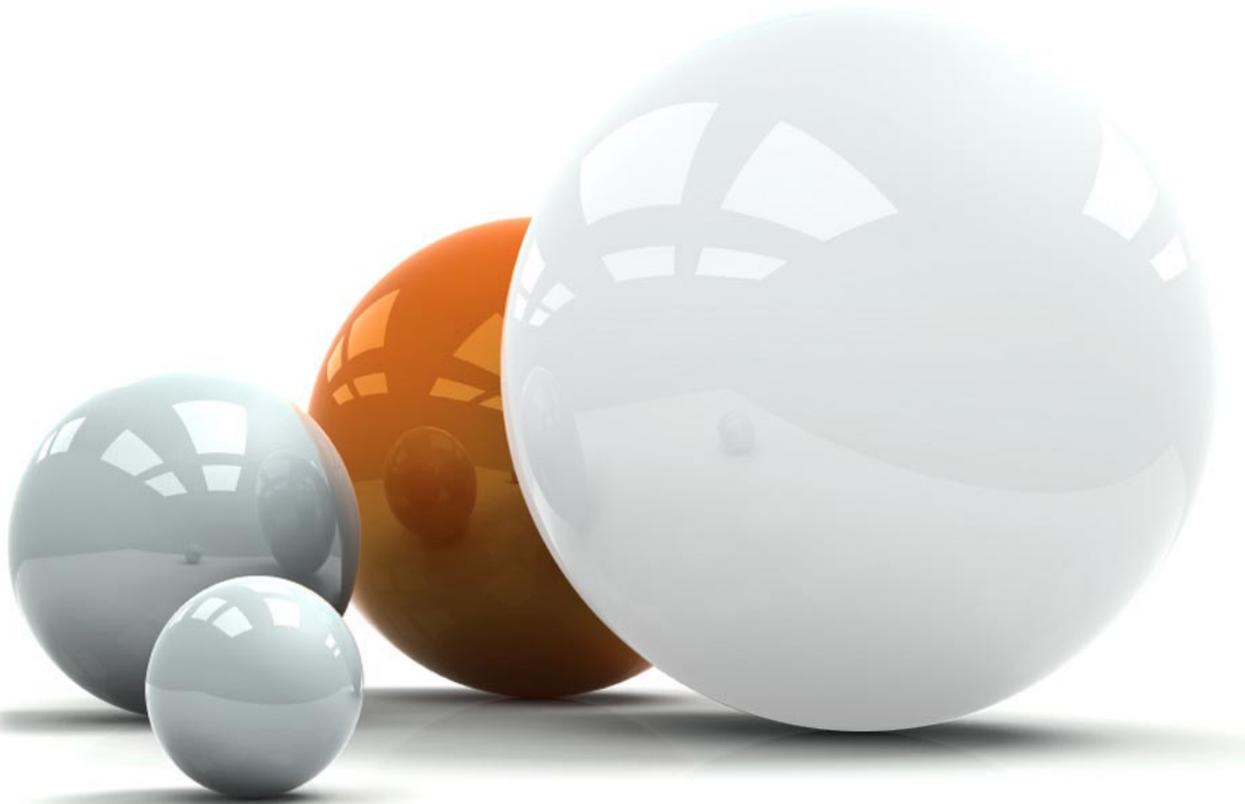




Institut für Kommunikations-
Analyse und -Optimierung



**In jedem Werbemedium
steckt mehr, als Sie denken!**
Stichworte und Argumente.



Was ist die DSM von IKAO

- Kombination aus systemgestützter Analyse und Experten-Kommentaren
- Für jedes Format das passende Werkzeug (CLB, CLP, Säule, Riesenposter, DOOH, etc.)
- Verortung in Dialog-Güte-Kategorien (Noten-System)
- Nennen der aktivierbaren Konzept-Reserven
- Umfassende Kommentare und konkrete Empfehlungen für die Optimierung



Unternehmer / Marke		Klient-Motiv			Maximale Punktzahl
Solar Media AG / Antenne Bayern		Wir lieben Bayern / Wir lieben Hits			270
Bewertung von	Punkte-Bewertung	Abweichung in %	Abweichung vom Einzelwert in %		Dialog-Güte-Kategorie
			Chancen	Risiken	
Empfinden	14,00	99,00%	0,00	-5,00%	1
Wahrnehmen	41,00	91,17%	0,00	9,99%	1
Schriftgröße und Schriftart-Auswahl / Einsatz	36,30	91,17%	0,30	18,89%	2
Wie hier verwendet: Bildgestaltung, Produktplatzierung	38,25	89,58%	0,75	19,84%	2
Layout / Aufteilung	23,15	93,87%	0,05	16,17%	2
Farbauswahl	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Balkenabstände / Vertikale *	15,00	95,00%	0,00	15,00%	2
Box / Anordner	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Gesamtergebnis	254,30	94,76%	30,90	19,22%	2

* Die Notizen-Anzahl gibt an, wie oft ein Element bei einer Änderung zu optimieren ist.

Extra-Kommentare / Empfehlungen zur Motiv-Optimierung
 Marke: Antenne Bayern / CLP-Motiv: „Wir lieben...“

Hinweise, Tipps, Empfehlungen

Grundsätzlich
 Das Motiv platziert sich mit einem **Gesamt-Ergebnis von 86,78 Prozent** im oberen Segment der Dialog-Güte-Kategorie 2. Die Typo ist wichtig und plakativ, in ihrer Größen-Abstufung allerdings noch nicht hundertprozentig ausgewogen. Einige Effekte entwickeln zu viel Eigenleben oder sind nicht optimal gesetzt.

Details
 Das mit positiver Bedeutung aufgeladene Visual (Wiese/Himmel) lässt Sommerlaune aufkommen. Einige Bild-Details kammäleren jedoch die Headline und erschweren so die Bekanntheit. Die Sonne (rechts außen) blendet wegen ihrer etwas zu starken Überstrahlung. **Empfehlungen:** Durch Bildbearbeitung die Überstrahlung etwas absenken und/oder etwas Gelb zugeben (weicht Blendung in Betonung). Außerdem links außen die große angeschnittene Wolke minimieren (so liegt der Fokus stärker auf der Aussage). **Zusatz-Tipp:** Die angeschnittenen Blüten (Ecke rechts unten entfernen, da sie den „Überstrahl-Effekt“ der Sonne potenzieren).

Die Headline Typo ist wichtig, aber noch nicht ausgewogen. Auch einige Buchstaben-abstände sind nicht optimal gewählt. **Empfehlungen:** Den Textblock insgesamt noch leicht nach oben schieben (Drehentwurf: Abstand zwischen oberster Zeile und Logo-Switch um 10-15% verringern). Die Worte „Bayern“ und „Hits“ um 5-10% größer einstellen. Dabei auch einige Buchstabenabstände harmonisch/leserfreundlich ausgleichen (= verringern der Abstände zwischen „a“ und „y“, „y“ und „e“ sowie „H“ und „I“).

Der „Lichtpunkt“ am Marken-Logo ist nicht optimal gesetzt. **Empfehlung:** Effest etwas weiter oben setzen (etwas oberhalb des Buchstaben „a“).

IKAO Institut für Kommunikations-Analyse und -Optimierung
 Buchhofstraße 62 / 80339 Frankfurt / Telefon: +49 69 1886 1886 / Mail: info@ikao.de / Internet: www.ikao.de



Was ist die DSM von IKAO

- Bearbeitungszeit liegt bei maximal **5 Arbeitstagen**
- Expresslieferung möglich (48/24 Stunden-Service / Express-Zuschläge 25%/50%)
- Preis für eine DSM Vollmessung Plakat: **850,-**
Preis DOOH ab: **1.050,-**
- Für die Auswertung benötigen wir PDF/JPG; bei DOOH eine lauffähige Version



Unternehmen / Marke		Plakat-Motiv			Maximale Punktzahl
Südler Media AG / Antenne Bayern		Wir lieben Bayern / Wir lieben Hits			270
Bewertung von:	Punkte-Bewertung	Abweichung in %	Abweichung vom Idealwert		Bewertungskategorie
			in %	in Punkten	
Empfinden	14,00	96,00%	0,00	5,00%	1
Wahrnehmen	42,00	91,11%	0,00	8,89%	1
Schriftgröße und -schnitt-Auswahl / Einsatz	36,30	81,11%	0,30	18,89%	2
Wie hier verwendet: Widerspruch, Produktivität, Kreativität	36,25	80,56%	0,75	19,44%	2
Layout / Aufteilung	22,15	84,83%	0,05	15,17%	2
Farbauswahl	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Balkenmarken / Farbspiel *	15,00	85,00%	0,00	15,00%	2
Text / Ansprache	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Gesamt-Ergebnis	254,30	86,78%	30,30	13,22%	2

* Die Punkte-Bewertung wird entsprechend der Anzahl vorgegebener Punkte.

Extra-Kommentare / Empfehlungen zur Motiv-Optimierung
 Marke: Antenne Bayern / CLP-Motiv: „Wir lieben...“

Hinweise, Tipps, Empfehlungen

Grundsätzlich
 Das Motiv platziert sich mit einem **Gesamt-Ergebnis von 86,78 Prozent** im oberen Segment der Dialog-Güte-Kategorie 2. Die Typo ist wichtig und plakativ, in ihrer Größen-Abstufung allerdings noch nicht hundertprozentig ausgewogen. Einige Effekte entwickeln zu viel Eigenleben oder sind nicht optimal gesetzt.

Details
 Das mit positiver Bedeutung aufgeladene Visual (Wiese/Himmel) lässt Sommerlaune aufkommen. Einige Bild-Details karnibalisieren jedoch die Headline und erschweren so die Bekanntheit. Die Sonne (rechts außen) blendet wegen ihrer etwas zu starken Überstrahlung. **Empfehlungen:** Durch Bildbearbeitung die Überstrahlung etwas absblenden (und/oder etwas Gelb zugeben) (weitere Blendung in Abstimmung). Außerdem links außen die große angeschnittene Wolke minimieren (so liegt der Fokus stärker auf der Aussage). **Zusatz-Tipp:** Die angeschnittenen Blüten (Ecke rechts unten entfernen, da sie den „Überstrahl-Effekt“ der Sonne potenzieren).

Die Headline Typo ist wichtig, aber noch nicht ausgewogen. Auch einige Buchstaben-abstände sind nicht optimal gewählt. **Empfehlungen:** Den Textblock insgesamt noch leicht nach oben schieben (Drehorientierung: Abstand zwischen oberster Zeile und Logo-Switch um 10-15% verringern). Die Worte „Bayern“ und „Hits“ um 5-10% größer einstellen. Dabei auch einige Buchstabenabstände harmonisch/leserfreundlich ausgleichen (= verringern der Abstände zwischen „a“ und „y“, „y“ und „e“ sowie „H“ und „t“).

Der „Lichtpunkt“ am Marken-Logo ist nicht optimal gesetzt. **Empfehlung:** Effest etwas weiter oben setzen (etwas oberhalb des Buchstaben „t“).

IKAO Institut für Kommunikations-Analyse und -Optimierung
 Buchhofstraße 62 / 80339 Frankfurt / Telefon: +49 69 1886 1886 / Mail: info@ikao.de / Internet: www.ikao.de



Messpunkte der DSM für OOH und DOOH

- Impulsstärke / Impulsgeber
- Elemente-Hierarchie / Zusammenspiel der Wirkelemente
- Schriftgröße und Schriften-Auswahl /-Einsatz
- Bild-Text-Verhältnis / Bildgewichtung / Produktbild-Positionierung
- Layout / Aufteilung
- Farbauswahl / Colour-Code
- Wahrnehmbarkeit / Farbigkeit
- Text / Ansprache-Ausprägung



Unternehmer / Marke		Klient-Matrix			Maximale Punktzahl
Südler Media AG / Antenne Bayern		Wir lieben Bayern / Wir lieben Hits			270
Bewertung von	Plakat-Format	Chiptage	Abweichung vom Idealwert	Abweichung vom Idealwert	Dialog-Kategorie
	Plakat-Bezeichnung	Bezeichnung in %	in %	in %	
Impulsgeber	14,00	96,00%	0,00	-5,00%	1
Wirkenelemente	42,00	91,17%	0,00	0,00%	1
Schriftgröße und -Auswahl / Einsatz	36,30	81,17%	0,30	10,00%	2
Wie hier verwendet: Bildgewichtung, Produktbild-Positionierung	34,20	80,00%	0,70	10,00%	2
Layout / Aufteilung	23,15	85,87%	0,05	10,17%	2
Farbauswahl	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Wahrnehmbarkeit / Farbigkeit *	15,00	85,00%	0,00	10,00%	2
Text / Ansprache	15,00	100,00%	0,00	0,00%	1
Gesamtergebnis	254,30	86,76%	0,30	10,22%	2

* Wie hier verwendet: Bildgewichtung, Produktbild-Positionierung

Extra-Kommentare / Empfehlungen zur Motiv-Optimierung
 Marke: Antenne Bayern / CLP-Motiv: „Wir lieben...“

Hinweise, Tipps, Empfehlungen

Grundsätzlich
 Das Motiv platziert sich mit einem **Gesamt-Ergebnis von 86,76 Prozent** im oberen Segment der Dialog-Guide-Kategorie 2. Die Typo ist wichtig und plakativ, in ihrer Größen-Abstufung allerdings noch nicht hundertprozentig ausgewogen. Einige Effekte entwickeln zu viel Eigenleben oder sind nicht optimal gesetzt.

Details
 Das mit positiver Bedeutung aufgeladene Visual (Wiese/Himmel) lässt Sommerlaune aufkommen. Einige Bild-Details kamibullären jedoch die Headline und erschweren so die Bekanntheit. Die Sonne (rechts außen) blendet wegen ihrer etwas zu starken Überstrahlung. **Empfehlungen:** Durch Bildbearbeitung die Überstrahlung etwas abschwächen (oder etwas Gelb zugeben (weiche Blendung in Blauung)). Außerdem links außen die große angeschnittene Wolke minimieren (so liegt der Fokus stärker auf der Aussage). **Zusatz-Tipp:** Die angeschnittenen Blüten (Ecke rechts unten entfernen, da sie den „Überstrahl-Effekt“ der Sonne potenzieren).

Die Headline Typo ist wichtig, aber noch nicht ausgewogen. Auch einige Buchstaben-abstände sind nicht optimal gewählt. **Empfehlungen:** Den Textblock insgesamt noch leicht nach oben schieben (Drehentwurf: Abstand zwischen oberster Zeile und Logo-Switch um 10-15% verringern). Die Worte „Bayern“ und „Hits“ um 5-10% größer einstellen. Dabei auch einige Buchstabenabstände harmonisch/leserfreundlich ausgleichen (= verringern der Abstände zwischen „a“ und „y“, „y“ und „e“ sowie „H“ und „f“).

Der „Lichtpunkt“ am Marken-Logo ist nicht optimal gesetzt. **Empfehlung:** Effest etwas weiter oben setzen (etwas oberhalb des Buchstaben „a“).

IKAO Institut für Kommunikations-Analyse und -Optimierung
 Buchhofstraße 62 / 80339 Frankfurt / Telefon: +49 69 1886 1886 / Mail: info@ikao.de / Internet: www.ikao.de

IKAO – Institut für Kommunikations- Analyse und -Optimierung



**Mehr Informationen zur Dialog-Struktur-Messung
und den weiteren Analyse- und Beratungsleistungen von IKAO
erhalten Sie auf Anfrage bei:**

IKAO
Institut für Kommunikations-Analyse und -Optimierung
Buchrainstraße 60
60599 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 6986 6886
Mail: info@ikao.eu