Monitor®-System innerhalb der Artikel bereit.

WAS SAGT DER PMG AVE AUS...

Erscheint ein redaktioneller Beitrag über Ihr Haus in einem Medium, beziffert der PMG AVE die Summe in Euro, die man für eine Anzeige in diesem Medium an gleicher Stelle hätte bezahlen müssen.

... UND WIE WIRD ER ERRECHNET?

Grundlage der Berechnung sind 4c-Anzeigenpreise bzw. Textteil-Anzeigenpreise des jeweiligen Titels. Multipliziert mit der Größe des Beitrages ergibt sich der PMG AVE. Die Größe des Beitrages wird mit Hilfe der Zeichenanzahl bestimmt. Zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit wird bei der Größenermittlung der Textteil zu Grunde gelegt (ohne Überschriften/Unterüberschriften und Fotos/Abbildungen/Grafiken).



UND WAS IST DER GEWICHTETE WERBEÄQUIVALENZWERT DER PMG?

Die Berechnung des feineren, gewichteten Werbeäquivalenzwertes geht noch einen entscheidenden Schritt weiter. Wesentliche qualitative Aspekte eines redaktionellen Beitrags wie die Tonalität und/oder der Textbereich Ihres Hauses innerhalb eines Artikels fließen in die Werbeäquivalenzwertanalyse der PMG mit ein.

Sie haben Fragen zu unseren Produkten und Dienstleistungen? Dann beraten wir Sie gerne.

PMG Presse-Monitor GmbH
Markgrafenstraße 62
10969 Berlin

T +49 (0)30 2 84 93-0
F +49 (0)30 2 84 93-200

info@presse-monitor.de

*Eine Übersicht aller Titel, für die der AVE bereit gestellt werden kann, erhalten Sie gerne auf Anfrage. In Einzelfällen enthalten Neben-/Lokalausgaben den AVE-Wert der Hauptausgabe.