

## Medienhaus Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG: Werbemittleinsatz wirkungsvoll geplant

### Medienhaus nutzt Geomanagement-Tool von PTV

Zu zirka zwei Dritteln finanziert sich eine Tageszeitung aus Werbe- und zu einem Drittel aus Verkaufserlösen. Die Zufriedenheit seiner Werbekunden liegt dem Medienhaus Schwäbischer Verlag in Leutkirch entsprechend am Herzen. Um dies zu erreichen, ist beispielsweise die punktgenaue Zielgruppenplanung der Werbebeilagen in der Schwäbischen Zeitung wichtig. Da sich die jeweiligen Zielgebiete für die Zeitungsbeilagen je nach Kunde unterscheiden, ist für eine effektive Planung, Bewertung, Optimierung und Belieferung des Gebiets eine leistungsfähige Software eine wertvolle Hilfe. Das Medienhaus setzt seit 2004 auf die Geomanagement-Lösung PTV Map&Market.

Anwender: **Medienhaus Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG.**, Leutkirch. Medienhaus mit einem breiten Angebot an Medien und informationsnahen Dienstleistungen. Publizistische Flaggschiff: Schwäbische Zeitung, verkaufte Auflage von rund 190.000 Exemplaren, größte regionale Abonnementzeitung Baden-Württembergs. Verbreitungsgebiet von Ellwangen im Norden und Lindau im Süden bis nach Tuttlingen im Westen und Ulm und Leutkirch im Osten.

Aufgabe: Professionelle Kartendarstellungen und strategische Planungen im Bereich Beilagenverkauf

Lösung: Das geografische Planungssystem PTV Map&Market mit der neuen Funktion „Area Maker“

#### Planung, Bewertung und Optimierung des Zielgebietes leicht und gut gemacht

Hans-Jörg Apfelbacher, Produktmanager Fremdbeilagen im Medienhaus, arbeitet heute täglich mit dem geografischen Planungssystem: „Durch die vielen Optionen bei der Belegung einzelner Regionen war es vor der Einführung der Software schwierig, im Kundengespräch die genaue geografische Verteilung der Möglichkeiten übersichtlich darzustellen. Mit dem Geomanagement-Tool von PTV ist das mit wenigen Mausklicks zu machen.“ Zudem können Apfelbacher und das Team im Beilagenvertrieb ihren Kunden anhand soziodemografischer Daten wie Einkommensstruktur und Kaufkraft der Haushalte detailliert zeigen, welche regionale Verteilung für sie am meisten Erfolg verspricht.

„Dabei beginnt der Einsatzbereich der Software nicht

erst im Beratungsgespräch. Wir setzen das System auch für die Akquise von Beilagenkunden ein“, erklärt der Produktmanager. „Wenn wir den Sitz einer Firma kennen, können wir auf sie zugehen und ihr ein passendes Verteilgebiet für die Beilagenwerbung vorschlagen – beispielsweise auf Basis der Entfernung der Haushalte zum Werbetreibenden.“



Die Mitarbeiter des Medienhauses nutzen weitere Zusatzfunktionen. Durch die Visualisierungen erhalten sie eine Übersicht der Verteilgebiete. Die sind für jeden Kunden sehr individuell zugeschnitten, weil er Gesamt- und Teilbelegungen der Schwäbischen Zeitung wählen und beliebig kombinieren kann. Zudem dient die Software als Planungsgrundlage für die einzelnen Fahrten der Zusteller.

Um die tatsächlichen Verteilgebiete pro Kunde hausnummernfein darzustellen, nutzt das Medienhaus den neuen „Area Maker“. Da sich mit dieser Funktion flächige Gebiete auf Basis von Abonnentenadressen – unabhängig von vordefinierten Grenzen wie Postleitzahlen oder Gemeinden – generieren lassen, erkennen Mitarbeiter und Werbekunden den genauen Wirkungskreis der Werbemittel.

#### Weitere Geschäftsfelder profitieren

Seit Anfang 2006 setzt das Medienhaus die Lösung auch für die Gebietsplanung seiner Außendienstmitarbeiter im Anzeigenverkauf ein. Und bei der Wochenzeitung INFO, einem weiteren Produkt des Medienhauses Schwäbischer Verlag, werden mit der Software von PTV die Abladestellen für die Zusteller geografisch geplant.