

automatisch generierter

# Bericht

Projekt: Mc Donalds Placement in Vaterfreuden  
PLACE: Placement in Vaterfreuden

Datum: 29.03.2016

## Allgemeine Bewertung des primären PLACE

Potenzieller Zielerreichungsgrad (PDGA)

102,7 %

Der PDGA beschreibt wie gut Sie mit der getesteten Platzierung Ihre Ziele erreichen können.

Der untersuchte PLACE scheint perfekt zu Ihren Zielen zu passen. Glückwunsch!

Da der PDGA bereits recht hoch ist, sollten Sie die Detail-Evaluation hinsichtlich weiterer Optimierungs-Möglichkeiten prüfen.

## Liste und Bewertung aller PLACE-Parameter

#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#1	Werbekampagnen in der Vergangenheit	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#2	Werbekampagnen vor Kurzem	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#3	Zusätzliche Werbekampagne währenddessen	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#4	Sonstige Informationen zur Marketingstrategie	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#5	Art des Formats	<b>Film</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#6	Art des PLACE	<b>Objektplatzierung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#7	Genre	<b>Komödie und Unterhaltung</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Dokumentation</b>
#8	Teile	<b>Einteiler</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#9	Länge	<b>Lang</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#10	Primärer Auswertungskanal	<b>Kino</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#11	Moderation	<b>Nein</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#12	Generelle Menge an Werbung im Format	<b>Wenige</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Exklusiv</b>
#13	Werbung direkter Konkurrenten im Format	<b>Exklusiv</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#14	Reichweite gesamt	<b>1500000</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#15	Kosten gesamt	<b>0 EUR</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#16	Direkte Kosten	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#17	Kalkulatorische Kosten	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#18	Bedeutsamkeit des Formats	<b>85</b> (Skala: 0 bis 100) (gering bis hoch)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

#19	Anzahl an Einblendungen	<b>2</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#20	Häufigkeit der Erwähnungen	<b>3 bis 6</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>2</b>
#21	Darbietung bei häufiger Integration	<b>Ähnlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#22	Anzahl an Sub PLACES	<b>2</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#23	Kongruenz zwischen PLACE und Werbeobjekt	<b>65</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#24	Hinweis auf das Placement	<b>30</b> (Skala: 0 bis 100) (schwach bis stark)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>80</b>

## Sub PLACE 1 von 2

#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#25	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#26	Modalität	<b>Audiovisuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#27	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>100 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#28	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>25 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>0 %</b>
#29	Prominenz des Werbeobjekts	<b>60</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>0</b>
#30	Plot Connection	<b>95</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#31	Realismus	<b>80 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#32	Zeitliche Position der Einbindung	<b>1. Viertel</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#33	Einblendungszeit	<b>&lt; 4 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#34	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>75</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten

#35	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>100 %</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#36	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Vordergrund</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#37	Flächenplatzierung	<b>Mitte</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#38	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#39	Bewegung	<b>Bewegung des Werbeobjekts</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#40	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#41	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Explizite Detailbeschreibung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#42	Endorsement	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#43	Endorsement: Rolle	<b>Hauptrolle</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#44	Endorsement: Geschlecht	<b>Männlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#45	Endorsement: Bekanntheit	<b>Bekannt</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#46	Spannung der Szene	<b>-20</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#47	Stimmung der Szene	<b>80</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#48	Emotionaler Kontext der Szene	<b>70</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
<b>Sub PLACE 2 von 2</b>					
#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#49	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#50	Modalität	<b>Audiovisuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

#51	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>95 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>0 %</b>
#52	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>10 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#53	Prominenz des Werbeobjekts	<b>55</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>0</b>
#54	Plot Connection	<b>90</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#55	Realismus	<b>100 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#56	Zeitliche Position der Einbindung	<b>2. Viertel</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#57	Einblendungszeit	<b>&lt; 4 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#58	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>70</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#59	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>100 %</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#60	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Vordergrund</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Zentrum</b>
#61	Flächenplatzierung	<b>Mitte</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Oben</b>
#62	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#63	Bewegung	<b>Bewegung des Werbeobjekts</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#64	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#65	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Explizite Detailbeschreibung</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Nur Darstellung</b>
#66	Endorsement	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#67	Endorsement: Rolle	<b>Hauptrolle</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

#68	Endorsement: Geschlecht	<b>Weiblich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#69	Endorsement: Bekanntheit	<b>Unbekannt</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#70	Spannung der Szene	<b>10</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>-100</b>
#71	Stimmung der Szene	<b>100</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#72	Emotionaler Kontext der Szene	<b>100</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten

\* Die Angaben über das Optimierungs-Potenzial werden über einen schnellen Check der Software hergeleitet. Beachten Sie, dass unter Umständen weiteres verstecktes Potenzial existiert.

\*\* Diese Empfehlungen werden automatisch generiert, indem geprüft wird, wie der PDGA durch die Änderung eines Parameters verbessert werden kann. Beachten Sie, dass diese Angabe möglicherweise nicht länger gilt, wenn Sie mehr als einen Parameter auf einmal ändern. Darüber hinaus gibt es ggf. weitere Einstellungen, die den PDGA in gleicher Weise verbessern.

## Placedise

Placedise GmbH

Neue Amberger Straße 39 | 92655 Grafenwöhr | Germany

Eingetragen im Handelsregister B Weiden i.d.OPf., HRB 4366 | USt-IdNr: DE294502831 | Geschäftsführer: Jens Kürschner, Maximilian Böhm