

# Nurture<sup>3</sup>

## KEYFACTS OOH

NURTURE  
POWERED BY JCDECAUX

### WARUM OUT OF HOME?



VERTRAUEN & BRAND SAFETY



ABGRENZUNG ZUM WETTBEWERB



WAHRNEHMUNG & KAUFVERHALTEN



VERSTÄRKUNG ANDERER MEDIENKANÄLE

### LEISTUNGSWERTE & IHRE MESSUNG

**Kennzahlen**, die anzeigen wie gut die Kampagne die gewünschte Zielgruppe erreicht hat.

Quelle der Leistungswerte ist die „**ma Plakat**“, eine Reichweitenuntersuchung der Außenwerbung. Dabei werden Mobilitätsdaten erhoben und Leistungsdaten der Plakatstandorte ermittelt.

### WICHTIGE KENNZAHLEN

#### BRUTTO- & NETTOREICHWEITE:

Während die Bruttoreichweite die Gesamtsumme aller Kontakte zählt (auch Mehrfachkontakte), gibt die Nettoreichweite die tatsächliche Anzahl an Personen an, die die Kampagne erreicht.

#### OTS:

„Opportunity To See“, oder auch Durchschnittskontakt. Entspricht der Zahl der Kontakte, die eine Person im Durchschnitt mit einem Werbemedium hat.

#### GRP:

„Gross Rating Point“ wird als Maß zur Bestimmung des Werbedrucks verwendet. Stellt die Brutto-Reichweite in Prozent innerhalb des Zielgruppenpotentials dar.

#### TKP:

„Tausender-Kontakt-Preis“, gibt den Preis für Tausend (Brutto-)Werbekontakte an.

### LEISTUNGSWERTE BERLIN CITYNETZ CLP

**OTS:** 4,5%  
**GRP:** 225%  
**TKP:** 9,40 €



**BRUTTOREICHWEITE:**  
6.704 Tsd Kontakte

**NETTOREICHWEITE:**  
1.474 Tsd Kontakte

### KENNZAHLEN METROBOARD

#### PPS-WERT:

„Plakatseher pro Stelle“. Die Bruttokontaktsumme eines Werbeträgers und auch ein Parameter für die einzelnen Plakatstellen.

#### DEKADEN:

Ein Jahr wird in 34 Dekaden eingeteilt. Eine Dekade besteht aus 10-11 Tagen.

#### A- UND B-BLOCK:

Aus logistischen Gründen findet der Aushang an zwei Startterminen statt (A/B).

**AUSHANG:**  
• Dekade 9  
• A-Block  
→ Start am Dienstag,  
26. März

**PPS-WERT:**  
40.000 Kontakte