

## Medienmitteilung

### **MA Strategy 2010 - NEU mit Out-of-Home (Plakat) und Teletext in der MA Strategy Basic!**

Das Instrument für die Bestimmung der optimalen Mediastrategie und Promotion

**Ab heute, dem 25. November 2010, erscheint die neue Ausgabe der Intermediastudie MA Strategy. Der Vergleich zwischen Mediengruppen und Einzelmedien aus den Bereichen Presse, Fernsehen, Radio, Kino und Internet wird *erstmalig* für die MA Strategy Basic ergänzt durch die Medien Out-of-Home (Plakat) sowie Teletext. Die methodisch komplexe Integration der Daten für Out-of-Home wurde durch eine enge Zusammenarbeit zwischen WEMF und SPR+, APG und Clear Channel ermöglicht. Wie bis anhin unterstützt die MA Strategy Studie den Nutzer darin, jene Medien zu bestimmen, mit deren Hilfe eine Zielgruppe am besten erreicht werden kann – sei dies nun via Print, Kino, Radio, TV, Internet und jetzt auch via Out-of-Home (Plakat) und Teletext oder mit einer beliebigen Kombination dieser Mediengattungen.**

Mit der Studie MA Strategy kann ein Mediamix in zweierlei Hinsicht geplant und optimiert werden: Einerseits mit der MA Strategy Basic (neu mit Out-of-Home (Plakat) und Teletext) für Zielgruppen, die nach rein soziodemographischen Merkmalen definiert sind, andererseits mit der MA Strategy Consumer auch solche, die Konsummerkmale beinhalten. Durch die Verknüpfung der Zielgruppeninformationen mit den Daten zur Mediennutzung können verschiedene Mediastrategien solange durchgespielt und verglichen werden, bis der optimale Mediamix zur Erreichung der anvisierten Zielgruppe gefunden ist.

## **Nützliches strategisches Analyse-Instrument**

Mit der Intermediastudie MA Strategy der WEMF AG für Werbemedienforschung verfügt die Werbewirtschaft über ein strategisches Instrument zur Bestimmung der optimalen Mediastrategie und Promotion. Die MA Strategy 2010 ist ein unverzichtbares Tool, um zu evaluieren, mit welcher Mediengattung oder mit welcher Kombination verschiedener Mediengattungen eine Zielgruppe am besten erreicht werden kann: mit Print, Kino, Radio, TV, Internet, Out-of-Home und Teletext (TXT).

## **Der Nutzen auf einen Blick**

- Bestimmung der Zielgruppe, für die man sich interessiert
- Die Zielgruppen können nach Konsummerkmalen, nach deren Einstellungen und Verhalten, nach soziodemographischen Kriterien oder auch nach der Zeitspanne definiert werden, während der Ihre Zielgruppe Radio hört oder Fernsehen schaut (Zeitfenster).
- Alle wichtigen Medien, inklusive Out-of-Home (Plakat) und Teletext für MA Strategy Basic sind in der MA Strategy: Dies ermöglicht verschiedene Medienstrategien auszuprobieren und die für die individuellen Bedürfnisse optimale Strategie auszuwählen.

## **Kosten neue Produktbroschüre mit Codekarte**

Die neue Produktbroschüre MA Strategy 2010 inkl. Codekarte mit dem Lizenzschlüssel zum Auswertungstool ist zum Preis von CHF 400. – (+ MwSt.) erhältlich. Die Produktbroschüre ist ab Anfang Dezember unter [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch) als Download erhältlich oder bei [wemf@wemf.ch](mailto:wemf@wemf.ch) zu bestellen.

---

Kontakt:

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstrasse 53, 8048 Zürich  
Telefon 043 311 76 76, Fax 043 311 76 77, E-Mail [wemf@wemf.ch](mailto:wemf@wemf.ch)

- Alexandra Stiegler, Leiterin Kommunikation  
Tel. 043 311 76 54, E-Mail: [alexandra.stiegler@wemf.ch](mailto:alexandra.stiegler@wemf.ch)
- Lukas Gürtler, Projektleiter MA Strategy  
Tel. 043 311 76 46, E-Mail: [lukas.guertler@wemf.ch](mailto:lukas.guertler@wemf.ch)