Media Impact Panel

Der Zugang zu Insights von Axel Springer iPad-Nutzern

axel springer
media impact

Starke Marken @ Axel Springer Media Impact

Unser Tablet Portfolio

BILD HD
17.492 Verkäufe pro Ausgabe

WELT HD
9.132 Verkäufe pro Ausgabe

ABENDBLATT HD
k.A.

MORGENPOST HD
251 Verkäufe pro Ausgabe

AUTO BILD
2.867 Verkäufe pro Ausgabe

COMPUTER BILD Spiele
939 Verkäufe pro Ausgabe

THE ICONIST
748 Verkäufe pro Ausgabe

ROLLING STONE
(ab 29.09.11)

Stand: 03. August 2011

Über das Media Impact Panel

- über 900 Panel-Teilnehmer: iPad-Nutzer der Apps und Online-Angebote von Axel Springer.
- exklusive Panel-App, über die regelmäßig zu neuen Befragungen eingeladen wird.
- Befragung direkt auf dem iPad in typischer Nutzungssituation.
- kein Medienbruch, dadurch bessere Grafik/Usability.
- schnelle Push-Benachrichtigung.

Angebote für Kunden um Befragungen im Media Impact Panel durchzuführen

- **Quick Poll**
  Der schnelle Test für bis zu drei Fragen
- **Customer's Choice**
  Der flexible Test für Ihre ganz individuellen Fragen an iPad-Nutzer
- **AdImpact-Test**
  Der Werbewirkungstest für Ihre InApp-Kampagne
- **Ad-Pretest**
  Der Pretest für Ihre Werbemittel vor Kampagnenstart
- **App-Concept-Check**
  Der Test für neue App-Ideen und -Entwürfe

Quick Poll

Der schnelle Test für bis zu 3 Fragen

Wenn Sie bis zu drei konkrete Frage an iPad-Nutzer haben, für die Sie schnell eine Antwort benötigen.

Dies können Fragen zu jedem beliebigen Thema sein.

Das schnelle Timing:

- Abstimmung, Fragebogenprogrammierung: 2 Werktage
- Befragungszeitraum: 3 Tage
- Anreicherung mit Panel-Stammdaten, Auswertung, Tabellierung, Ergebnis-Kommentierung: 2 Werktage

Die Befragungsergebnisse können wir Ihnen schon 2 Werktage nach Befragungsende zur Verfügung stellen.

Kosten für eine Befragung: 2.200,- €

Marktforschungskosten werden gesondert berechnet und sind nicht rabatt- oder AE- fähig und auch nicht rabattbildend.
In den Kosten enthalten sind Fragebogenkonzeption und -Programmierung, Datenerhebung, -Aufbereitung und -Analyse, Ergebnis-Kommentierung. Die Ergebnisse von offenen Fragen werden als Listen der Einzelnennungen (Verbatims) geliefert.
Zu der Befragung können alle Panelisten eingeladen werden (ca. 900 Fälle), wobei im Ergebnis mit einem Rücklauf von mindestens 500 Fällen gerechnet werden kann.

Customer‘s Choice

Der flexible Test für Ihre ganz individuellen Fragen an iPad-Nutzer

Führen Sie in unserem iPad-Panel eine individuelle AdHoc-Befragung durch, mit der Sie die für Sie relevanten Fragen beantworten. Je nach Ihrem eigenen Bedarf erstellen wir in enger Abstimmung mit Ihnen einen Fragebogen, der die für Sie relevante Themen abdeckt.
Zum Beispiel:

- App-Nutzung im speziellen und Medien-Nutzung im Allgemeinen
- iPad-Nutzung, -Rezeptionssituation
- Produkt- und Informationsinteressen
- Einstellungen und Kaufverhalten
- Marken-Image

Kosten für eine Befragung mit maximal 8 Fragen:	5.800,- €
Kosten für eine Befragung mit maximal 20 Fragen:	7.900,- €

Marktforschungskosten werden gesondert berechnet und sind nicht rabatt- oder AE- fähig und auch nicht rabattbildend.
In den Kosten enthalten sind Fragebogenkonzeption und -Programmierung, Datenerhebung, -Aufbereitung und -Analyse, Erstellung einer Ergebnispräsentation. Die Ergebnisse von offenen Fragen werden als Listen der Einzelnennungen (Verbatims) geliefert.
Zu der Befragung können alle Panelisten eingeladen werden (ca. 900 Fälle), wobei im Ergebnis mit einem Rücklauf von mindestens 500 Fällen gerechnet werden kann.

AdImpact-Test

Der Werbewirkungstest für Ihre InApp-Kampagne

Um die Wirkung Ihrer InApp-Kampagne zu messen, werden Nutzer der Test-Ausgabe der App befragt.

So kann Ihre Kampagne hinsichtlich Awareness und kommunikativer Leistung analysiert werden.

Erhobene Werbewirkungsdimensionen:

- Ad-Awareness
- Brand-Awareness
- Marken-Image
- Kampagnen-Beurteilung
- Kaufbereitschaft/Relevant Set

Kosten für eine Befragung: 7.100,- €

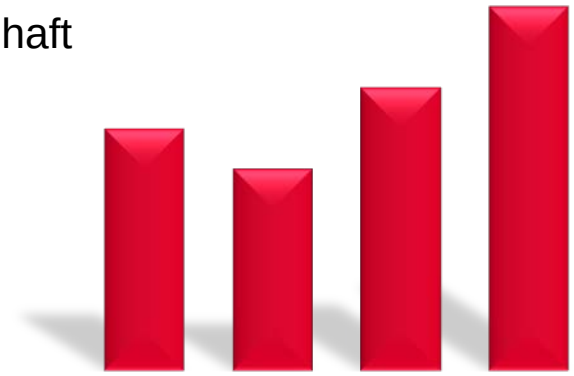
Marktforschungskosten werden gesondert berechnet und sind nicht rabatt- oder AE- fähig und auch nicht rabattbildend.
In den Kosten enthalten sind Fragebogenkonzeption und -Programmierung, Datenerhebung, -Aufbereitung und -Analyse, Erstellung einer Ergebnispräsentation. Die Ergebnisse von offenen Fragen werden als Listen der Einzelnennungen (Verbatims) geliefert.
Zu der Befragung werden Nutzer der belegten Apps eingeladen (Fallzahl variiert).

Ad-Pretest

Der Pretest für Ihre Werbemittel vor Kampagnenstart

Falls Sie für mehrere Gestaltungsvarianten oder Formate eines Werbemittels im Vorfeld wissen möchten, welche Variante das größte Leistungspotenzial besitzt, geben wir Ihnen mit einem Pretest Entscheidungshilfe. Dabei wird ermittelt:

- Werbemittel-Beurteilung
- Verständnis und Akzeptanz der Werbebotschaft
- Marken-Image
- Kampagnen-Beurteilung
- Produkt-Erwartungen
- Kaufbereitschaft/Relevant Set
- Brand- und Ad-Awareness [1]



Kosten:	Ad-Pretest Standard mit maximal 10 geschlossenen Fragen:	6.500,- €
	Ad-Pretest Premium mit maximal 15 geschlossenen Fragen:	7.500,- €

[1] im Rahmen einer simulierten Kurzzeitvorlage
Marktforschungskosten werden gesondert berechnet und sind nicht rabatt- oder AE- fähig und auch nicht rabattbildend.
In den Kosten enthalten sind Fragebogenkonzeption und -Programmierung, Datenerhebung, -Aufbereitung und -Analyse, Erstellung einer Ergebnispräsentation. Die Ergebnisse von offenen Fragen werden als Listen der Einzelnennungen (Verbatims) geliefert.
Zu der Befragung können alle Panelisten eingeladen werden (ca. 900 Fälle), wobei im Ergebnis mit einem Rücklauf von mindestens 500 Fällen gerechnet werden kann.

axel springer
media impact

App-Concept-Check

Der Test für neue App-Ideen und -Entwürfe

Um Optimierungspotenzial für neue Konzeptideen und Entwürfen von Apps zu ermitteln, können die Konzepte im Panel vorgestellt und auf Ihre Erfolgschancen hin überprüft werden. Hierfür steht Ihnen je nach Bedarf das gesamte Panel zur Verfügung oder es wird innerhalb des Panels Ihre individuelle Zielgruppe nach den für Sie relevanten Strukturmerkmalen ausgewählt.

Im Rahmen des Tests wird ermittelt:

- Relevanz und Akzeptanz des Konzeptes insgesamt
- Relevanz der einzelnen Inhalte und Funktionalitäten
- Likes und Dislikes im einzelnen
- Usability und Verständlichkeit
- Akzeptanz des Leistungsumfangs

Kosten für eine Befragung mit maximal 15 geschlossenen Fragen: 9.100,- €

Marktforschungskosten werden gesondert berechnet und sind nicht rabatt- oder AE- fähig und auch nicht rabattbildend.
In den Kosten enthalten sind Fragebogenkonzeption und -Programmierung, Datenerhebung, -Aufbereitung und -Analyse, Erstellung einer Ergebnispräsentation. Die Ergebnisse von offenen Fragen werden als Listen der Einzelnennungen (Verbatims) geliefert.
Zu der Befragung können alle Panelisten eingeladen werden (ca. 900 Fälle), wobei im Ergebnis mit einem Rücklauf von mindestens 500 Fällen gerechnet werden kann.

Kontakt

Axel Springer Media Impact
Axel Springer AG
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
www.media-impact.de

International Sales

Barbara Capel-Cure
General Managerin International Sales
Tel.: +49 (0) 40 347-27842
Fax: +49 (0) 40 347-25540
E-Mail: barbara.capel-cure@axelspringer.de

Region Ost

Knut Döring
General Manager Sales Region Ost
Tel.: +49 (0) 30 25 91-73998
Fax: +49 (0) 30 25 91-79195
E-Mail: knut.doering@axelspringer.de

Region Mitte/Süd-West

Philipp Mankowski
General Manager Sales Region Mitte/Süd-West
Tel.: +49 (0) 69 96 23 85 22
Fax: +49 (0) 69 96 23 85 30
E-Mail: stefan.margies@axelspringer.de

NATIONALER HANDEL

Peter M. Müller
Gesamtanzeigenleiter
Tel.: +49 (0) 30 25 91-71230
Fax: +49 (0) 30 25 91-71233
E-Mail: peterm.mueller@axelspringer.de

Region Nord

Andreas Bündert
General Manager Sales Region Nord
Tel.: +49 (0) 40 347-28156
Fax: +49 (0) 40 347-28877
E-Mail: andreas.buendert@axelspringer.de

Region Süd

Michael Sandvoss
General Manager Sales Region Süd
Tel.: +49 (0) 89 21 10 34 84
Fax.: +49 (0) 89 21 10 34 80
E-Mail: michael.sandvoss@axelspringer.de

Digital Sales

Marco Barei
General Manager Digital Sales
Tel.: +49 (0) 30 25 91-79175
Fax: +49 (0) 30 25 91-79195
E-Mail: marco.barei@axelspringer.de

Region West

Christoph Schulze
General Manager Sales Region West
Tel.: +49 (0) 211 1 59 26 816
Fax: +49 (0) 211 1 59 26 855
E-Mail: christoph.schulze@axelspringer.de

Marktforschung

Arne Thurich
Teamleiter Marktforschung
Tel.: +49 (0) 40 347-26949
Fax.: +49 (0) 40 347-26600
E-Mail: arne.thurich@axelspringer.de