

„Südkurier“ mit web-basierter Werbewirkungsmessung

Das Südkurier Medienhaus in Konstanz hat ein neues Instrument zur Messung der Werbewirkung eingeführt. Das web-basierte Werkzeug RAM (Research and Analysis of Media) soll auf Basis standardisierter Fragebögen eine detaillierte Analyse von Anzeigen ermöglichen, die in

der Tageszeitung „Südkurier“ geschaltet werden. Das RAM-Messsystem beruht auf einem eigenen Leserpanel, mit dem über das Internet kontinuierlich Untersuchungen für alle interessierten Anzeigenkunden durchgeführt werden. „Mit der Einführung von RAM bieten wir unseren Mediakunden ein effizientes Instrumentarium, um die Kontaktwerte, das Kontaktprofil und den Einfluss von Format, Platzierung und Gestaltung einer Anzeige zu messen“, sagt dazu Rainer Wiesner, Geschäftsführer der Südkurier Medienhaus GmbH. Vor dem „Südkurier“ hat der „Mannheimer Morgen“ das System als Pilotkunde getestet. Entwickelt wurde RAM 2002 in Schweden, wie der „Südkurier“ mitteilt. Heute sei es in zwölf Märkten bei mehr als 220 Publikationen im Einsatz. In Deutschland wird RAM durch die GESO GmbH, Bodenheim, vertreten. Kontakt: Südkurier GmbH, Thomas Liebetrau, Telefon 07531/9991334, E-Mail thomas.liebetrau@suedkurier.de.