



Jetzt zur CONCORDIA wechsell und Prämien sparen. Profitieren Sie dreifach von der flexibelsten und höchsten Rendite.

- Mit BENEFIT sparen Erwachsene bei den Zusatzversicherungen im ersten Jahr bis 50% Prämien, Kinder sind sogar gratis versichert.
- Mit der myBio Hausversicherung sparen die Prämien um bis zu 14%.
- Und das Beste bei myBio: für 2008 garantiert keine Prämiensteigerung.

Mehr zu BENEFIT und myBio: Gratis-Infofax 0800 55 93 55 und www.concordia.ch



Einfacher und professioneller anlegen – mit Anlagezielfonds.

RAIFFEISEN



Advertising Index

Erreicht Ihre Werbung die gewünschte Zielgruppe?

Das AX Radar-System liefert die Antwort!

Wir geben Ihrer Zielgruppe ein Gesicht! Mit der bewährten Radar-Psychografie von DemoSCOPE lassen sich die Supporter einer Anzeige mit Hilfe abgefragter Werthaltungen im psychografischen Raum positionieren. Daneben können die Ergebnisse auch soziodemografisch analysiert werden.

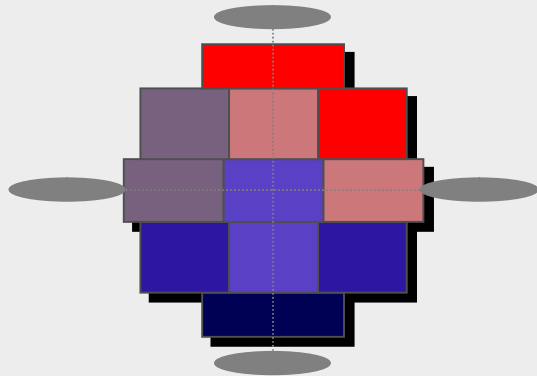
Methode

CAWI-Befragung, monatlich 1'000 Personen (750 D-CH, 250 F-CH), Schweizer Wohnbevölkerung im Alter von 15 bis 74 Jahren, Random-Quota Auswahlverfahren.

Die Tools im Advertising Index

AX Radar

AX Radar liefert als Benchmark monatlich Performance-Daten zur kommerziellen Print-Werbung in der Schweiz. AX Radar-Daten können als Gesamtpaket, für Einzelbranchen oder als Einzel-Sujet bezogen werden. Die Testergebnisse werden wahlweise als elektronischer Datensatz oder in Form von PowerPoint-Charts geliefert. Die Befragung basiert auf der Akzeptanzfrage.



Ad Control

Ad Control überprüft Ihre eigene Kampagne. Testen Sie individuell Plakate, Radio- oder TV-Spots, Inserate oder Banner.

Der kundeneigene Test beinhaltet:

- Die AX Radar Standardfrage nach der Akzeptanz der Werbung (fixe Fragestellung aus Gründen der Vergleichbarkeit)
- Als Option können Sie aus einem Set von vorstrukturierten, geschlossenen Zusatzfragen (wie Interesse, Aktionsbereitschaft, usw.) Ihren spezifischen Werbetest zusammenstellen.

Dank der Visualisierungssoftware MRP kann die Akzeptanz der eigenen Anzeigen im Vergleich zum gesamten Werbeumfeld oder zur Anzeigenwerbung in der Branche bewertet werden (Benchmarking mit AX Radar).

Preise AX Radar		exkl. MWST
Gesamte Studie	Grundkosten pro Jahr (240 Anzeigen)	CHF 19'500.–
	Zusatzkosten pro Titel für Verlage	CHF 2'500.–
Branchen	Banken, Versicherungen, Automobile, Retail, Telekommunikation (24 Anzeigen pro Jahr), je	CHF 9'500.–
Produktgruppen (Markenartikel)	Lebensmittel/Getränke, Kosmetik/Körperpflege, Mode/Lifestyle (12 Anzeigen pro Jahr), je	CHF 7'500.–
Einzel-Sujet (pro Download)	1 Printsujet	CHF 1'000.–
	2-3 Printsujets, je	CHF 800.–
	4+ Printsujets, je	CHF 600.–

Preise Ad Control		exkl. MWST
Print-Werbung	erstes Sujet mit Akzeptanz-Frage	CHF 3'500.–
	jedes weitere Sujet mit Akzeptanz-Frage, je pro Zusatzfrage	CHF 2'000.– CHF 1'000.–
	Elektronische Werbung	CHF 6'000.–
Elektronische Werbung	erstes Sujet mit Akzeptanz-Frage	CHF 6'000.–
	jedes weitere Sujet mit Akzeptanz-Frage, je pro Zusatzfrage	CHF 4'000.– CHF 1'000.–

Preise MRP-Lizenz		exkl. MWST
Hauptlizenz	pro Jahr	CHF 5'000.–
Zusatzlizenzen	pro Jahr, je	CHF 1'500.–