Stammdaten für DOOH

Version 19 vom 18. Juli 2025

Versionsübersicht

- **Version 1 vom Juni 2023**: Erstmalige Beschreibung von POI; Objekten, Screens, Netzen, Vermarktern, Belegungseinheiten, Außenvorgaben und Zonierungen
- **Version 2 vom 16.08.2023** :
  - Ergänzung der Stammdatenstandards für Fahrgast-TV (Seite 23 & 24)
  - Ergänzungen zur Gültigkeit und Überführung von AGS-Tabellen (Seite 16)
  - Tabellen "Objekte“ & „Screens": Umbenennung von "venue_id_tag" (in beiden Listen) in "venue_id_tag_object" und "venue_id_tag_screen„ (Seite 14 & 19)
  - Erste Version der Tabelle "zones" mit aus der Taxonomie der Veranstaltungsorte abgeleiteten IDs hinzugefügt
  - Hinweise zur Vergabe von screen_id aufgenommen (Seiten 21 & 22)
  - Liste der Netze und Liste der Vermarkter aktualisiert (Seiten 28 & 29)
  - Tabellen "Objekte“ & „Screens": „past_object_id“ und „past_screen_id“ neu aufgenommen
  - Tabelle „zones“ aktualisiert (Seite 47)
  - Regeln für Außenvorgaben ergänzt (Seite 43 & 44)

Versionsübersicht

- **Version 3 vom 24.08.2023** :
  - Tabelle "Objekte“: „past_object_id“ und „past_screen_id“ neu aufgenommen
  - Tabelle "Screens": „status“, „animation_enabled“ und „picture_link“ neu aufgenommen
- **Version 4 vom 11.09.2023** :
  - Spot_length" in der Tabelle "networks" hinzugefügt
  - „poi_id_faw" in der Tabelle "poi" gestrichen: poi_id wird von FAW bereitgestellt
  - Umbenennung von "site_frequency" in "site_frequency_poi" in der Tabelle "poi" zur Unterscheidung von site_frequency (Objekt)
  - Ersetzung der Spalte "status" durch die Spalten "Status (ohne POI-Datenbank)" und "Status (mit POI-Datenbank)" in der Tabelle "objects“
  - „object_status" in der Tabelle "Objekte" hinzugefügt
  - Umbenennung von "status" in "screen_status" in der Tabelle "screens" zur Unterscheidung von "object_status„
  - In der Tabelle „objects" wurde "object_id_publisher_2" hinzugefügt

Versionsübersicht

- **Version 5 vom 24.09.2023** :
  - „poi_inactive_from" und „poi_inactive_till" in der Tabelle "poi" gestrichen
  - „aspect_ration" in der Tabelle „screens" hinzugefügt
  - Beschreibung von „picture_link“ in Tabelle „screens“ aktualisiert
  - Beschreibung von „siteplan_link“ in Tabelle „objects“ aktualisiert
- **Version 6 vom 08.10.2023** :
  - In der Tabelle „zones" wurden die „Outdoor" Zonen hinzugefügt
  - In der Tabelle „screens" wurde „screen_id_publisher_2" hinzugefügt
- **Version 7 vom 14.11.2023** :
  - Aktualisierte "weekday_ids" in Tabelle „booking units"
  - Ändern der "daypart_id" in einen 2-Buchstaben-Code in Tabelle "booking units "
  - Geänderte Definition von "geo_id" in Tabelle "booking units"
  - „State_id" aus Tabelle " booking units" gelöscht
  - Optionales Feld "object_id_publisher" zur Tabelle "screens" hinzugefügt

Versionsübersicht

- **Version 7 vom 14.11.2023 (Fortsetzung)**:
  - Optionales Feld "edge_frequency" zur Tabelle "screens" hinzugefügt
  - Aktualisierung der IDOOH Venue Taxonomie der Veranstaltungsorte mit den Ergebnissen der Arbeitsgruppe vom 25. Oktober 2023
  - Tabelle „tracking objects“ hinzugefügt
- **Version 8 vom 16.01.2024**:
  - Umbenennung des optionalen Feldes "edge_frequency" in "share_of_frequency" in der Tabelle "screens"
  - Optionales Feld "tp_lines" zur Tabelle "screens" hinzugefügt
  - Optionales Feld "tracking_object_status" zur Tabelle "tracking objects" hinzugefügt
  - Zweiten Block "Betriebsstunden" zu den Tabellen „Networks“ und "Objekte" hinzugefügt
  - Die Tabelle "Belegungseinheiten" wurde komplett überarbeitet

Versionsübersicht

- **Version 7 vom 14.11.2023 (Fortsetzung)**:
  - Optionales Feld "edge_frequency" zur Tabelle "screens" hinzugefügt
  - Aktualisierung der IDOOH Venue Taxonomie der Veranstaltungsorte mit den Ergebnissen der Arbeitsgruppe vom 25. Oktober 2023
  - Tabelle „tracking objects“ hinzugefügt
- **Version 8 vom 16.01.2024**:
  - Umbenennung des optionalen Feldes "edge_frequency" in "share_of_frequency" in der Tabelle "screens"
  - Optionales Feld "tp_lines" zur Tabelle "screens" hinzugefügt
  - Optionales Feld "tracking_object_status" zur Tabelle "tracking objects" hinzugefügt
  - Zweiten Block "Betriebsstunden" zu den Tabellen „Networks“ und "Objekte" hinzugefügt
  - Die Tabelle "Belegungseinheiten" wurde komplett überarbeitet

Versionsübersicht

- **Version 9 vom 20.02.2024**:
  - Felder „playout_list“, „weekday_id_network“, „daypart_id_network“ und „network_status“ zur Tabelle „networks“ hinzugefügt
  - Umbenennung des optionalen Feldes „tp_lines“ in „add_zone_info“ in der „screens“-Tabelle
  - Filter „zone_id_bid“ zur Tabelle „booking units“ hinzugefügt
  - Umbenennung des optionalen Feldes „object_screen_selection“ in „matching_table“ in der Tabelle „screens“
  - weekday_id „30“ für den gesamten Monat zur Tabelle „day of week“ hinzugefügt
  - Komplette Überarbeitung der Tabelle „pricing table“
  - Zonen „ airports.busses.apron“, „hotel.lobby“, „hotel.conference“

Versionsübersicht

- **Version 10 vom 11.03.2024:**
  - Umbenennung der Tabellen „pricing table“ und „matching table“ in „exemplary pricing table“ und „ exemplary matching table“
  - Beschreibung der Pricing Tables und Matching Tables in den Tabellen „pricing table“ und „matching table“ hinzugefügt
  - Datenfeld „bid_publisher“ zur Tabelle „matching table“ hinzugefügt
  - Datenfeld „pricing_table_id_publisher“ zur Tabelle „pricing table“ hinzugefügt
  - “Charging Stations" and "DIY Stores" zur Tabelle ‚Venue Taxonomy‘ hinzugefügt
  - "Departures" and "Arrivals" als sub-venues zum venue"Airport.Security" in in der ‚Venue Taxonomy‘ Tabelle hinzugefügt
  - Zonen „Hotel.Restaurant“, „ Charging.Stations“ zur Tabelle „zones“

Versionsübersicht

- **Version 11 vom 20.04.2024:**
  - Verbesserte Dokumentation der Tabellen „networks“ und „booking units“: Präzisierung der Definition von „Netzvorgabe“
  - Verschiebung der Tabellen „Publisher“ und „Netzliste“ in separate Datei
  - Präzisierung der Definitionen von „publisher_id“, „lat“, „long“, „polygon“ in der Tabelle „objects“.
  - Definitionen von „net_id“, „pos_x“, „pos_y“ in der Tabelle „screens“ präzisiert.
  - Umbenennung des Datenfeldes „add_zone_info“ in „zone_info“ in der Tabelle „screens“.
  - Definitionen von „parent_bid“ und „publisher_id“ in der Tabelle „booking units“ präzisiert.
  - Definitionen von „list_objects_active“ (pending/inactive/retired) und „number_objects_active“ (pending/inactive/retired) in der Tabelle „booking units“ hinzugefügt
  - Definitionen von „list_screens_active“ (pending/inactive/retired) und „number_screens_active“ (pending/inactive/retired) in der Tabelle „booking units“ hinzugefügt
  - Klarere Definitionen von „screens_status“, „object_status“ und „bid_status“ in den Tabellen „screens“, „objects“ und „booking units“.

Versionsübersicht

- **Version 12 vom 02.05.2024:**
  - In den Datenfeldern playouts_per_hour, spot_length, weekday_id, daypart_id der Tabelle „pricing table“ wurde „no comma-separated lists allowed“ in „comma-separated lists allowed“ geändert.
  - Die Spaltenreihenfolge in der Tabelle „zones“ wurde geändert und die Spalte „needs_zone_info“ hinzugefügt.
  - Klarere Definition der Spalte „zone_info“ in der Tabelle „screens“.
  - Status des Datenfeldes „bid_status“ in der Tabelle „Belegungseinheiten“ von „optional“ auf „required“ geändert und Beschreibung aktualisiert
  - Tabellen „zones description“, „daypart description“, „weekday description“, „city_size description“, „screen_types description“ mit Beschreibungen der Tabellen „zones“, „daypart“, „weekday“, „city_size“, „screen_types“ hinzugefügt.
  - Option „30 =ganzer Monat“ aus Tabelle „day of week“ entfernt.
  - Datenfelder „playouts/hr“, „playouts_hr_2“ ... „playouts/hr_5“ aus Tabelle „networks“ entfernt (verschiedene mögliche playouts/hr können als Liste in „playouts/hr_list“ angegeben werden).

Versionsübersicht

- **Version 13 vom 08.06.2024:**
  - Präzisierung der Definition von „AGS“ in der Tabelle „objects“.
- **Version 14 vom 08.06.2024:**
  - Datenfeld „screen_status“ in der Tabelle „screens“ von optional auf required geändert
  - Datenfeld „object_status“ in der Tabelle „objects“ von optional auf required geändert
  - Präzisierung der Definition von „network_status“ in der Tabelle „networks“.
  - Erweiterte Definition von „bid_status“ in der Tabelle „booking units“.
- **Version 15 vom 14.07.2024:**
  - Präzisierung der Definition von „site_frequency“ in der Tabelle „objects“.
  - Präzisierung der Definition von „screen_frequency“ in der Tabelle „screens
  - Präzisierung der Definition von „hours of operation“ in der Tabelle „objects“.
  - Dritter Block der Betriebszeiten in den Tabellen „networks“ und „objects“ hinzugefügt
  - „Status“ des zweiten Blocks der Betriebsstunden in der Tabelle „networks“ in ‚optional‘ geändert
  - Aktualisierung der Tabelle „AGS“ von Version „01.07.23“ auf Version „01.07.2024“.

Versionsübersicht

- **Version 16 vom 23.08.2024:**
  - Präzisierung der Definitionen von „daypart_id“, „weekday_id“, „spot_length“ und „playouts_per_hour“ in der Tabelle „booking units“.
- **Version 17 vom 12.05.2025:**
  - Änderungen in der Tabelle „venue taxanomy“:
    - Einfügen von venue ID 7.6 „Event Locations“
    - Änderungen in den Levels 2 & 3 für venue IDs 2.5, 7.3, 7.4.2
- **Version 18 vom 21.06.2025:**
  - Änderungen in den Tabellen „venue taxanomy“ und „zones“:
    - Einfügen von venue ID 2.11 „Furniture Stores“
    - Einfügen der zone ID 2.11 „Furniture Stores“
  - Änderungen in der Tabelle „networks“ und „booking units“:
    - Einfügen von Spalte „comma-separated lists allowed “

Versionsübersicht

- **Version 19 vom 18.07.2024:**
  - Änderungen in der Tabelle „zones“:
    - Einfügen von zone ID 2.11a-h "Furniture Stores"
  - Änderungen in der Tabelle „venue taxonomy“:
    - Einfügen von venue ID "Retail" 2.5.5, 2.6.1, 2.6.2, 2.7.1, 2.7.2, 2.8.1, 2.8.2, 2.9.1, 2.9.2
    - Löschen von venue_ID 2.11.1 - 4 "Furniture Stores"
    - Einfügen von venue_ID "Hotels" 7.2.1, 7.2.2, 7.3.1, 7.3.2, 7.4.2.1, 7.5.1, 7.5.2

Inhalt

1. Wofür werden Stammdaten benötigt? Seite 14
2. Physische POI, Objekte & Tracking Objekte Seite 22
3. Screens Seite 32
4. Netze & Vermarkter Seite 41
5. Prüfkonzept für Stammdaten Seite 44
6. Belegungseinheiten Seite 48
7. Außenvorgaben & Zonierung Seite 71
8. Anhang: Systematik der Belegungseinheiten Seite 86
9. Anhang: Pflege von Preisen Seite 102

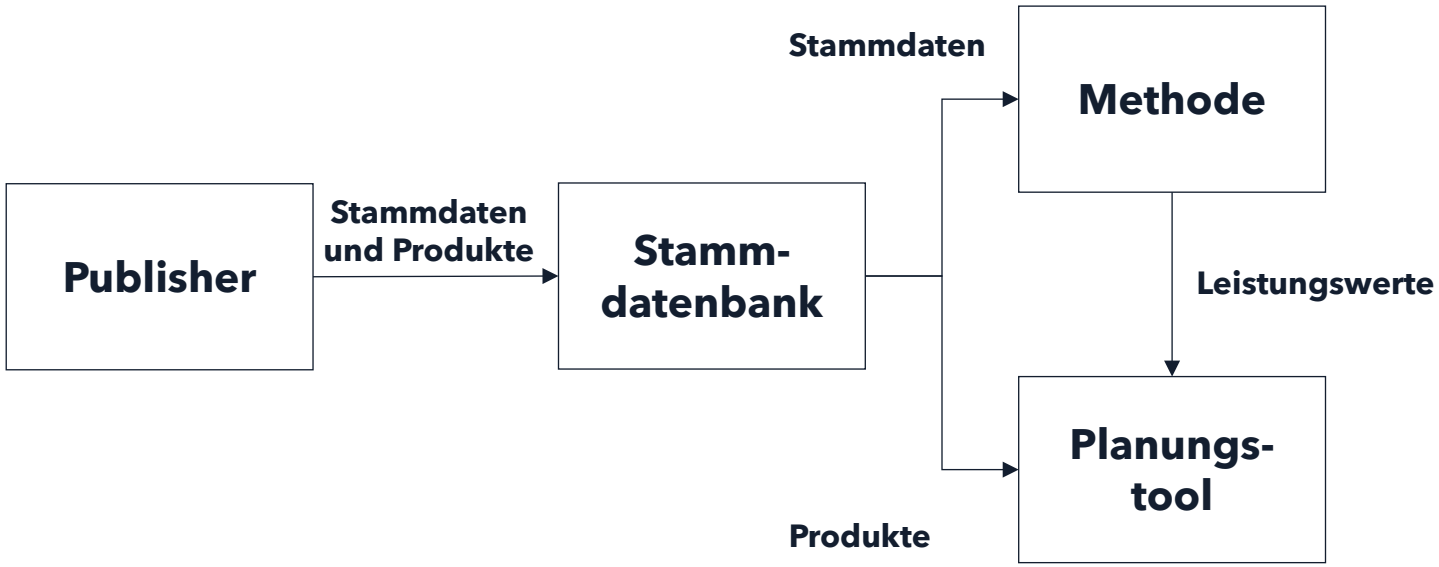
Wofür werden Stammdaten benötigt?

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

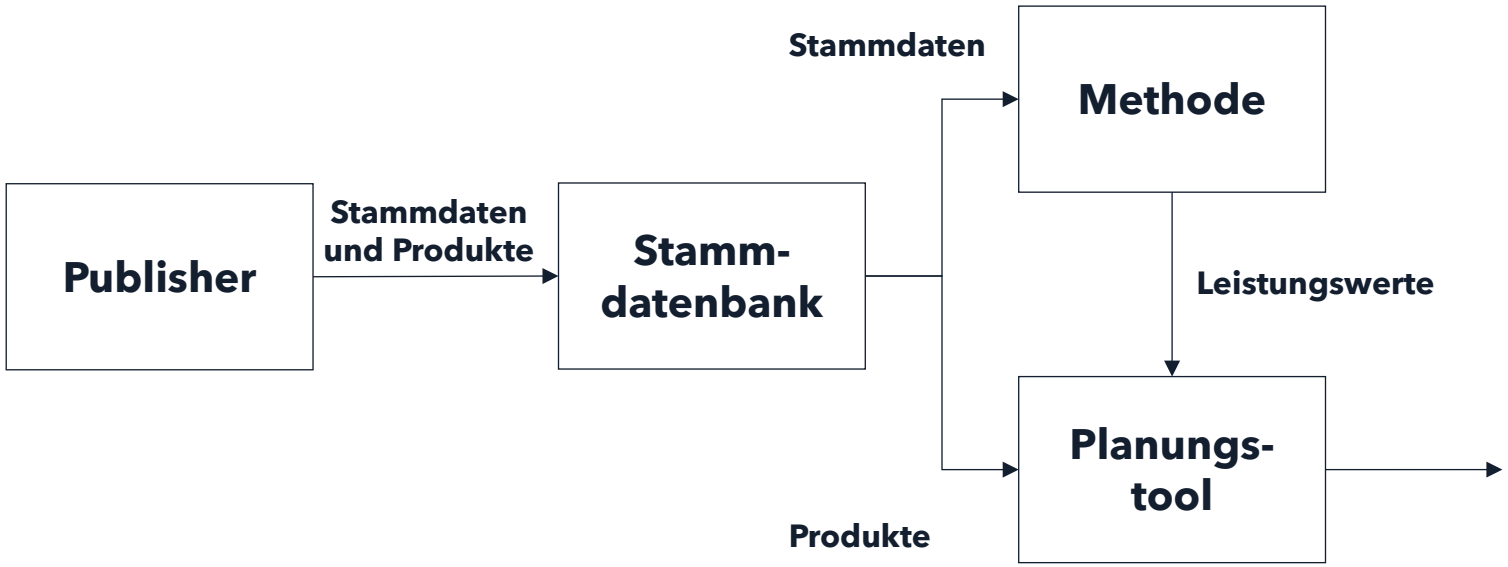
Wofür werden Stammdaten benötigt?

- Stammdaten werden vor allem für die Leistungswerterfassung (d.h. die Messung von Kontakten, Reichweiten und Zielgruppen) benötigt.
- Die Methode und die dafür benötigten Stammdaten sind im Whitepaper zur Public & Private Screens Studie des IDOOH beschrieben; ebenso in der Kurzbeschreibung zur Methode.
- Weiterhin werden Stammdaten für die Abbildung der DOOH Netze mit ihren Leistungswerten im Mediaplanungstool mediMACH benötigt.
- Auf den nachfolgenden Seiten sind die Komponenten schematisch dargestellt:
  - Im Jahr 2023/24 werden in der o.g. Studie und im Mediaplanungstool zunächst nur nationale Reichweiten ausgewiesen. Die Ausweisung von z.B. Bundesländern und Nielsengebieten ist bereits möglich, nicht jedoch die Ausweisung von einzelnen Städten oder Einzelstandorten.
  - Im Jahr 2025 sollen auch Einzelstandorte und einzelne Städte ausweisbar sein (die Entscheidung über die Ausweisung liegt individuell bei den einzelnen Anbietern). Dazu werden bereits im Jahr 2023/24 granulare Stammdaten benötigt, um die Umstellung für das Jahr 2025 rechtzeitig vorbereiten zu können.
  - Es wird unterschieden zwischen den eigentlichen **Stammdaten** (Beschreibung der Werbeträger und ihrer Umfelder mit Adressen, Geokoordinaten etc.) und den **Belegungs-einheiten** (= Produkte = Bündelung von Werbeflächen bzw. Sendezeiten mit Preisen).

Wofür werden Stammdaten benötigt?



Wofür werden Stammdaten benötigt?



Zählungen

nach Belegungseinheiten mit Leistungswerten und Preisen

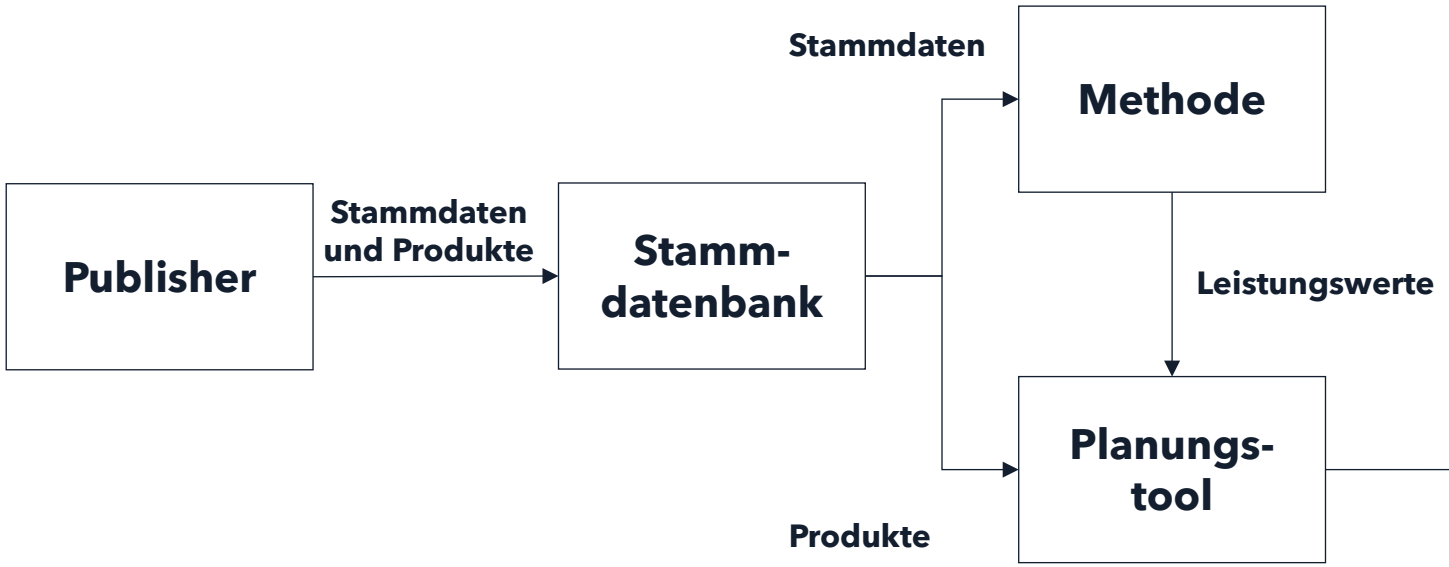
2023/2024

Belegungseinheiten = ganze Netze (nationale Belegung / nur Netzprodukte)

2025

Belegungseinheiten = Objektebene (Belegung einzelner Malls, Bahnhöfe etc.)

Wofür werden Stammdaten benötigt?



Produkte

=Tabelle mit Belegungseinheiten und Preisen

2023/2024

Netze und Subnetze unterteilt nach Wochentagen und Zeitschienen

2025

Plus: Einzelne Locations mit Ortangaben

Zählungen

nach Belegungseinheiten mit Leistungswerten und Preisen

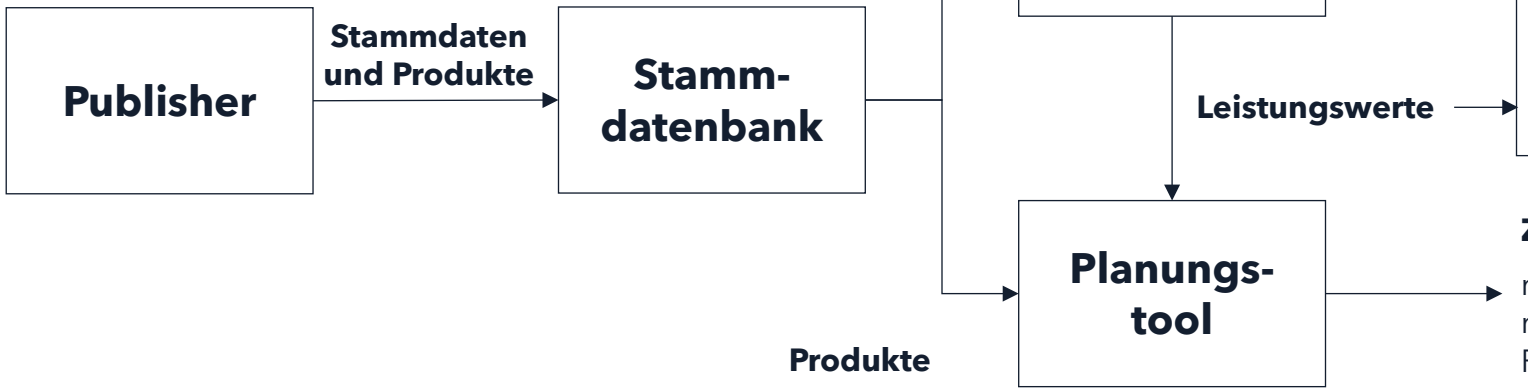
2023/2024

Belegungseinheiten = ganze Netze (nationale Belegung / nur Netzprodukte)

2025

Belegungseinheiten = Objektebene (Belegung einzelner Malls, Bahnhöfe etc.)

Wofür werden Stammdaten benötigt?



2023/2024

Kontaktmengen & Zielgruppen auf Netzebene (inkl. Unterteilung Wochentage und Zeitschienen)

2025

Kontaktmengen & Zielgruppen auf Einzelstandortebene (inkl. Unterteilung Wochentage und Zeitschienen)

Zählungen

nach Belegungseinheiten mit Leistungswerten und Preisen

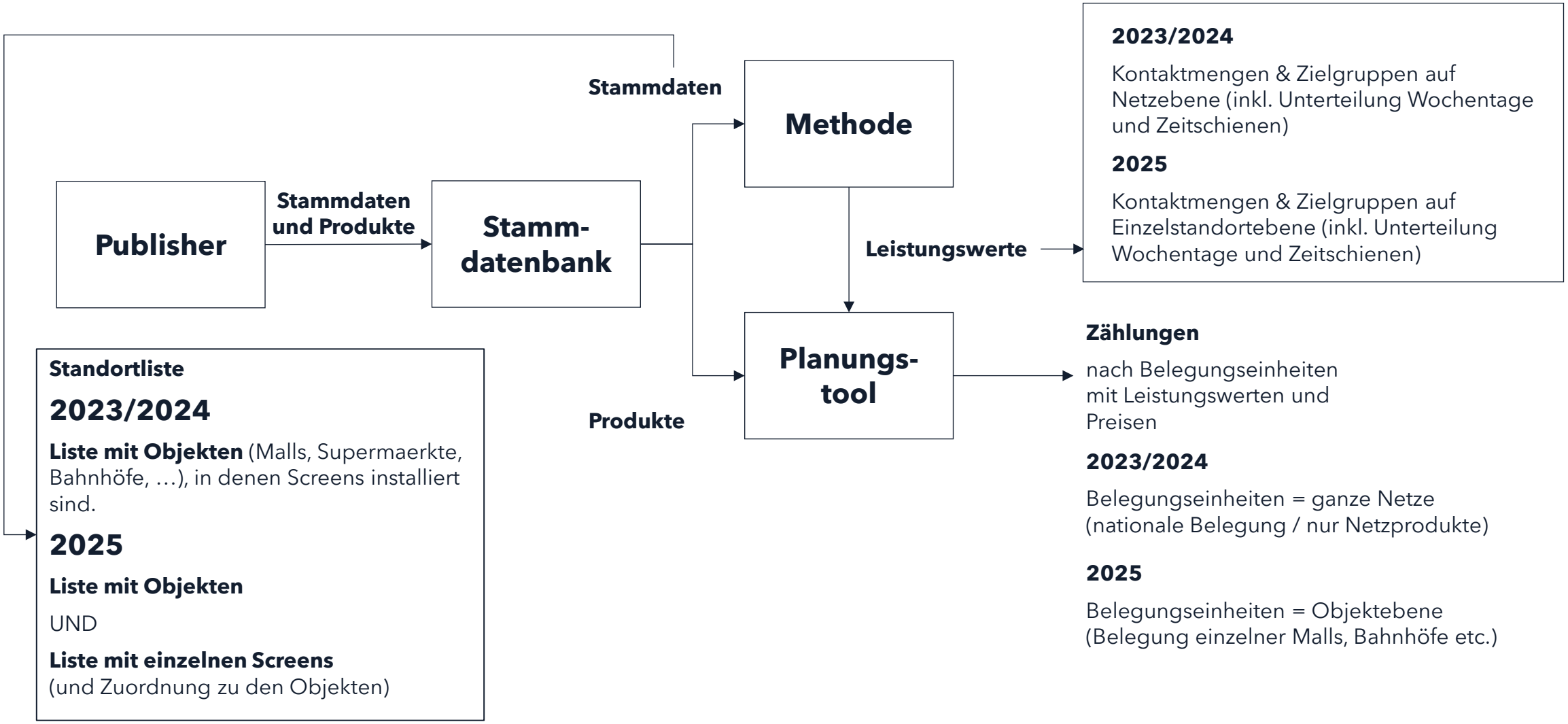
2023/2024

Belegungseinheiten = ganze Netze (nationale Belegung / nur Netzprodukte)

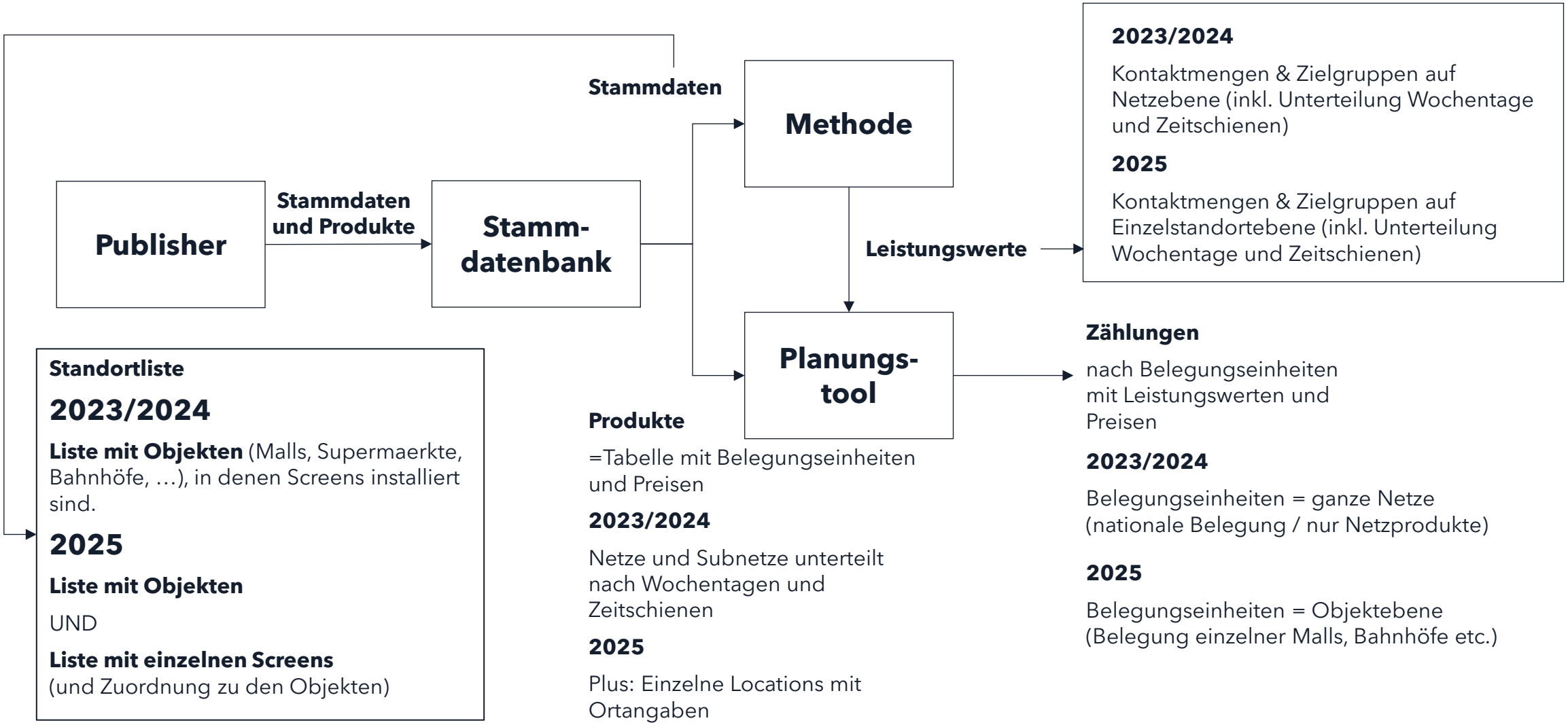
2025

Belegungseinheiten = Objektebene (Belegung einzelner Malls, Bahnhöfe etc.)

Wofür werden Stammdaten benötigt?



Wofür werden Stammdaten benötigt?



Physische POI, Objekte & Tracking Objekte

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Physische POI und Objekte

- Es wird zwischen dem physischen POI (z.B. einem Bahnhof) und dem Objekt (z.B. dem Ströer Produkt „Hbf Köln“) unterschieden:
  - Der physische POI ist – einfach ausgedrückt - ein Haus mit einem Dach und einer Adresse sowie Geokoordinaten und einer bestimmten Kundenfrequenz (auch „site_frequency“ oder „Außenvorgabe“ genannt).
  - Das Objekt ist ein vom Vermarkter angelegtes virtuelles Produkt mit einem vom Publisher vergebenen Namen (z.B. „Ströer Public Video Mall“ „Goldbach Mall Channel Alexa“), in dem eine bestimmte Menge Werbeträger und Werbezeiten zusammengefasst sind. Das Objekt ist daher u.a. auch durch die Betriebszeiten der DOOH Screens in diesem Objekt charakterisiert.
  - Wechselt der Vermarkter in einem Objekt, so wird der neue Vermarkter das Objekt i.d.R. anders benennen; möglicherweise auch die Werbeträger und/oder die Programm Loop auf den Werbeträgern verändern (der physische POI dagegen bleibt bei einem Vermarkterwechsel unverändert.
  - **Das „Objekt“ ist virtuell und vermarkterspezifisch; es beschreibt das „Produkt“**
  - **Der „POI“ ist physisch und vermarkterunabhängig; es beschreibt das Gebäude.**
  - **Der Anbieter liefert Objektlisten wie nachfolgend beschrieben.**

Objektliste

Data Field	Format	Status (without POI database)	Status (with POI database)	Description
object_id	text	required	required	Global unique ID for object issued by IDOOH. Must be specified by publisher for matching to historical data. Publisher can obtain object_id from IDOOH DMP. "0" or EMPTY for new objects, meaning IDOOH has to issue a new object_id.
poi_id	text	(empty)	required	Link to POI table compiled by IDOOH. Publisher can obtain poi_id from IDOOH DMP (in future version of DMP).
object_id_publisher	text	optional	optional	Unique ID for object issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new objects.
object_name_publisher	text	required	required	Name of object as given by the publisher (e.g. "Alexa Berlin"); max. 256 characters
publisher_id	integer	required	required	Unique ID for publisher issued by IDOOH. In the case of secondary marketing, the object and screen lists are maintained by the primary marketer and made available to the secondary marketer (read-only rights). the secondary marketer can use the object_ids and screens_ids for its booking units.
street	text	required	(discontinued)	Adress data will be maintained on the POI level (in the future); currently, address data need to be supplied with the object list.
street_number	text	required	(discontinued)	
postcode5	text	required	(discontinued)	
city	text	required	(discontinued)	
city (sales)	text	optional	optional	Different city and AGS (than given by address data) may be specified to group object into booking unit with different geo-filters for sales purposes (and - accordingly - display in meida planning tool mediMACH). E.g. objects on the boundary
AGS (sales)	text	optional	optional	between Berlin and Brandenburg may need to be grouped in BID for Berlin instead of Brandenburg; or airports outside city boundaries (e.g. München and Stuttgart) may need to be grouped with the respective city.
AGS	text	required	(discontinued)	Official German code for city/municiplaity ("Amtlicher Gemeindeschlüssel", formerly "Gemeindekennziffer GKZ"; refer to: https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/_inhalt.html. For ease of use refer to AGS list included in this file: IDOOH list of AGS and communities will be updated once a year on July 1st and will then be valid for one year. **Current version is of July 1st, 2024.** Missing or wrong AGS will lead to exclusion of object from contact calculation.
lat	decimal	required	(discontinued)	Latitude (WGS84) of the object with accuracy of at least 1 meter (minimum 5 decimal places)
long	decimal	required	(discontinued)	Longitude (WGS84) of the object with accuracy of at least 1 meter (minimum 5 decimal places)
polygon	text	required	optional	Polygon of the object in Well Known Text Format (WKT: https://en.wikipedia.org/wiki/Well-known_text_representation_of_geometry; use MULTIPOLYGON notation). Will be maintained on the POI level (in the future; currently on object level). In the future, providing polygons on the object level will be optional (e.g. for and tracking defining only the "parking lot" object of a shopping mall). For a guide to drawing polygons refer to: http://help.adsquare.com/en/articles/5045242-adsquare-polygons-guide-with-qgis
venue_id_object	text	optional	optional	IDOOH venue taxonomy ID (refer to https://idooh.media/standards/).
venue_id_tag_object	text	optional	optional	IDOOH venue taxonomy double-tag (refer to https://idooh.media/standards/)
site_frequency	decimal	required	optional	(Gross) number of visits (i.e. number of customers, passengers or visitors of age 14 and above) per week for this location as supplied by external measurements such as passenger counts by airports or railway operators , customer counts by mall operators, or number customers from cash register of supermarkets. "Gross" meaning: all visits are counted, i.e. if someone visits a subway station 5 times a week, then all 5 visits are counted (to be distinguished from net visits = number of individual people visiting a location per week). site_frequency will usually be inherited from site_frequency_poi in POI table. With the implementation of the IDOOH POI database, site_frequency will only be filled by publishers, if it differs from site_frequency_poi and the IDOOH grants specific access to this data field.
location_id_doohry	text	optional	optional	ID in master database DOOHRY (internal use by some publishers)
op_hours_monday_start	time	optional	optional	Hours of operation for each weekday (Monday-Sunday) for each individual location.
op_hours_monday_end	time	optional	optional	Hours of operation for the entire network are supplied in "networks" table.
op_hours_tuesday_start	time	optional	optional	If hours of operation for an individual objects table are supplied, they override the opening hours in the "networks" table (for that particular location only).
op_hours_tuesday_end	time	optional	optional	Hours of operation are the times of day that advertising is sold on the screens (screens and/or players may e.g. be running 24/7, but only the hours between 6am and 23pm may be actually sold - these are the hours of operation).
op_hours_wednesday_start	time	optional	optional	
op_hours_wednesday_end	time	optional	optional	**It is optional to supply operating hours per object. But if operating hours are supplied for one object, then ALL operationg hours (i.e. for all weekdays) have to be supplied for this object (in this first block of operating hours). Objects closed on e.g. Saturdays or Sundays are set to "from 23:59 to 23:59".**
op_hours_thursday_start	time	optional	optional	
op_hours_thursday_end	time	optional	optional	
op_hours_friday_start	time	optional	optional	
op_hours_friday_end	time	optional	optional	
op_hours_saturday_start	time	optional	optional	
op_hours_saturday_end	time	optional	optional	
op_hours_sunday_start	time	optional	optional	
op_hours_sunday_end	time	optional	optional	
object_valid_since	date	optional	optional	Validity period for object. If no "object_valid_since" is specified, the start of the validity period of the market research data set - e.g. in the media planning tool mediMACH - is used as a default (e.g. start of quarter).
object_valid_till	date	optional	optional	if only "object_valid_from" is specified, then valid_till date is open until next update
object_inactive_from	date	optional	optional	validity period for temporary closures of POI/object
object_inactive_till	date	optional	optional	
past_object_id	text	required (if past_object_id exists)	required (if past_object_id exists)	predecessor ID to current object_id (e.g. after change of publisher for that screen resulting in new object_id (see accompanying document). Past_object_ids enable historic tracking of individual objects across changes in object_ids.

Objektliste (Fortsetzung)

Data Field	Format	Status (without POI database)	Status (with POI database)	Description
siteplan_link	file / link	optional; required only for complex touchpoints from 2025 onward	optional; required only for complex touchpoints from 2025 onward	File with siteplan or link to siteplan of location on external server. Only required for complex touchpoints (airports, train stations, subway stations, malls, universities). Screen locations need to be marked in siteplan; screen_id_publisher is sufficient as label of screen positions. All file formats are allowed. **Siteplans are semi-public data**, i.e. may be handed out to competitors for quality assurances purposes.
object_status	text	required	required	Default: object_status is determined from the screen_status of the screens belonging to the object: object_status = active if at least 1 screen active object_status = inactive if no screen active and no screen pending but at least 1 screen inactive object_status = pending if no screen active but at least 1 screen pending (inactive screens are ignored) object_status = retired if only retired screens are linked to this object Object_status needs to be specified by the publisher inculding the following cases: Publisher sets object_status to inactive: All screens are set to inactive. Publisher sets object_status to retired: All screens are set to retired Publisher resets object_status (from inactive to active): All screens are reset to the status before inactive was set Contact values are calculated by market research institute for all objects except for "retired" objects (notice: if "non-retired" objects contain "retired" screens, then contacts for these "retired" screens will be set to zero; compare to documentation of "screens" table). Status flag will be displayed in media planning tool.
object_id_publisher_2	text	optional	optional	Alternative unique ID for object issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new objects.
op_hours_monday_start_2	time	optional	optional	2nd set of hours of operation (see above). Can be used if there are two blocks of hours of operation within the 24 hour period of a single day, e.g. - screens at airports may have operating hours from 4:00 am to 1:00 am with the final hour (0:00 to 1:00 am) during the following day. These would be specified as "0:00 to 1:00" in the first block and "4:00 to 23:59" in the second block of hours of operation. - restaurants may be open from 6:00 pm to 2:00 am; these would be specified as "0:00 to 2:00" in the first block, and "18:00 to 23:59" in the second block of hours of operation.
op_hours_monday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_tuesday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_tuesday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_wednesday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_wednesday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_thursday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_thursday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_friday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_friday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_saturday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_saturday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_sunday_start_2	time	optional	optional	
op_hours_sunday_end_2	time	optional	optional	
op_hours_monday_start_3	time	optional	optional	3rd set of hours of operation (see above). Can be used if there are three blocks of hours of operation within the 24 hour period of a single day, e.g. - restaurants may be open from 11:00 am to 3:00 pm, and again from 6:00 pm to 2:00 am; these would be specified as "0:00 to 2:00" in the first block, "11:00 to 15:00" in the second block, and "18:00 to 23:59" in the third block of hours of operation.
op_hours_monday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_tuesday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_tuesday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_wednesday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_wednesday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_thursday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_thursday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_friday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_friday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_saturday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_saturday_end_3	time	optional	optional	
op_hours_sunday_start_3	time	optional	optional	
op_hours_sunday_end_3	time	optional	optional	

Hinweise zur Pflege der Objektliste

- Die POI Liste muss vom IDOOH gepflegt und qualitätsgesichert werden. Dazu konsolidiert das IDOOH die Objekttabellen der Anbieter.
- Die Objektliste wird vom jeweiligen Anbieter gepflegt.
- Eine PLZ8 Angabe wird nicht benötigt; PLZ5 reicht aus.
- Außenvorgaben (site_frequency) sollten in der Methodenkommission qualitätsgesichert werden. Ggfs. werden detaillierte Außenvorgaben zur Verfügung gestellt (z.B. Monats-, Wochen- oder Tageswerte). Für diese Fälle müsste die Stammdatenbank erweitert werden. Bis das Thema abschließend von der Methodenkommission diskutiert wurde, sollen Außenvorgaben daher zunächst nur als ein Wert (pro Woche) pro Objekt in der Stammdatenbank abgebildet werden.
- Polygone
  - Zukünftig: Polygone werden auf POI-Ebene gepflegt und auf die Objektebene vererbt; es können auf der Objektebene aber auch individuelle Polygone hinterlegt werden (z.B. für nur den Parkplatz einer Mall).
  - Aktuell: Polygone werden auf Objektebene gepflegt.
- Die Betriebszeiten auf Objektebene sind die Betriebszeiten des jeweiligen Netzes, d.h. dieselben Werte, die auch in die Kontaktberechnung der P&PS Studie eingegangen sind.

Hinweise zur Pflege der Objektliste

- Die AGS muss vom Anbieter gepflegt werden. Dazu stellt das IDOOH eine AGS-Tabelle zur Verfügung, die einmal im Jahr aktualisiert wird (jeweils zum 1. Juli) und danach für ein Jahr gültig ist (unabhängig von den laufenden Veränderungen von AGS), um so eine Stabilität bei der Kampagnenplanung zu gewährleisten. Für die Planungen wird die neue AGS ab dem September des jeweiligen Jahres verwendet. Die AGS Tabelle enthält auch historische AGS, so dass Veränderungen leicht über ein Matching der historischen AGS erfolgen können.
- Hours of operation:
  - Betriebszeiten für jeden Wochentag (Montag-Sonntag) für jeden einzelnen Standort. (Die Betriebszeiten für das gesamte Netz werden in der Tabelle "Netze" angegeben.)
  - Wenn die Betriebszeiten für ein einzelnes Objekt angegeben werden, haben sie Vorrang vor den Betriebszeiten in der Tabelle "Netze" (nur für den jeweiligen Standort).
  - Betriebszeiten sind die Tageszeiten, zu denen Werbung auf den Bildschirmen verkauft wird (Bildschirme / Player können z. B. rund um die Uhr in Betrieb sein, aber nur die Stunden zwischen 6 und 23 Uhr können tatsächlich verkauft werden - dies sind die Betriebszeiten).
  - Wenn Bildschirme in einem Objekt zwei oder mehreren verschiedenen Netzen zugeordnet sind, dann werden - wenn keine objektspezifischen Betriebszeiten angegeben sind - die Betriebszeiten des Objekts mit einer ODER-Verknüpfung (auf Stundenbasis) aus den Betriebszeiten der zugehörigen Netze berechnet (Vereinigungsmenge).

Hinweise zur Pflege der Objektliste

- Das IDOOH vergibt die object_id beginnend bei **20000000** (achtstellig) und dann fortlaufend.
- **Weitere Datenfelder:**
  - **siteplan_link**:
    - „required“ bei komplexen Touchpoints wie Flughäfen, Bahnhöfe, Malls, Unis; allerdings mit einer Übergangsfrist von 12 Monaten
    - „optional“ bei allen anderen
    - Alle Dateiformate sind zugelassen
    - Sowohl Upload von Dateien als auch Links auf externe Server sind zugelassen
    - Die Screen-Positionen müssen in den Lageplänen eingezeichnet sein; die Benennung mit der IDOOH screen_id ist zunächst nicht erforderlich
    - Die in der IDOOH Stammdatenbank hinterlegten Lagepläne können vom IDOOH zu Prüfzwecken an Wettbewerber herausgegeben werden.
  - Neben der **object_id_publisher** wird auch eine **object_id_publisher_2** eingeführt, um mehrere interne Kennzahlensysteme eines Anbieters abbilden zu können.

Hinweise zur Pflege der Objektliste

- **Weitere Datenfelder:**
- **Object_status:**
  - **Default**: object_status wird aus dem screen_status der zum Objekt gehörenden Screens ermittelt:
    - object_status = active wenn mind. 1 Screen active
    - object_status = inactive wenn kein Screen active und kein Screen pending, aber mind. 1 Screen inactive
    - object_status = pending wenn kein Screen active aber mind. 1 Screen pending (inaktive Screens werden ignoriert)
    - object_status = retired wenn ausschließlich retired Screens
    - Object_status = ERROR wenn gar keine Screens vorhanden
- **Site_frequency**
  - Site_frequency des Objekts wird regulär von der site_frequency_poi vererbt; nur in Ausnahmefällen (nach Freigabe durch IDOOH Methodenkommission) sollten Anbieter eigene site_frequencies für Objekte eintragen.

Tracking Objekte

- Tracking Objekte werden dazu verwendet, um einzelne Bereiche eines POI separat in Tracking Tools erfassen zu können:
- U-Bahnhöfe haben z.B. verschiedene Eingänge, die alle zum selben POI (U-Bahnhof) gehören.
- Bus-/Tramhaltestellen haben i.d.R. mindestens zwei gegenüberliegende Haltepunkte (einen je Straßenseite bzw. Richtung), die beide z.B. zur Haltestelle „Müllerstr." gehören.
- Sollen die Frequenzen an diesen Eingängen bzw. Haltepunkten mit Tracking Tools erfasst werden, werden für jeden Eingang bzw. jeden Haltepunkt eigene Geokoordinaten und ggfs. Polygone benötigt; gleichzeitig sollen alle Eingänge bzw. Haltepunkte einem „Parent POI" zugeordnet sein.
- Ähnliches könnte für das Gebäude und den Parkplatz einer Shopping Mall oder eines Supermarktes gelten, wenn z.B. die Gebäudefrequenz und die Parkplatzfrequenz separat erfasst werden sollen, bzw. für verschiedene Zufahrten zu einem Parkhaus.
- Dazu werden Tracking Objekte mit eigener ID und eigenen Geokoordinaten angelegt, die jeweils einem POI zugeordnet sind.
- Das IDOOH vergibt die tracking_object_id beginnend bei **30000000** (achtstellig) und dann fortlaufend.

Tracking Objektliste

Data Field	Format	Status (without POI database)	Status (with POI database)	Description
tracking_object_id	text	required	required	Global unique ID for tracking object issued by IDOOH. Must be specified by publisher for matching to historical data. Publisher can obtain object_id from IDOOH DMP. "0" or EMPTY for new objects, meaning IDOOH has to issue a new object_id.
poi_id	text	(empty)	required	Link to POI table compiled by IDOOH. Publisher can obtain poi_id from IDOOH DMP (in future version of DMP).
tracking_object_id_publisher	text	optional	optional	Unique ID for tracking object issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new objects.
tracking_object_name_publisher	text	required	required	Name of tracking object as given by the publisher (e.g. "S-Bahnhof Wedding Eingang Nordost"); max. 256 characters
lat	decimal	required	required	Latitude of the object with accuracy of at least 1 meter (minimum 5 decimal places)
long	decimal	required	required	Longitude of the object with accuracy of at least 1 meter (minimum 5 decimal places)
polygon	text	optional	optional	Providing polygons on the tracking object level is optional (e.g. for and tracking defining only the "parking lot" object of a shopping mall). For a guide to drawing polygons refer to: http://help.adsquare.com/en/articles/5045242-adsquare-polygons-guide-with-qgis
zone_id	text	required	required	Unique zone ID (see tables "zones")
tracking_object_frequency	decimal	optional	optional	If information exists: frequency (i.e. number of customers, passengers or visits) per week for this tracking object as supplied by external measurements such as passenger counts by airports or railway operators.

Screens

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Screens

- Für alle Touchpoints und damit für alle Netze müssen vom Anbieter Screenlisten geliefert werden - auch für einfache Touchpoints mit nur einer Zone (und ggfs. nur einem Screen pro Objekt)
- Grund: Die Methode der Leistungswertberechnung wird zukünftig auf Ebene einzelner Screens ansetzen; größere Einheiten (Objekte, ganze Netze) werden dann aus den Leistungswerten für einzelne Screens kumuliert.
- Vorteile:
  - Mehr Flexibilität bei Auf- und Abbau von Screens (Veränderungen der Stammdaten erfordern nicht mehr eine Neuberechnung der Gesamtnetzwerte durch das Mafo-Institut).
  - Von Anfang an maximale Granularität der Daten (z.B. für Programmatic Advertising); nachträgliches Verteilen von Leistungswerten auf von größeren auf kleinere Einheiten mit Hilfs-parametern („Einzelstandortsimulation“) nicht mehr erforderlich.
- Die Entscheidung, welche Granularität der Daten (ganze Netze, einzelne Objekte, einzelne Screens) dem Markt angeboten und in den einschlägigen Tools (z.B. mediMACH) ausgewiesen werden, trifft nach wie vor der Anbieter selbst.

Screenliste

Data Field	Format	Status	Description
screen_id	text	required	Global unique ID for screen issued by IDOOH. Must be specified by publisher for matching to historical data. Publisher can obtain screen_id from IDOOH DMP (in the future). "0" for newly installed screens, meaning IDOOH has to issue a new screen_id.
net_id	integer	required	Unique ID for DOOH network issued by IDOOH. Screen can only belong to one network = no comma-separated lists allowed.
object_id	text	required	Link to object table
object_id_publisher	text	optional	Link to object table via publisher's object_id. Used for new screens in new objects where no IDOOH object_id has been assigned yet in order to match new screens to new objects.
screen_name_publisher	text	required	Name of object as given by the publisher (e.g. "Stele Eingangsbereich links"); max. 256 characters.
screen_id_publisher	text	required	Unique ID for screen issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new screens.
player_id_publisher	text	optional	Unique ID for player issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new players. Player IDs allow grouping of screens by player.
pos_x	decimal	optional	Geo-coordinates (WGS84) (long) of individual screen as located in the object
pos_y	decimal	optional	Geo-coordinates (WGS84) (lat) of individual screen as located in the object
pos_z	integer	optional	floor number: 0 = ground floor, 1 = first floor, -1 = first basement floor, etc.
venue_id_screen	text	optional	IDOOH venue taxonomy ID (refer to https://idooh.media/standards/): venue_id_screen may be different from venue_id_object (e.g. airport as an object vs. screens in the arrival vs. departure areas of an airport). If no venue_id_screen is specified, then venue_id is inherited from venue_id_object
venue_id_tag_screen	text	optional	IDOOH venue taxonomy double-tag for screen (refer to https://idooh.media/standards/)
zone	text	required	Zone type name for contact calculation (i.e. market research). For most DOOH touchpoints venue_id_screen and zone will be identical (i.e. supermarkets: entrance, cash_out, ..). Zones in shopping malls, universities, train stations and airport may be different from venue_id_screen (see table "zones" and chapter 6 of "IDOOH Standards Stammdaten": https://idooh.media/download/IDOOH_Standards_Stammdaten.pdf).
zone_id	text	required	Unique ID for each zone type (see tables "zones")
edge	text	optional	"zone" in train station; derived from "Knoten-/Kantenmodell" of train stations (see chapter 7 of "IDOOH Standards Stammdaten": https://idooh.media/download/IDOOH_Standards_Stammdaten.pdf); can carry the numbers of up to three edges per train station separated by commas (e.g. "1, 4, 7").
screen_status	text	required	allowed values: active = screen is live inactive = screen is temporarily inactive retired = screen is removed/discontinued pending = screen is due to be installed / not yet active Contact values are calculated by market research institute for all screens except for "retired" screens. Status flag will be displayed in media planning tool.
screen_valid_since	date	optional	Validity period for screen. If no "screen_valid_since" is specified, the start of the validity period of the market research data set - e.g. in the media planning tool mediMACH - is used as a default (e.g. start of quarter).
screen_valid_till	date	optional	
screen_inactive_from	date	optional	validity period for temporary inactivity of screen (e.g. closures of POI/object)
screen_inactive_till	date	optional	
screen_type_key	date	required	Code for screen types issued by IDOOH: Screens are classed into horizontal and vertical screens and into large, medium, and small screens (needed for calculation of contacts per screen): refer to table "screen_types"
past_screen_id	text	required (if past_screen_id exists)	predecessor ID to current screen_id (e.g. after change of publisher for that screen resulting in new screen_id (see accompanying document). Past_screen_ids enable historic tracking of individual objects across changes in screen_ids.
animation_enabled	text	optional	values (**default value = "video"**): video = full video allowed animation = only some animation allowed cinemagram = slight animation for individual elements only in static picture allowed static = static pictures only Statuanimation_enabled flag will be displayed in media planning tool.
picture_link	text	optional until end of 2024; required in 2025	Link to picture of screen on internal or external server. No generic pictures allowed; pictures of each individual screen required (from 2025 onward). All file formats allowed.
aspect_ratio	text	optional	Aspect ratio of screen; possible values: "16:9", "9:16", "4:3", "16:10", (other non-standard values permitted)
screen_id_publisher_2	text	optional	Alternative unique ID for screen issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new screens.
share_of_frequency	percent	optional	Only needed for screens in train stations without "Knoten-/Kantenmodell" (see above: "edge"): Percentage of site_frequency passing by that screen.
zone_info	text	required for touchpoints where "needs_zone_info" in table "zones" is TRUE; optional for all other touchpoints	Airports & malls: individual zone code for each zone in each specific airport or mall as designated by publisher in corresponding site map. Subway & suburban train station (optional): Lines of transport connected to this screen, e.g. subway lines (including direction) for screens on a specific platform Highway rest areas (optional): highway number (including direction) for screens in rest areas.
screen_frequency	decimal	optional	frequency (i.e. number of customers, passengers or visits) per week for this screen as supplied by external measurements: for some individual screens individual frequency measurements may have been conducted; these take precedence over site_frequency and onsite interviews. "screen_frequency" represents "site_frequency * p * n"

Hinweise zur Pflege der Screenliste

- Doppelseitige Bildschirme sollen als zwei separate Screens gepflegt werden (zwei Zeilen in Tabelle), da jede Seite in eine andere Zone weisen und damit beide Seiten unterschiedliche Kontaktparameter tragen könnten.
- Screentypen sollten als Größenklassen (screen_type_key) gepflegt werden, in denen mehrere ähnliche Screengrößen zusammengefasst sind (z.B.
  - Landscape 40" bis 54"
  - Landscape 55" bis 69"
  - Portrait 55" bis 69"
  - Portrait 70" bis 84"
- **Player-IDs** sind kein eigenes Datenobjekt sein, da sie kein eigenen Player Attribute tragen. Daher sollen Player-IDs als Attribute zum Screen geführt warden (wenn mehrere Screens über denselben Player betrieben werden, ist eine Gruppierung über die Player-ID möglich).
- **Screen-Multiplier** (im Sinne mehrerer Screens pro Player – nicht im Sinne programmatischer Kontaktmengen je Playout) warden daher in den Stammdaten nicht benötigt.

Hinweise zur Pflege der Screenliste

- **Screens IDs:**
  - Die screen_id hängt an der Position eines individuellen Screens und seines Umfelds und nicht an der Hardware des Screens, d.h.:
    - Wenn der Screen (Hardware) an einer Position abgebaut und an einer anderen Position neu aufgebaut wird, erhält er eine neue screen_id. Ausnahme: Falls an der Position des Neuaufbaus vorher bereits ein identischer Screen verbaut war, wird keine neue screen_id vergeben, sondern die an dieser Stelle zuvor vergebene weiterverwendet.
    - Wenn ein Screen (Hardware) an einer bestehenden Position ausgetauscht wird (z.B. bei Reparatur) bleibt die screen_id erhalten.
    - Wenn ein Screen modernisiert wird, dann wird die screen_id nur bei einer bewertungs-relevanten Änderung neu vergeben. Eine bewertungsrelevante Änderung ist z.B. ein veränderter screen_type_key (andere Größenklasse oder Orientierung)
  - Auch ein verändertes Umfeld des Screens an derselben Position (ohne Änderung der Screen Hardware) kann eine bewertungsrelevante Änderung sein – z.B. wenn sich dadurch die „zone“ ändert (z.B.: Wartesituation wird durch Umbau des Standorts zu einer Passagesituation).
  - Eine veränderte object_id ist ebenfalls eine bewertungsrelevante Änderung (auch wenn die site_frequency der neuen object_id zufällig dieselbe ist wie in der alten object_id).

Hinweise zur Pflege der Screenliste

– **Screens IDs (Fortsetzung):**
  - Änderungen von Geokoordinaten sind keine bewertungsrelevanten Änderungen, da es sich hier meist um Korrekturen an bestehenden Positionen handelt. Bewertungsrelevante Änderungen von Geokoordinaten werden über veränderte object_id und zones identifiziert.
  - Screen_id werden bei Vermarkterwechsel neu vergeben – unabhängig davon ob die Screen Hardware erhalten bleibt oder ausgetauscht wird.
  - Für historische Vergleiche von verschiedenen Studienversionen können Vorgängerversionen („past_screen_id“) der screen_id mitgeführt werden. Es wird nur eine Vorgängerversionen je screen_id benötigt, da eine historische Kette von Vorgängerversionen über die Vorgänger-Screen-ID aufgebaut werden kann (Vorgänger-Screen-Ids werden nicht gelöscht, sondern inaktiviert).
  - Bei doppelseitigen Screens wird eine screen_id je Seite vergeben.
  - Das IDOOH vergibt die screen_id beginnend bei **10000000** (achtstellig) und dann fortlaufend.

Hinweise zur Pflege der Screenliste

- **Weitere Datenfelder:**
  - **picture_link**:
    - Zunächst „optional“, zu einem späteren Zeitpunkt ggfs. „required“
    - Alle Dateiformate sind zugelassen
    - Sowohl Upload von Dateien als auch Links auf externe Server sind zugelassen
  - **animation_enabled** soll als (optionales) Datenfeld aufgenommen werden mit den Werten:
    - Bewegtbild/Video
    - Animation
    - Cinemagramm
    - Standbild
  - Default bei leerem Datenfeld = Video

Hinweise zur Pflege der Screenliste

- **Stammdaten für Fahrgast-TV:**
  - Die kleinste buchbare Einheit im Fahrgast-TV ist die Anfahrt der nächsten Haltestelle, d.h. die Möglichkeit, für eine bestimmte Linie und Fahrtrichtung die Zufahrt zur nächsten Haltestelle zu buchen. Das bedeutet, dass die Screens in einer buchbaren Einheit sich permanent verändern, da derselbe Screen nacheinander unterschiedliche Haltestellen anfährt bzw. die buchbare Einheit „Linie S8, Zufahrt zum Ostbahnhof München vom Flughafen kommend“ alle 20 Minuten durch einen anderen Zug mit anderen Screens erfolgt.
  - Objekte (wie z.B. Supermärkte und Shopping Malls) im eigentlichen Sinne gibt es im Fahrgast-TV nicht (alle Fahrzeuge werden gleich behandelt – siehe auch nächster Punkt); allerdings werden Standortlisten der Haltestellen (ggfs. mit den einzelnen Eingängen oder Straßenseiten) für das Geotracking benötigt. Dabei ist darauf zu achten, dass sämtliche Eingänge bzw. Straßenseiten einem Objekt Haltestelle (Parent-Objekt mit eigener object_id) zugeordnet sind.
  - Screenlisten werden nicht benötigt, da die Werbeträger keine Verbindung zu den buchbaren Einheiten haben (siehe oben: dasselbe Fahrzeug kann an unterschiedlichen Tagen auf unterschiedlichen Linien unterwegs sein, und die Screens in einer buchbaren Einheit verändern sich permanent).

Hinweise zur Pflege der Screenliste

- **Stammdaten für Fahrgast-TV (Fortsetzung):**
  - Gleichzeitig werden alle Screens methodisch identisch behandelt – d.h. mit denselben Kontaktparametern (k-Wert, Dwelltime, Passagen, Frequenzanteil) verrechnet –, da alle Screens so angebracht sind, dass sie gleich gut von einem gleich großen Anteil der Fahrgäste betrachtet werden können.
  - Statt der Objekt- und Screenlisten werden daher Listen mit allen Haltestellen, Linien und Fahrtrichtungen benötigt.
  - Daraus werden alle Segmente (Strecke zwischen zwei Haltestellen je Linie und Fahrtrichtung) mit einer eindeutigen Beschreibung (Linie, Fahrtrichtung, nächste Haltestelle) abgeleitet.
  - Weiterhin werden die Gesamtzahl aller Screens in einem Fahrgast-TV Netz und der Ausstattungsgrad (welcher Anteil der U-Bahnen/Trams/Busse) ist mit DOOH Screens ausgestattet?) benötigt.
  - Mit den Fahrgastzahlen je Linie, Richtung und Haltestelle (von den Vermarktern in Kooperation mit den Verkehrsbetrieben zu liefern) errechnet das Mafo-Institut die Frequenzen je Segment.
  - Das Datenmodell für die Stammdaten des Fahrgast-TV wird daher ggfs. ein anderes sein als das Standard-Stammdatenmodell für räumlich feste Screens.

Netze & Vermarkter

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Netze & Vermarkter

- Die Objekte und Screens (siehe Kapitel weiter oben) werden Netzen und Vermarktern („publisher“) zugewiesen.
- Die Listen der aktuell erfassten DOOH Netze und Vermarkter finden sich auf den folgenden Seiten.
- Die „net_id“ und die „publisher_id“ werden vom IDOOH vergeben; alle anderen Angaben müssen von den Vermarkter geliefert und regelmäßig überprüft werden.
- Das heißt: **Die Vermarkter sind dafür verantwortlich, dass die Daten korrekt und aktuell sind**.

Netzliste

Data Field	Format	Status	Description
net_id	integer	required	Unique ID for DOOH network issued by IDOOH.
parent_net_id	integer	optional	Can be used to cumulate networks or subnetworks into parent networks.
publisher_id	integer	required	Unique ID for publisher issued by IDOOH.
venue_id_network	text	required	IDOOH venue taxonomy ID (refer to https://idooh.media/standards/).
net_name	text	required	name of network assigned by publisher; must be identical to network name in mediaplanning tool (mediMACH)
spot_length_list	comma-separated list	required	standard spot length in seconds (usually 10 seconds); used by market research institute for calculation of contacts and reach together with playouts/hr (base frequency); ; may contain comma-separated lists; this is used as the "network default" for booking units in which the data field "spot_length" is not specified.
playouts/hr_list	comma-separated list	required	determines the number of playouts per hour as allowed in this network; may contain comma-separated lists; this is used as the "network default" for booking units in which the data field "playouts_per_hour" is not specified. Base frequency (i.e. standard number of playouts/hr as specified in media data and plannning tools) should be the first entry.
weekday_id_network	comma-separated list	required	determines whether screens in network can be booked on individual days of week, entire week or parts of week (e.g. Mo-Fr); refer to table "weekday_id"; may contain comma-separated lists; this is used as the "network default" for booking units in which the data field "weekday_id" is not specified.
daypart_id_network	comma-separated list	required	determines during which hours of day (during hours of operation) screens in network can be booked (e.g. 1-hour time slots, 3-hour time slots, entire day); refer to table "daypart_id"; may contain comma-separated lists; this is used as the "network default" for booking units in which the data field "daypart_id" is not specified.
network_status	text	required	network_status = active if network is active network_status = inactive if network is (temporarily) inactive (e.g. during negotiations about continuation of a sales mandate) network_status = pending if network is not yet active (e.g. during initial rollout) network_status = retired if network is permanently discontinued Only active networks will be considered by market research institute; all others will be ignored for contact calculation
op_hrs_mon_start	hour	required	Hours of operation for each weekday (Monday-Sunday) for entire network.
op_hrs_tue_start	hour	required	Hours of operation for individual objects can be supplied in "objects" table.
op_hrs_wed_start	hour	required	If hours of operation for an individual objects table are supplied, they override the opening hours in the "networks" table (for that particular location only).
op_hrs_thu_start	hour	required	
op_hrs_fri_start	hour	required	Hours of operation are the times of day that advertising is sold on the screens (screens and/or players may e.g. be running 24/7, but only the hours between 6am and 23pm may be actually sold - these are the hours of operation).
op_hrs_sat_start	hour	required	
op_hrs_sun_start	hour	required	
op_hrs_mon_end	hour	required	Only full hours should be specified (e.g. "8:00-19:00" or 11:00-23:00"). If an quarter or half hour are specified, the whole hour is interpreted as open. Example: 7:15 - 12:30: All hours from 7:00 to 12:59 are interpreted as open (i.e. 6 hours).
op_hrs_tue_end	hour	required	
op_hrs_wed_end	hour	required	
op_hrs_thu_end	hour	required	If the end time is midnight > "23:59" should be specified.
op_hrs_fri_end	hour	required	For networks not operating on sundays (or saturdays) > "23:59" should be specified as start time AND end time.
op_hrs_sat_end	hour	required	
op_hrs_sun_end	hour	required	If hours of operation are neither specified on the network level nor on the object level, then this will be interpreted as 247/ hours of operations (i.e. 168 hours per week).
op_hrs_mon_start_2	hour	optional	2nd set of hours of operation (see above). Can be used if there are two blocks of hours of operation within the 24 hour period of a single day, e.g. - screens at airports may have operating hours from 4:00 am to 1:00 am with the final hour (0:00 to 1:00 am) during the following day. These would be specified as "0:00 to 1:00" in the first block and "4:00 to 23:59" in the second block of hours of operation. - restaurants may be open from 6:00 pm to 2:00 am; these would be specified as "0:00 to 2:00" in the first block, and "18:00 to 23:59" in the second block of hours of operation.
op_hrs_tue_start_2	hour	optional	
op_hrs_wed_start_2	hour	optional	
op_hrs_thu_start_2	hour	optional	
op_hrs_fri_start_2	hour	optional	
op_hrs_sat_start_2	hour	optional	
op_hrs_sun_start_2	hour	optional	
op_hrs_mon_end_2	hour	optional	
op_hrs_tue_end_2	hour	optional	
op_hrs_wed_end_2	hour	optional	
op_hrs_thu_end_2	hour	optional	
op_hrs_fri_end_2	hour	optional	
op_hrs_sat_end_2	hour	optional	
op_hrs_sun_end_2	hour	optional	
op_hrs_mon_start_3	hour	optional	3rd set of hours of operation (see above). Can be used if there are three blocks of hours of operation within the 24 hour period of a single day, e.g. - restaurants may be open from 11:00 am to 3:00 pm, and again from 6:00 pm to 2:00 am; these would be specified as "0:00 to 2:00" in the first block, "11:00 to 15:00" in the second block, and "18:00 to 23:59" in the third block of hours of operation.
op_hrs_tue_start_3	hour	optional	
op_hrs_wed_start_3	hour	optional	
op_hrs_thu_start_3	hour	optional	
op_hrs_fri_start_3	hour	optional	
op_hrs_sat_start_3	hour	optional	
op_hrs_sun_start_3	hour	optional	
op_hrs_mon_end_3	hour	optional	
op_hrs_tue_end_3	hour	optional	
op_hrs_wed_end_3	hour	optional	
op_hrs_thu_end_3	hour	optional	
op_hrs_fri_end_3	hour	optional	
op_hrs_sat_end_3	hour	optional	
op_hrs_sun_end_3	hour	optional	

Prüfkonzept für Stammdaten

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Prüfkonzept für Stammdaten

- Die Überprüfung der Richtigkeit der Stammdaten erfolgt hauptsächlich über die Anbieter selbst (Wettbewerber kontrollieren sich gegenseitig); das IDOOH kann selbst auch stichprobenartige Kontrollen durchführen, koordiniert aber primär den Prüfprozess der Anbieter.
- Dazu soll ein Ticketsystem beim IDOOH implementiert werden, das jedem Anbieter eine bestimmte Menge zu überprüfende Standorte zuweist (z.B. 20 je Charge). Die Zuteilung erfolgt nach Zufallsauswahl auf Basis der Angabe von Städten/Gemeinden durch die Anbieter, in denen sie Kontrollen durchführen können.
- Die Menge der Kontrollen pro Anbieter pro Zeiteinheit ist limitiert durch die Koordinations-ressourcen beim IDOOH. Eine Limitierung ist auch notwendig, um ein Ungleichgewicht zwischen ressourcenstarken und ressourcenschwachen Anbietern zu verhindern.
- Jedes beim IDOOH generierte Ticket ist ein Prüfauftrag für einen bestimmten (Wettbewerber-)Standort an einen bestimmten Anbieter (die Durchführung des Prüfauftrags ist nicht verpflichtend). Jedes Ticket enthält den POI-Namen und die POI-Adressdaten (d.h. es wird ein Prüfticket pro Objekt eröffnet und nicht pro Screen). Für komplexere Touchpoints (Malls, Airports, Bahnhöfe, ggfs. Unis) werden Lagepläne mit den eingezeichneten Screenpositionen mitgeliefert. Ggfs. kann (optional) eine Kontakt-Telefonnumer des jeweiligen überprüften Anbieters mitgeliefert werden; falls ein Screen nicht sofort auffindbar ist, kann der prüfende Anbieter auf diese Weise den Screen ggfs. mit Hilfe des überprüften Anbieters finden.

Prüfkonzept für Stammdaten

- Fällt bei der Prüfung ein Fehler auf, so kann der überprüfende Anbieter dies mit Fotodokumentation an das IDOOH melden. Geprüft wird das Vorhandensein des Screens und die bewertungsrelevanten Parameter (vor allem Größe, Orientierung, Zone). Schwarze oder anderweitig fehlerhafte Bildschirme können ggfs. optional ohne Berücksichtigung durch das IDOOH direkt vom prüfenden an den geprüften Anbieter übermittelt werden.
- Das IDOOH leitet den Mangel an den überprüften Anbieter weiter. Wenn dieser der Fehlermeldung widerspricht, wird die Meldung zur Überprüfung an einen externen Dienstleister weitergegeben (z.B. Streetspotter). Dieser fährt den Standort an und schickt eine (Foto-)Dokumentation an das IDOOH. Die Kosten für den externen Dienstleister können ggfs. dem überprüften Anbieter (Fehlermeldung war richtig) oder dem überprüfenden Anbieter (Fehlermeldung war falsch) in Rechnung gestellt werden.
- Der externe Dienstleister kann ggfs. auch für Produkt-Trackings („Wie gefällt Dir der Standort?“) oder Kampagnen-Trackings („Hast Du den Spot gesehen?“) genutzt werden. Ggfs. kann dieser Service auch den IDOOH Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden.
- Nach einer Fehlermeldung, die auch vom überprüften Anbieter oder durch den externen Dienstleister bestätigt wurde, werden die Stammdaten korrigiert.

Prüfkonzept für Stammdaten

- Als Tool kommt ein Ticketsystem mit angeschlossener Smartphone-App zum Einsatz :
  - Anbieter geben in diese App ein, in welchen Städten sie (wann) kontrollieren können.
  - Das Ticketsystem wählt eine bestimmte Anzahl Standorte (die nicht zum prüfenden Anbieter gehören) in diesen Städten aus der Stammdatenbank aus und übermittelt diese in die App(s) des prüfenden Anbieters (mit den o.g. Informationen).
  - Die Anbieter machen je Prüfauftrag ein oder mehrere Bilder und hinterlegen diese in der App zu dem jeweiligen Prüfauftrag (ggfs. zusammen mit Kommentare oder auszufüllenden Pflichtfeldern).
  - Das Prüfergebnis wird automatisch dem überprüften Anbieter übermittelt; dieser wird zur Stellungnahme aufgefordert.
  - Widerspricht der überprüfte Anbieter dem Prüfergebnis, wird der Prüfauftrag (ggfs. nach Moderation durch IDOOH) an den externen Dienstleister (z.B. Streetspotter) weitergegeben.
  - Der externe Dienstleister sollte ebenfalls an das Ticketsystem angebunden sein, so dass die Meldungen direkt übermittelt und die Prüfergebnisse des externen Dienstleisters aus dessen Systemen direkt in das IDOOH Ticket System eingelesen werden können.
- Es wird eine Quote von mindestens 1% überprüfte Screens pro Jahr angestrebt. Dazu können ggfs. auch verpflichtenden Quoten für Prüfer festgelegt werden.

Belegungseinheiten

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Wofür werden Belegungseinheiten gebraucht?

Belegungseinheiten = buchbare Mengen von Inventar = Produkte:

- Belegungseinheiten oder Buchungseinheiten sind die vom Anbieter angebotenen Produkte, d.h. eine bestimmte Menge Screens mit einer bestimmten Menge Werbezeit auf diesen Screens, z.B.:
  a. „Gesamtnetz Supermärkte“ von Anbieter X, Wochenbuchung, ganztägig, 10s Spot mit 20 Einblendungen pro Stunde (20 EBL/Std)
  b. „Gesamtnetz Supermärkte“ von Anbieter X, Wochenbuchung, in der Zeit von 15:00 bis 18:00, 10s Spot mit 20 EBL/Std
  c. „Gesamtnetz Supermärkte in NRW“ von Anbieter X, Wochenbuchung, ganztägig, 10s, 20 EBL
- Belegungseinheiten als Produkte haben einen Preis; dies ist der TKP bzw. der Schaltungspreis:
  a. TKP Produkt a = € 5,00
  b. TKP Produkt b = € 6,50
  c. TKP Produkt c = € 6,00
- Daten zu den Belegungseinheiten werden vom IDOOH zur Abbildung der Produkte/Netze/ Belegungseinheiten des Anbieters im Mediaplanungstool mediMACH benötigt.
- mediMACH bietet gute Beispiele für Belegungseinheiten: Jede Einheit von Mediaspace, die ich dort mit einem Preis für Planungszwecke aufrufen kann, ist eine Belegungseinheit.

Wie sind Belegungseinheiten definiert?

- **Belegungseinheiten = buchbare Mengen von Inventar = Produkte:**
- Eine Belegungseinheit ist definiert durch
  - Eine räumliche bzw. physische Selektion von Screens, z.B. einzelne Screens, einzelne Objekte mit Screens, ganze Netze, Subnetze, Bundesländer, Städte.
  - Eine zeitliche Selektion von Ausspielzeiten (“Zeitschienen” = i.d.R. 1-Stunden-Intervalle), z.B. eine Zeitschiene, mehrere Zeitschienen, an einem oder mehreren Tagen, ganze Woche.
  - Eine Menge von Playouts auf den ausgewählten Screens in den ausgewählten Zeiten, z.B. einzelne Playouts (im Programmatic Advertising), 6 Einblendungen pro Stunde, 12 Einblendungen pro Stunde, etc.)
  - Eine Spotlänge (unterschiedliche Spotlängen haben i.d.R. unterschiedliche Preise)
- Kleinste Belegungseinheit ist ein einzelner Playout; durch Kumulation von Playouts entstehen größere Belegungseinheiten (einzelne Stunden, einzelne Tage, ganze Objekte, ganze Netze oder Subnetze, ganze Woche).
- Die Kontakte (WMK) pro Belegungseinheit ergeben sich durch Kumulation aller Multiplier (=Kontakte pro Playout; Definition Multiplier siehe weiter unten) in dieser Belegungseinheit.
- Der Preis einer Belegungseinheit ergibt sich aus den WMK der Belegungseinheit multipliziert mit dem TKP der Belegungseinheit (siehe weiter unten).

Stammdatenbank und Datenpflege

- Die Stammdaten und Belegungseinheiten (Produkte und Preise) können ggfs. **zukünftig** in der Stammdatenbank des IDOOH gepflegt und von dort in die Mediaplanungstools exportiert werden können.
- Die Pflege der Daten könnte dann über einfache Oberflächen bzw. Filterkriterien erfolgen, aus denen systemseitig die o.g. Granularität der Daten erzeugt wird (siehe weiter unten). D.h. die Stammdatenbank benötigt eine Nutzeroberfläche für die Publisher, in welcher die Produkte über einfache Filterkriterien angelegt und verwaltet werden können.
- **Aktuell** (und zukünftig alternativ) können fertige BE Tabellen in die Stammdatenbank geladen werden; dies soll zukünftig auch über eine API erfolgen können.
- Alle BE Strukturen, die (zukünftig) nicht über die vorgegebenen Filter erzeugt werden können, MÜSSEN über BE Tabellen in die Stammdatenbank geladen werden.

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **BIDs:**
  - Jedes Produkt (d.h. jede Belegungseinheit), die im Planungstool (mediMACH: https://idooh.medimach-online.de/) mit einem Preis auffindbar sein soll, benötigt einen Eintrag in der Belegungseinheitenliste und damit eine eindeutige ID.
  - Diese **bid** (Belegungseinheiten ID) wird vom IDOOH über alle Publisher und Belegungseinheiten hinweg einheitlich – beginnend mit **40000000** (achtstellig) und dann fortlaufend – vergeben.
  - Die inhaltliche Definition einer bid erfolgt über die Filtergruppen:
    - Auswahl der Werbe-/Sendezeiten:
      - weekday_id
      - daypart_id
    - Spotlänge und Ausspielungshäufigkeit:
      - spot_length
      - playouts_per_hour

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **BIDs:**
  - Die inhaltliche Definition einer bid erfolgt über die Filtergruppen (Fortsetzung):
    - Auswahl der Screens
      - net_id
      - geo_id
      - city_size (Ortgrößenklasse)
      - venue_id
      - zone_id
      - object_id
      - matching_table
      - screen_type_key
      - animation_enabled
      - aspect_ratio

Filter

- Bei Anlage der BE in der Stammdatenbank wird die Gesamtkomplexität (d.h. alle resultierenden Belegungseinheiten mit BID) durch das System nach Auswahl der folgenden Filter generiert:
  - Filter „Wochentage“ (über **weekday_id**)
  - Filter „Zeitschienen“ (über **daypart_id**)
  - Filter „Spotlängen & Looplängen“ (über **spot_length** und **playouts_per_hour**)
  - Filter „Geo-Selektion“ (über **geo_id**)
  - Filter „Umfeld / VenueTaxonomy“ (über **venue_id**)

- Filter „**Wochentage**“ („weekday_id“, siehe auch Tabelle „day of week“ in der Standards-Tabelle):
    - Ganze Woche (Mo-So)
    - Ganze Woche (Mo-Sa)
    - Ganze Woche (Mo-Fr)
    - Einzelne Tage
    - Durchschnittlicher Werktag

Filter

- Filter „**Zeitschienen**“ („daypart_id“, siehe auch Tabelle „daypart“ in der Standards-Tabelle):
    - Ganzer Tag (während Öffnungszeiten)
    - 1 Stunde (während Öffnungszeiten)
    - 2 Stunden (während Öffnungszeiten)
    - 3 Stunden (während Öffnungszeiten)
    - …

- Filter „ **Spotlängen & Looplängen**“ („spot_length“ und („playouts_per_hour“ , siehe Tabelle „booking units“ in der Standards-Tabelle):
    - Basisvariante: (Manuelle Eingabe Spotlänge & Looplänge)
    - 1. zusätzliche Spotlänge & Looplänge: (Manuelle Eingabe Spotlänge & Looplänge)
    - 2. zusätzliche Spotlänge & Looplänge: (Manuelle Eingabe Spotlänge & Looplänge)
    - …

Filter

- Filter „**geo_id**“ (Mehrfachauswahl möglich):
  - Auswahl „**Bundesland**“: System erzeugt Belegungseinheiten auf Bundeslandebene
  - Auswahl „**Stadt**“: System erzeugt Belegungseinheiten auf Stadtebene
- Dazu können vom AGS (siehe Tabelle „AGS“) – einer achtstelligen Ziffernfolge – unterschiedlich lange Ziffernfolgen im Feld „**geo_id**“ angegeben werden:
  - Werden zu einer bid nur die **ersten beiden Ziffern** einer AGS im Feld „geo_id“ angegeben, so werden in dieser bid alle Screens in einem **Bundesland** zusammengefasst (z.B. „01“ Für Schleswig Holtstein, „02“ für Hamburg, „03“ für Niedersachsen etc.)
  - Werden die **ersten drei Ziffern** einer AGS angegeben, so werden in dieser bid alle Screens in einem **Regierungsbezirk** zusammengefasst
  - Werden die **ersten fünf Ziffern** einer AGS angegeben, so werden in dieser bid alle Screens in einem **Kreis** zusammengefasst
  - Werden die **alle acht Ziffern** einer AGS angegeben, so werden in dieser bid alle Screens in einer **Gemeinde** zusammengefasst

Filter

- Filter „**venue_id**“ (Mehrfachauswahl möglich):
  - Beliebig viele (soweit vorhanden) venue_ids unterhalb der dem Gesamtnetz zugewiesenen venue_id auswählbar: System erzeugt Belegungseinheiten für jede ausgewählte venue_id
- Filter „**zone_id**“ (Mehrfachauswahl möglich):
  - Beliebig viele zone_ids: System erzeugt Belegungseinheiten für jede zone_id
- Filter „**object_id**“:
  - Dient der Erzeugung vo BID für die Einzelstandortvermarktung
  - Enthält einzelne object_id
  - Jedes Objekt, das als vermarktbare Einheit im Mediaplanungstool ausgewiesen werden soll, benötigt eine eigene BID
- Filter „**matching_table**“:
  - Dient der Zusammenstellung von beliebigen Screen-/Objekt-Kombinationen
  - Verweist auf einen Matching Table (Format siehe Tabellenblatt „matching table“ in beigefügten Standards); das IDOOH weist dem Matching Table eine Unique ID zu; der Matching Table darf beliebig viele BID enthalten; es können nur Screens oder nur Objekte oder Screens und Objekte in einer BID kombiniert werden.

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **Screen Selection Filter allgemein:**
  - Es ist möglich, mehrere der Screen Selection Filter zu nutzen; in diesem Fall werden die Filtereinstellungen über ein logisches UND verknüpft.
  - Die hierarchische Struktur von BIDs und Parent BIDs ist i.d.R. durch die Hierarchien der geo_id (AGS) und/oder der venue_id vorgegeben.
  - Für BIDs, die nicht in eine der o.g. Hierarchien passen, und Kombis können Matching Tables (bid zu screen_id) festgelegt werden; in diesen Fällen ist das Feld „matching_table“ = TRUE.
  - Der Matching Table ordnet Objekte und/oder Screens einer BE zu. Dazu enthält der Matching Table drei Spalten: bid, object_id, screen_id (zusätzlich: bis_publisher).
  - BIDs für Einzelstandorte (=einzelne Objekte) können durch Nutzung des Filters „object_id“ erzeugt werden.
  - Die Auswahl von Screens für eine BID kann über sämtliche Screeneigenschaften erfolgen (z.B. über die Filter „screen_type_key“, „aspect_ratio“, „animation_enabled“)
  - Alle Filter können kommaseparierte Listen enthalten.

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **Pricing:**
  - Preise können einer BID zugewiesen werden über:
    - Die Felder „price…“: Hier werden Fixpreise für die BID eingegeben
    - Die Felder „CPM…“: Hier wird der CPM für die BID eingegeben; dieser wird im Mediaplanungstool (mediMACH) mit den jeweils aktuellen Bruttowerbemittelkontakten zum Preis der BID verrechnet.
    - Einen Verweis auf eine Preistabelle („TKP-Matrix“):
      - Die Preistabelle enthält einen CPM für jede der 168 Stunden jeweils für Q1-3 und Q4.
      - Leer-/Nullwerte sind nur zugelassen für Wochenstunden außerhalb der Betriebszeiten.
      - Jede Ausspielfrequenz und jede Spotlänge erhält eine eigene Preistabelle (da jede Ausspielfrequenz und jede Spotlänge eigene BID erhält)
      - Der Preistabelle wird vom IDOOH eine Global Unique ID (pricing_table_id, beginnend bei **50000000**) zugewiesen.
  - Es darf nur eine der o.g. Feldgruppen genutzt werden.
  - Eine der o.g. Feldgruppen MUSS genutzt werden.

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **Parent BIDs:**
  - Parent BIDs ermöglichen eine hierachische Strukturierung von bids – z.B. für eine bessere Benutzerführung, wenn Ebenen nacheinander „aufgeklappt“ werden können.
  - Die venue_id und net_id einer Parent_BID ist i.d.R. durch die in ihr zusammengefassten BIDs gegeben. Bei netzübergreifenden BIDs ist die net_id = 0. Bei Kombis wird die venue_id manuell vergeben.
  - Parent BIDs können auch Vermarktungskombis enthalten – z.B. die „Digitale Stadtdominanz“ von Ströer oder das „mcR&D Gesamtnetz“ (Fahrgast-TV Berlin, München, Dresden, Leipzig).

Belegungseinheiten: BIDs & Parent BIDs

- **Allgemein:**
  - Der bid_status ermöglicht es, nicht mehr genutzte BIDs zu retired (oder temporär zu inaktivieren oder zukünftig genutzte BIDS anzulegen („pending“).
  - BIDs können z.B. mit neuen Preisen (price oder cpm) oder Bezeichnungen (bname) aktualisiert werden, dürfen aber inhaltlich (Filtersetzung) nicht verändert werden. Soll eine BID inhaltlich verändert werden – d.h. andere Filtereinstellungen verwendet werden - , muss die bisherige BID retired und eine neue BID angelegt werden.
  - Neben der BID werden auch die Systematiken der Mafo-Institute und des Publishers in der Stammdatenbank mitgeführt.
  - Bid_valid_since und bid_valid_till sollen genutzt werden z.B. für temporäre Angebote wie „Oktoberfest-Special“ oder „Black Friday Week Special“:
    - Darin können z.B. auch mehrere Netze für ein Spezialangebot gebündelt werden.
    - Soll die gleiche Bündelung mehrmals im Jahr angeboten werden, sind mehrere BIDs (mit jeweils individuellen bid_valid_since und bid_valid_till Werten anzulegen.

Darstellung im Planungstool

- Das Planungstool soll eine Auswahl von BIDs zunächst nach **geographischer Hierarchie** ermöglichen (auf Basis der geo_id der BIDs).
- Danach soll das Planungstool eine Auswahl nach Touchpoint-Hierarchie (**Venue Taxonomy**) ermöglichen (auf Basis der venue_id der BIDs).
- Danach soll die Selektion von Wochentagen, Zeitschienen, Spot- und Looplänge erfolgen.
- Die geographische Auswahl soll durch ein **Ortgrößenklassen-Filter** eingeschränkt werden können. Dazu muss im Planungstool eine Tabelle mit den Ortgrößenklassen (gem. AGS Tabelle) hinterlegt werden.
- Kombis sollen im Planungstool neben Touchpoints dargestellt werden.

Belegungseinheitenliste

Data Field	Format	Status	Description of filter	Description
bid	text	required		Global unique ID for booking unit issued by IDOOH. Must be specified by publisher for matching to historical data. Publisher can obtain bid from IDOOH DMP (in the future).
gim_id	text	(by IDOOH partners)		booking unit ID of market research institute 1
metadata_id	text	(by IDOOH partners)		booking unit ID of market research institute 2
parent_bid	text	optional		Can be used to cumulate smaller booking units into larger booking units, e.g.: - group several networks into one overarching sales unit (e.g. Gesamtnetzwerk Fahrgastfernsehen) - group several cities (e.g. "Top 15 cities") Only one parent_bid allowed (no comma-separated lists).
bid_publisher	text	required		Unique ID for booking unit issued by publisher. Must be unique in the sense that there may be no doubles and no re-using of old IDs for new booking units.
parent_bid_publisher	text	optional		Can be used by publisher to cumulate smaller booking units into larger booking units.
bname	text	required		Name of booking unit as given by the publisher (e.g. "Airport Touchpoint Düsseldorf Sicherheitsbereich").
publisher_id	integer	required		Unique ID for publisher issued by IDOOH. In the case of secondary marketing, the object and screen lists are maintained by the primary marketer and made available to the secondary marketer (read-only rights). the secondary marketer can use the object_ids and screens_ids for its booking units.
bid_valid_since	date	optional		Validity period for BID. Can be used e.g. for special offers during "Oktoberfest" or "Black Friday Week". If the same product is to be offered several times per year (e.g. "spring special" or "fall special" then several different
bid_valid_till	date	optional		
bid_status	text	required		Allowed values: active = bid is active inactive = bid is temporarily inactive retired = bid is removed/discontinued pending = bid is due to be used / not yet active Contact values are calculated by market research institute for all screens except for "retired" screens (notice: if bids contain "retired" objects or screens, then contacts for these "retired" objects and screens will be set to zero; compare to documentation of "objects" and "screens" tables). For active bids, only active screens will be counted, i.e. inactive and pensing screens will not be included into an active bid. Only active bids will be calculated by market research institute and subsequently displayed in media planning tool; all other bids will be ignored. Status flag will be displayed in media planning tool.
publication	boolean	required		determines whether booking unit will be exported to media planning tool "mediMACH" (TRUE) or not (FALSE)

Belegungseinheitenliste (Fortsetzung)

Data Field	Format	Status	Description of filter	Description
Filters:				
net_id	integer	required	Filters for screen selection: These determine, which screens are part of the booking unit. All screen selection filters - except for the net_id - are optional. If no filter is specified, then all screen in the network (net_id - see above) are selected. Multiple screen selection filters may be combined (if more than one screen filter is selected, **filters will be combined by the AND logical operator**). **Comma-separated lists are interpreted with an OR operator**, i.e. if several cities (AGS) are specified in the "geo_id" filter, then all screens in these cities will be combined into one booking unit: If several screen_type_keys are specified, then all screens (in the specified network) with one of these screen types will all be combined into one booking unit. If a matching table or an object_id is specified, then no other filter for screen selection should be specified.	Unique ID for DOOH network issued by IDOOH. Only one net_id allowed (no comma-separated lists). To generate bids containing more than one net_id, use parent_bid (to combine child_bids with different net_ids) and leave net_id in parent_bid empty.
geo_id	integer	optional		hierarchical structure for geospatial grouping of screens and objects in booking unit: - leave empty to designate a booking unit encompassing entire network - provide first two digits of AGS to designate booking unit encompassing all screens in one state (Bundesland) - provide first three digits of AGS to designate booking unit encompassing all screens in one government district (Regierungsbezirk) - provide first five digits of AGS to designate booking unit encompassing all screens in one county (Kreis/Landkreis) - provide complete AGS to designate booking unit encompassing all screens in one municipality (Gemeinde)
city_size	text	optional		standardized city sizes (500.000+, 100.000-500.000, 50.000-100.000, …) to be included in booking unit (refer to table "city size"); may be combined with "venue_id" and "geo_id" filters (comma-separated lists allowed).
venue_id_bid	text	optional		hierarchical structure for grouping of objects and screens by touchpoint in booking unit; may be combined with "geo_id" and "city_size" filters; comma-separated lists allowed
zone_id_bid	text	optional		hierarchical structure for grouping of objects and screens by zone in booking unit; may be combined with "geo_id" and "city_size" filters; comma-separated lists allowed
object_id	integer	optional		one object_id (for generating a booking unit of only one object)
matching_table	boolean	optional		default = FALSE or EMPTY. Determines whether booking unit is defined by filters such as geo_id or venue_id (FALSE) or is defined by matching table (TRUE).
screen_type_key	text	optional		comma-separated list of one or several screen_types
animation_enabled	text	optional		comma-separated list of one or several animation_enabled values
aspect_ratio	text	optional		comma-separated list of one or several aspect_ratios
daypart_id	integer	optional	Filters for time selection, spot length and playout frequency: If any one of these four data fields is left empty, then the network default values are used for the empty data field(s) (see "networks" table), while for non-empty data fields the values specified in the bid are used. If comma separated lists are specified in either filter, then sub-bids (one for each item specified) are generated by the market research institute. This way, sub-bids for e.g. all dayparts for all weekdays can be generated with just one line in the booking unit list. That means: **comma-separated lists are interpreted as specifying separate sub-bids**.	ID for times of day according to table "daypart"; comma-separated lists allowed; if left empty or set to "default" or "DEFAULT", then the network default ("daypart_id_network" in table "networks") is used
weekday_id	integer	optional		ID for day of week according to table "day of week"; comma-separated lists allowed; if left empty or set to "default" or "DEFAULT", then the network default ("weekday_id_network" in table "networks") is used
spot_length	integer	optional		spot lengths in seconds; comma-separated lists allowed; if left empty or set to "default" or "DEFAULT", then the network default ("spot_length" in table "networks") is used
playouts_per_hour	decimal	optional		number of playouts per hour; comma-separated lists allowed; if left empty or set to "default" or "DEFAULT", then the network default ("playouts_list" in table "networks") is used

Belegungseinheitenliste (Fortsetzung)

Data Field	Format	Status	Description of filter	Description
Pricing:				
price_q123	currency	optional (if empty, then cpm_q123/cpm_q4 or pricing_table_id needs to be supplied)	Data fields for price of booking unit: Price can be specified as: - fixed price per booking unit (fields "price …" - CPM per booking unit (fields "CPM …" (price will be calculated with spot contacts (WMK) of this booking unit as specified by market reaesarch institute calculation fpr mediMACH) - reference to pricing table **Either** "price..." fields "**or** "cpm..." fields **or** pricing table can be used. **Using one of the groups of fields is required. The only exception to this rule are parent bids:** The prices for parent_bids are calculated as the sum of the prices of the child bids (which may need to be calculated from the CPM and the contacts of each child bid)	Cost für booking unit in Q1-3
price_q4	currency	optional		Cost für booking unit in Q4
cpm_q123	currency	optional		CPM für booking unit in Q1-3
cpm_q4	currency	optional		CPM für booking unit in Q4
pricing_table_id	integer	optional		ID of pricing table containing CPMs for all dayparts of a week

Belegungseinheitenliste (Fortsetzung)

Data Field	Format	Status	Description of filter	Description
list_objects_active	comma-separated list of object_ids	calculated from objects list		list of active objects calculated by IDOOH from "objects" table according to geo-filters supplied by publisher
number_objects_active	integer	calculated from objects list		number of object_ids in "list_objects_active"
list_objects_pending	comma-separated list of object_ids	calculated from objects list		list of pending objects calculated by IDOOH from "objects" table according to geo-filters supplied by publisher
number_objects_pending	integer	calculated from objects list		number of object_ids in "list_objects_pending"
list_objects_inactive	comma-separated list of object_ids	calculated from objects list		list of inactive objects calculated by IDOOH from "objects" table according to geo-filters supplied by publisher
number_objects_inactive	integer	calculated from objects list		number of object_ids in "list_objects_inactive"
list_objects_retired	comma-separated list of object_ids	calculated from objects list		list of retired objects calculated by IDOOH from "objects" table according to geo-filters supplied by publisher
number_objects_retired	integer	calculated from objects list		number of object_ids in "list_objects_retired"
list_screens_active_1	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of active screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher; if booking unit contains more than 3.000 screens_ids, then list is continued in "list_screens_active_2"
list_screens_active_2	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of active screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher (continued from "list_screens_active_1); if booking unit contains more than 3.000 screens_ids, then list is continued in "list_screens_active_3"
list_screens_active_3	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of active screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher (continued from "list_screens_active_2); if booking unit contains more than 3.000 screens_ids, then list is continued in "list_screens_active_4"
list_screens_active_4	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of active screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher(continued from "list_screens_active_3)
number_screens_active_1	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_active_1"
number_screens_active_2	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_active_2"
number_screens_active_3	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_active_3"
number_screens_active_4	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_active_4"
number_screens_active_total	integer	calculated from screens list		sum of "number_screens_active_1" … "number_screens_active_4"
list_screens_pending	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of pending screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher
number_screens_pending	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_pending"
list_screens_inactive	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of pending screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher
number_screens_inactive	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_inactived"
list_screens_retired	comma-separated list of screen_ids	calculated from screens list		list of pending screens calculated by IDOOH from "screens" table according to geo-filters supplied by publisher
number_screens_retired	integer	calculated from screens list		number of screen_ids in "list_screens_retired"

Werbemittelkontakte (WMK) Multiplier

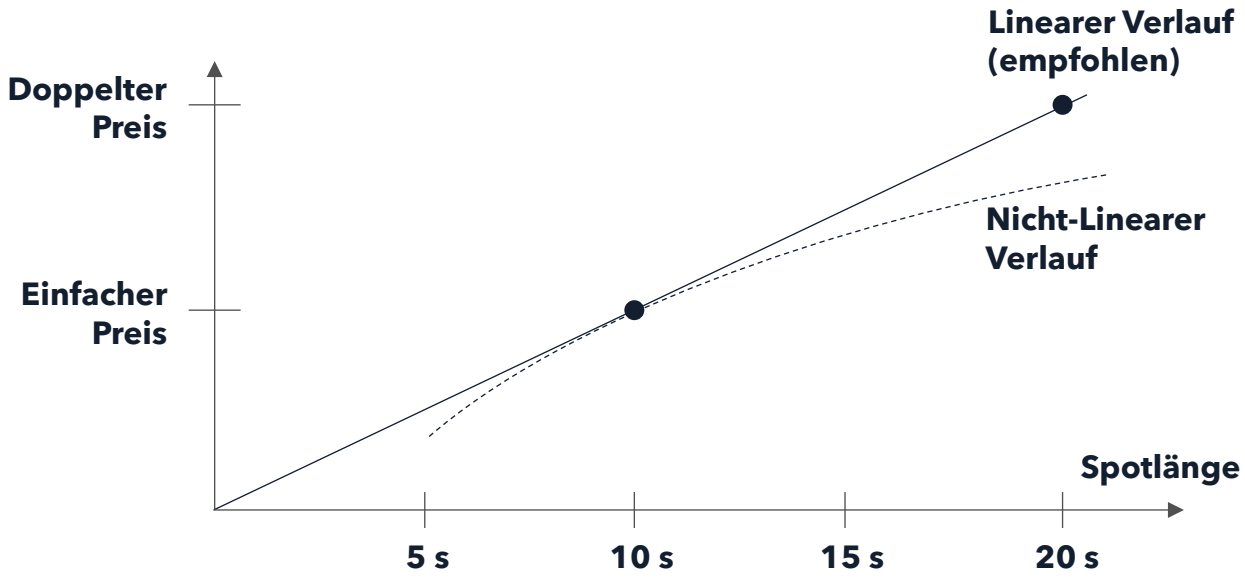
- **Werbemittelkontakte & Multiplier** (= Kontakt-Multiplier für programmatischen Playout):
  - Der Multiplier ist die Menge der pro Playout erzielten Werbemittelkontakte (**WMK**) je Screen.
  - Die Summe aller Multiplier über alle Playouts (bei einer festen Einblendungsfrequenz = **EBL**) über alle Screens eines DOOH Netzes über eine Woche entspricht dem WMK Wert für eine Wochenbuchung im Gesamtnetz bei dieser Einblendungsfrequenz (Gesamtnetzwert).
  - Der Multiplier ist die kleinste WMK-Einheit; der Multiplier ist spezifisch für den Screen und die Zeitschiene, innerhalb derer der Playout stattfindet; es gibt daher 168 (24x7) Multiplier pro Screen pro Woche.
  - Aus dem Multiplier lassen sich die WMK Werte für größere Belegungseinheiten (einzelne Stunden, einzelne Tage, ganze Objekte, ganze Netze oder Subnetze, ganze Woche) durch Kumulation berechnen.
  - Multiplier werden für die Gesamtmenge aller WMK (Total Audience) und für die WMK je Zielgruppe ausgewiesen; jede Zielgruppe (M, F, 14-29, 30-39, etc) hat wiederum 168 Multiplier pro Screen pro Woche.

Preismodelle

- Das Standard-Preismodell für DOOH ist **TKP-basiert**:
  - Es gibt einen TKP pro Belegungseinheit.
  - Der Preis einer Belegungseinheit errechnet sich aus den WMK der Belegungseinheit multipliziert mit dem TKP der Belegungseinheit
  - Das Standard-Preismodell für DOOH ist **linear**, d.h. der TKP steigt linear mit der Spotlänge an (siehe nächste Seite)
- Weitere im Markt existierende Preismodelle sollen zukünftig von der Stammdatenkommission untersucht werden; dabei soll festgelegt werden, welche weiteren Preismodelle in das Stammdatenmodell aufgenommen werden.
- Weitere (zukünftig) in den Stammdaten abzubildende Preiskomponenten sind Selektionsaufschläge, Standard-Rabatte, Q4-Aufschläge und Targetingaufschläge.
- Nicht in den Stammdaten abgebildet werden sollen Konditionen, Mindestbuchungsvolumina etc.
- Preise sollen zunächst als TKP (oder Festpreise) für Q1-3 und Q4 angegeben werden; später können Preise für andere Perioden bis hin zu Tagespreisen (Kalendarium) angegeben werden.
- Preise sollen derzeit (noch) nur für größere Einheiten angegeben werden. D.h. es ist (noch) nicht vorgesehen, Preise für z.B. Events wie „Hafengeburtstag“ oder „Oktoberfest“ auszuweisen

Preismodelle

Lineares Preismodell



Linearer Verlauf erfordert nur einen Preis bzw. TKP (als Sekundenpreis)

Sekundenpreis = Preis für 10-Sekunden-Spot wird aus TKP und WMK (siehe vorherige Seite) berechnet und dann durch 10 geteilt. Für einen 20-Sekunden-Spot wird dieser 1-Sekunden-Preis mit 20 multipliziert.

Nicht-Linearer Verlauf erfordert viele Preise (TKP) je Spotlänge

Sollte in Form von Rabatten (Auf- oder Abschläge auf Basis-TKP) angegeben werden; diese entsprechen rechnerisch jedoch individuellen TKP je Spotlänge.

Preismodelle (Fortsetzung)

- Für lineare Preissysteme soll (zukünftig) die Möglichkeit vorgesehen werden, ein „Linear“-Flag zu setzen, damit das Planungstool die Preise für andere Spotlängen und EBL aus den Basiswerten automatisch erzeugen kann; dafür wird dann auch die Angabe von Min. und Max. Spotlängen (bei Netzen mit linearen Preissystemen) erforderlich sein.
- Es sollte für jede Belegungseinheit die Standard-Spotlänge und Standard-EBL (Basiswerte) angegeben werden.
- Für die Preise sollen zukünftig (prozentuale) **Aufschläge** festgelegt werden können. Dies können sein:
  - Allgemeine (jährliche) Preiserhöhungen: Alle TKP/Preise werden um z.B. 2% erhöht.
  - Q4-Aufschlag: Alle TKP/Preise in Q4 werden z.B. um 5% erhöht.
  - Selektionsaufschläge für Städte:
    - Goldbach schlägt z.B. 15% (Zahlen fiktiv) für 10 ausgewählte Städte auf.
    - Ströer hat potenziell für jede Zeitschienen in jeder Stadt einen anderen Aufschlag

Außenvorgaben & Zonierung

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Wofür werden Außenvorgaben benötigt?

- Außenvorgaben werden für die Leistungswerterfassung (Kontakte & Zielgruppen) mit Hilfe der Public & Private Screens Studie des IDOOH benötigt.
- Die Methode und die dafür benötigten Stammdaten sind im Whitepaper zur Public & Private Screens Studie des IDOOH beschrieben; ebenso in der Kurzbeschreibung zur Methode.
- Zum Abgleich und zur Kalibrierung der Mobilitätsmessungen in Stufe 1 und 3 werden sog. Außenvorgaben benötigt; dies sind von den Standorteigentümern durchgeführte Messungen der Kunden- oder Besucherfrequenzen für die einzelnen Einrichtungen mit DOOH Werbeträgern:
  - In Mobilitätstouchpoints sind dies i.d.R. die Passagierzählungen z.B. der Flughäfen, der Deutschen Bahn oder der Verkehrsbetriebe.
  - In Shopping Malls sind dies i.d.R. die Footfall Messungen der Betreiber.
  - In Retail Outlets sind dies i.d.R. die Anzahl Kassenbons.
  - In Fitness Studios können dies die Check-In Zählungen sein.
  - In Einrichtungen, in denen keine entsprechenden Zählungen der Betreiber oder Eigentümer zur Verfügung stehen, können ggfs. Sensoren zur Besucherzählung eingesetzt werden.

Wofür werden Außenvorgaben benötigt?

- Die Außenvorgaben sollten im Idealfall möglichst detailliert zur Verfügung gestellt werden:
  - Statt eines Jahresdurchschnittswertes pro Standort besser Monatswerte
  - Statt jährlicher Aktualisierung besser monatliche oder quartalsweise Aktualisierungen
  - Statt eines (monatlichen) Gesamtwertes pro Standort besser eine Aufteilung in Wochentage und Zeitschienen
- Die dem IDOOH zur Verfügung gestellten Außenvorgaben werden vom IDOOH streng vertraulich behandelt, nicht veröffentlicht und ausschließlich für die Verrechnung von Kontaktmengen und Zielgruppendaten verwendet (welche vor der Veröffentlichung wiederum vom Anbieter freigegeben werden müssen) verwendet. Entsprechende Vertraulichkeitsvereinbarungen können mit dem IDOOH und den angeschlossenen Mafo-Instituten abgeschlossen werden.

Regeln für Außenvorgaben

Von der Methodenkommission des IDOOH wurden folgende Regeln für die Qualitätssicherung der Außenvorgaben aufgestellt:

1. Die Außenvorgaben sollten objektscharf, d.h. pro einzelnem Objekt, zur Verfügung gestellt werden. Wenn dies nicht möglich ist, sollten Außenvorgaben nach Kategorien (z.B. große, kleine, mittlere Supermärkte) angegeben werden. Auf jeden Fall ist anzugeben, ob es sich um Außenvorgaben auf Objekt- oder Kategorienebene handelt.
2. Außenvorgaben auf Kategorienebene sollen mit Hilfe weiterer Hilfsgrößen variabilisiert - d.h. auf die Objektebene detailliert - werden. Dies kann bei Arztpraxen z.B. die durchschnittliche Patientenzahl pro Tag nach Fachrichtung (Kategorienebene) sein, die mit der Quadratmeterzahl der jeweiligen Praxis um den Durchschnittswert herum auf das jeweilige Objekt angepasst wird.
3. Die Außenvorgaben müssen vom Eigentümer der Objekte zur Verfügung gestellt werden; die Erhebungsmethode bzw. Quelle muss angegeben werden. Ggfs. müssen die Eigentümer dies schriftlich bestätigen.
4. Die Außenvorgaben müssen definiert (beschrieben) sein, d.h. die zeitliche Granularität (Frequenzen pro Tag/pro Woche/pro Monat) und die Art der Außenvorgaben (z.B. für Universitäten: Anzahl Studierende der gesamten Uni, Anzahl Studierende einer Fachrichtung, Anzahl ausgegebene Essen an der gesamten Uni, Anzahl ausgegebene Essen je Mensa,…) muss erkennbar sein.

Regeln für Außenvorgaben

5. Wenn die Außenvorgaben keine Personenfrequenzen enthalten, können auch Hilfsgrößen oder Surrogate wie z.B. Sanifair-Drehkreuzzahlen, Kassenbonzahlen oder Anzahl von Mietern (in Bürogebäuden) zum Einsatz kommen.
6. Die Umrechnungsfaktoren von Hilfsgrößen in Personen müssen ebenfalls vom Eigentümer der Objekte zur Verfügung gestellt werden; die Daten- bzw. Studienbasis für die Umrechnung muss angegeben werden. Ggfs. müssen die Eigentümer dies schriftlich bestätigen. Die Prüfung und Festlegung der Umrechnungsfaktoren je Touchpoint erfolgt in der Methodenkommission.
7. Die Aktualität der Daten muss angegeben werden: Was ist der Erhebungszeitraum der zur Verfügung gestellten Außenvorgaben?
8. Daten aus den Jahren 2020 und 2021 werden nicht akzeptiert; Daten aus den Jahren davor können akzeptiert werden, wenn keine aktuelleren Daten vorliegen.
9. Wenn keine oder keine aktuellen Außenvorgaben zur Verfügung gestellt werden können oder die Methodenkommission Zweifel an der Qualität der Außenvorgaben hat, können die Außenvorgaben vom IDOOH und den Marktforschungsinstituten mit Überprüfung durch die Methodenkommission geschätzt werden. Schätzungen werden dabei eher konservativ durchgeführt, um die Glaubwürdigkeit der Gesamtmethode nicht durch Überschätzungen angreifbar zu machen; d.h. die Außenvorgaben werden in diesen Fällen tendenziell eher unterschätzt.
10. Dasselbe gilt für die zur Verfügung gestellten Umrechnungsfaktoren (von Hilfsgrößen in Personen).

Zonierung

- Alle Anbieter müssen die einzelnen Screens in der Screenliste einer Zone im Objekt zuordnen. Die Zone innerhalb eines Objekts bestimmt in der Leistungswerterfassung über die Kontaktparameter eines Screens (Frequenzanteil innerhalb eines Objektes, Kontaktwahrscheinlichkeit, Anzahl Passagen, Dwell Times).
- Für die meisten Touchpoints ist die Zone identisch mit der Venue ID des Screens (vergleiche Beschreibung der Venue Taxonomy des IDOOH). Diese wiederum ist für die meisten Touchpoints identisch mit dem von den Anbietern ausgewiesenen Subnetz (z.B. „Supermarkt – Eingang" oder „Supermarkt – Kasse").
- In Standorten mit hoher Komplexität weichen die Zonen ggfs. von der Venue-ID bzw. der Subnetz-Zuordnung ab. Beispiele für solche Standorte sind:
  - Flughäfen
  - Bahnhöfe
  - Shopping Malls
  - Universitäten
  - Fitness Studios (wenn Werbeträger mehreren Zonen installiert sind)

Zonierung

- Auf der folgenden Seite sind die Standards für Zonierungen für alle Standorttypen beschrieben.

Zonierung

zone_id	zone	touchpoint	area in touchpoint	needs_zone_info
1.1.a	airports.checkin	Airports	Checkin Bereich	TRUE
1.1.b	airport.security	Airports	Sicherheitskontrolle	TRUE
1.1.c	airports.shop.gastronomy	Airports	Duty Free / Shop / Gastro	TRUE
1.1.d	airports.passageway.shops.gastronomy	Airports	Laufweg mit Shops & Gastro	TRUE
1.1.e	airports.passageway	Airports	Laufweg ohne Shops & Gastro	TRUE
1.1.f	airports.gates.schengen	Airports	Gates Schengen	TRUE
1.1.g	airports.gates.schengen.gastronomy	Airports	Gates Schengen mit Gastro	TRUE
1.1.h	airports.gates.non-schengen	Airports	Gates Non-Schengen	TRUE
1.1.i	airports.gates.non-schengen.gastronomy	Airports	Gates Non-Schengen mit Gastro	TRUE
1.1.j	airports.baggage	Airports	Gepäckband	TRUE
1.1.k	airports.arrival	Airports	Ankunft/Abholer	TRUE
1.1.l	airports.arrival.passageway	Airports	Ankunft/Abholer Laufweg	TRUE
1.1.m	airports.lounge	Airports	Lounges	TRUE
1.1.n	airports.busses.apron	Airports	Shuttle Busse (Vorfeld)	TRUE
1.2.1	Highway.Forecourts	Highway Rest Areas	Forecourts	FALSE
1.2.2	Highway.Entrances	Highway Rest Areas	Entrances	FALSE
1.2.3	Highway.Instore	Highway Rest Areas	Instore	FALSE
1.2.3.1	Highway.Checkout	Highway Rest Areas	Checkout	FALSE
1.2.3.2	Highway.Beverage shelf	Highway Rest Areas	Beverage shelf	FALSE
1.2.3.3	Highway.Sales gondolas	Highway Rest Areas	Sales gondolas	FALSE
1.2.4	Highway.Restrooms	Highway Rest Areas	Restrooms	FALSE
1.3.a	Gas.station.forecourt	Gas Stations	Forecourt	FALSE
1.3.b	Gas.station.Entrance.Outdoor	Gas Stations	Entrance Outdoor	FALSE
1.3.c	Gas.station.Entrance.Indoor	Gas Stations	Entrance Indoor	FALSE
1.3.d	Gas.station.bistro	Gas Stations	Bistro	FALSE
1.3.e	Gas.station.checkout	Gas Stations	Checkout	FALSE
1.4.1	Passenger-tv.regional.trains	Passenger TV	Regional Trains	FALSE
1.4.2	Passenger-tv.suburban.trains	Passenger TV	Suburban Trains	FALSE
1.4.3	Passenger-tv.subways	Passenger TV	Subways	FALSE
1.4.4	Passenger-tv.busses	Passenger TV	Busses	FALSE
1.4.5	Passenger-tv.trams	Passenger TV	Trams	FALSE
1.4.6	Passenger-tv.taxis	Passenger TV	Taxis	FALSE
1.5.a	Train.entrance.hall	Train Stations	1 – Eingangshalle	TRUE
1.5.b	Train.passageway	Train Stations	2 – Laufwege	TRUE
1.5.c	Train.platform	Train Stations	3 – Gleisbereich / Bahnsteig	TRUE
1.5.d	Train.service.area	Train Stations	4 – Servicebereich	TRUE
1.6.2	Subway.indoor	Subway Stations	Zwischengeschoss	FALSE
1.6.3	Subway.platform	Subway Stations	Gleisbereich	FALSE
1.8.a	Charging.stations.gas.station	Charging Stations	Gas station	FALSE
1.8.b	Charging.stations.supermarket	Charging Stations	Supermarket	FALSE
1.8.c	Charging.stations.roadside	Charging Stations	Roadside	FALSE
1.8.d	Charging.stations.clinic	Charging Stations	Clinic	FALSE
1.8.e	Charging.stations.diy.store	Charging Stations	DIY Store	FALSE

zone_id	zone	touchpoint	area in touchpoint	needs_zone_info
2.1.1	Convenience.instore	Convenience Stores	Instore	FALSE
2.1.2	Convenience.shopwindow	Convenience Stores	Shop Window	FALSE
2.2.a	Electronics.aisle	Electronics Market	Aisle	FALSE
2.2.b	Electronics.checkout	Electronics Market	Checkout	FALSE
2.3.1	Malls.main.entrance	Malls	Bereich mit Haupteingang	TRUE
2.3.2	Malls.side.entrance	Malls	Bereich mit Nebeneingang	TRUE
2.3.3	Malls.central.area	Malls	Zentralbereich	TRUE
2.3.4	Malls.central.foodcourt	Malls	Foodcourt	TRUE
2.3.5	Malls.passageway	Malls	Laufbereich	TRUE
2.3.6	Malls.outdoor.main.entrance	Malls	Bereich mit Haupteingang / Außenbereich	TRUE
2.3.7	Malls.outdoor.side.entrance	Malls	Bereich mit Nebeneingang / Außenbereich	TRUE
2.3.8	Malls.outdoor.central.area	Malls	Zentralbereich / Außenbereich	TRUE
2.3.9	Malls.outdoor.central.foodcourt	Malls	Foodcourt / Außenbereich	TRUE
2.3.10	Malls.outdoor.passageway	Malls	Laufbereich / Außenbereich	TRUE
2.5.1	Supermarket.entrance	Supermarkets	Entrance	FALSE
2.5.1.a	Supermarket.entrance.outdoor	Supermarkets	Entrance outdoor	FALSE
2.5.1.b	Supermarket.entrance.indoor	Supermarkets	Entrance indoor	FALSE
2.5.2	Supermarket.aisle	Supermarkets	Aisle	FALSE
2.5.3	Supermarket.checkout	Supermarkets	Checkout	FALSE
2.5.4	Supermarket.parking	Supermarkets	Parking	FALSE
3.1	Outdoor.roadside	Outdoor	Roadside	FALSE
3.2	Outdoor.pedestrian.zone	Outdoor	Pedestrian Zone	FALSE
3.3	Outdoor.taxi.exterior	Outdoor	Taxi (exterior)	FALSE
4.1	Healthcare.waitingroom	Healthcare	Waiting Rooms	FALSE
4.2.1	Healthcare.pharmacy.instore	Healthcare	Pharmacies (Instore)	FALSE
4.2.2	Healthcare.pharmacy.shopwindow	Healthcare	Pharmacies (Shop Window)	FALSE
5.2.a	Uni.foodcourt	Universities	Cafeteria foodcourt	FALSE
5.2.b	Uni.main.entrance.hall	Universities	Main entrance hall	FALSE
5.2.c	Uni.gym	Universities	Gym	FALSE
5.2.d	Uni.checkout	Universities	Cafeteria checkout	FALSE
5.2.e	Uni.passageway	Universities	Passageway	FALSE
5.2.f	Uni.central.area	Universities	Central Area	FALSE
6.1.1	Office.lobby	Office Buildings	Entrance/Lobby	FALSE
6.1.2	Office.elevator	Office Buildings	Elevator	FALSE
7.1.1	Gastronomy.scene.restaurant	Gastronomy	Scene Bars/Restaurants	FALSE
7.1.3	Gastronomy.qsr.fastfood	Gastronomy	QSR/FastFood	FALSE
7.2.a	Hotel.elevator	Hotels	Elevator	FALSE
7.2.b	Hotel.lobby	Hotels	Lobby	FALSE
7.2.c	Hotel.conference	Hotels	Conference	FALSE
7.2.d	Hotel.restaurant	Hotels	Restaurant	FALSE
7.3.a	Cinema.checkout	Cinema	Checkout	FALSE
7.3.b	Cinema.auditorium	Cinema	Auditorium	FALSE
7.3.c	Cinema.foodcourt	Cinema	Foodcourt	FALSE
7.4.2.a	Fitness.reception	Fitness Studios	Entrance/reception	FALSE
7.4.2.b	Fitness.lounge	Fitness Studios	Lounge	FALSE
7.4.2.c	Fitness.cardio	Fitness Studios	Cardio	FALSE
7.4.2.d	Fitness.training	Fitness Studios	Training	FALSE
7.4.2.e	Fitness.locker	Fitness Studios	Locker	FALSE
8.1	Residential.elevator	Residential Buildings	Elevator	FALSE

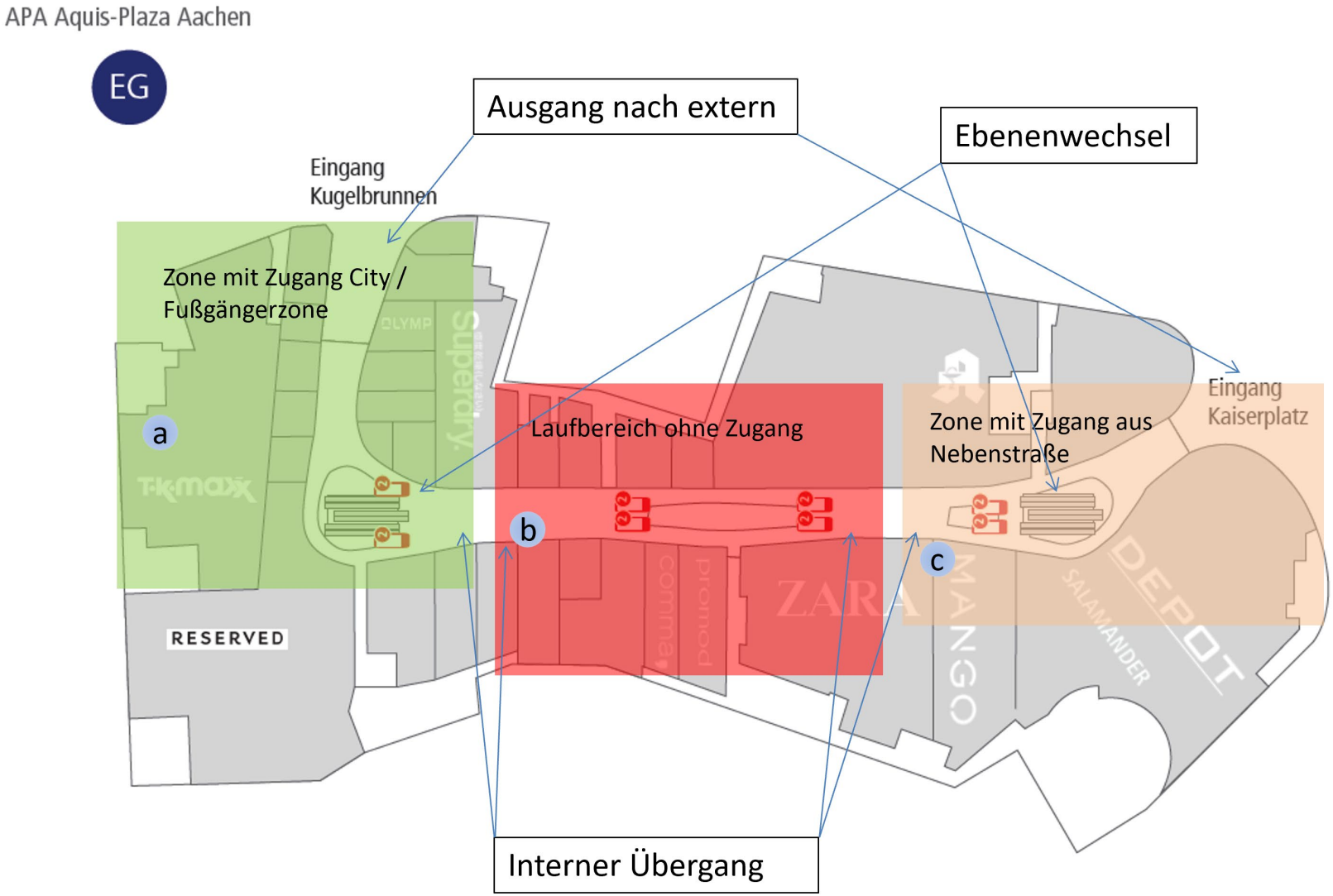
Zonierung

- Auf den folgenden Seiten sind die Standards für Zonierungen von Standorten mit hoher Komplexität beschrieben.
- In Bahnhöfen weicht die Zonierungssystematik von der Systematik für alle anderen Touchpoints ab:
  - Bahnhöfe werden nach einem Knoten- und Kantenmodell zoniert.
  - Die Kanten sind die Laufwege der Besucher (Frequenzströme) und tragen als Information die Frequenz der Besucher in diesem Bereich.
  - Die Knoten sind die Punkte des Aufeinandertreffens von Laufwegen.
  - Die Laufwege und Frequenzen werden im Rahmen einer Bahnhofs-Frequenzatlas erhoben.

Beschreibung Zonierung Malls

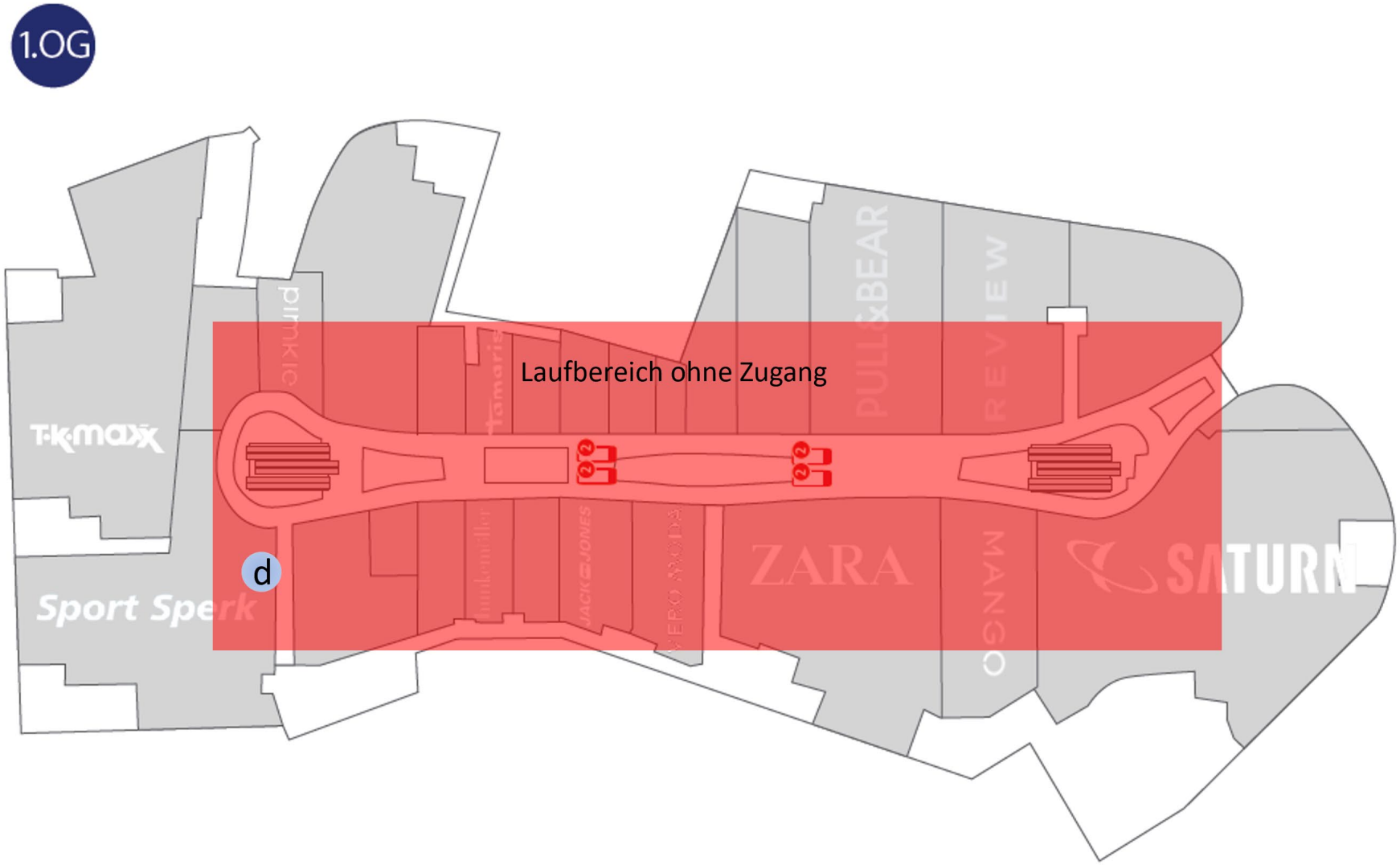
Centerkürzel	Geschoss	Bereich	Ebenenwechsel	Bereichstyp	Anzahl externe Ausgänge	Anzahl interne Übergänge
ABC	Ebene 0	a	ja[1]	Bereich mit Haupteingang	3	1
ABC	Ebene 0	b	nein[2]	Bereich mit Nebeneingang	3	1
ABC	Ebene 0	c	ja[1]	Zentralbereich	1	3
ABC	Ebene 0	d	nein[2]	Foodcourt	0	1
ABC	Ebene 0	e	nein[2]	Laufbereich	0	
ABC	Ebene 1	f	nein[2]	Foodcourt	0	
ABC	Ebene 1	g	nein[2]	Laufbereich	0	
BCD	Ebene 0	h	nein [2]	Bereich mit Haupteingang	1	
BCD	Ebene 0	b	nein [2]	Zentralbereich	0	
BCD	Ebene 0	c	nein [2]	Foodcourt	0	
BCD	Ebene 0	d	nein [2]	Laufbereich	0	
BCD	Ebene 0	e	nein [2]	Foodcourt/ Außenbereich		
BCD	Ebene 0	f	nein [2]	Laufbereich/ Außenbereich		
		Die Bereichsbezeichnungen müssen pro Mall eindeutig sein. Jede Bereichsbezeichnung kommt in einer Mall nur 1x vor. Der Foodcourt hat in Ebene 0 z.B. das Kürzel "d", in Ebene 1 z.B. "e". Ein Kürzel für einen Bereichstyp gilt immer für eine Mall. Bsp.: a kann in Mall ABC "Bereich mit Haupteingang" im EG sein, in Mall BCD kann es Laufbereich im EG sein.	[1] Es gibt **eine** bauliche Verbindung auf die andere Ebene. (Treppe, Rolltreppe). [2] Es gibt **keine** bauliche Verbindung auf die andere Ebene. (Treppe, Rolltreppe)	**Zentralbereich** a) Verbindung zwischen verschiedenen Laufbereichen b) Aufenthaltsmöglichkeit (Ruhezonen, z.B. Bänke) c) Größere Eventflächen **Foodcourt** Gastronomie mit Verweilmöglichkeit **Laufbereich** dominiert von POS/ Schaufenster. **Außenbereich** Bereichstypen im Außenbereich erhalten den Zusatz "Außenbereich"		Anzahl der angrenzenden Bereiche, in die man direkt über eine bauliche Verbindung wechseln kann. **Beispiel 1:** An den Zentralbereich in Ebene 0 grenzen auf derselben Ebene1 Laufbereich (Gang mit Geschäften), 1 Foodcourt und auf Ebene 1 ein Zentralbereich, der über 4 Rolltreppen erreichbar ist: Anzahl interner Übergänge = 3. **Beispiel 2:** Vom Laufbereich in Ebene 0 gehen 3 Rolltreppen und 1 Treppe in den Zentralbereich in Ebene 1: Anzahl interner Übergänge = 1

Beispiel für Zonierung: Shopping Malls (1/4)



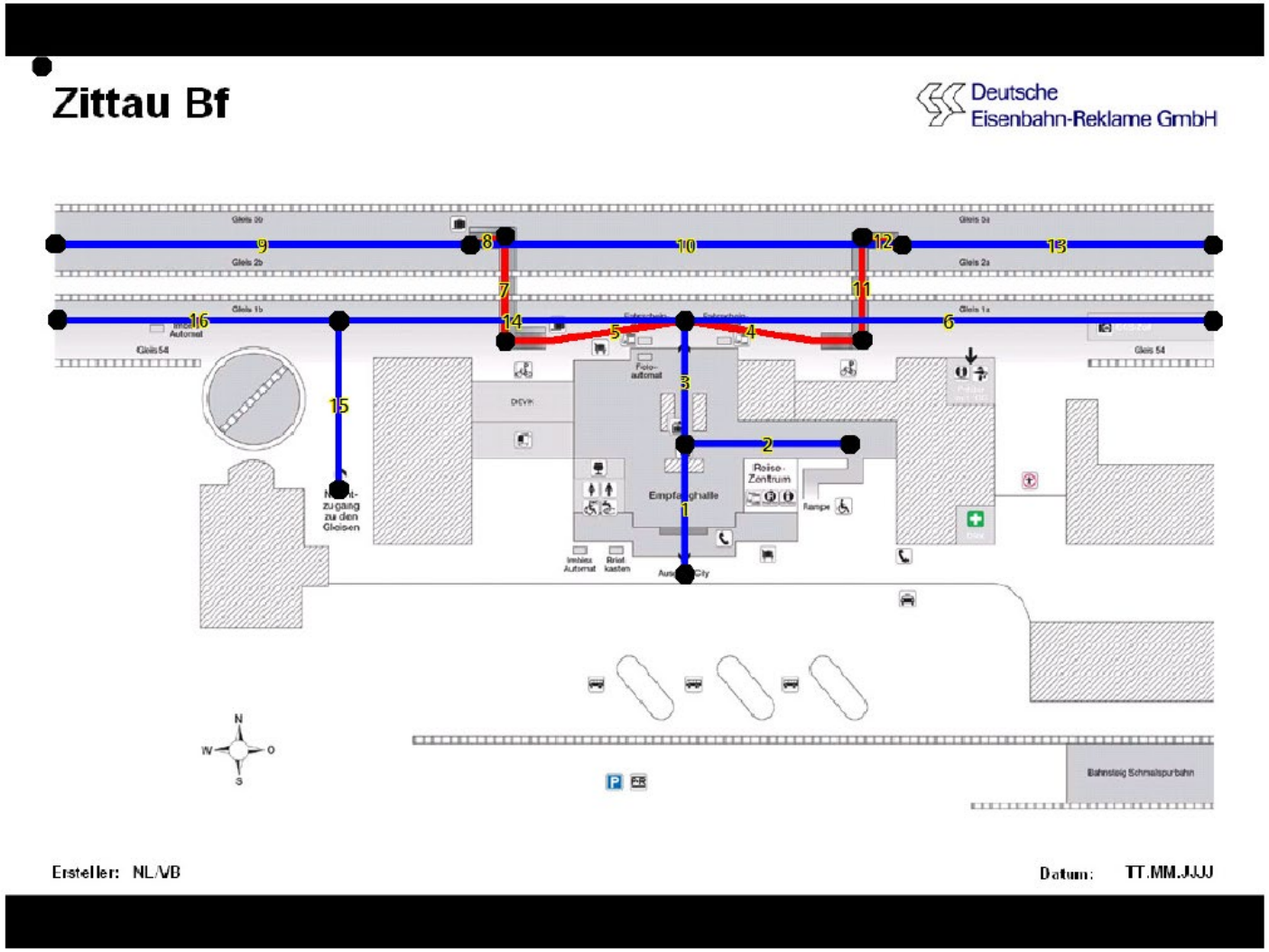
Beispiel für Zonierung: Shopping Malls (2/4)

APA Aquis-Plaza Aachen



Beispiel für Zonierung: Shopping Malls (3/4)

Zonierung Bahnhöfe: Knoten-/Kantenmodell



Farbige Linien = Laufwege auf unterschiedlichen Ebenen

Beschreibung Zonierung Universitäten

Unikürzel	Geschoss	Bereich	Ebenenwechsel	Bereichstyp	Anzahl externe Ausgänge	Anzahl interne Übergänge
ABC	Ebene 0	a	ja[1]	Bereich mit Haupteingang	3	1
ABC	Ebene 0	b	nein[2]	Bereich mit Nebeneingang	3	1
ABC	Ebene 0	c	ja[1]	Zentralbereich	1	3
ABC	Ebene 0	d	nein[2]	Foodcourt	0	1
ABC	Ebene 0	e	nein[2]	Laufbereich	0	
ABC	Ebene 1	f	nein[2]	Foodcourt	0	
ABC	Ebene 1	g	nein[2]	Laufbereich	0	
BCD	Ebene 0	a	nein [2]	Bereich mit Haupteingang	1	
BCD	Ebene 0	b	nein [2]	Zentralbereich	0	
BCD	Ebene 0	c	nein [2]	Foodcourt	0	
BCD	Ebene 0	d	nein [2]	Laufbereich	0	
BCD	Ebene 0	e	nein [2]	Foodcourt/ Außenbereich		
BCD	Ebene 0	f	nein [2]	Laufbereich/ Außenbereich		
		Die Bereichsbezeichnungen müssen pro Mall eindeutig sein. Jede Bereichsbezeichnung kommt in einem Standort nur 1x vor. Der Foodcourt hat in Ebene 0 z.B. das Kürzel "d", in Ebene 1 z.B. "e". Ein Kürzel für einen Bereichstyp gilt immer für einen Standort. Bsp.: a kann in Standort ABC "Bereich mit Haupteingang" im EG sein, in Standort BCD kann es Laufbereich im EG sein.	[1] Es gibt **eine** bauliche Verbindung auf die andere Ebene. (Treppe, Rolltreppe). [2] Es gibt **keine** bauliche Verbindung auf die andere Ebene. (Treppe, Rolltreppe)	**Zentralbereich** a) Verbindung zwischen verschiedenen Laufbereichen b) Aufenthaltsmöglichkeit (Ruhezonen, z.B. Bänke) c) Größere Eventflächen **Foodcourt** Gastronomie mit Verweilmöglichkeit **Laufbereich** dominiert von POS/ Schaufenster. **Außenbereich** Bereichstypen im Außenbereich erhalten den Zusatz "Außenbereich"		Anzahl der angrenzenden Bereiche, in die man direkt über eine bauliche Verbindung wechseln kann. **Beispiel 1:** An den Zentralbereich in Ebene 0 grenzen auf derselben Ebene1 Laufbereich (Gang mit Geschäften), 1 Foodcourt und auf Ebene 1 ein Zentralbereich, der über 4 Rolltreppen erreichbar ist: Anzahl interner Übergänge = 3. **Beispiel 2:** Vom Laufbereich in Ebene 0 gehen 3 Rolltreppen und 1 Treppe in den Zentralbereich in Ebene 1: Anzahl interner Übergänge = 1

Anhang: Systematik der Belegungseinheiten

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

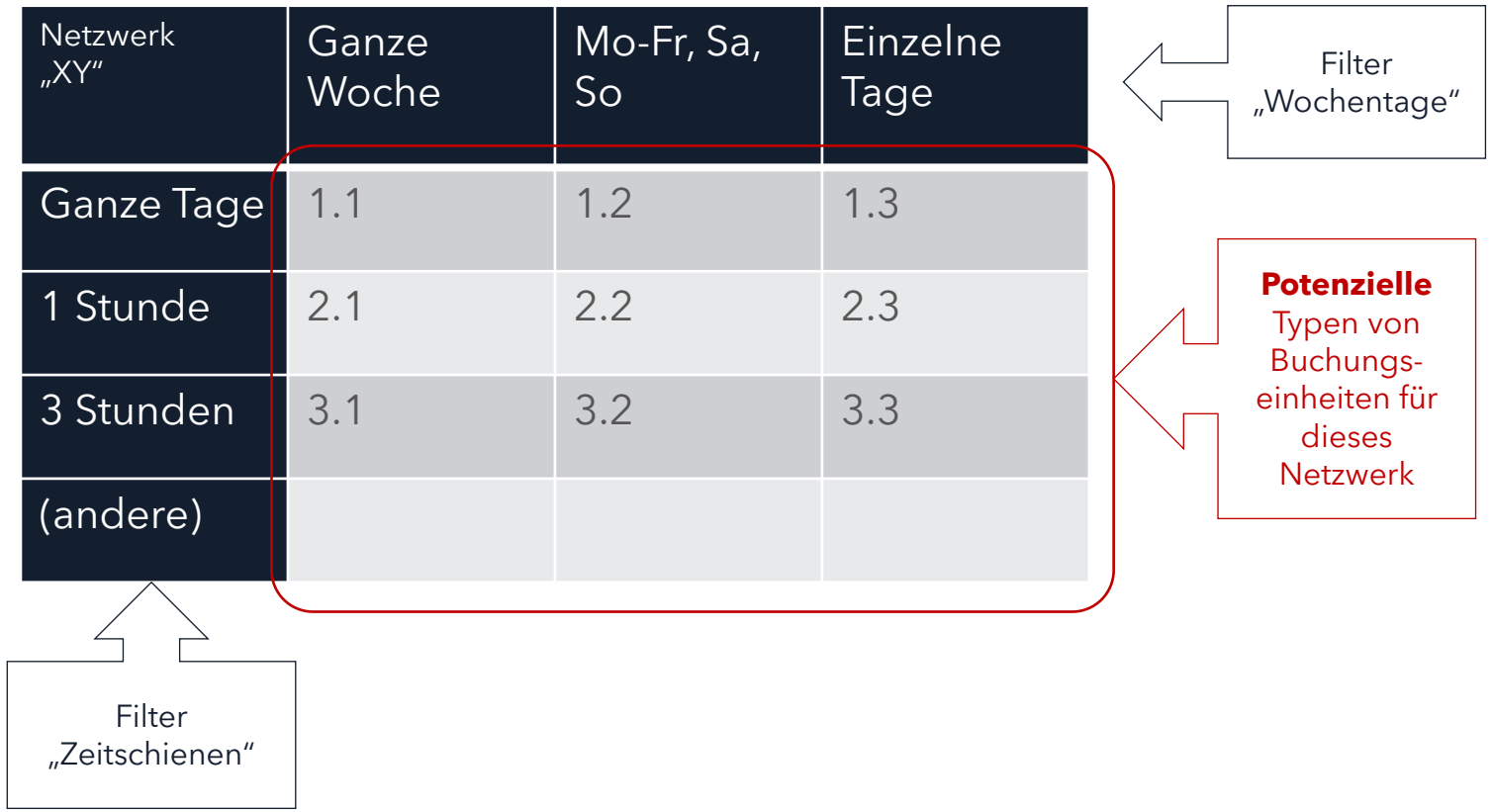
Systematik der Belegungseinheiten

- Siehe auch weiter oben:
- Die Stammdaten und Belegungseinheiten (Produkte und Preise) sollen **zukünftig** in der Stammdatenbank des IDOOH gepflegt und von dort in die Mediaplanungstools exportiert werden.
- Die Pflege der Daten soll über einfache Oberflächen bzw. Filterkriterien erfolgen, aus denen systemseitig die o.g. Granularität der Daten erzeugt wird (siehe folgende Seiten). D.h. die Stammdatenbank benötigt eine Nutzeroberfläche für die Publisher, in welcher die Produkte über einfache Filterkriterien angelegt und verwaltet werden können.
- **Aktuell** (und zukünftig alternativ) sollen fertige BE Tabellen in die Stammdatenbank geladen werden können; dies soll über eine API oder CSV Import erfolgen.
- Alle BE Strukturen, die (zukünftig) nicht über die vorgegebenen Filter erzeugt werden können, MÜSSEN über BE Tabellen in die Stammdatenbank geladen werden.
- Auf den folgenden Seiten ist die Systematik der **zukünftigen** Abbildung von Belegungseinheiten und Filtern in der **zukünftigen** Stammdatenbank beschrieben.

Stammdatenbank und Datenpflege

Beispiele:

– **Kombination Filter “Wochentage” und “Zeitschienen”:**



Stammdatenbank und Datenpflege

Beispiele (für Goldbach Mall Channel):

- **BE Typ 1.1:**

Filter „Playouts/Stunde“ Standardeinstellung „10s, 20 EBL/h“

10s Spot 30 EBL/h	Mo-So
6:00-21:00	€ …

- **BE Typ 1.2:**

Hinterlegte Öffnungszeiten/ Betriebszeiten des Netzwerks

10s Spot 30 EBL/h	Mo-Fr	Sa	So
6:00-21:00	€ …	€ …	€ …

- **BE Typ 1.3:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo	Die	Mi	Do	Fr	Sa	So
6:00-21:00							

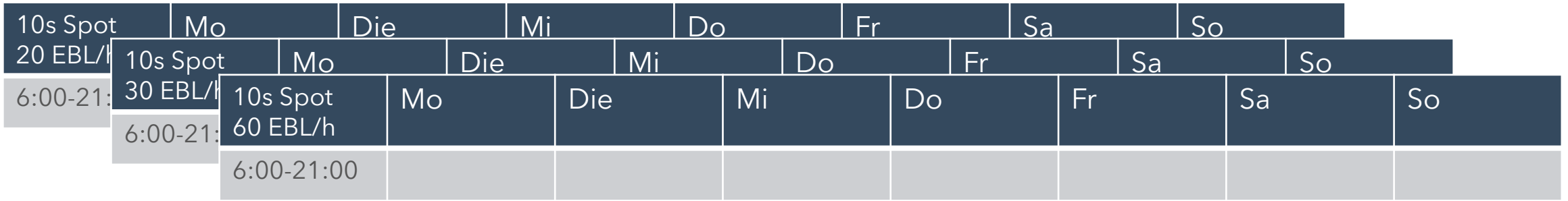
Stammdatenbank und Datenpflege

Bei Mehrfachauswahl Filter “Spotlängen & Looplängen”:

- **BE Typen 1.1.1 bis 1.1.3:**

- **BE Typen 2.1.1 bis 2.1.3 :**

- **BE Typen 3.1.1 bis 3.1.3 :**



Stammdatenbank und Datenpflege

Beispiele für 1-Stunden-Zeitschienen (für Goldbach Mall Channel):

- **BE Typ 2.1:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo-So
6:00-7:00	€ …
7:00-8:00	€ …
…	€ …

- **BE Typ 2.2:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo-Fr	Sa	So
6:00-7:00	€ …	€ …	€ …
7:00-8:00	€ …	€ …	€ …
…	€ …	€ …	€ …

- **BE Typ 2.3:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo	Die	Mi	Do	Fr	Sa	So
6:00-7:00	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …
7:00-8:00	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …
…	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …

Stammdatenbank und Datenpflege

Beispiele für 3-Stunden-Zeitschienen (für Goldbach Mall Channel):

- **BE Typ 3.1:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo-So
6:00-9:00	€ …
9:00-12:00	€ …
…	€ …

- **BE Typ 3.2:**

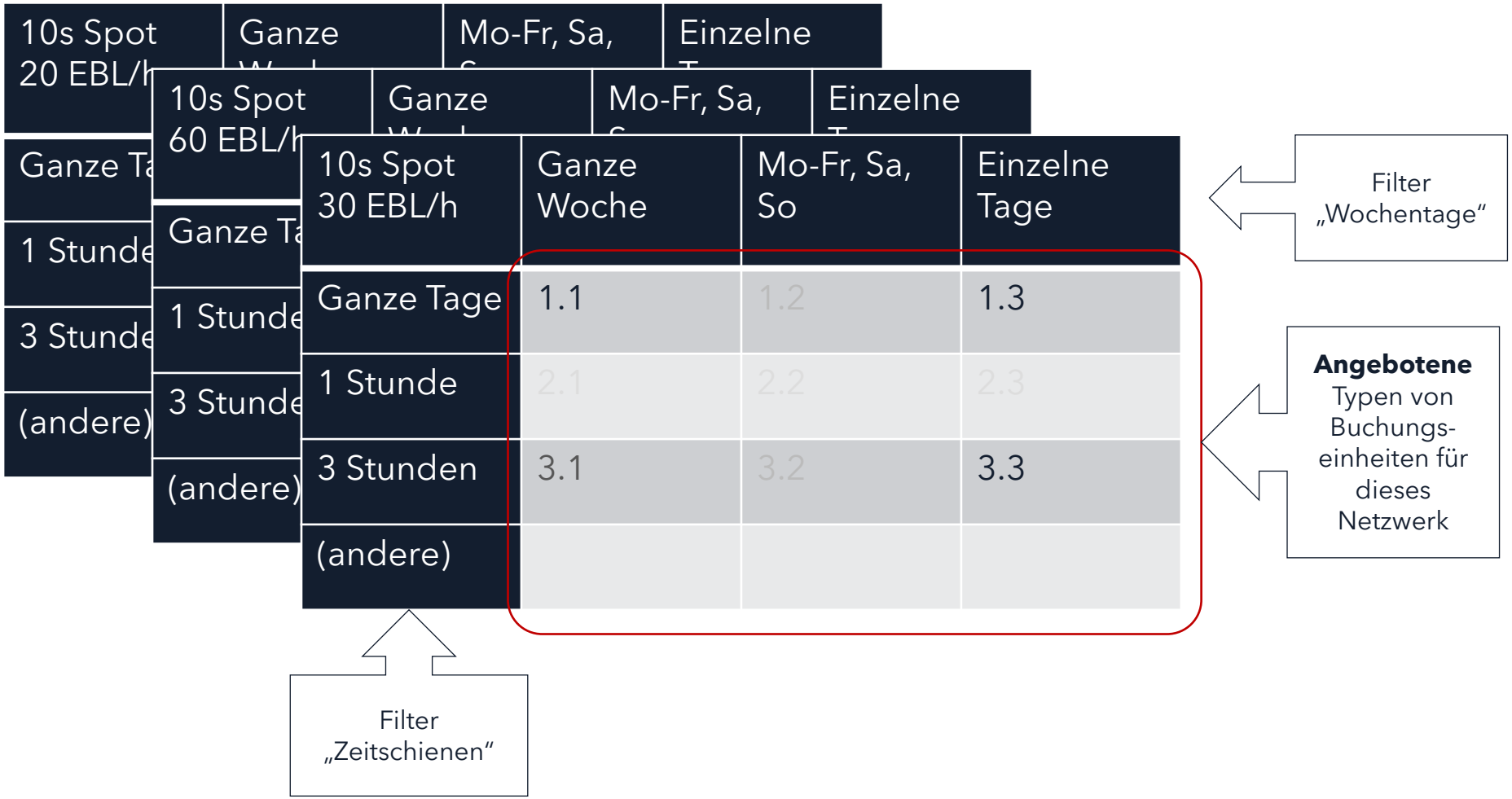
10s Spot 30 EBL/h	Mo-Fr	Sa	So
6:00-9:00	€ …	€ …	€ …
9:00-12:00	€ …	€ …	€ …
…	€ …	€ …	€ …

- **BE Typ 3.3:**

10s Spot 30 EBL/h	Mo	Die	Mi	Do	Fr	Sa	So
6:00-9:00	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …
9:00-12:00	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …
…	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …	€ …

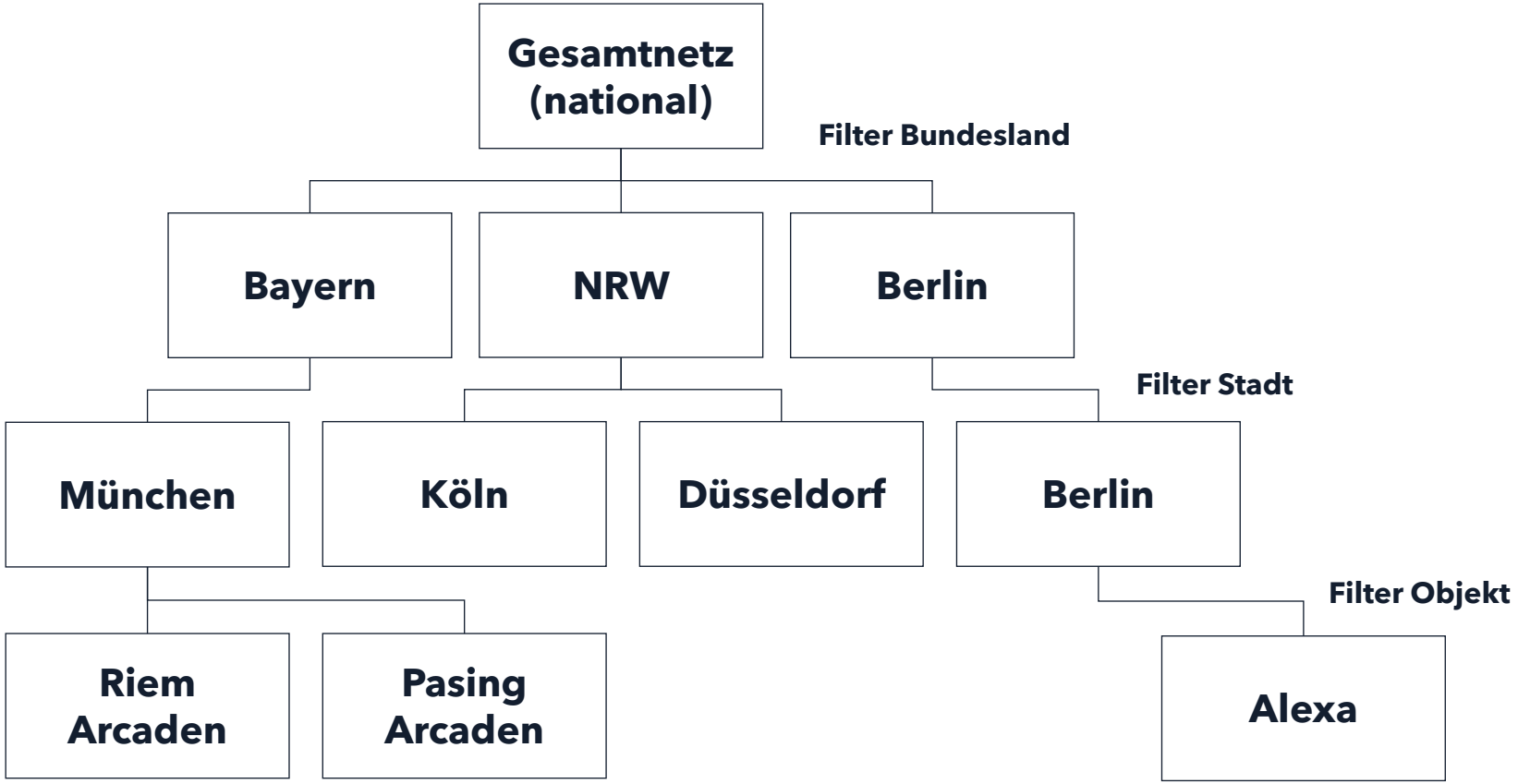
Stammdatenbank und Datenpflege

– **Goldbach Mall Channel bietet Gesamtnetzbuchungen plus Auswahl von Wochentagen und 3-Stunden-Zeitschienen bei drei möglichen “Spot-/Looplängen”**



Stammdatenbank und Datenpflege

– **Belegungseinheiten (Fortsetzung)**
  - Geo-Selektionen auf Ebene eines Bundeslands, einer Stadt oder einzelner Objekte:



Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel Goldbach Mall Channel**
  - Geo-Selektion: Auswahl zwischen national und regional

Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel Goldbach Mall Channel**
  - Geo-Selektion: Auswahl zwischen national und regional

10s Spot 30 EBL/h **National**	Ganze Woche	Mo-Fr, Sa, So	Einzelne Tage
Ganze Tage	1.1	1.2	1.3
1 Stunde	2.1	2.2	2.3
3 Stunden	3.1	3.2	3.3
(andere)			

10s Spot 30 EBL/h **Regional**	Ganze Woche	Mo-Fr, Sa, So	Einzelne Tage
Ganze Tage	1.1	1.2	1.3
1 Stunde	2.1	2.2	2.3
3 Stunden	3.1	3.2	3.3
(andere)			

Identische Filter (d.h. BE Typen) für zwei unterschiedliche Geoselektionsmöglichkeiten

Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel Goldbach Mall Channel**

- Geo-Selektion: Auswahl zwischen national und regional

Nationale Belegung	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6:00 – 9:00 Uhr	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,50 €**
9:00 – 12:00 Uhr	**3,50 €**	**3,50 €**	**3,50 €**	**3,50 €**	**3,50 €**	**10,00 €**
12:00 – 15:00 Uhr	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**10,00 €**
15:00 – 18:00 Uhr	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**5,75 €**	**10,00 €**
18:00 – 21.00 Uhr	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**3,25 €**	**9,50 €**

Regionale Belegung	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6:00 – 9:00 Uhr	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,60 €**
9:00 – 12:00 Uhr	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**16,00 €**
12:00 – 15:00 Uhr	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**16,00 €**
15:00 – 18:00 Uhr	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**16,00 €**
18:00 – 21.00 Uhr	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**15,20 €**

Stammdatenbank und Datenpflege

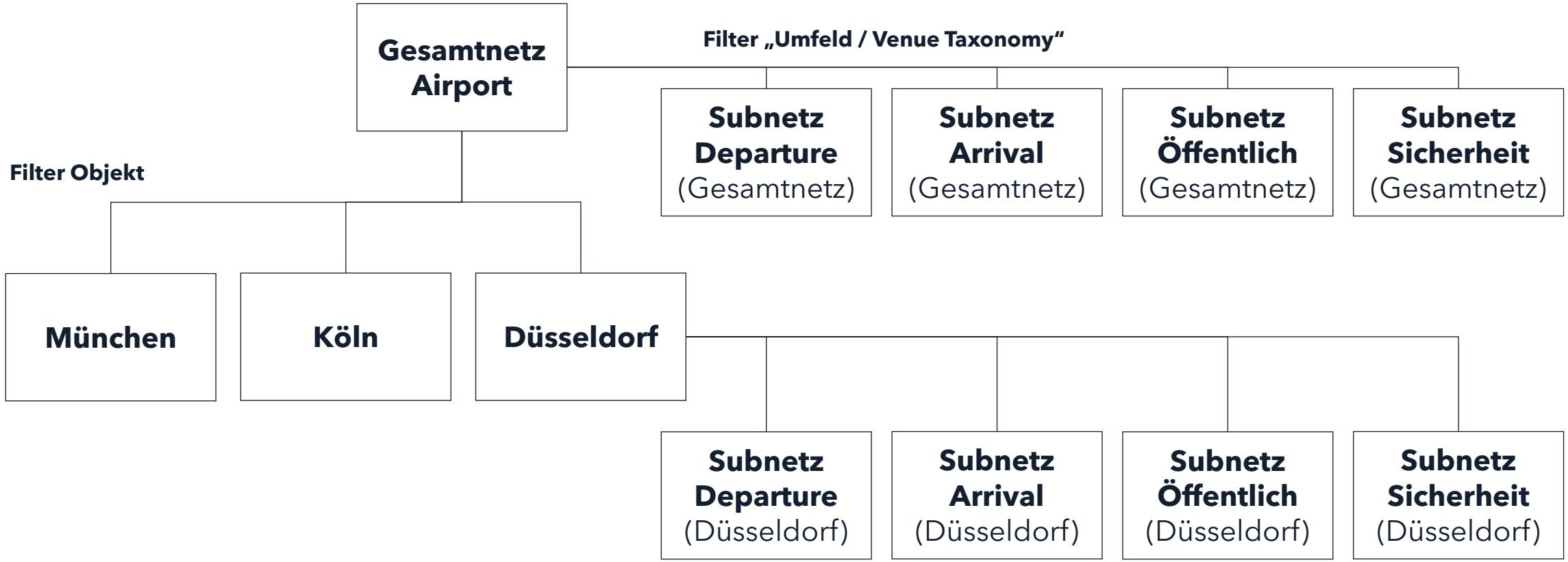
– **Beispiel Goldbach Mall Channel**
  - Geo-Selektion plus Filter **Spot-/Looplängen**

10s Spot 30 EBL/h **National**	Ganze Woche	Mo-Fr, Sa, So	Einzelne Tage
Ganze Tage	1.1	1.2	1.3
1 Stunde	2.1	2.2	2.3
3 Stunden	3.1	3.2	3.3
(andere)			

10s Spot 30 EBL/h **Regional**	Ganze Woche	Mo-Fr, Sa, So	Einzelne Tage
Ganze Tage	1.1	1.2	1.3
1 Stunde	2.1	2.2	2.3
3 Stunden	3.1	3.2	3.3
(andere)			

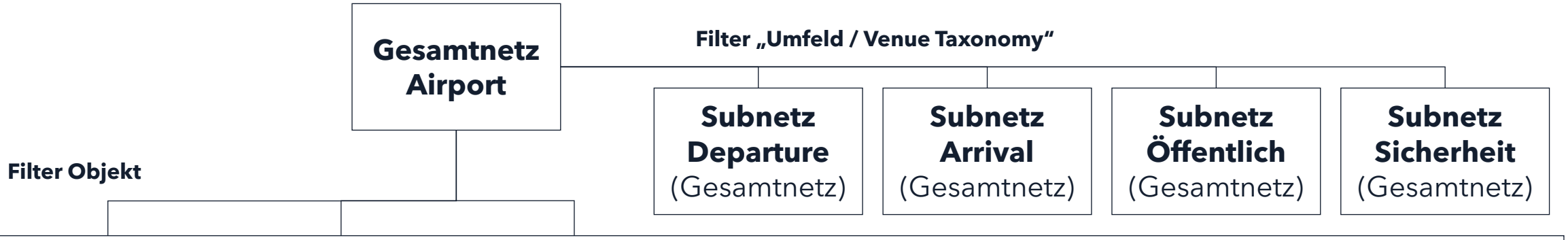
Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel BCN Airport Touchpoint**
  - Geo-Selektionen und Filter „Umfeld / Venue Taxonomy“:



Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel BCN Airport Touchpoint**
  - Preise: Auswahl zwischen national und regional je Objekt:

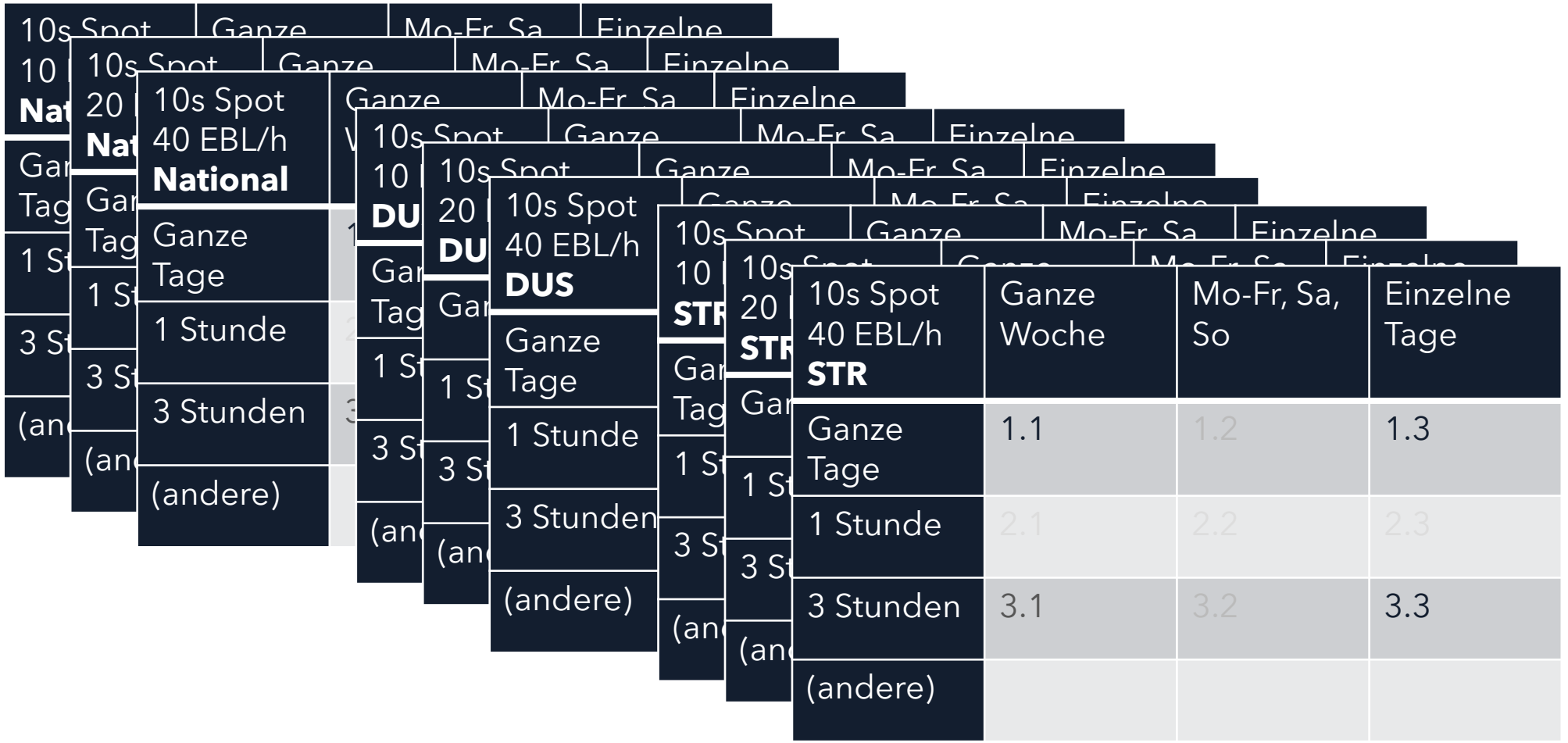


Regionale Preise je Objekt:

Format	Nationale Belegung	Regionale Belegung (Stuttgart, Dortmund, Hannover, Nürnberg, Dresden, Münster/ Osnabrück)	Regionale Belegung +Metropolen-Zuschlag (CGN)	Regionale Belegung +International-Zuschlag (MUC, DUS, HAM)
Brutto TKP	5,39 €	6,47 €	7,00 €	8,09 €

Stammdatenbank und Datenpflege

– **Beispiel BCN Airport**
  - Geo-Selektion plus Filter **Spot-/Looplängen**



Anhang:
Pflege von Preisen

Zurück zum Inhaltsverzeichnis

Pflege von Preisen

– **Pflege von Preisen**
  - Preise können als feste Preise je BE oder als TKP angegeben werden.
  - Bei Angabe von TKP berechnet die **zukünftige** Stammdatenbank die Schaltungskosten je BE durch Multiplikation des TKP mit den Werbemittelkontakten der BE (aus Datensatz des Mafo-Instituts).
  - In der Regel gibt es weniger unterschiedliche Preise als BE, da häufig Preise oder Preistabellen für unterschiedliche BE identisch sind:
    - Goldbach Mall Channel: Preise für Zeitschienen sind an den 5 Werktagen identisch (aber unterschiedlich für nationale und regionale Belegung)
    - Goldbach Mall Channel: Regionales Preisschema identisch für alle Regionalauswahlen (Bundesland, Stadt, Objekt)
    - Ströer Infoscreens: Unterschiedliche TKP für nationale und regional, aber identische TKP für unterschiedliche Städte (?)
    - Cittadino Airport: Unterschiedliche Preise national und je Objekt, aber (jeweils für nationale und je Objekt) identisch für Subnetze (Arrival, Departure, Öffentlich, Sicherheit)

Pflege von Preisen

– **Pflege von Preisen**
  - Daher sollten Preislogiken mehreren BE zugeordnet werden können
  - Beispiele:
    - ➢ Goldbach Mall Channel:
      - Die regionale Preistabelle gilt für alle regionalen BE, d.h. für die BE Bundesländer, einzelne Städte und einzelne Objekte.
      - Bei Mehrfachauswahl im Filter „Geo-Selektion“ könnte daher die Preistabelle (aufgespannt durch Filter „Wochentage“ und „Zeitschienen“) mehreren Aggregationen zugeordnet werden („gültig für Bundesländer“, „gültig für Städte“, „gültig für Einzelstandorte“)

Regionale Belegung	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
6:00 – 9:00 Uhr	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,60 €**
9:00 – 12:00 Uhr	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**5,60 €**	**16,00 €**
12:00 – 15:00 Uhr	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**16,00 €**
15:00 – 18:00 Uhr	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**9,20 €**	**16,00 €**
18:00 – 21.00 Uhr	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**5,20 €**	**15,20 €**

Gültig für:
- ✓ Bundesländer
- ✓ Städte
- ✓ Einzelstandorte

Pflege von Preisen

– **Pflege von Preisen**

- Beispiele:
  - ➢ Ströer PV Mall :
    - Die regionale Preistabelle gilt für alle regionalen BE, d.h. für die BE Bundesländer, einzelne Städte und einzelne Objekte.
    - Bei Mehrfachauswahl im Filter „Geo-Selektion“ könnte daher die Preistabelle (aufgespannt durch Filter „Wochentage“ und „Zeitschienen“) mehreren Aggregationen zugeordnet werden („gültig für Bundesländer“, „gültig für Städte“, „gültig für Einzelstandorte“)

Gültig für:
- ✓ Bundesländer
- ✓ Städte
- ✓ Einzelstandorte

Pflege von Preisen

– **Pflege von Preisen**

- Beispiele:
  - ➢ Ströer PV Station:
    - Pro regionalem Filter eine Preistabelle.

Preistabelle 1				

Preistabelle 2				

Preistabelle 3				

Gültig für:
- ✓ Bundesländer
- ○ Städte
- ○ Einzelstandorte

Gültig für:
- ○ Bundesländer
- ✓ Städte
- ○ Einzelstandorte

Gültig für:
- ○ Bundesländer
- ○ Städte
- ✓ Einzelstandorte

Ansprechpartner: Frank Goldberg
Institute for Digital Out of Home Media
Theatinerstr. 11
80333 München

frank.goldberg@idooh.media
www.idooh.media