

automatisch generierter

# Bericht

Projekt: Example: Hershey's Reese's Pieces Advertising  
PLACE: Example: Subtle Sweets Placement

Datum: 28.03.2016

## Allgemeine Bewertung des primären PLACE

### Potenzieller Zielerreichungsgrad (PDGA)

89,3 %

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

Der untersuchte PLACE scheint sehr gut 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	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#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>Science Fiction</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#8	Teile	<b>Einteiler</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#9	Länge	<b>Lang</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#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>Exklusiv</b>	<b>Automatische Auswahl</b>	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#13	Werbung direkter Konkurrenten im Format	<b>Exklusiv</b>	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#14	Reichweite gesamt	<b>100000000</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#15	Kosten gesamt	<b>0 USD</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#16	Direkte Kosten	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#17	Kalkulatorische Kosten	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#18	Bedeutsamkeit des Formats	<b>100</b> (Skala: 0 bis 100) (gering bis hoch)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten

#19	Anzahl an Einblendungen	<b>7 bis 12</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#20	Häufigkeit der Erwähnungen	<b>0</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#21	Darbietung bei häufiger Integration	<b>Unterschiedlich</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#22	Anzahl an Sub PLACES	<b>5</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#23	Kongruenz zwischen PLACE und Werbeobjekt	<b>80</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#24	Hinweis auf das Placement	<b>20</b> (Skala: 0 bis 100) (schwach bis stark)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

## Sub PLACE 1 von 5

#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#25	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#26	Modalität	<b>Visuell</b>	Nutzereingabe	Möglicher, nicht bestätigter Einfluß	<b>Audiovisuell</b>
#27	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>35 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#28	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>5 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#29	Prominenz des Werbeobjekts	<b>100</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#30	Plot Connection	<b>55</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#31	Realismus	<b>25 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100 %</b>
#32	Zeitliche Position der Einbindung	<b>1. Viertel</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#33	Einblendungszeit	<b>&lt; 6 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Mittlerer positiver Einfluss	<b>&lt; 4 Sekunden</b>
#34	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>10</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten

#35	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>95 %</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	-	Keine Empfehlung verfügbar
#40	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#41	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Werbeobjekt in Anwendung</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#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>Unbekannt</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>75</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#48	Emotionaler Kontext der Szene	<b>0</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
<b>Sub PLACE 2 von 5</b>					
#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#49	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#50	Modalität	<b>Visuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

#51	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>50 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>85 %</b>
#52	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>0 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#53	Prominenz des Werbeobjekts	<b>85</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>0</b>
#54	Plot Connection	<b>100</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#55	Realismus	<b>20 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100 %</b>
#56	Zeitliche Position der Einbindung	<b>1. 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	Schwacher positiver Einfluss	<b>85 %</b>
#60	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Vordergrund</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Zentrum</b>
#61	Flächenplatzierung	<b>Rechts</b>	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>Unten</b>
#62	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#63	Bewegung	<b>Keine Bewegung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#64	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#65	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Werbeobjekt in Anwendung</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>Männlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#69	Endorsement: Bekanntheit	<b>Unbekannt</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#70	Spannung der Szene	<b>100</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>-100</b>
#71	Stimmung der Szene	<b>60</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#72	Emotionaler Kontext der Szene	<b>0</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
<b>Sub PLACE 3 von 5</b>					
#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#73	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#74	Modalität	<b>Visuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#75	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>5 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>80 %</b>
#76	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>0 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#77	Prominenz des Werbeobjekts	<b>15</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#78	Plot Connection	<b>95</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#79	Realismus	<b>10 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100 %</b>
#80	Zeitliche Position der Einbindung	<b>1. Viertel</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#81	Einblendungszeit	<b>&lt; 6 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Mittlerer positiver Einfluss	<b>&lt; 4 Sekunden</b>
#82	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>10</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten

#83	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>95 %</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#84	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Zentrum</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#85	Flächenplatzierung	<b>Mitte</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#86	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#87	Bewegung	<b>Keine Bewegung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#88	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#89	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Nur Darstellung</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#90	Endorsement	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#91	Endorsement: Rolle	<b>Hauptrolle</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#92	Endorsement: Geschlecht	<b>Männlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#93	Endorsement: Bekanntheit	<b>Unbekannt</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#94	Spannung der Szene	<b>20</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#95	Stimmung der Szene	<b>80</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#96	Emotionaler Kontext der Szene	<b>60</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
<b>Sub PLACE 4 von 5</b>					
#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#97	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#98	Modalität	<b>Visuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#99	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>10 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>80 %</b>
#100	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>0 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten



#101	Prominenz des Werbeobjekts	<b>30</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#102	Plot Connection	<b>20</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Mittlerer positiver Einfluss	<b>100</b>
#103	Realismus	<b>50 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100 %</b>
#104	Zeitliche Position der Einbindung	<b>2. Viertel</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#105	Einblendungszeit	<b>&lt; 4 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#106	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>20</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#107	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>100 %</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#108	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Vordergrund</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#109	Flächenplatzierung	<b>Mitte</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#110	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#111	Bewegung	<b>Keine Bewegung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#112	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#113	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Nur Darstellung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#114	Endorsement	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#115	Endorsement: Rolle	<b>Nebenrolle</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#116	Endorsement: Geschlecht	<b>Männlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#117	Endorsement: Bekanntheit	<b>Unbekannt</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#118	Spannung der Szene	<b>-20</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#119	Stimmung der Szene	<b>10</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Mittlerer positiver Einfluss	<b>100</b>

#120	Emotionaler Kontext der Szene	<b>0</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
<b>Sub PLACE 5 von 5</b>					
#	Parameter	Gewählter Wert	Eingabeart	Optimierungs-Potenzial*	Empfehlung**
#121	Sub PLACE Name	-	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#122	Modalität	<b>Visuell</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#123	Erkennbarkeit des Werbeobjekts	<b>40 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#124	Erkennbarkeit des Werbeobjekts als Werbung	<b>10 %</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#125	Prominenz des Werbeobjekts	<b>40</b> (Skala: 0 bis 100) (subtil bis prominent)	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#126	Plot Connection	<b>55</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100</b>
#127	Realismus	<b>20 %</b> (Skala: 0 bis 100) (unrealistisch bis realistisch)	Nutzereingabe	Schwacher positiver Einfluss	<b>100 %</b>
#128	Zeitliche Position der Einbindung	<b>2. Viertel</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#129	Einblendungszeit	<b>&lt; 6 Sekunden</b>	Nutzereingabe	Mittlerer positiver Einfluss	<b>&lt; 4 Sekunden</b>
#130	Relative Größe des Werbeobjekts	<b>30</b> (Skala: 0 bis 100) (klein bis groß)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#131	Sichtbarer Anteil des Werbeobjekts	<b>90 %</b>	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#132	Tiefenplatzierung des Werbeobjekts	<b>Zentrum</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#133	Flächenplatzierung	<b>Mitte</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	Einstellung beibehalten
#134	Fokus	<b>Scharf (im Fokus)</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar

#135	Bewegung	<b>Keine Bewegung</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#136	Perspektive	<b>Beobachter-Perspektive</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#137	Handhabung des Werbeobjekts	<b>Werbeobjekt in Anwendung</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#138	Endorsement	<b>Ja</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#139	Endorsement: Rolle	<b>Hauptrolle</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#140	Endorsement: Geschlecht	<b>Männlich</b>	Nutzereingabe	-	Keine Empfehlung verfügbar
#141	Endorsement: Bekanntheit	<b>Unbekannt</b>	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#142	Spannung der Szene	<b>-20</b> (Skala: -100 bis 100) (langweilig bis spannend)	Nutzereingabe	Schwacher negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#143	Stimmung der Szene	<b>100</b> (Skala: -100 bis 100) (kalt bis warm)	Nutzereingabe	Großer negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>
#144	Emotionaler Kontext der Szene	<b>100</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)	Nutzereingabe	Mittlerer negativer Einfluss	<b>Einstellung beibehalten</b>

## Format Einstellungen und Details

**Formattitel:** Example: E.T. The Extra-Terrestrial

**Formatbeschreibung:** E.T. the Extra-Terrestrial is a 1982 American science fiction-family film co-produced and directed by Steven Spielberg.

**Logline:** An alien lands on earth, gets friends with a boy who helps him to get back home while the government tries to catch it.

#1	Art des Formats	<b>Film</b>
#2	Genre	<b>Science Fiction</b>
#3	Produktionsland	<b>USA - Vereinigte Staaten</b>
#4	Sprachen	<b>English</b>
#5	Produktionsart	<b>Co-Produktion</b>
#6	Produktionsort	<b>On-Location-Produktion</b>
#7	Episodenzahl	<b>1</b>
#8	Teile	<b>Einteiler</b>
#9	Länge in Minuten	<b>114</b>

#10	Länge	<b>Lang</b>
#11	Ausstrahlungsfrequenz	<b>4 pro Woche</b>
#12	Primärer Auswertungskanal	<b>Kino</b>
#13	Moderation	<b>Nein</b>
#14	Reichweite gesamt	<b>100000000</b>
#15	Reichweite offline	<b>100000000</b>
#16	Reichweite online	<b>-</b>
#17	Reichweite sonstiges	<b>-</b>
#18	Reichweite sonstiges (Bezeichnung)	<b>-</b>

## Werbeobjekt Einstellungen und Details

**Titel des Werbeobjekts:** Example: Hershey's Reese's Pieces

#1	Art des Werbeobjekts	<b>Produkt</b>
#2	Produktkategorie	<b>Nahrungsmittel (eher ungesund, kalorienreich, etc.)</b>
#3	Wirkungsziel	<b>Aufmerksamkeit (balanciert)</b>
#4	Zeitziel	<b>Kurzfristig</b>
#5	Zielbeschreibung	-
#6	Zielländer	<b>USA - Vereinigte Staaten</b>
#7	0-6 Jahre	<b>10 %</b>
#8	6-13 Jahre	<b>25 %</b>
#9	14-17 Jahre	<b>35 %</b>
#10	18-29 Jahre	<b>25 %</b>
#11	30-49 Jahre	<b>5 %</b>
#12	50-59 Jahre	<b>0 %</b>
#13	60-69 Jahre	<b>0 %</b>

#14	Über 69 Jahre	<b>0 %</b>
#15	Durchschnittsalter der Zielgruppe	<b>16 Jahre</b>
#16	Geschlechterverteilung	<b>50 %</b>
#17	Durchschnittlicher Bildungsgrad	<b>Mittlere Reife</b>
#18	Bekanntheitsgrad des Werbeobjekts	<b>10</b> (Skala: 0 bis 100) (gering bis hoch)
#19	Bestehendes Image	<b>80</b> (Skala: -100 bis 100) (negativ bis positiv)
#20	Erkennbarkeit über die Form	<b>30</b> (Skala: 0 bis 100) (schlecht bis gut)
#21	Emotionale Bedeutung der Produktkategorie	<b>95</b> (Skala: 0 bis 100) (kognitiv bis emotional)
#22	Generelles Involvement mit der Produktkategorie	<b>20</b> (Skala: 0 bis 100) (niedrig bis hoch)
#23	Eigener Marktanteil	<b>10 %</b>
#24	Marktanteil des größten Konkurrenten	<b>20 %</b>
#25	Zahl der Wettbewerber	<b>Einige</b>

\* 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