



PMG AVE – ungewichteter Werbeäquivalenzwert

Neben den klassischen Mediadaten, wie IVW-geprüften Auflagenzahlen und durch dieagma erhobene Reichweiten, stellt Ihnen die PMG auch den einfachen, ungewichteten Werbeäquivalenzwert (Advertising Value Equivalent, kurz AVE) für eine Vielzahl von Print- und Online-Publikationen über die PMG Pressedatenbank bereit.

Bei Berücksichtigung weiterer qualitativer Faktoren wie der anteiligen Präsenz im Beitrag und der Tonalität können Sie den PMG AVE als Basis zur Berechnung gewichteter Werte nutzen.

Antworten auf die wichtigsten Fragen

→ Was sagt der PMG AVE aus?

Erscheint ein redaktioneller Beitrag über Ihr Thema in einem Medium, beziffert der PMG AVE die Summe in Euro, die Sie für eine Anzeige in diesem Medium von der Größe des Beitrags an gleicher Stelle hätten bezahlen müssen – bzw. für ein Standard-Banner des Online-Mediums.

→ Wie wird der PMG AVE errechnet?

Für *Printmedien* ist die Grundlage der Berechnung der 4c-Anzeigenpreis bzw. der Textteil-Anzeigenpreis 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). Für *Online-Medien* liegt der Tausenderkontaktpreis eines Standardbanners zu Grunde und wird mit der durchschnittlichen Anzahl der Page Impressions pro Tag gewichtet.

100 € pro Monat*

Eine aktuelle Übersicht aller Titel, für die der AVE bereitgestellt werden kann, erhalten Sie auf der PMG Website im Medienpanel. In Einzelfällen enthalten Neben-/Lokalausgaben den AVE-Wert der Hauptausgabe.

* Der Betrag ist nicht anrechenbar auf bereits gekaufte Beiträge und Lizenzen. Die Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlich geltenden Umsatzsteuer.

So wird der
PMG AVE angezeigt:

ZEIT ONLINE vom 08.07.2018	ZEIT ONLINE
Autor: Oliver Kaever	Nummer: 18
Seite: 0	Visits (VpD): 1,65 (in Mio.)
Gattung: Online-Quelle	Unique Users (UUpD): 0,500 (in Mio.)
Jahrgang: 2018	AVE (Online): 119.509 EUR (ungewichtet)
Weblink: www.zeit.de/kultur/film/2018-06/disney-fox-fusion-filmstudio-hollywood	
Disney und Fox	
Showdown in Hollywood	