

FAKT!

outdoor-Planungsdaten 2011

www.contrast-ms.de

Outdoor-Faktplaner 2011 – alle Daten und Fakten für Sie auf einen Blick!

Als erfahrener Spezialist für Out-of-Home-Medien freuen wir uns, Ihnen den neuen Outdoor-Faktplaner 2011 an die Hand geben zu können, der Ihnen Zahlen, Daten und Fakten rund um die Außenwerbung 2011 liefert. Sie finden schnell und übersichtlich Informationen zu Belegungsmöglichkeiten, Formaten und Kosten für die wichtigsten Out-of-Home-Medien. Als Spezialagentur für alle Außenwerbe- und Ambient-Medien bieten wir Ihnen ein Full-Service-Leistungspaket an, dies insbesondere auch, weil den Planungs- und Buchungsmöglichkeiten in der Außenwerbung kaum Grenzen gesetzt sind. Nutzen Sie das Know-How in den Bereichen Beratung, strategische Planung, Einkauf, Kreation, Produktion, Dokumentation und Marktforschung.

Mit modernsten Tools sind wir in der Lage, den Markt für Sie zu analysieren. Wir selektieren die verschiedenen Medien anhand Ihrer Vorgaben, Ihren regionalen Schwerpunkten sowie den definierten Mediaziele und erarbeiten eine individuelle Außenwerbekampagne für Sie:

- Wir identifizieren und lokalisieren Ihre Zielgruppe
- Wir erstellen Abverkaufskonzepte im Rahmen von POS-Plakatkampagnen
- Wir liefern Ihnen Anregungen für kreative Sonderumsetzungen

Unser Service ist für Werbungtreibende und Agenturen kostenfrei. Lassen Sie sich von uns für Out-of-Home-Medien begeistern – wir arbeiten für Ihren Erfolg – egal ob regional, national oder international.

Ihr contrast MEDIA SERVICE-Team

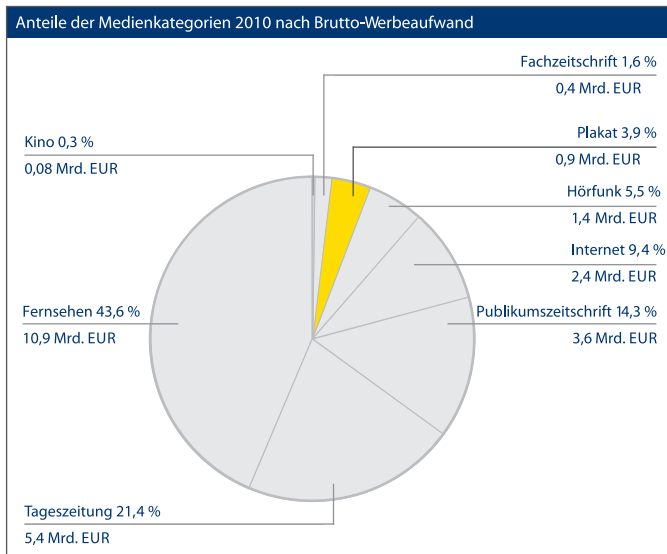
Auch online bieten wir Ihnen besten Service, Transparenz und modernste Tools!

Mit dem EXTRANET haben wir eine kundenindividuelle Kommunikationsplattform, die speziell Händler- und Filialistenkampagnen online die Selektion und Buchung von Kampagnen durch einen direkten Zugriff ermöglicht. Alle auftragsrelevanten Daten sind direkt einsehbar und gewährleisten ein schnelles Handling und gute Übersichtlichkeit. Außerdem finden Sie online viele weitere Tools, die Ihnen einen ersten Einblick in die Welt der Außenwerbung verschaffen, z.B. den Großflächenplaner, den Druckkostenmanager zur Ermittlung erster grober Produktionskosten oder den Motivsimulator. Jetzt testen unter www.contrast-ms.de.

Alle Angaben ohne Gewähr. Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Marktdaten		4
Klassische Medien	Allgemeinstellen	8
	City-Light-Poster	10
	Ganzsäulen	14
	18/1 Großflächen	18
	Mega-Lights/City-Light-Boards	22
Weitere Werbeformen	36/1 Panoramaflächen	25
	Riesenposter	26
	Superposter	27
	Transportmedien	28
	Ambient Medien	30
	Point-of-Sale	32
	Elektronische Außenwerbung	33
	Interaktive Außenwerbung	34
Druckkostenplaner		35
Dekadenplan/Wochenplan 2011		36
Nielsen-Gebiete		38

AUßENWERBUNG IN DEUTSCHLAND



Quelle: Nielsen Media Research

Brutto Werbeaufwand 2010 nach erfassten Werbeträgerarten (alle Angaben in Mio. EUR)

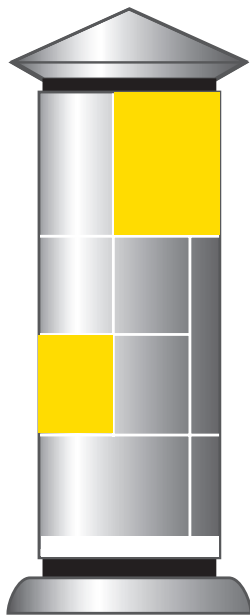
Medium	2009	2010
City-Light-Poster	348,9	360,8
Ganzsäule	36,3	37,3
18/1 Großfläche	301,8	344,2
Mega-Lights/City-Light-Boards	205,1	209,2
Riesenposter	14,6	13,2
Werbetürme	5,0	5,2
Gesamt	911,9	969,9

Quelle: Nielsen Media Research
(alle Angaben ohne Mediaspendings der Zigarettenindustrie)

Außenwerbeflächenbestand

Medium	Anzahl	%-Anteil
Allgemeinstelle	37.761	12,57
City-Light-Poster	75.950	25,27
Ganzsäule	15.323	5,10
18/1 Großfläche	156.644	52,12
Mega-Lights/City-Light-Boards	14.843	4,94
Gesamt	300.521	100,0

Quelle: contrast MEDIA SERVICE - Januar 2011



Ein idealer Werbeträger für Veranstaltungs- und Hinweiswerbung, aber auch für Markenwerbung und lokal ausgerichtete Kampagnen. Die starke Belegungsdichte der Netze sorgt für die erforderliche Streuung und schafft die nötige Aufmerksamkeit. Eine Außenwerbemöglichkeit, die preislich auch für geringere Werbebudgets sehr attraktiv ist.

Werbeträgerformat:

Säulen und Tafeln mit unterschiedlichen Vermessungen, an denen Plakate mehrerer Werbungtreibender angebracht werden.

Aushangformate:

1/1-Bogen (59cm x 84cm)
bis 6/1-Bogen (119cm x 252cm)

Aushangintervall:

Dekade (teilweise 14 Tage bei 1/1-Bogen)

Belegungsmöglichkeit:

Netzbelegung pro Ort teilweise in Wirtschaftsräumen, in Großstädten Teilbelegung möglich

Belegungsdichte:

Streuung 1:1.000 Einwohner

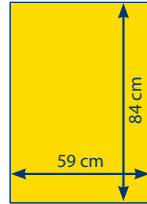
Geografische Verteilung:

gleichmäßige Verteilung über das Stadtgebiet

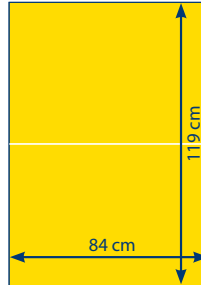
Tagespreis:

ø 0,89 EUR pro Tag
1/1-Bogen, Anschlagstelle

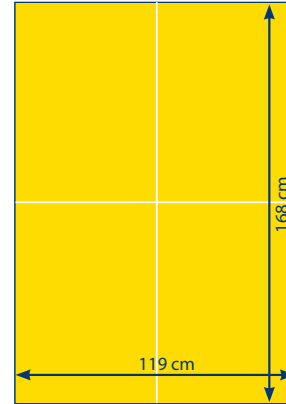
Das Ausgangsformat für Plakate ist der DIN-A1-Bogen im Hoch- oder Querformat



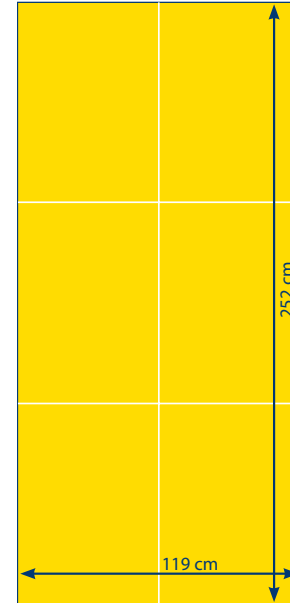
Format:
1/1-Bogen
DIN A1



Format:
2/1-Bogen
DIN A0



Format:
4/1-Bogen



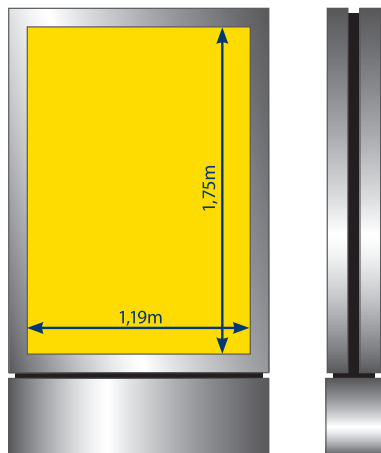
Format:
6/1-Bogen

Kostenbeispiel: Allgemeinstellen-Plakatierung in Orten ab 480.000 Einwohnern

Belegungsdichte	Orte	Anzahl AST	Mediakosten 2/1-Bogen	Mediakosten 4/1-Bogen
Netzvollbelegung	15	8.418	ca. 125.536 EUR	ca. 251.072 EUR
Netzteilbelegung	15	4.618	ca. 73.065 EUR	ca. 146.130 EUR

Belegungsdauer: 1 Dekade = 10,5 Tage

Die gleichmäßige und sehr dichte Flächenverteilung der CLPs über das gesamte Stadtgebiet garantiert hohe Reichweiten und sehr gute Sichtbarkeit. Der Vorteil der CLPs liegt in der hochwertigen Präsentation und der aufmerksamkeitsstarken Hinterleuchtung. Ein leistungsstarker Werbeträger für hohe regionale und nationale Werbebudgets.



Werbeträgerformat:

Meist doppelseitige hinterleuchtete Vitrinen, teilweise integriert in Wartehallen oder hinterleuchtete Säulen mit Platz für mehrere CLP-Plakate

Aushangformat:

1,19m x 1,75m
In Säulen teilweise 8/1-Bogen

Aushangintervall:

Woche

Belegungsmöglichkeit:

Netzbelegung überwiegend in Orten ab 20 Tsd. Einwohner (teilweise inklusive Umlandorte)

Belegungsdichte:

Streuung bei Belegung der Hauptnetze 1:1.000 bis 1:3.000 Einwohner

Geografische Verteilung:

Gleichmäßige Verteilung über das gesamte Stadtgebiet

Tagespreis:

ø 14,95 EUR (Bundesdurchschnitt)

PLANUNG CITY-LIGHT-POSTER

Orte ab
50 Tsd. Einwohner

Bundesland	Orte	Einwohner	Anzahl CLP	Kosten 2011 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	567	45.562 EUR
	Hamburg	1	1.770.629	840	129.066 EUR
	Niedersachsen	15	2.001.216	1.970	167.089 EUR
	Schleswig-Holstein	4	614.289	535	40.612 EUR
	Gesamt Nielsen 1	22	5.048.000	3.912	382.329 EUR
2	NRW	67	10.753.494	9.368	795.099 EUR
	Gesamt Nielsen 2	67	10.753.494	9.368	795.099 EUR
3 a	Hessen	12	1.867.537	1.813	164.044 EUR
	Rheinland-Pfalz	8	870.042	846	60.742 EUR
	Saarland	1	176.749	210	12.495 EUR
	Gesamt Nielsen 3 a	21	2.914.328	2.869	237.280 EUR
3 b	Baden-Württemberg	19	2.754.206	2.775	233.750 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b	19	2.754.206	2.775	233.750 EUR
4	Bayern	16	3.205.188	2.378	268.634 EUR
	Gesamt Nielsen 4	16	3.205.188	2.378	268.634 EUR
5	Berlin	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR
	Gesamt Nielsen 5	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR
6	Brandenburg	4	388.553	414	30.667 EUR
	Mecklenburg-Vorpommern	5	474.523	551	36.211 EUR
	Sachsen-Anhalt	3	551.753	600	44.072 EUR
	Gesamt Nielsen 6	12	1.414.829	1.565	110.950 EUR
7	Sachsen	6	1.489.801	1.314	108.723 EUR
	Thüringen	4	472.306	497	36.889 EUR
	Gesamt Nielsen 7	10	1.962.107	1.811	145.611 EUR
Gesamt	168	31.483.827	26.178	2.394.154 EUR	

	Bundesland	Orte	Einwohner	Anzahl CLP	Kosten 2011 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	567	45.562 EUR	
	Hamburg	1	1.770.629	840	129.066 EUR	
	Niedersachsen	8	1.538.900	1.535	137.666 EUR	
	Schleswig-Holstein	2	448.471	391	30.633 EUR	
	Gesamt Nielsen 1	13	4.419.866	3.333	342.927 EUR	
2	NRW	29	8.113.855	7.186	643.397 EUR	
	Gesamt Nielsen 2	29	8.113.855	7.186	643.397 EUR	
3 a	Hessen	5	1.397.035	1.337	131.307 EUR	
	Rheinland-Pfalz	4	572.023	544	40.313 EUR	
	Saarland	1	176.749	210	12.495 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 a	10	2.145.807	2.091	184.115 EUR	
3 b	Baden-Württemberg	9	2.043.214	1.942	172.143 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 b	9	2.043.214	1.942	172.143 EUR	
4	Bayern	8	2.703.760	1.936	237.413 EUR	
	Gesamt Nielsen 4	8	2.703.760	1.936	237.413 EUR	
5	Berlin	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR	
	Gesamt Nielsen 5	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR	
6	Brandenburg	2	254.751	260	20.475 EUR	
	Mecklenburg-Vorpommern	1	201.096	240	13.944 EUR	
	Sachsen-Anhalt	2	463.060	520	38.696 EUR	
	Gesamt Nielsen 6	5	918.907	1.020	73.115 EUR	
7	Sachsen	3	1.271.583	1.086	91.182 EUR	
	Thüringen	3	407.368	430	32.480 EUR	
	Gesamt Nielsen 7	6	1.678.951	1.516	123.662 EUR	
12	Gesamt	81	25.456.035	20.524	1.997.272 EUR	

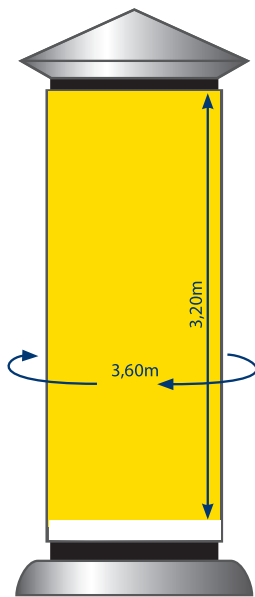
PLANUNG CITY-LIGHT-POSTER

Orte ab
100 Tsd. Einwohner

PLANUNG CITY-LIGHT-POSTER

Orte ab
480 Tsd. Einwohner

Bundesland	Orte	Einwohner	Anzahl CLP	Kosten 2011 7 Tage (brutto)		
Nielsen 1	Bremen	1	547.360	450	36.225 EUR	
	Hamburg	1	1.770.629	840	129.066 EUR	
	Niedersachsen	1	519.619	578	62.713 EUR	
	Schleswig-Holstein					
	Gesamt Nielsen 1	3	2.837.608	1.868	228.004 EUR	
2	NRW	5	3.237.856	2.815	294.427 EUR	
	Gesamt Nielsen 2	5	3.237.856	2.815	294.427 EUR	
3 a	Hessen	1	664.838	680	77.588 EUR	
	Rheinland-Pfalz					
	Saarland					
	Gesamt Nielsen 3 a	1	664.838	680	77.588 EUR	
3 b	Baden-Württemberg	1	600.068	440	53.900 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 b	1	600.068	440	53.900 EUR	
4	Bayern	2	1.830.445	1.220	181.230 EUR	
	Gesamt Nielsen 4	2	1.830.445	1.220	181.230 EUR	
5	Berlin	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR	
	Gesamt Nielsen 5	1	3.431.675	1.500	220.500 EUR	
6	Brandenburg					
	Mecklenburg-Vorpommern					
	Sachsen-Anhalt					
	Gesamt Nielsen 6					
7	Sachsen	2	1.027.703	860	73.780 EUR	
	Thüringen					
	Gesamt Nielsen 7	2	1.027.703	860	73.780 EUR	
Gesamt	15	13.630.193	9.383	1.129.429 EUR		



Aufgrund der sehr guten Standortqualität und Platzierung in Innenstädten und an Verkehrsknotenpunkten lassen sich Ganzsäulen in Kombination mit allen klassischen Out-of-Home-Werbeträgern einsetzen.

Die Ganzsäule als Ergänzungsmedium kann die Wirksamkeit einer Plakatkampagne deutlich erhöhen. Die runde Säulenform ist zusätzlich als kreatives Gestaltungsinstrument für die Umsetzung aufmerksamkeitsstarker Kampagnen einsetzbar.

Werbeträgerformat:

Säulen mit unterschiedlichen Maßen
(Standardmaß: 3,60m x 3,20m Höhe)

Aushangformate:

Alle Formate bis 6/1-Bogen
(1,19m x 2,52m), auch Spezialformate für Rundumwirkung

Aushangintervall:

Dekade

Belegungsmöglichkeit:

Einzelbelegung, teilweise Netzbelegung

Belegungsichte:

Empfehlung: 1:10.000 im Mediamix

Geografische Verteilung:

Schwerpunktmäßig in Orten ab 100 Tsd. Einwohner, platziert im Stadtkern und weiteren Stadtgebieten

Tagespreis:

ø 17,63 EUR
Durchschnittspreis unabhängig von der Flächenqualität

PLANUNG GANZSÄULE

* In Hamburg werden nur noch GS-Restbestände bewirtschaftet. Stattdessen werden 8/1-CLP-Netze vermarktet. Hamburg wurde bei der Berechnung Ø-Preise (für Nielsen I und Gesamt) mit 10,5 Tagen gerechnet.

Bundesland	Orte	Einwohner	vorhandene GS	Planzahl	Ø-Tagespreis GS	Kosten 2011 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	210	66	20,91 EUR	14.492 EUR
	Hamburg *	1	1.772.100	1.500	250	42,00 EUR	73.500 EUR
	Niedersachsen	20	2.271.891	939	221	18,96 EUR	44.000 EUR
	Schleswig-Holstein	5	686.218	274	69	18,56 EUR	13.450 EUR
	Gesamt Nielsen 1	28	5.392.075	2.923	606	22,86 EUR	145.442 EUR
2	NRW	69	10.859.616	3.497	1.056	17,53 EUR	194.392 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	12	1.867.537	804	186	20,98 EUR	40.972 EUR
	Rheinland-Pfalz	8	870.042	261	84	17,01 EUR	15.004 EUR
	Saarland	1	176.749	64	18	16,20 EUR	3.062 EUR
	Gesamt Nielsen 3 a	21	2.914.328	1.129	288	19,52 EUR	59.037 EUR
3 b	Baden-Württemberg	22	2.942.039	1.124	294	15,99 EUR	49.354 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	17	3.258.054	1.594	317	23,25 EUR	77.402 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	1.121	343	32,09 EUR	115.572 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg	4	388.553	144	38	13,82 EUR	5.512 EUR
	Mecklenburg-Vorpommern	5	474.523	171	48	13,43 EUR	6.771 EUR
	Sachsen-Anhalt	4	602.161	182	60	15,73 EUR	9.908 EUR
	Gesamt Nielsen 6	13	1.465.237	497	146	14,48 EUR	22.191 EUR
7	Sachsen	6	1.489.801	650	149	16,16 EUR	25.287 EUR
	Thüringen	3	368.914	75	36	16,43 EUR	6.211 EUR
	Gesamt Nielsen 7	9	1.858.715	725	185	16,22 EUR	31.499 EUR
Gesamt	180	32.121.739	12.610	3.235	20,46 EUR	694.889 EUR	

Orte ab 50 Tsd. Einwohner

Ganzsäule

	Bundesland	Orte	Einwohner	vorhandene GS	Planzahl	Ø-Tagespreis GS	Kosten 2011 7 Tage (brutto)
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	210	66	20,91 EUR	14.492 EUR
	Hamburg *	1	1.772.100	1.500	250	42,00 EUR	73.500 EUR
	Niedersachsen	8	1.538.900	678	153	21,29 EUR	34.195 EUR
	Schleswig-Holstein	2	448.471	214	45	19,72 EUR	9.320 EUR
	Gesamt Nielsen 1	13	4.421.337	2.602	514	24,37 EUR	131.507 EUR
2	NRW	28	8.007.954	3.001	799	18,63 EUR	156.326 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	5	1.397.035	670	139	23,40 EUR	34.159 EUR
	Rheinland-Pfalz	4	572.023	186	57	17,94 EUR	10.740 EUR
	Saarland	1	176.749	64	18	16,20 EUR	3.062 EUR
	Gesamt Nielsen 3 a	10	2.145.807	920	214	21,34 EUR	47.960 EUR
3 b	Baden-Württemberg	9	2.043.214	814	204	16,90 EUR	36.196 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	8	2.703.760	1.419	263	25,17 EUR	69.501 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	1.121	343	32,09 EUR	115.572 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg	2	254.751	104	25	14,73 EUR	3.867 EUR
	Mecklenburg-Vorpommern	1	201.096	98	20	11,60 EUR	2.436 EUR
	Sachsen-Anhalt	2	463.060	141	46	16,33 EUR	7.885 EUR
	Gesamt Nielsen 6	5	918.907	343	91	14,85 EUR	14.188 EUR
7	Sachsen	3	1.271.583	545	127	16,31 EUR	21.755 EUR
	Thüringen	2	303.976	65	30	17,32 EUR	5.455 EUR
	Gesamt Nielsen 7	5	1.575.559	610	157	16,51 EUR	27.210 EUR
16	Gesamt	79	25.248.213	10.830	2.585	22,05 EUR	598.460 EUR

PLANUNG GANZSÄULE

* In Hamburg werden nur noch GS-Restbestände bewirtschaftet. Stattdessen werden 8/1-CLP-Netze vermarktet. Hamburg wurde bei der Berechnung Ø-Preise (für Nielsen I und Gesamt) mit 10,5 Tagen gerechnet.

Orte ab
100 Tsd. Einwohner

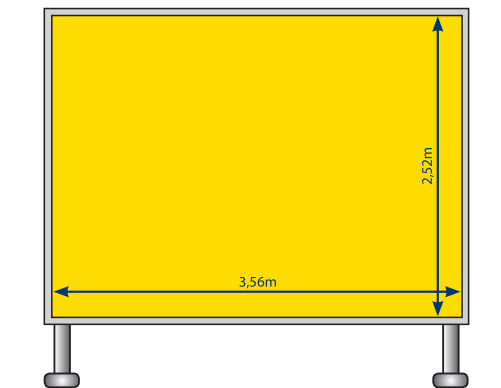
PLANUNG GANZSÄULE

* In Hamburg werden nur noch GS-Restbestände bewirtschaftet. Stattdessen werden 8/1-CLP-Netze vermarktet. Hamburg wurde bei der Berechnung Ø-Preise (für Nielsen I und Gesamt) mit 10,5 Tagen gerechnet.

Orte ab
490 Tsd. Einwohner

Bundesland	Orte	Einwohner	vorhandene GS	Planzahl	Ø-Tagespreis GS	Kosten 2011 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	1	547.360	178	55	22,15 EUR	12.792 EUR
	Hamburg *	1	1.772.100	1.500	250	42,00 EUR	73.500 EUR
	Niedersachsen	1	519.619	275	52	25,53 EUR	13.939 EUR
	Schleswig-Holstein						
Gesamt Nielsen 1	3	2.839.079	1.953	357	26,74 EUR	100.231 EUR	
2	NRW	5	3.237.856	1.500	323	20,70 EUR	70.209 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	1	664.838	348	66	25,68 EUR	17.796 EUR
	Rheinland-Pfalz						
	Saarland						
	Gesamt Nielsen 3 a						
3 b	Baden-Württemberg	1	600.068	358	60	19,90 EUR	12.537 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	2	1.830.445	1.076	183	28,85 EUR	55.444 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	1.121	343	32,09 EUR	115.572 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg						
	Mecklenburg-Vorpommern						
	Sachsen-Anhalt						
	Gesamt Nielsen 6						
7	Sachsen	2	1.027.703	495	103	16,18 EUR	17.499 EUR
	Thüringen						
	Gesamt Nielsen 7						
Gesamt	15	13.631.664	6.851	1.435	25,84 EUR	389.289 EUR	

Die Flexibilität ist der größte Vorteil der Großfläche. Die Anzahl der Standorte, Auswahl und Streuung über das Stadtgebiet kann aus einem großen Angebot ausgewählt, und dem Werbeziel und dem Werbebudget angepasst werden. Die weiteren Stärken der Großfläche liegen in dem breiten Einsatzspektrum des Werbeträgers. Als Massenmedium mit hoher Reichweite, breit gestreut über das Stadtgebiet oder zur Optimierung der Zielgruppen-Ansprache durch individuelle Einzelselektion in ausgewählten Gebieten mit hohem Potential.



Werbeträgerformat:

18/1-Bogen (3,56m x 2,52m)

Aushangformat:

18/1-Bogen

Aushangintervall:

Dekade

Belegungsmöglichkeit:

Einzelbelegung

Geografische Verteilung:

Nahezu in jedem Ort verfügbar, durchschnittlicher Anteil Stadtkern rund 25 Prozent, weiteres Stadtgebiet rund 60 Prozent und Vororte/Außengebiete rund 15 Prozent.

Tagespreis:

ø 13,75 EUR

Durchschnittspreis unabhängig von der Flächenqualität

Contrast-Planzahl ist eine qualitätsorientierte Belegungsempfehlung pro Ort. Berechnung basiert auf Faktoren wie Gesamtflächenbestand, Stellenqualität, Ausgleich des GRP-Niveaus, Verkehrsflüsse und Pendlerbewegungen.

PLANUNG 18/1 GROßFLÄCHEN

Bundesland		Orte	Einwohner	vorhandene GF	contrast Planzahl	ø-Tagespreis GS	Kosten 2011 10,5 Tage (brutto)
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	1.701	157	19,49 EUR	32.134 EUR
	Hamburg	1	1.772.100	3.823	355	24,84 EUR	92.591 EUR
	Niedersachsen	20	2.271.891	5.446	513	17,28 EUR	93.052 EUR
	Schleswig-Holstein	5	686.218	1.369	141	20,60 EUR	30.506 EUR
	Gesamt Nielsen 1	28	5.392.075	12.339	1.166	20,28 EUR	248.283 EUR
2	NRW	76	11.321.574	33.460	2.480	18,73 EUR	487.706 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	12	1.867.537	5.839	415	17,28 EUR	75.304 EUR
	Rheinland-Pfalz	8	870.042	3.180	200	16,20 EUR	34.023 EUR
	Saarland	1	176.749	999	51	14,62 EUR	7.829 EUR
	Gesamt Nielsen 3 a	21	2.914.328	10.018	666	16,75 EUR	117.156 EUR
3 b	Baden-Württemberg	22	2.942.039	7.168	674	14,81 EUR	104.844 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	17	3.258.054	12.101	790	19,59 EUR	162.520 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	9.228	692	22,78 EUR	165.519 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg	4	388.553	1.185	85	16,93 EUR	15.106 EUR
	Mecklenburg-Vorpommern	5	474.523	1.310	102	17,95 EUR	19.222 EUR
	Sachsen-Anhalt	4	602.161	2.188	143	18,56 EUR	27.865 EUR
	Gesamt Nielsen 6	13	1.465.237	4.683	330	17,95 EUR	62.193 EUR
7	Sachsen	6	1.489.801	5.069	378	20,25 EUR	80.364 EUR
	Thüringen	4	472.306	1.683	112	17,31 EUR	20.355 EUR
	Gesamt Nielsen 7	10	1.962.107	6.752	490	19,58 EUR	100.718 EUR
Gesamt		188	32.687.089	95.749	7.288	18,93 EUR	1.448.938 EUR

Großfläche

Orte ab
50 Tsd. Einwohner

	Bundesland	Orte	Einwohner	vorhandene GF	contrast Planzahl	ø-Tagespreis GF	Kosten 2011 7 Tage (brutto)
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	1.701	157	19,49 EUR	32.134 EUR
	Hamburg	1	1.772.100	3.823	355	24,84 EUR	92.591 EUR
	Niedersachsen	8	1.538.900	3.961	348	18,58 EUR	67.877 EUR
	Schleswig-Holstein	2	448.471	841	91	21,82 EUR	20.846 EUR
	Gesamt Nielsen 1	13	4.421.337	10.326	951	21,38 EUR	213.448 EUR
2	NRW	29	8.113.855	26.985	1.801	20,21 EUR	382.107 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	5	1.397.035	4.596	313	18,27 EUR	60.050 EUR
	Rheinland-Pfalz	4	572.023	2.106	130	16,63 EUR	22.700 EUR
	Saarland	1	176.749	999	51	14,62 EUR	7.829 EUR
	Gesamt Nielsen 3 a	10	2.145.807	7.701	494	17,46 EUR	90.580 EUR
3 b	Baden-Württemberg	9	2.043.214	5.116	480	15,62 EUR	78.721 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	8	2.703.760	10.038	654	20,98 EUR	144.085 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	9.228	692	22,78 EUR	165.519 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg	2	254.751	711	54	18,61 EUR	10.549 EUR
	Mecklenburg-Vorpommern	1	201.096	480	45	17,34 EUR	8.193 EUR
	Sachsen-Anhalt	2	463.060	1.705	107	19,63 EUR	22.057 EUR
	Gesamt Nielsen 6	5	918.907	2.896	206	18,86 EUR	40.799 EUR
7	Sachsen	3	1.271.583	4.092	322	20,82 EUR	70.382 EUR
	Thüringen	3	407.368	1.500	98	18,10 EUR	18.622 EUR
	Gesamt Nielsen 7	6	1.678.951	5.592	420	20,18 EUR	89.004 EUR
	Gesamt	81	25.457.506	77.882	5.698	20,13 EUR	1.204.263 EUR

PLANUNG 18/1 GROßFLÄCHEN

Orte ab
100 Tsd. Einwohner

PLANUNG 18/1 GROßFLÄCHEN

Bundesland		Orte	Einwohner	vorhandene GF	contrast Planzahl	ø-Tagespreis GS	Kosten 2011 10,5 Tage (brutto)
Nielsen 1	Bremen	1	547.360	1.314	132	19,23 EUR	26.653 EUR
	Hamburg	1	1.772.100	3.823	355	24,84 EUR	92.591 EUR
	Niedersachsen	1	519.619	1.318	141	19,30 EUR	28.574 EUR
	Schleswig-Holstein						
	Gesamt Nielsen 1	3	2.839.079	6.455	628	22,42 EUR	147.818 EUR
2	NRW	5	3.237.856	12.049	772	21,86 EUR	177.157 EUR
	Gesamt Nielsen 2						
3 a	Hessen	1	664.838	2.298	158	18,67 EUR	30.974 EUR
	Rheinland-Pfalz						
	Saarland						
	Gesamt Nielsen 3 a						
3 b	Baden-Württemberg	1	600.068	1.503	162	18,38 EUR	31.264 EUR
	Gesamt Nielsen 3 b						
4	Bayern	2	1.830.445	7.050	456	22,82 EUR	109.242 EUR
	Gesamt Nielsen 4						
5	Berlin	1	3.431.675	9.228	692	22,78 EUR	165.519 EUR
	Gesamt Nielsen 5						
6	Brandenburg						
	Mecklenburg-Vorpommern						
	Sachsen-Anhalt						
	Gesamt Nielsen 6						
7	Sachsen	2	1.027.703	2.997	262	19,88 EUR	54.676 EUR
	Thüringen						
	Gesamt Nielsen 7						
Gesamt		15	13.631.664	41.580	3.130	21,81 EUR	716.650 EUR

Orte ab
490 Tsd. Einwohner



Hohe Aufmerksamkeit an stark frequentierten Hauptverkehrsstraßen und gute Reichweiten/Medialeistung sind mit der Belegung von Mega-Light-Netzen garantiert. Mit Mega-Lights kann eine klassische Großflächenkampagne hochwertig ergänzt und ein Image-Highlight im Stadtbild gesetzt werden. Durch den Wechsel der hinterleuchteten Plakate wird die Aufmerksamkeit zusätzlich gesteigert.

Werbeträgerformat:

Hinterleuchtete Großflächen-Vitrinen für Plakate im 18/1-Bogenformat, freistehend, auf einem 2,50m hohen Monofuß montiert, ausgestattet mit einem 2- oder 3-fach Plakatwechsler zur Mehrfachbelegung eines Standortes.

Aushangformat:

18/1-Bogen (3,56m x 2,52m)

Aushangintervall:

Woche

Belegungsmöglichkeit:

Netzbelegung in Orten ab 100 Tsd. Einwohner

Geografische Verteilung:

befinden sich an exponierten Standorten mit starker Verkehrsfrequenz und hoher Medialeistung, quer zur Fahrbahn aufgestellt

Tagespreis:

ø 60,97 EUR (Bundesdurchschnitt)

PLANUNG MEGA-LIGHTS/
CITY-LIGHT-BOARDS

Orte ab
100 Tsd. Einwohner

Bundesland		Orte	Einwohner	Anzahl ML	Kosten 2011 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	2	661.866	90	35.105 EUR	
	Hamburg	1	1.772.100	120	83.160 EUR	
	Niedersachsen	8	1.538.900	184	64.834 EUR	
	Schleswig-Holstein	2	448.471	55	17.850 EUR	
	Gesamt Nielsen 1	13	4.421.337	449	200.949 EUR	
2	NRW	30	8.113.855	943	345.475 EUR	
	Gesamt Nielsen 2	30	8.113.855	943	345.475 EUR	
3 a	Hessen	5	1.397.035	183	68.506 EUR	
	Rheinland-Pfalz	2	361.090	60	17.955 EUR	
	Saarland	1	176.749	20	5.530 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 a	8	1.934.874	263	91.991 EUR	
3 b	Baden-Württemberg	8	1.897.572	267	98.602 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 b	8	1.897.572	267	98.602 EUR	
4	Bayern	8	2.703.760	317	138.148 EUR	
	Gesamt Nielsen 4	8	2.703.760	317	138.148 EUR	
5	Berlin	1	3.431.675	203	99.470 EUR	
	Gesamt Nielsen 5	1	3.431.675	203	99.470 EUR	
6	Brandenburg	2	254.751	25	6.055 EUR	
	Mecklenburg-Vorpommern	1	201.096	18	4.914 EUR	
	Sachsen-Anhalt	2	463.060	67	21.396 EUR	
	Gesamt Nielsen 6	5	918.907	110	32.365 EUR	
7	Sachsen	3	1.271.583	157	57.750 EUR	
	Thüringen	2	306.725	46	13.692 EUR	
	Gesamt Nielsen 7	5	1.578.308	203	71.442 EUR	
Gesamt		78	25.000.288	2.755	1.078.440 EUR	

ML/CLB

	Bundesland	Orte	Einwohner	Anzahl ML	Kosten 2010 7 Tage (brutto)	
Nielsen 1	Bremen	1	547.360	70	29.155 EUR	
	Hamburg	1	1.772.100	120	83.160 EUR	
	Niedersachsen	1	519.619	70	28.910 EUR	
	Schleswig-Holstein					
	Gesamt Nielsen 1	3	2.839.079	260	141.225 EUR	
2	NRW	5	3.237.856	382	173.649 EUR	
	Gesamt Nielsen 2	5	3.237.856	382	173.649 EUR	
3 a	Hessen	1	664.838	80	36.400 EUR	
	Rheinland-Pfalz					
	Saarland					
	Gesamt Nielsen 3 a	1	664.838	80	36.400 EUR	
3 b	Baden-Württemberg	1	600.068	93	44.030 EUR	
	Gesamt Nielsen 3 b	1	600.068	93	44.030 EUR	
4	Bayern	2	1.830.445	202	101.251 EUR	
	Gesamt Nielsen 4	2	1.830.445	202	101.251 EUR	
5	Berlin	1	3.431.675	203	99.470 EUR	
	Gesamt Nielsen 5	1	3.431.675	203	99.470 EUR	
6	Brandenburg					
	Mecklenburg-Vorpommern					
	Sachsen-Anhalt					
	Gesamt Nielsen 6					
7	Sachsen	2	1.027.703	122	45.990 EUR	
	Thüringen					
	Gesamt Nielsen 7	2	1.027.703	122	45.990 EUR	
4	Gesamt	15	13.631.664	1.342	642.015 EUR	

PLANUNG MEGA-LIGHTS/
CITY-LIGHT-BOARDS

Orte ab
490 Tsd. Einwohner

Werbeträgerformat:

36/1-Bogen (7,12m x 2,52m)

Aushangformat:

ausschließlich 36/1

Aushangintervall:

Dekade

Belegungsmöglichkeit:

Einzelbelegung

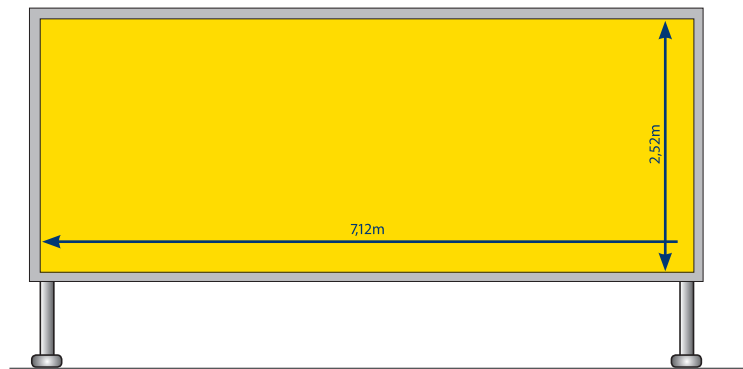
Geografische Verteilung:

in Orten ab 100 Tsd. Einwohner

Tagespreis:

ø 38,38 EUR (Bundesdurchschnitt)

Eine Sonderform der Großfläche, die auf doppelter Fläche, 18m², die Möglichkeit bietet, Werbebotschaften eindrucksvoll zu inszenieren. Der perfekte Werbeträger, um im Rahmen einer Großflächenkampagne auf einfache Weise Highlights zu setzen und sich von den Mitbewerbern abzuheben.



Riesenposter sind als aufmerksamkeitsstarke Eyecatcher aus den Großstädten nicht mehr wegzudenken. Von ca. 50m² aufwärts sind ihrer Größe keine Grenzen gesetzt (außer durch behördliche Genehmigungen). Längst wirken sie nicht mehr nur als bezahlte Verkleidung an Baugerüsten oder Häuserfronten. Sie sind bestens an hoch frequentierten Standorten positioniert und eignen sich hervorragend für spektakuläre 3D-Effekte oder Lichtinstallationen, die die beworbenen Produkte eindrucksvoll in Szene setzen.

**Werbeträgerformat:**

Es gibt unterschiedliche Formate. Gängigstes Format: 10 m x 12 m oder 12 m x 12 m (Breite x Höhe)

Material:

Standard: Netz-Vinyl

Belegungsmöglichkeit:

Einzelbelegung

Mindestbelegungszeitraum:

i. d. R. 28 Tage

Geografische Verteilung:

meist im innerstädtischen Bereich, platziert an Baugerüsten, Fassaden, Parkhäusern etc.

Mediakosten:

ca. 30.000 EUR bis 69.000 EUR für ein durchschnittliches Riesenposter von ca. 120 m² bis 144 m²

Produktionskosten:

ca. 25 EUR/m²

Werbeträgerformat:

40/1-Bogen (5,26m x 3,72m), in mindestens 3m Höhe angebracht, überwiegend beleuchtet

Aushangformat:

40/1-Bogen, aber auch
18/1-Bogen mit Passepartout

Aushangintervall:

Dekade

Belegungsmöglichkeit:

Einzelbelegung

Geografische Verteilung:

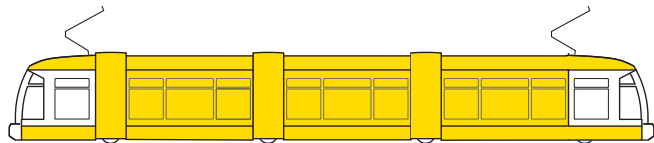
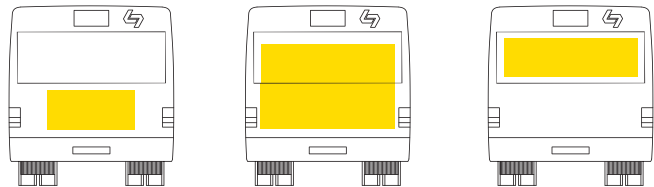
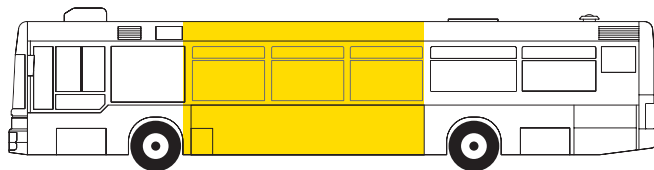
Konzentration an stark frequentierten Verkehrsachsen des gesamten Stadtgebietes. Orte ab 50 Tsd. Einwohner

3,72 m 5,26 m Tagespreis:

ø 43,35 EUR (Bundesdurchschnitt)

Mit ca. 20 m² Werbefläche ist dieser Werbeträger nicht zu übersehen und ideal, wenn Sie Ihre Produkte groß raus bringen wollen. Superposter sind leistungsstarke Werbeträger und sehr gut als „On-Top-Medium“ zu anderen Formen der Außenwerbung einsetzbar. Sie bieten ideale Voraussetzungen für kreative Umsetzungen wie dreidimensionale Auftritte oder übergroße Produktpräsentationen, die sehr hohe Aufmerksamkeitswerte generieren.





Werbung an und in Bussen, U- oder S-Bahnen, Taxis und LKWs ist mobil und spricht breite Zielgruppen an.

Rund 86 Prozent der Bevölkerung sind täglich unterwegs. Werbung an Transportmedien wird nicht nur als abwechslungsreich und unterhaltsam wahrgenommen, sondern belebt auch das Stadtbild. Die Belegung der Fahrzeuge kann optimal an die Größe der Stadt und die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden. So lassen sich Streuverluste vermeiden und mobile Zielgruppen zu einem optimalen Preis-/Leistungsverhältnis erreichen.

Das Werbeangebot der Transportmedien reicht von Ganz- und Teilgestaltungen auf Bussen und Straßenbahnen, TrafficBoards in den Formaten 18/1 und 4/1 auf Bussen über jede Form der Innenwerbung von Bussen, Straßenbahnen, U- und S-Bahnen bis zu Dach- und Seitenwerbung auf Taxis.

Es gibt bei allen Transportmedien zahlreiche Belegungsmöglichkeiten:
Innen-/Außenbereich, Lang-/Kurzzeit, klassisch/elektronisch

Kostenbeispiel: 18/1-TrafficBoards an Bussen in Orten ab 490.000 Einwohner, inkl. Produktion

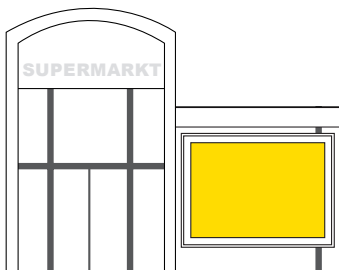
Belegungsdichte	Anzahl Orte	Laufzeit	Anzahl Traffic Boards	Gesamtkosten
Qualität	15	30 Tage	1210	ca. 215.321 EUR



Ambient Medien gehören heute zum festen Bestandteil im Out-of-Home-Werbeträgerbereich.

Unter dem Begriff Ambient Medien werden eine Vielzahl von Werbemöglichkeiten eingeordnet, die im direkten Lebens- und Freizeitumfeld der Zielgruppen zu finden sind. Heute gibt es über 200 verschiedene Formen von Ambient Medien, die insbesondere als Ergänzung klassischer Medien zur Ansprache der Zielgruppen an teilweise ungewöhnlichen Orten zum Einsatz kommen. Die besonderen Vorteile der Ambient-Medien liegen in der hohen Zielgruppengenauigkeit, den situativen Rezeptionsbedingungen, der Alleinstellung und dem großen kreativen Spielraum. Sie bieten einen hohen Aufmerksamkeitsfaktor bei niedrigem Budgeteinsatz, und können im Rahmen einer Kampagne zusätzliche Eyecatcher für die Marke setzen. Mit Ambient Medien erreichen Werbungtreibende ihre potentiellen Konsumenten dort, wo das Produkt für die Zielgruppe relevant ist.

Bildung - Schule und Universität	Gastronomie	Business und Travel
• Mousepads in Computerräumen	• Getränkeuntersetzer	• Zapfpistolen an Tankstellen
• Werbung in Schulheften	• Magic Mirror	• Plakate an Raststätten
• Basketballkörbe an Schulen	• Coffee-to-go-Becher	• U-Bahn-Stationbranding
• Sampling in Semestertüten	• Toilettenplakate	• Flyer in Mietwagen
• Campus- und Mensapromotions	• Gratispostkarten	• Türanhänger in Hotels
• Anzeigen in Schülerzeitungen	• Pizzakartons	• Postkarten an Autos
Freizeit	Fitness	Und noch mehr...
• Fahrradsattelcover	• Spindwerbung	• Werbung an Campingplätzen
• Screens in Fußballstadien	• Duschaumfolien	• Ski- und Snowboardständer
• Branding in Schwimmbädern	• Thekenaufsteller	• Logos auf Äpfeln
• Popcornütten im Kino	• Duftspender	• Bäckereitüten
• Umkleidekabinen am Strand	• Sonnenliegen	• Stencil-Graffitis
• Golfloch-Werbung	• Videoscreens	• etc.



Werbung am Point of Sale Verbrauchermärkte

Werbung an Verbrauchermärkten ist in zwei unterschiedlichen Formen möglich. Neben dem klassischen Medium Großfläche im unmittelbaren Umfeld eines Outlets gibt es eine Vielzahl innovativer Möglichkeiten in den Verkaufsräumen, um den Konsumenten während seines Einkaufs anzusprechen. Ein Großteil der Kaufentscheidungen wird erst beim Einkauf am Point-of-Sale getroffen. Hier

bietet die Werbung den Vorteil vor dem Einkauf beim potentiellen Kunden erneut Aufmerksamkeit für die Marke zu schaffen und einen zusätzlichen Kaufimpuls zu setzen.

Bundesweit sind etwa 25.982 Großflächen an rund 9.523 Outlets belegbar. Großflächen am Point of Sale können nach individuellen Kriterien wie Marktkette, Marktgröße, Besucherzahlen oder Umsatz ausgewählt werden.

Kostenbeispiel: Belegungsempfehlung nach Marktgröße/Verfügbarkeit GF: Verbrauchermärkte ab 800m² bundesweit

Anzahl VM	Anzahl GF gesamt	Anzahl Belegung GF	Gesamtkosten	Besucher am VM
6.527	21.226	9.089	1.100.428,78 EUR	188.072.520 Mio.

Belegunsdauer: 1 Dekade = 10,5 Tage

Weitere Werbemöglichkeiten im Verbrauchermarkt:

- Floor Graphics
- Mobilplakate
- Instore-Radio/Instore TV
- Digital Signage/Elektronische Displays
- Einkaufswagenwerbung
- Kassenbon/Couponing
- Kassenband/Kundentrenner
- Aufsteller und Inflatables
- u.v.m.

Elektronische Außenwerbung

Zu den elektronischen Medien zählen Infoscreens, Videoboards oder LED Displays, die in U- und S-Bahnstationen, Bahnhöfen, Flughäfen oder an Häuserwänden platziert sind sowie das Fahrgastfernsehen, das in Straßenbahnen, U-Bahnen oder auch in den Stadtbahnen ausgestrahlt wird. Die Besonderheit dieser Werbeträger besteht darin, dass Werbeschaltungen in die Ausstrahlung eines redaktionellen Informationsprogramms integriert sind und im öffentlichen Raum einem breiten Publikum präsentiert werden.

Kostenbeispiel: Infoscreen – Belegung bundesweit – alle verfügbaren Netze - Plakatadaption

Belegungsdichte	Anzahl Orte	Anzahl Infoscreens	Spotlänge	Anz. Wiederholungen pro Tag	Belegungsdauer	Tage	Gesamtkosten
Netz pro Ort	19	262 *	5 Sek.	108	06:00 - 24:00	7	28.574 EUR
	19	262 *	5 Sek.	216	06:00 - 24:00	7	56.546 EUR

Elektronische Außenwerbung:

- Infoscreens
- Videoboards
- LED-Displays

Interaktive Außenwerbung



Wichtigste Möglichkeiten der Verbindung von Außenwerbung und Mobile Marketing u.a.:

Formen interaktiver Außenwerbung	Kontaktmöglichkeiten zum/für den Konsumenten
Mobile Tagging	über Auslesen des abgebildeten QR-Code
SMS-Plakat	über Eingabe/Versendung eines eingedruckten Keywords
Bluetooth	über Bluetooth-Schnittstelle des Handys
Objekterkennung (MMS)	über Fotografie und Versand eines ausgewählten Motivs

Interaktive Außenwerbung verbindet die Stärken der Außenwerbung mit den kommunikativen Möglichkeiten des Mobile Marketing.

Die Integration interaktiver Elemente in die Plakatgestaltung sowie die Ausstattung der Werbeträger mit digitaler Kommunikationstechnologie schafft die Voraussetzungen für einen persönlichen Kontakt via Handy zum potentiellen Konsumenten. Ein besonderer Effekt interaktiver Außenwerbung ist die genaue Messbarkeit der Nutzung, die den Werbeerfolg überprüfbar macht.

Durchschnittliche Produktionskosten 2011

Format	Bogenformat Breite x Höhe	Stellenart	Auflage							
			1	50	100	250	500	1.000	2.500	5.000
18/1 4er Teilung	3,56m x 2,52m	Großfläche	185 EUR	1.480 EUR	2.350 EUR	2.720 EUR	3.270 EUR	4.420 EUR	7.800 EUR	13.200 EUR
18/1 hinterleuchtet	3,56m x 2,52m	ML/CLB*	380 EUR	2.700 EUR	960 EUR	2.400 EUR	4.800 EUR	9.600 EUR	24.000 EUR	48.000 EUR
4/1 einteilig	1,19m x 1,75m	CLP	220 EUR	1.080 EUR	1.270 EUR	1.350 EUR	1.430 EUR	1.720 EUR	2.490 EUR	3.730 EUR
4/1 zweiteilig	1,19m x 1,68m	Allgemeinstelle	170 EUR	620 EUR	820 EUR	910 EUR	1.070 EUR	1.380 EUR	2.290 EUR	3.910 EUR
6/1	1,19m x 2,52m	Ganzsäule	175 EUR	730 EUR	1.250 EUR	1.390 EUR	1.810 EUR	2.090 EUR	3.490 EUR	5.790 EUR
8/1	1,68m x 2,36m	Ganzsäule	320 EUR	2.050 EUR	1.420 EUR	1.610 EUR	1.910 EUR	2.520 EUR	4.330 EUR	7.340 EUR

■ = Digitaldruck

Standardmäßig: 4/0 Euroskala bzw. 4/3 bei hinterleuchteten Plakaten

Alle Preisangaben sind unverbindlich, gelten für die Produktion eines Motivs, exklusive Verpackungs- und Versandkosten

* zzgl. evtl. Laminierungskosten

Monat	Dekade	A-Block					B-Block					C-Block					CLP-Wochenplan		
		Hauptklebetag	bis		Tage	Hauptklebetag	bis		Tage	Hauptklebetag	bis		Tage	KW	Zeitraum				
Januar	01	Di	28.12.10	Mo	10.01.11	14	Fr	31.12.10	Do	13.01.11	14	Di	04.01.11	Mo	17.01.11	14	KW 01	Di	04.01. - 10.01.11
																	KW 02	Di	11.01. - 17.01.11
	02	Di	11.01.11	Do	20.01.11	10	Fr	14.01.11	Mo	24.01.11	11	Di	18.01.09	Do	27.01.11	10	KW 03	Di	18.01. - 24.01.11
Februar	03	Fr	21.01.11	Mo	31.01.11	11	Di	25.01.11	Do	03.02.11	10	Fr	28.01.11	Mo	07.02.11	11	KW 04	Di	25.01. - 31.01.11
																	KW 05	Di	01.02. - 07.02.11
	04	Di	01.02.11	Do	10.02.11	10	Fr	04.02.11	Mo	14.02.11	11	Di	08.02.11	Do	17.02.11	10	KW 06	Di	08.02. - 14.02.11
	05	Fr	11.02.11	Mo	21.02.11	11	Di	15.02.11	Do	24.02.11	10	Fr	18.02.11	Mo	28.02.11	11	KW 07	Di	15.02. - 21.02.11
																	KW 08	Di	22.02. - 28.02.11
März	06	Di	22.02.11	Do	03.03.11	10	Fr	25.02.11	Mo	07.03.11	11	Di	01.03.11	Do	10.03.11	10	KW 09	Di	01.03. - 07.03.11
	07	Fr	04.03.11	Mo	14.03.11	11	Di	08.03.11	Do	17.03.11	10	Fr	11.03.11	Mo	21.03.11	11	KW 10	Di	08.03. - 14.03.11
																	KW 11	Di	15.03. - 21.03.11
April	08	Di	15.03.11	Do	24.03.11	10	Fr	18.03.11	Mo	28.03.11	11	Di	22.03.11	Do	31.03.11	10	KW 12	Di	22.03. - 28.03.11
	09	Fr	25.03.11	Mo	04.04.11	11	Di	29.03.11	Do	07.04.11	10	Fr	01.04.11	Mo	11.04.11	11	KW 13	Di	29.03. - 04.04.11
																	KW 14	Di	05.04. - 11.04.11
	10	Di	05.04.11	Do	14.04.11	10	Fr	08.04.11	Mo	18.04.11	11	Di	12.04.11	Do	21.04.11	10	KW 15	Di	12.04. - 18.04.11
Mai	11	Fr	15.04.11	Mo	25.04.11	11	Di	19.04.11	Do	28.04.11	10	Fr	22.04.11	Mo	02.05.11	11	KW 16	Di	19.04. - 25.04.11
																	KW 17	Di	26.04. - 02.05.11
	12	Di	26.04.11	Do	05.05.11	10	Fr	29.04.11	Mo	09.05.11	11	Di	03.05.11	Do	12.05.11	10	KW 18	Di	03.05. - 09.05.11
	13	Fr	06.05.11	Mo	16.05.11	11	Di	10.05.11	Do	19.05.11	10	Fr	13.05.11	Mo	23.05.11	11	KW 19	Di	10.05. - 16.05.11
																	KW 20	Di	17.05. - 23.05.11
	14	Di	17.05.11	Do	26.05.11	10	Fr	20.05.11	Mo	30.05.11	11	Di	24.05.11	Do	02.06.11	10	KW 21	Di	24.05. - 30.05.11
Juni	15	Fr	27.05.11	Mo	06.06.11	11	Di	31.05.11	Do	09.06.11	10	Fr	03.06.11	Mo	13.06.11	11	KW 22	Di	31.05. - 06.06.11
																	KW 23	Di	07.06. - 13.06.11
	16	Di	07.06.11	Do	16.06.11	10	Fr	10.06.11	Mo	20.06.11	11	Di	14.06.11	Do	23.06.11	10	KW 24	Di	14.06. - 20.06.11
	17	Fr	17.06.11	Mo	27.06.11	11	Di	21.06.11	Do	30.06.11	10	Fr	24.06.11	Mo	04.07.11	11	KW 25	Di	21.06. - 27.06.11
																	KW 26	Di	28.06. - 04.07.11

	Monat	Dekade	A-Block			B-Block			C-Block			CLP-Wochenplan								
			Hauptklebetag	bis	Tage	Hauptklebetag	bis	Tage	Hauptklebetag	bis	Tage	KW	Zeitraum							
	Juli	18	Di	28.06.11	Do	07.07.11	10	Fr	01.07.11	Mo	11.07.11	11	Di	05.07.11	Do	14.07.11	10	KW 27	Di	05.07. - 11.07.11
		19	Fr	08.07.11	Mo	18.07.11	11	Di	12.07.11	Do	21.07.11	10	Fr	15.07.11	Mo	25.07.11	11	KW 28	Di	12.07. - 18.07.11
																		KW 29	Di	19.07. - 25.07.11
		20	Di	19.07.11	Do	28.07.11	10	Fr	22.07.11	Mo	01.08.11	11	Di	26.07.11	Do	04.08.11	10	KW 30	Di	26.07. - 01.08.11
	August	21	Fr	29.07.11	Mo	08.08.11	11	Di	02.08.11	Do	11.08.11	10	Fr	05.08.11	Mo	15.08.11	11	KW 31	Di	02.08. - 08.08.11
																			KW 32	Di
		22	Di	09.08.11	Do	18.08.11	10	Fr	12.08.11	Mo	22.08.11	11	Di	16.08.11	Do	25.08.11	10	KW 33	Di	16.08. - 22.08.11
		23	Fr	19.08.11	Mo	29.08.11	11	Di	23.08.11	Do	01.09.11	10	Fr	26.08.11	Mo	05.09.11	11	KW 34	Di	23.08. - 29.08.11
																		KW 35	Di	30.08. - 05.09.11
	September	24	Di	30.08.11	Do	08.09.11	10	Fr	02.09.11	Mo	12.09.11	11	Di	06.09.11	Do	15.09.11	10	KW 36	Di	06.09. - 12.09.11
		25	Fr	09.09.11	Mo	19.09.11	11	Di	13.09.11	Do	22.09.11	10	Fr	16.09.11	Mo	26.09.11	11	KW 37	Di	13.09. - 19.09.11
																		KW 38	Di	20.09. - 26.09.11
	Oktober	26	Di	20.09.11	Do	29.09.11	10	Fr	23.09.11	Mo	03.10.11	11	Di	27.09.11	Do	06.10.11	10	KW 39	Di	27.09. - 03.10.11
		27	Fr	30.09.11	Mo	10.10.11	11	Di	04.10.11	Do	13.10.11	10	Fr	07.10.11	Mo	17.10.11	11	KW 40	Di	04.10. - 10.10.11
																		KW 41	Di	11.10. - 17.10.11
		28	Di	11.10.11	Do	20.10.11	10	Fr	14.10.11	Mo	24.10.11	11	Di	18.10.11	Do	27.10.11	10	KW 42	Di	18.10. - 24.10.11
	November	29	Fr	21.10.11	Mo	31.10.11	11	Di	25.10.11	Do	03.11.11	10	Fr	28.10.11	Mo	07.11.11	11	KW 43	Di	25.10. - 31.10.11
																			KW 44	Di
		30	Di	01.11.11	Do	10.11.11	10	Fr	04.11.11	Mo	14.11.11	11	Di	08.11.11	Do	17.11.11	10	KW 45	Di	08.11. - 14.11.11
		31	Fr	11.11.11	Mo	21.11.11	11	Di	15.11.11	Do	24.11.11	10	Fr	18.11.11	Mo	28.11.11	11	KW 46	Di	15.11. - 21.11.11
																		KW 47	Di	22.11. - 28.11.11
	Dezember	32	Di	22.11.11	Do	01.12.11	10	Fr	25.11.11	Mo	05.12.11	11	Di	29.11.11	Do	08.12.11	10	KW 48	Di	29.11. - 05.12.11
		33	Fr	02.12.11	Do	15.12.11	11	Di	06.12.11	Mo	19.12.11	10	Fr	09.12.11	Do	22.12.11	11	KW 49	Di	06.12. - 12.12.11
																		KW 50	Di	13.12. - 19.12.11
		34	Fr	16.12.11	Do	29.12.11	14	Di	20.12.11	Mo	02.01.12	14	Fr	23.12.11	Do	05.01.12	14	KW 51	Di	20.12. - 26.12.11
																		KW 52	Di	27.12. - 02.01.12

Die Klebeblöcke (A-, B- und C-Block) sind durch die Anbieter festgelegt und können nicht durch den Kunden ausgewählt werden. Aus organisatorischen Gründen sind Vor- und Nachklebetage möglich und üblich, so dass die Plakatierungen jeweils einen Tag früher oder später beginnen oder enden können. Die genannten Termine können kleineren Änderungen unterliegen. Alle Angaben sind freibleibend, Änderungen vorbehalten.
Stand: Januar 2011



Nielsen 1

Bremen
Hamburg
Niedersachsen
Schleswig-Holstein

Nielsen 2

Nordrhein-Westfalen

Nielsen 3a

Hessen
Rheinland-Pfalz
Saarland

Nielsen 3b

Baden-Württemberg

Nielsen 4

Bayern

Nielsen 5

Berlin

Nielsen 6

Brandenburg
Mecklenburg-Vorpommern
Sachsen-Anhalt

Nielsen 7

Sachsen
Thüringen

Der FAKT-Planer bietet einen Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten der Außenwerbung. Darüber hinaus gibt es noch weitere Werbemöglichkeiten im Out-of-Home-Bereich. Dazu zählen z.B. Flughafenwerbung, Messen, Events u.v.m. Auch dafür sind wir der richtige Ansprechpartner.

Gerne informieren wir Sie über das komplette Spektrum.

Fon +49 (0) 261 - 8092 - 444

info@contrast-ms.de

www.contrast-ms.de



**contrast MEDIA SERVICE
für Außenwerbung GmbH**

August-Horch-Strasse 10 a
56070 Koblenz

Fon +49 (0) 261 - 8092 - 444
Fax +49 (0) 261 - 8092 - 171

info@contrast-ms.de
www.contrast-ms.de