

Inhalt

Einführung	2
Was wird wo generell hinterlegt?	3
Standard-Werbeformen	7
Zu- und Abschläge	8
Spotlängenindex.....	8
Rabatte	9
Flexindex.....	9
Skonti.....	10
Targeting.....	11
Werbeformspezifisch	12
Neue Möglichkeiten der Preisdifferenzierung, Preistypen und Werbeformen	13
Preisdifferenzierung	13
Differenzierung nach Preiszonen	13
Differenzierung nach Kalendertagen	16
Differenzierung nach Tagen und Stunden	16
Differenzierung nach Minuten und Sekunden	18
Differenzierung nach Buchungszeitpunkt	19
Differenzierung nach Platzierung	20
Preistypen.....	20
Werbeformen	21
Paketpreise.....	21

Single Spot	22
Spezielle Platzierungen und andere Werbeform-Zuschläge	24
Zeiträume	24
Rangfolge	26
GLOSSAR	27

Einführung

Mit der neuen Preis- und Produktdatenbank sind umfangreiche Differenzierungsmöglichkeiten hinsichtlich preisrelevanter Angaben ermöglicht worden. Zudem kann zugeordnet werden, welche Preise und sonstigen Konditionen ausschließlich für einen Vermarkter eines Senders, nicht aber für den/die anderen Vermarkter, gelten.

Dieses Dokument soll einen schnellen Einstieg in die generelle Logik vermitteln. Auf der Seite <https://www.audioppd.de/> finden Sie weitere ergänzende Informationen, die einzelne Aspekte auch unter technischen Gesichtspunkten vertiefen.

Zahlreiche Abbildungen wurden anhand der über den API-Endpunkt
<https://audioppd.de/v1/Sender/{SenderId}/{Datum}/InfosAlsXml>

abrufbaren Xml-Darstellung angefertigt, weil diese für Dokumentationszwecke besser als die "pure" Json-Ansicht geeignet ist.

Was wird wo generell hinterlegt?

Um nicht alle Informationen, die für alle Vermarkter eines Senders gleichermaßen gelten, mehrfach / redundant zu hinterlegen, werden Informationen, die für alle Vermarkter gelten, direkt beim Sender hinterlegt. Informationen, die nur für einen Vermarkter gelten, werden direkt bei diesem Vermarkter hinterlegt.

Ein Beispiel:

Beim Sender 801241 (Radio 7) liegt die Werbeform 'Spot-Werbung' mit allen Preisen und sonstigen Konditionen unter den senderspezifischen Angaben. Diese Werbeform gilt also für alle Vermarktungswege.

```

2 <SenderSpezifischeAngaben>
3 <Studien>
3 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021">
8 <WerbeformPreise>
9 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2021" Rangfolge="0">
0 <Werbeformen>
1 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
2 <Preise>
3 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 04:59:59" Preis="4.0000" />
4 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Preis="17.0000" />
5 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 06:59:59" Preis="38.0000" />
6 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="07:00:00 - 07:59:59" Preis="39.0000" />
7 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="08:00:00 - 08:59:59" Preis="36.0000" />
8 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 09:59:59" Preis="28.0000" />
9 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="10:00:00 - 10:59:59" Preis="20.0000" />
0 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="11:00:00 - 11:59:59" Preis="19.0000" />
1 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="12:00:00 - 12:59:59" Preis="22.0000" />
2 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="13:00:00 - 13:59:59" Preis="19.0000" />
3 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="14:00:00 - 14:59:59" Preis="18.0000" />
4 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="15:00:00 - 15:59:59" Preis="20.0000" />
5 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="16:00:00 - 16:59:59" Preis="30.0000" />
6 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="17:00:00 - 17:59:59" Preis="27.0000" />
7 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="18:00:00 - 18:59:59" Preis="18.0000" />
8 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="19:00:00 - 19:59:59" Preis="15.0000" />
9 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="20:00:00 - 21:59:59" Preis="6.0000" />
0 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="22:00:00 - 23:59:59" Preis="4.0000" />
1 </Preise>
2 </Werbeform>
3 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Sa" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
0 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="So" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
9 </Werbeformen>
0 </Zeitraum>
1 </WerbeformPreise>
2 <WeitereAngaben>
3 </SenderSpezifischeAngaben>
4 <VermarkterSpezifischeAngaben>
5 <Vermarkter Wochentage="Mo-Fr" Name="Radio 7" ...

```

Die Werbeformen 'Paket 1' und 'Paket 2' liegen bei den vermarkterspezifischen Angaben unter dem Vermarkter 'Radio 7 Hörfunk GmbH' (600077). Diese gelten also nur für den genannten Vermarkter.

122	</senderSpezifischeAngaben>
123	<VermarkterSpezifischeAngaben>
124	<Vermarkter VermarkterId="600077" Name="Radio 7 Hörfunk GmbH & Co. KG" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" EDINummer="4938005" National="0" Regional="1">
125	<Adressen>
130	<Rabatte>
139	<SchlussTermine>
142	<Skonti>
146	<WerbeformPreise>
147	<Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuersel="2021" Rangfolge="0">
148	<Werbeformen>
149	<Werbeform Typ="Paket 1" Wochentage="Mo-So" MinimalSpotLaenge="25" MaximalSpotLaenge="25" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" SchiebeRecht="
150	<WeitereAngaben AbweichendeBezeichnung="Personalsuche bei Radio 7, 25 Schaltungen innerhalb 4 Wochen" MinimaleAnzahlSpots="25" MaximaleAnzahlSpots="25" Hinw
151	<Preise>
152	<Preis Typ="Festpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 23:59:59" Preis="10600.0000" />
153	</Preise>
154	</Werbeform>
155	<Werbeform Typ="Paket 2" Wochentage="Mo-So" MinimalSpotLaenge="25" MaximalSpotLaenge="25" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" SchiebeRecht="
161	</Werbeformen>
162	</Zeitraum>
163	</WerbeformPreise>
164	</Vermarkter>
165	<Vermarkter VermarkterId="600002" Name="RADIO MARKETING SERVICE GmbH & Co. KG" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" EDINummer="4901079" National="1" Regional="
166	<Hinweise>

Die Werbeform 'Single-Spot' liegt beim Vermarkter 'Radio Marketing Service' (600002). Sie gilt also nur für diesen Vermarkter, nicht aber für den Vermarkter 'Radio 7 GmbH'.

```

164 </Vermarkter>
165 <Vermarkter VermarkterId="600002" Name="RADIO MARKETING SERVICE GmbH & Co. KG" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" EDINummer="4901079" National="1" Regional="0">
166 <Hinweise>
169 <SchlussTermine>
172 <Skonti>
176 <WerbeformPreise>
177 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2021" Rangfolge="0">
178 <Werbeformen>
179 <Werbeform Typ="Single-Spot" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3002">
180 <Preise>
181 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 04:59:59" Preis="6.0000" />
182 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Preis="25.5000" />
183 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 06:59:59" Preis="57.0000" />
184 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="07:00:00 - 07:59:59" Preis="58.5000" />
185 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="08:00:00 - 08:59:59" Preis="54.0000" />
186 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 09:59:59" Preis="42.0000" />
187 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="10:00:00 - 10:59:59" Preis="30.0000" />
188 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="11:00:00 - 11:59:59" Preis="28.5000" />
189 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="12:00:00 - 12:59:59" Preis="33.0000" />
190 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="13:00:00 - 13:59:59" Preis="28.5000" />
191 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="14:00:00 - 14:59:59" Preis="27.0000" />
192 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="15:00:00 - 15:59:59" Preis="30.0000" />
193 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="16:00:00 - 16:59:59" Preis="45.0000" />
194 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="17:00:00 - 17:59:59" Preis="40.5000" />
195 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="18:00:00 - 18:59:59" Preis="27.0000" />
196 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="19:00:00 - 19:59:59" Preis="22.5000" />
197 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="20:00:00 - 21:59:59" Preis="9.0000" />
198 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="22:00:00 - 23:59:59" Preis="6.0000" />
199 </Preise>
200 </Werbeform>
201 <Werbeform Typ="Single-Spot" Wochentage="Sa" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3002">
218 <Werbeform Typ="Single-Spot" Wochentage="So" MinimalSpotLaenge="10" MaximalSpotLaenge="60" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3002">
236 </Werbeformen>
237 </Zeitraum>
238 </WerbeformPreise>
239 <WeitereAngaben>
252 </Vermarkter>
253 </VermarkterSpezifischeAngaben>
254 </Sender>

```

Das bedeutet:

- Technisch / bzgl. Abfragen:

Die generelle Abfragelogik geht vom Vermarkter zum Sender: ich gucke zunächst, ob beim Vermarkter eine Information hinterlegt ist (also etwa ein Preis oder ein Rabatt), wenn ich sie dort nicht finde, gucke ich, ob sie beim Sender hinterlegt ist. Andersherum heißt das: wenn ich eine Information beim

Vermarkter finde, gilt diese nur für den Vermarkter, finde ich eine Information beim Sender, gilt diese Information für alle Vermarkter des Senders, bei denen dieselbe Information (Werbeform / -Preis oder Zuschläge etc.) nicht vorhanden ist.

- Inhaltlich / bzgl. Anlieferung:

Wenn z.B. ein Nationaler Vermarkter selbst Informationen anliefert, muss er entscheiden: ist diese Information eine, die ausschließlich für die Vermarktung über mich selbst gilt (Hinterlegung der Information beim Nationalen Vermarkter) oder eine, die auch für die Vermarktung über andere Vermarkter / den Regionalen Vermarkter gilt (Hinterlegung beim Sender).

Siehe hierzu insbesondere auch 2. und 3.: wenn ein Nationaler Vermarkter die Preise für eine Standard-Werbeform nur bei sich selbst hinterlegt, trifft er damit die Aussage, dass diese nicht für einen alternativen Vermarktungsweg (über den Regionalen Vermarkter) gelten. Hinterlegt er sie beim Sender, trifft er die Aussage, dass die Preise für alle Vermarktungswege gelten.

Standard-Werbeformen

Wir gehen davon aus, dass es Standard-Werbeformen gibt, die bei jedem Sender vorliegen sollten und die bei jedem Sender unabhängig vom Vermarkter identisch sein sollten.

Um zu verhindern, dass bei jedem Vermarktertypus (National, Regional, Lokal) identische Informationen und damit redundante Werte hinterlegt werden müssen (siehe 1.), werden für die folgenden **Sendertypen** die folgende **Werbeformen** mit den folgenden **Preistypen** als Standard zugrunde gelegt:

- a. Bei den Sendertyp-Gruppen

- UKW (SenderTyp Einzelsender, Kombination, Einzelsender + Kombination, Kombi UKW und DAB+, Kombi UKW und DAB+ in unterschiedlichen Regionen)
- DAB+ (SenderTyp DAB+, Kombi DAB+)
- Webradio mit Sekundenpreis (SenderTyp Webradio mit klassischen Sekundenpreisen)

die Werbeform *Spot-Werbung* mit dem Preistyp Sekundenpreis (plus Ø-Jahrespreis bei Sendern mit Preiszonen)

- b. Bei der Sendertyp-Gruppe

- Webradios (SenderTyp Webradio, Webradio-Kombination) die Werbeformen *Pre-Stream* und *In-Stream bis 30 Sekunden* und *In-Stream über 30 Sekunden* mit dem Preistyp TKP (Webradio)

Die Preise für diese **Standard-Werbeformen** sollten in der Regel direkt beim Sender hinterlegt werden. Ausnahme: ein Vermarkter liefert für einen Sender bei diesen Standard-Werbeformen abweichende / andere Preise als ein anderer Vermarkter. Dann werden die Preise für die Standard-Werbeformen direkt beim Vermarkter hinterlegt.

Zu- und Abschläge

Dieselbe Logik wird auch hinsichtlich der Zu- und Abschläge angewandt. Gelten sie für alle Vermarktungswege, liegt die entsprechende Information beim Sender, gelten sie nur für einen Vermarkter, liegt die Information beim Vermarkter.

Unter 'Zu- und Abschläge' wird hier alles zusammengefasst, was einen Ausgangs-Preis nachträglich verändern kann. Ausnahme sind Werbeformen, bei denen ein Zu- oder Abschlag hinterlegt wird, siehe unter Werbeformen.

Generell gilt, dass ein positiver Zahlenwert im Feld "AbOderZuschlag" als Zuschlag, ein negativer Wert hingegen als Abschlag (de facto ein Rabatt) betrachtet wird. In der Regel handelt es sich um prozentuale Angaben, hier muß dann ggf. die Basiswerbform bzw. deren zugehöriger Preis als Rechengrundlage verwendet werden.

Spotlängenindices

Der Spotlängenindex gibt an, dass abhängig von der Länge des Spots (in Sekunden) ein bestimmter Auf- oder Abschlag zur Anwendung kommt. Er gilt unabhängig von Wochentagen oder Uhrzeiten.

```
1 <Sender Id="804150" Name="KMS SUPER KUMBI" Typ="Kombination" Kategorie="Klassisch" Leistungsgruppe="14 - 49 Jahre" Musikformat="Stere Minzeisender" Rechtsform="privat"
2
3 <SenderSpezifischeAngaben>
4 <FeiertagsVorgaben>
5
6 <Studien>
7 <Studie Bezeichnung="ma 2021 Audio" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021">
8 <VerbreitungsGebiete>
9 <KombinationsMitglieder>
10
11 </Studie>
12 </Studien>
13 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021" />
14 <WerbeformPreise>
15
16 <WeitereAngaben>
17 <Zeitraum Zeitraum="2021" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" WochentageBF="0" Wochentage="k.A." Rangfolge="0">
18 <SpotLaengenIndices>
19 <SpotLaengenIndex AbMenge="1.00" BisMenge="15.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="12.000000" IstProzentual="1" TypId="201" MengenTypId="1207" />
20 <SpotLaengenIndex AbMenge="16.00" BisMenge="24.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="8.000000" IstProzentual="1" TypId="201" MengenTypId="1207" />
21 <SpotLaengenIndex AbMenge="25.00" BisMenge="34.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="0.000000" IstProzentual="1" TypId="201" MengenTypId="1207" />
22 <SpotLaengenIndex AbMenge="35.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-5.000000" IstProzentual="1" TypId="201" MengenTypId="1207" />
23 </SpotLaengenIndices>
24 </Zeitraum>
```


Rabatte

Rabatte nach Umsatz (TypID 3)- oder Mengenstaffel (TypID 2) werden auf alle Werbeformen angewendet, es sei denn, diese sind als 'nicht rabattfähig' gekennzeichnet. Sie gelten unabhängig von Tagen oder Uhrzeiten.

```
<Rabatte>
<Rabatt Typ="Umsatzstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="5000.00" MengenTyp="Währung" AbOderZuschlag="-1.500000" TypId="3" MengenTypId="1220" />
<Rabatt Typ="Umsatzstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="15000.00" MengenTyp="Währung" AbOderZuschlag="-3.000000" TypId="3" MengenTypId="1220" />
<Rabatt Typ="Umsatzstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="25000.00" MengenTyp="Währung" AbOderZuschlag="-6.000000" TypId="3" MengenTypId="1220" />
<Rabatt Typ="Umsatzstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="50000.00" MengenTyp="Währung" AbOderZuschlag="-10.000000" TypId="3" MengenTypId="1220" />
<Rabatt Typ="Umsatzstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="100000.00" MengenTyp="Währung" AbOderZuschlag="-15.000000" TypId="3" MengenTypId="1220" />
</Rabatte>
```

```
<Rabatte>
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="700.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-1.500000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="1000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-2.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="1500.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-3.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="2000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-4.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="3000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-5.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="6000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-7.500000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="9000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-10.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="12000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-12.500000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
<Rabatt Typ="Mengenstaffel Rabatt" IstProzentual="1" AbMenge="15000.00" MengenTyp="Sekunden" AbOderZuschlag="-15.000000" TypId="2" MengenTypId="1207" />
</Rabatte>
```

Flexbuchungen

Flexindices sagen aus, dass der Kunde für den geplanten Werbespot eine Uhrzeit wählen kann, der Vermarkter den Tag der Ausstrahlung. Für die Flexibilität erhält der Kunde einen bestimmten Rabatt. Dieser wird also uhrzeitspezifisch hinterlegt.

Aus historischen Gründen wird hier abweichend zu den Ab- und Zuschlägen nicht mit negativen oder positiven Werten operiert. Ein Index-Wert von 100 bedeutet 100% des Basispreises, ein Index-Wert von 97 dementsprechend 97%, also de facto ein Abschlag von 3%.

<FlexBuchungen>

```
<FlexBuchung Uhrzeit="00:00:00 - 04:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="06:00:00 - 06:59:59" Quote="40.00" Index="98.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="07:00:00 - 07:59:59" Quote="40.00" Index="97.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="08:00:00 - 08:59:59" Quote="40.00" Index="97.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="09:00:00 - 09:59:59" Quote="40.00" Index="98.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="10:00:00 - 10:59:59" Quote="40.00" Index="98.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="11:00:00 - 11:59:59" Quote="40.00" Index="98.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="12:00:00 - 12:59:59" Quote="40.00" Index="98.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="13:00:00 - 13:59:59" Quote="40.00" Index="99.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="14:00:00 - 14:59:59" Quote="40.00" Index="99.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="15:00:00 - 15:59:59" Quote="40.00" Index="99.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="16:00:00 - 16:59:59" Quote="40.00" Index="99.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="17:00:00 - 17:59:59" Quote="40.00" Index="97.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="18:00:00 - 18:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="19:00:00 - 19:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="20:00:00 - 20:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="21:00:00 - 21:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="22:00:00 - 22:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
<FlexBuchung Uhrzeit="23:00:00 - 23:59:59" Quote="40.00" Index="100.00" />
```

Skonti

Skontobedingungen werden in einem Set vordefinierter Skontotypen (bei Bankeinzug (ID 101/LegacyID 201), nach Rechnungserhalt (102/202), ab Rechnungsdatum (103/203), vor Ausstrahlung (104/204), nach Ausstrahlung (105/205)) hinsichtlich der Anzahl (Menge) der zugrundeliegenden Zeiteinheiten (MengenTyp: Tage, Werktage, ...) hinterlegt.

<Skonti>

```
<Skonto Typ="Skonto nach Rechnungserhalt" IstProzentual="1" AbMenge="15.00" MengenTyp="Tage" AbOderZuschlag="0.000000" TypId="102" MengenTypId="1202" />
<Skonto Typ="Skonto ab Rechnungsdatum" IstProzentual="1" AbMenge="8.00" MengenTyp="Tage" AbOderZuschlag="-2.000000" TypId="103" MengenTypId="1202" />
</Skonti>
```

Targeting

Auch Targeting verändert einen Ausgangspreis, in der Regel bezogen auf die Standard-Werbeform (s. 2.).
Targeting kam bislang und kommt auch weiter bei Webradios zur Anwendung:

```
1 <Sender id="820013" Name="89.0 RTL Online Audio" Typ="Webradio-Kombination" Kategorie="Online" Zielgruppe="k. A." Musikformat="k. A." Rechtsform="PRIVAT" Status="Sender ist normal bedienbar" Lang=
2
3 <SenderSpezifischeAngaben>
4   <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021">
5
6   <WerbeformPreise>
7
8   <WeitereAngaben>
9     <Zeitraum Zeitraum="2021" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" WochentageBF="0" Wochentage="k.A." Rangfolge="0">
10
11     <AbOderZuschlaege>
12       <AbOderZuschlag Typ="Geotargeting allgemein" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="7.500000" IstProzentual="0" TypId="1510" MengenTypId="0" />
13       <AbOderZuschlag Typ="Technisches Targeting ISP" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="7.500000" IstProzentual="0" TypId="1521" MengenTypId="0" />
14       <AbOderZuschlag Typ="Technisches Targeting Endgerät" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="7.500000" IstProzentual="0" TypId="1522" MengenTypId="0" />
15       <AbOderZuschlag Typ="FrequencyCapping allgemein" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="0.000000" IstProzentual="1" TypId="1600" MengenTypId="0" />
16     </AbOderZuschlaege>
```

Zusätzlich kann Targeting zukünftig aber auch bei UKW-Sendern angeboten werden, Beispiel beim Testsender 3 (Id = 802731, auf Vermarkterebene):

```
<vermarkter vermarkterId="600111" Name="Radio Test-vermarkter" GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" National="1" Regional="1">
  <WerbeformPreise>
    <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2. HJ - 2021, vermarkterspezifische Spot Preise" Rangfolge="0">
      <Werbeformen>
        <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3001">
        <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Sa" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3001">
        <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="So" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3001">
      </Werbeformen>
    </Zeitraum>
    <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="Kurzspots vor den 12 Uhr Nachrichten" Rangfolge="7">
      <Werbeformen>
        <Werbeform Typ="Kurzspot 5-9 Sekunden" Wochentage="Mo-Sa" MinimalSpotLaenge="5" MaximalSpotLaenge="9"
          RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3301">
      </Werbeformen>
    </Zeitraum>
    <Zeitraum GiltAb="22.11.2021" GiltBis="28.11.2021" Kuerzel="Black Cyber Week 2021 - Reloaded" Rangfolge="10">
      <Werbeformen>
        <Werbeform Typ="Evening-Offer" Wochentage="Mo-So" MinimalSpotLaenge="30" MaximalSpotLaenge="45"
          RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3003">
      </Werbeformen>
    </Zeitraum>
  </WerbeformPreise>
  <WeitereAngaben>
    <Zeitraum Zeitraum="Fussball EM 2021, Montag-Sonntag" GiltAb="11.06.2021" GiltBis="11.07.2021"
      WochentageBF="127" Wochentage="Mo-So" Rangfolge="3">
      <AbOderZuschlaege>
        <AbOderZuschlag Typ="Fussball EM-Targeting" AbOderZuschlag="17.500000" IstProzentual="0" TypId="1531" MengenTypId="0"
          Hinweis="Ein spezieller Hinweis zum Event-Targeting ( Fussball-EM 2021 )" />
      </AbOderZuschlaege>
    </Zeitraum>
  </WeitereAngaben>
</Vermarkter>
```

Für einen speziellen zeitlich begrenzten Zuschlag – hier: Event-Targeting vom Typ Fussball-EM – wurde ein Zeitraum vom 11. Juni bis zum 11. Juli 2021 angelegt, unter dem dieser Zuschlag von 17,50€ definiert wurde.

Werbeformspezifisch

Siehe 'Werbeformen'.

Neue Möglichkeiten der Preisdifferenzierung, Preistypen und Werbeformen

Mit der ppd werden neue Möglichkeiten der Preisdifferenzierung, neue Preistypen und neue Werbeform-Möglichkeiten implementiert.

Preisdifferenzierung

Differenzierung nach Preiszonen

Diese Möglichkeit war schon in der bisherigen Datenbank etabliert und wird in ihrer Logik fortgeführt. Dabei ist zu beachten, dass eine Preiszone einen beliebigen zusammenhängenden Zeitraum auf Tagesbasis umfassen kann (also von einem Tag bis zu einem Jahr). In Deutschland umfasst zur Zeit die Preiszone in der Regel einen Monat. Bei österreichischen Sendern sind die Preiszonen in der Regel nicht an Monate gebunden.

Wenn eine Preiszone laut Mediadaten / Preislite zu unterschiedlichen Zeiten im Jahr gilt, werden mehrere Preiszonen in Form von Zeiträumen erstellt und entsprechend benannt ('Kuerzel'), da jede Preiszone genau ein Anfangs- und ein Ende-Datum haben soll.

Am konkreten Beispiel wird diese Angabe eines österreichischen Senders:

88.6 Der Musiksender		WIEN				
in EURO		Saison I		Saison II		
Uhrzeit		1.3.-30.6.2021 1.9.-20.12.2021		1.1.-28.2.2021 1.7.-31.8.2021 21.12.-31.12.2021		
<i>Stunde</i>		Mo-Fr	Sa-So-Fei	Mo-So	Mo-Fr	Sa-So-Fei Mo-So
<i>Tage</i>		160	73	233	91	41 132
5:00 - 6:00		1,93	1,71	1,86	1,82	1,60 1,75

wie folgt umgesetzt:

```

<Sender Id="850066" Name="Radio 88.6 Wien" Typ="Einzelsender" Kategorie="Klassisch" Zielgruppe="25 - 49 Jahre" Musikformat="Hot-AC" Rech
<SenderSpezifischeAngaben>
  <FeiertagsVorgaben>
    <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021" />
  <WerbeformPreise>
    <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="28.02.2021" Kuerzel="Saison 2a" Rangfolge="1">
    <Zeitraum GiltAb="01.03.2021" GiltBis="30.06.2021" Kuerzel="Saison 1a" Rangfolge="1">
    <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.08.2021" Kuerzel="Saison 2b" Rangfolge="1">
    <Zeitraum GiltAb="01.09.2021" GiltBis="20.12.2021" Kuerzel="Saison 1b" Rangfolge="1">
    <Zeitraum GiltAb="21.12.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="Saison 2c" Rangfolge="1">
      <Werbeformen>
        <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
          <Preise>
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Preis="1.8200" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 06:59:59" Preis="3.6300" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="07:00:00 - 07:59:59" Preis="5.4500" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="08:00:00 - 08:59:59" Preis="6.4400" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 09:59:59" Preis="6.1100" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="10:00:00 - 10:59:59" Preis="6.4400" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="11:00:00 - 11:59:59" Preis="6.6000" />
          </Preise>
        </Werbeform>
      </Werbeformen>
    </Zeitraum>
  </WerbeformPreise>
</SenderSpezifischeAngaben>

```

Die Werbeformen und Preise hängen dann unterhalb der jeweiligen Preiszonen / Zeiträume, wobei im oben genannten Beispiel diese Angaben bei Saison 1a und 1b sowie bei Saison 2a, 2b und 2c natürlich identisch sind.

Bei den deutschen Sendern mit Preiszonen funktioniert das genauso, wobei zu beachten ist, dass wir bei den deutschen Sendern im Gegensatz zu den österreichischen Sendern zusätzlich Jahres-Durchschnittspreise haben, die dann natürlich am Zeitraum des gesamten Jahres hängen:

```

1 <Sender Id="00410" Name="Abcamp;3 Radio DEUTSCHLAND" Typ="RADIOSTATION" Kategorie="Kategorie" Zielgruppe="1" - "1" Genre="Musik"
2 <SenderSpezifischeAngaben>
3 <Studien>
4 <Studie Bezeichnung="ma 2021 Audio" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021">
5 <VerbreitungsGebiete>
6 <KombinationsMitglieder>
7 </Studie>
8 </Studien>
9 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021" />
10 <WerbeformPreise>
11 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2021" Rangfolge="0">
12 <Werbeformen>
13 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
14 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Di" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
15 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mi" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
16 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Do" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
17 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
18 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Sa" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
19 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="So" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
20 <Preise>
21 <Preis Typ="Ø-Jahrespreis (Radio)" Uhrzeit="00:00:00 - 00:59:59" Preis="16.0000" />
22 <Preis Typ="Ø-Jahrespreis (Radio)" Uhrzeit="01:00:00 - 01:59:59" Preis="16.0000" />
23 <Preis Typ="Ø-Jahrespreis (Radio)" Uhrzeit="02:00:00 - 02:59:59" Preis="16.0000" />
24 <Preis Typ="Ø-Jahrespreis (Radio)" Uhrzeit="03:00:00 - 03:59:59" Preis="16.0000" />
25 ..etc
26 </Preise>
27 </Werbeform>
28 </Werbeformen>
29 </Zeitraum>
30 <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.01.2021" Kuerzel="Januar" Rangfolge="1">
31 <Zeitraum GiltAb="01.02.2021" GiltBis="28.02.2021" Kuerzel="Februar" Rangfolge="1">
32 <Zeitraum GiltAb="01.03.2021" GiltBis="31.03.2021" Kuerzel="März" Rangfolge="1">
33 <Zeitraum GiltAb="01.04.2021" GiltBis="30.04.2021" Kuerzel="April" Rangfolge="1">
34 <Zeitraum GiltAb="01.05.2021" GiltBis="31.05.2021" Kuerzel="Mai" Rangfolge="1">
35 <Zeitraum GiltAb="01.06.2021" GiltBis="30.06.2021" Kuerzel="Juni" Rangfolge="1">
36 <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.07.2021" Kuerzel="Juli" Rangfolge="1">
37 <Werbeformen>
38 <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
39 <Preise>
40 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 00:59:59" Preis="17.6000" />
41 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="01:00:00 - 01:59:59" Preis="17.6000" />
42 <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="02:00:00 - 02:59:59" Preis="17.6000" />

```


Differenzierung nach Kalendertagen

Wenn an einzelnen Tagen abweichende Preise gelten (Oster-Special, Black Friday o.ä.) können diese Preise nach Kalendertag(en) hinterlegt werden. Für diese abweichenden Tages-Preise wird keine eigene Preiszone eingerichtet, sondern eine Rangfolge. Finden sich also zu einem betrachteten Datum mehrere Preisoptionen derselben Werbeform (desselben Preistyps?), so ist die Rangfolge zu beachten (höherer Wert = überlagernder Preis).

```
</Zeitraum>
<Zeitraum GiltAb="26.11.2021" GiltBis="28.11.2021" Kuerzel="Black Friday Weekend" Rangfolge="2">
  <Werbeformen>
    <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-So" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="1" Flags="0" TypID="3001">
      <Preise>
        <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 23:59:59" Preis="13.3300" />
      </Preise>
    </Werbeform>
  </Werbeformen>
</Zeitraum>
```

Differenzierung nach Tagen und Stunden

Möglich ist eine Darstellung nach einzelnen Tagen und Stunden, aber auch eine Zusammenfassung zu Blöcken. ‚Montag-Freitag‘ heißt also, dass an jedem dieser Tage zu der hinterlegten Uhrzeit der hinterlegte Preis gilt. Analog gilt dies bei Stundenblöcken: 06.00.00 – 09.59.59 heißt, dass für jeden Zeitpunkt dieses Blocks der hinterlegte Preis gilt.

```
<Werbeformen>
  <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="1" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001"
    <Preise>
      <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 08:59:59" Preis="1.6500" />
      <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 10:59:59" Preis="1.4000" />
      <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="11:00:00 - 15:59:59" Preis="1.5000" />
      <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="16:00:00 - 17:59:59" Preis="1.4000" />
      <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="18:00:00 - 19:59:59" Preis="1.5000" />
    </Preise>
  </Werbeform>
```

Ausnahme sind Sender, bei denen ein Schieberecht seitens des Vermarkters innerhalb des hinterlegten Preisblocks gilt. Dieses Schieberecht wird gesondert hinterlegt, dann ist die inhärente Bedeutung: der Vermarkter kann innerhalb des hinterlegten Zeitblocks nach eigenem Ermessen den Spot / die Werbeform platzieren.

```

] <Sender Id="802657" Name="RMS SUPER KOMBI SMART" Typ="Kombination" Kategorie="Klassisch" Zielgruppe="14 - 49 Jahre" Musi
]   <SenderSpezifischeAngaben>
]     <FeiertagsVorgaben>
]   <Studien>
]     <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" LegacyPreisliste="2021" />
]   <WerbeformPreise>
]     <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2021" Rangfolge="0">
]       <Werbeformen>
]         <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0"
]         SchiebeRecht="1" Flags="0" TypID="3001">
]           <Preise>
]             <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Preis="470.0000" />
]             <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 08:59:59" Preis="1677.5000" />
]             <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 14:59:59" Preis="679.0000" />
]             <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="15:00:00 - 18:59:59" Preis="817.0000" />
]             <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="19:00:00 - 23:59:59" Preis="207.0000" />
]           </Preise>
]         </Werbeform>
]       </Zeitraum>
]     </WerbeformPreise>
]   </Studien>
] </SenderSpezifischeAngaben>
] </Sender>

```

Nach Möglichkeit werden Blöcke gebildet, um die Anzahl redundanter Daten klein zu halten.

Differenzierung nach Minuten und Sekunden

An die Stelle der bislang gültigen Regel, dass ein hinterlegter Preis für eine Stunde Gültigkeit besitzt, tritt die Einheit Sekunde. Hierdurch können z.B. besondere Platzierungen (Minute vor den Nachrichten o.ä.) differenziert abgebildet werden.

```

<werbeform typ="Die teuren 10 Sekunden" wochentage="Mo-Fr" minimalspotlaenge="5" maximalspotlaenge="10" kabattraeuenigkeiten="1" provisionsraeuigkeiten="1" flags="0" typid="3100">
  <WeitereAngaben AbweichendeBezeichnung="Die teuren 10 Sekunden vor den Nachrichten an Werktagen" />
  <Preise>
    <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="07:59:50 - 07:59:59" Preis="9.5000" />
    <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="08:59:50 - 08:59:59" Preis="21.7500" />
    <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="15:59:50 - 15:59:59" Preis="21.7500" />
    <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="16:59:50 - 16:59:59" Preis="21.7500" />
  </Preise>
</Werbeform>

```

Differenzierung nach Buchungszeitpunkt

Eine Werbeform kann mit unterschiedlichem Preis hinterlegt werden, je nachdem, wann diese gebucht wird (Frühbucher, Last-Minute etc.). Hier eine prozentuelle Staffelung je nach Buchungszeitpunkt (bis 1 bis 7 Tage vor Ausstrahlung: +5% / 91 bis 180 Tage vor Ausstrahlung: -15%):

Hier als prozentuelle Angabe:

```

] <Sender Id="802685" Name="MSW Test-Sender 1 ( Prod-System, 2021 )" Typ="EinzelSender" Kategorie="Klassisch" Zielgruppe="K. A."
]   <SenderSpezifischeAngaben>
]     <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Bezeichnung="2021" LegacyPreisliste="2021">
]   <WerbeformPreise>
]   <WeitereAngaben>
]     <Zeitraum Zeitraum="2021" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" WochentageBF="0" Wochentage="K.A." Rangfolge="0">
]       <AbOderZuschlaege>
]         <AbOderZuschlag Typ="Ab- oder Zuschlag für Früh- bzw. Spätbucher" AbMenge="7.00" BisMenge="1.00" MengenTyp="Tage"
]           AbOderZuschlag="5.000000" IstProzentual="1" TypId="301" MengenTypId="1202" />
]         <AbOderZuschlag Typ="Ab- oder Zuschlag für Früh- bzw. Spätbucher" AbMenge="14.00" BisMenge="8.00" MengenTyp="Tage"
]           AbOderZuschlag="0.000000" IstProzentual="1" TypId="301" MengenTypId="1202" />
]         <AbOderZuschlag Typ="Ab- oder Zuschlag für Früh- bzw. Spätbucher" AbMenge="30.00" BisMenge="15.00" MengenTyp="Tage"
]           AbOderZuschlag="-5.000000" IstProzentual="1" TypId="301" MengenTypId="1202" />
]         <AbOderZuschlag Typ="Ab- oder Zuschlag für Früh- bzw. Spätbucher" AbMenge="90.00" BisMenge="31.00" MengenTyp="Tage"
]           AbOderZuschlag="-10.000000" IstProzentual="1" TypId="301" MengenTypId="1202" />
]         <AbOderZuschlag Typ="Ab- oder Zuschlag für Früh- bzw. Spätbucher" AbMenge="180.00" BisMenge="91.00" MengenTyp="Tage"
]           AbOderZuschlag="-15.000000" IstProzentual="1" TypId="301" MengenTypId="1202" />
]         <AbOderZuschlag Typ="Single-Spot" AbMenge="1.00" MengenTyp="Anzahl" AbOderZuschlag="21.500000" IstProzentual="1"
]           TypId="3002" MengenTypId="1200" BezugsWerbeformTypId="3001" BezugsWerbeformTyp="Spot-Werbung" />
]       </AbOderZuschlaege>
]     </Zeitraum>
]

```

Differenzierung nach Platzierung

Siehe 'Werbeformen'.

Preistypen

Feste Spotpreise

War es bislang nur möglich, den Preistyp Sekundenpreis („0 = regulärer Radiopreis“) zu hinterlegen, wird mit dem festen Spotpreis ein Preistyp auf Festpreisbasis etabliert (ID 798).


```

<Werbeform Typ="Paket 1" Wochentage="Mo-So" MinimalSpotLaenge="25" MaximalSpotLaenge="25"
RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" SchiebeRecht="1" Flags="0" TypID="3101">
  <WeitereAngaben AbweichendeBezeichnung="Personalsuche bei Radio 7, 25 Schaltungen innerhalb 4 Wochen"
  MinimaleAnzahlSpots="25" MaximaleAnzahlSpots="25" Hinweise="Impulsgeber, Employer Branding, " />
  <Preise>
    <Preis Typ="Festpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 23:59:59" Preis="10600.0000" />
  </Preise>
</Werbeform>

```

TKP Audio

Eine weitere Differenzierung des Preistyps ist der TKP Audio (gibt analog zum TKP Webradio die Relation von Preis und Reichweite an).

Werbeformen

Paketpreise

Eine auf dem festen Spotpreis aufbauende Werbeform, in der ein vom Vermarkter vorgefertigtes Bündel gebucht werden kann. Begleitende Konditionen des Pakets werden als Textfelder (AbweichendeBezeichnung, Hinweise) hinterlegt, sowie hinsichtlich minimaler und maximaler Anzahl und Länge der Spots.

Ein solches Paket:

Paket 1

25 Schaltungen à 25 Sekunden inkl. Veröffentlichung
4 Wochen auf www.radio7.de

wird dann folgendermaßen dargestellt:

```
<werbeformen>
  <Werbeform Typ="Paket 1" Wochentage="Mo-So" MinimalSpotLaenge="25" MaximalSpotLaenge="25" RabattFaehigkeitenBF="0"
    ProvisionsFaehigkeitenBF="0" SchiebeRecht="1" Flags="0" TypID="3101">
    <WeitereAngaben AbweichendeBezeichnung="Personalsuche bei Radio 7, 25 Schaltungen"
      MinimaleAnzahlSpots="25" MaximaleAnzahlSpots="25" Hinweise="inkl. Veröffentlichung 4 Wochen auf www.radio7.de " />
    <Preise>
      <Preis Typ="Festpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 23:59:59" Preis="10600.0000" />
    </Preise>
  </Werbeform>
```

Single Spot

Single-Spots können als ausgerechneter fester Preis dargestellt werden (was Vorteile bezüglich möglicher Rundungsdifferenzen hat):

```

<Sender Id="801018" Name="ANTENNE BAYERN" Typ="Einzel sender" Kategorie="Klassisch" Zielgruppe="14 - 49 Jahre" Musikformat="AC" Rechtsfor
<SenderSpezifischeAngaben>
  <Studien>
    <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Bezeichnung="2021" LegacyPreisliste="2021">
      <Adressen>
        </Zeitraum>
      <WerbeformPreise>
        <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2021" Rangfolge="0">
          <Werbeformen>
            <Werbeform Typ="Spot-Werbung" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3001">
            <Werbeform Typ="Single-Spot" Wochentage="Mo-Fr" RabattFaehigkeitenBF="0" ProvisionsFaehigkeitenBF="0" Flags="0" TypID="3002">
          <Preise>
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="00:00:00 - 00:59:59" Preis="7.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="01:00:00 - 01:59:59" Preis="7.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="02:00:00 - 02:59:59" Preis="7.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="03:00:00 - 03:59:59" Preis="7.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="04:00:00 - 04:59:59" Preis="7.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="05:00:00 - 05:59:59" Preis="40.5000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="06:00:00 - 06:59:59" Preis="270.0000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="07:00:00 - 07:59:59" Preis="354.0000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="08:00:00 - 08:59:59" Preis="309.0000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="09:00:00 - 09:59:59" Preis="96.0000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="10:00:00 - 10:59:59" Preis="66.0000" />
            <Preis Typ="Sekundenpreis" Uhrzeit="11:00:00 - 11:59:59" Preis="61.5000" />

```

Sie können aber auch als Aufschlag mit einem Bezug zu der Werbeform, auf die der Aufschlag gelten soll, dargestellt werden. Hier ein Zuschlag von 21,5% auf die Spot-Werbung:

```

<Zeitraum Zeitraum="Tarife 2021" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="31.12.2021" WochentageBF="0" Wochentage="k.A." Rangfolge="0">
  <AbOderZuschlaege>
    <AbOderZuschlag Typ="Single-Spot" AbMenge="1.00" MengenTyp="Anzahl" AbOderZuschlag="21.500000" IstProzentual="1"
      TypId="3002" MengenTypId="1200" BezugsWerbeformTypId="3001" BezugsWerbeformTyp="Spot-Werbung" />
  </AbOderZuschlaege>

```

Spezielle Platzierungen und andere Werbeform-Zuschläge

Auch andere fest definierte Platzierungs-Aufschläge können so dargestellt werden (Erstplatzierung, Letztplatzierung etc.), sowie senderspezifische Aufschläge, die per TypSpezifikation genauer bezeichnet werden können:

```
<AbOderZuschlaege>
  <AbOderZuschlag Typ="senderspezifisch" TypSpezifikation="Kurzspot-Zuschlag Hitradio Ö3, radio FM4, 5 - 19 Sekunden"
  AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="38.000000" IstProzentual="1" TypId="3000" MengenTypId="0" />
  <AbOderZuschlag Typ="senderspezifisch" TypSpezifikation="Zweitplatzierung" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00"
  MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="10.000000" IstProzentual="1" TypId="3000" MengenTypId="0" />
  <AbOderZuschlag Typ="senderspezifisch" TypSpezifikation="Vorletztplatzierung" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00"
  MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="10.000000" IstProzentual="1" TypId="3000" MengenTypId="0" />
  <AbOderZuschlag Typ="Single-Spot" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="30.000000"
  IstProzentual="1" TypId="3002" MengenTypId="0" BezugsWerbeformTypId="3001" BezugsWerbeformTyp="Spot-Werbung" />
  <AbOderZuschlag Typ="Speed Ad" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="30.000000"
  IstProzentual="1" TypId="3010" MengenTypId="0" BezugsWerbeformTypId="3001" BezugsWerbeformTyp="Spot-Werbung" />
  <AbOderZuschlag Typ="Tandem" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe" AbOderZuschlag="10.000000"
  IstProzentual="1" TypId="3011" MengenTypId="0" BezugsWerbeformTypId="3001" BezugsWerbeformTyp="Spot-Werbung" />
  <AbOderZuschlag Typ="Erstplatzierung" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe"
  AbOderZuschlag="25.000000" IstProzentual="1" TypId="3201" MengenTypId="0" />
  <AbOderZuschlag Typ="Letztplatzierung" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe"
  AbOderZuschlag="25.000000" IstProzentual="1" TypId="3202" MengenTypId="0" />
  <AbOderZuschlag Typ="Bestplatzierung" AbMenge="0.00" BisMenge="0.00" MengenTyp="keine Angabe"
  AbOderZuschlag="30.000000" IstProzentual="1" TypId="3203" MengenTypId="0" />
</AbOderZuschlaege>
```

Zeiträume

Zeiträume spielen eine wesentliche Rolle in der neuen ppd. Bislang ist der relevanteste Zeitraum das Jahr gewesen, genauer: die Gültigkeit einer Preisliste, die in der Regel ein (Kalender)Jahr betragen hat. Unterhalb des Jahres konnten noch einzelne Preiszonen unterschieden werden (in Deutschland meist auf Monatsbasis). Diese Option bleibt erhalten, siehe "Differenzierung nach Preiszonen"

Mit der ppd finden aber auch kurzfristigere und andere Zeiträume Einzug in die Datenbank. Etwa wenn eine Werbeform nur in einem kürzeren Zeitraum gebucht werden kann (Ostern, Black Friday), wenn es Frühbucherrabatte gibt, sofern eine Werbeform mit einem gewissen Vorlauf gebucht wird, durch Darstellung und Verknüpfung einzelner Studien-Zeiträume etc.

Das generelle Konstrukt der Jahres-Preisliste bleibt dabei erhalten (Typ-ID 901, Senderjahrespaket), ist aber nur noch ein Zeitraum unter anderen. Dabei unterscheiden wir zwischen senderspezifischen Zeiträumen (901, (s.o.), 902) und vermarkterspezifischen Zeiträumen (910 (Allgemeines), 911 (Preisrelevantes)), wobei die Logik der oben beschriebenen folgt: welche Angaben gelten unabhängig vom Vermarktungsweg, welche nicht. Hinzu kommen die studienspezifischen Zeiträume (903).

Jeder Zeitraum kann mit einer Bezeichnung belegt werden. Bei der Jahres-Preisliste ist das das betreffende Jahr, beim Studien-Zeitraum die Studie, bei Preiszonen die entsprechende Bezeichnung der Studie etc. Und jeder Zeitraum hat ein Beginn-Datum und ein Ende-Datum (es gibt also keine per se offenen Ende-Daten mehr).

Zeiträume spielen auch eine Rolle, wenn etwa ein unterjähriger Vermarkterwechsel durchgeführt wird:


```

<Sender Id="802731" Name="MSW Test-Sender 3 ( 21er Tarif, DEV-System )" Typ="Kombination" Kategorie="Klassisch" Zielgruppe="14 - 55 Jahre"
Musikformat="lokales Informationsprogramm" Rechtsform="öffentlich-rechtlich / privat" Status="Sender ist normal belegbar" Land="DE" TypId="1"
<SenderSpezifischeAngaben>
<VermarkterSpezifischeAngaben>
  <Vermarkter VermarkterId="600111" Name="Radio Test-Vermarkter" GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" National="1" Regional="1">
    <WerbeformPreise>
      <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="2. HJ - 2021, vermarkterspezifische Spot Preise" Rangfolge="0">
      <Zeitraum GiltAb="01.07.2021" GiltBis="31.12.2021" Kuerzel="Kurzspots vor den 12 Uhr Nachrichten" Rangfolge="7">
      <Zeitraum GiltAb="22.11.2021" GiltBis="28.11.2021" Kuerzel="Black Cyber Week 2021 - Reloaded" Rangfolge="10">
    </WerbeformPreise>
  </Vermarkter>
  <Vermarkter VermarkterId="600222" Name="Radio Test-Vermarkter 2" GiltAb="01.01.2021" GiltBis="30.06.2021" National="1" Regional="1">
    <Skonti>
    <WerbeformPreise>
      <Zeitraum GiltAb="01.01.2021" GiltBis="30.06.2021" Kuerzel="1. HJ - 2021" Rangfolge="0">
    </WerbeformPreise>
    <WeitereAngaben>
  </Vermarkter>
</VermarkterSpezifischeAngaben>
</Sender>

```

Rangfolge

Die Rangfolge gibt an, dass bei mehreren gleichen Informationen (Werbeformen, Zuschläge, Termine, ...) innerhalb eines identischen Zeitraums die Information, die die höchste Rangfolge hat, verwendet werden soll. Hierdurch wird verhindert, dass z.B. bei Preisen einer Werbeform, die an einem einzigen Tag X abweichen sollen, für diesen Tag X eine eigene Preiszone eingerichtet werden muss und die geltende Preiszone in drei neue Preiszonen (Preiszone bis Tag X / Tag X / Preiszone nach Tag X) aufgesplittet werden muss.

Die Rangfolge hängt am Zeitraum, an dem wiederum fast alle anderen Angaben hängen (außer senderspezifische Eigenschaften und Feiertage). So kann durch die Festlegung einer Rangfolge fast jede Angabe für einen definierten Zeitpunkt oder Zeitraum priorisiert werden.

GLOSSAR

Da in unterschiedlichen Kontexten und 'Welten' (msw, Vermarkter, Systemanbieter etc.) dieselben Begriffe ('Preisliste', 'Angebot' etc.) mit unterschiedlichen Bedeutungen genutzt werden, hier ein kleines Glossar, in dem wir die Bedeutungen und Inhalte der von uns genutzten Begriffe erklären.

Sender:

löst bei uns den bislang gebräuchlichen Begriff 'Angebot' ab, da 'Angebot' von anderen Partnern anders verwendet wird. Sender bezeichnet eine mit Werbung belegbare Einheit, das kann ein UKW-Sender sein, eine Kombi, ein Webradio, eine Konvergenz-Kombi. Jedem Sender sind bestimmte Eigenschaften zugeordnet wie Musikformat, Verbreitung, ggf. Kombinationszusammensetzung, aber auch der Name des Senders (der sich also ändern kann). Jeder Sender hat eine unveränderliche SenderID zwischen 800000 und 899999.

Vermarkter:

jeder Sender kann von einem oder mehreren Vermarktern vermarktet werden. Die Vermarkter liefern Grundinformationen über ihre Sender, dazu gehören auch die Preise. Bei jedem Vermarkter können spezifische Preisdifferenzierungen und Informationen hinsichtlich des Senders hinterlegt werden. Jeder Vermarkter hat eine unveränderliche VermarkterID zwischen 600000 und 699999.

Senderkombination:

Eine Senderkombination ist ein Sender, der sich aus mindestens zwei anderen Sendern (oder Senderkombinationen) zusammensetzt. Hierbei unterscheiden wir zwischen den Typen 'Senderkombi', 'Teilbelegungen eines Senders' (nicht zusammenhängendes Sendegebiet), 'Sendegebiete eines Senders (Lokalstationen)' (zusammenhängendes Sendegebiet).

Eine Sonderform ist das Konvergenzangebot, das sich immer aus einem Webradio/einer Webradio-Kombi und einem Sender/einer Senderkombi zusammensetzt.

Bei Webradio-Kombinationen werden die Kombimitglieder (Channel) als Text-Hinweis abgebildet (Hinweistyp Webradio-Zusammensetzung).

Werbeform / Standard-Werbeform

Bei jedem Sender und bei jedem Vermarkter können beliebig viele Werbeformen hinterlegt sein. Wir gehen aber davon aus, dass es Standard-Werbeformen gibt, die bei jedem Sender vorliegen sollten und die bei jedem Sender unabhängig vom Vermarkter identisch sein sollten.

Dies ist bei den Sendertyp-Gruppen

- UKW (SenderTyp Einzelsender, Kombination, Einzelsender + Kombination, Kombi UKW und DAB+, Kombi UKW und DAB+ in unterschiedlichen Regionen)
- DAB+ (SenderTyp DAB+, Kombi DAB+)
- Webradio mit Sekundenpreis (SenderTyp Webradio mit klassischen Sekundenpreisen)

die Werbeform *Spot-Werbung* mit dem Preistyp Sekundenpreis (plus Ø-Jahrespreis bei Sendern mit Preiszonen)

Und bei der Sendertyp-Gruppe

- Webradios (SenderTyp Webradio, Webradio-Kombination) die Werbeformen *Pre-Stream* und *In-Stream bis 30 Sekunden* und *In-Stream über 30 Sekunden* mit dem Preistyp TKP (Webradio)

Die Preise für diese **Standard-Werbeform** liegen direkt beim Sender, außer wenn ein Vermarkter für einen Sender bei diesen Standard-Werbeformen abweichende / andere Preise als ein anderer Vermarkter liefert. Dann werden die Preise für die Standard-Werbeformen direkt beim Vermarkter hinterlegt.

Altlasten:

Alternative Kombizusammensetzung und Ausschlusszeiten für Naturalrabatte:

Diese Angaben sind exklusiv für audioXpert.