
HANDBUCH FÜR ADVERTISER



Inhaltsverzeichnis:

1. Einführung

3

1.1 adbrixx - die Plattform

6

1.2 Nutzung und Vergütung

7

1.3 Hilfe

7

2. Die Anmeldung

8

2.1 Angaben zum Advertiser

8

2.2 Angaben zum Administrator

8

3. Der BRIXX-SHOP

8

3.1 Der Brick

9

3.1.1 Zielgruppen-Liste

9

3.1.2 Print-Gattungen

9

3.1.3 Auswahl nach Themen

9

3.1.4 Suche nach Stichwort/Name/Titelname

9

3.1.5 Suche mit individuellem Filter

10

3.2 Merkliste

10

3.2.1 Media-Kriterien

10

3.2.2 Bearbeiten der Merkliste

10

3.2.3 Rabatte

11

- **Publisher Mal-Rabatt: wenn Sie mehrere Erscheinungstermine in einer Schaltung buchen.**

11

- **Publisher Kombi-Rabatt: Rabatte auf die Anzahl verschiedener Titel.**

11

- **Publisher-Rabatt für Verlagskunden: bestehende Rabatte, die Verlage bereits mit den Werbekunden vereinbart haben**

11

- **adbrinx-eigene Rabatte: diese feste Rabattstaffel richtet sich nach Titeln, bzw. gebuchtem Volumen und ist unabhängig vom jeweiligen Publisher:**

11

1. **Rabattstaffel: 2,5% ab einem gebuchten Budget von € 50.000,- und mehr; oder 50 Titeln und mehr**

11

2. **Rabattstaffel: 5% ab einem gebuchten Budget von € 100.000,- und mehr; oder 80 Titeln und mehr**

11

3. **Rabattstaffel: 7,5% ab einem gebuchten Budget von € 150.000,- und mehr; oder 100 Titeln und mehr**

11

Rabatte gelten ab der Buchung, mit der die Titelgrenze erreicht ist, bis zum Ende des folgenden Kalenderjahres. Sollten die Rabattkriterien im laufenden Kalenderjahr nicht erreicht werden, erfolgt eine Rückstufung um 1 Rabattstufe. Ausserdem gibt es weitere Rabatte für Unternehmen und Agenturen mit einem entsprechenden Eigenumsatz:

11

**1. Rabattstaffel: 2,5% ab einem Jahresumsatz von €
10 Mio und mehr**

11

**2. Rabattstaffel: 5% ab einem Jahresumsatz von €
50 Mio und mehr**

11

**3. Rabattstaffel: 7,5% ab einem Jahresumsatz von €
100 Mio und mehr**

11

**In diesem Fall muss die Rabattqualifikation
nachgewiesen werden.**

11

3.2.4 iPad-Option

11

3.3 Schaltung erzeugen

12

3.3.1 Kampagnen anlegen

12

3.2.3 Schaltungsverwaltung

12

4. Kampagnen

14

4.1 Aufträge

14

4.2 Motive

14

4.3 Planungsübersicht

14

5. Aufgaben

14

5.1 Asset bereitstellen

14

6. Agenturdaten

15

6.1 Stammdaten

15

6.2 Mitarbeiter

15

6.2.1 Kontaktdaten

15

6.2.2 Zugang zum System

15

6.2.3 Security-Gruppen

15

6.3 Teams

15

7. Sicherheit & Datenschutz

16

8. Impressum

17

1. Einführung

Willkommen auf der adbrixx-Plattform! Dieses Handbuch zeigt Ihnen, wie Sie **einfach und bequem** Ihre Anzeige in Print-Titeln buchen und damit Ihre Zielgruppe direkt erreichen können. Es erklärt die ersten Schritte der Anmeldung, das Angebot und die Auswahl der Titel im BRIXX-SHOP und schließlich die eigentliche Titelbuchung.

1.1 adbrixx - die Plattform

adbrixx ist ein Online-Marktplatz für Anzeigen. Verlage bieten hier ihre Titel mit den entsprechenden Anzeigenplätzen an. Werbekunden können die angebotenen Titel nach diversen Kriterien auswählen und buchen. Das alles funktioniert **online, einfach, schnell und sicher**. adbrixx steigert:



- Effizienz:

adbrixx charakterisiert jeden einzelnen Titel nach verschiedenen Merkmalen. Dadurch kann mit einem Klick in kürzester Zeit das Angebot nach Themen, Zielgruppen, Regionen und vielen anderen Kriterien sortiert werden. Das Ergebnis können Sie mit Ihren individuellen Kriterien, wie z.B. Gattung, Auflage oder Kategorie weiter bearbeiten. **So erreichen Sie eine Titelliste nach Ihren Wünschen, die ideal auf Ihre Zielgruppe angepasst ist!**

- **Transparenz:**

Kick-backs und andere geübte Praktiken haben dem Werbemarkt sehr geschadet. Märkte mit intransparenten Strukturen schaffen Misstrauen und werden von Kunden gemieden; über adbrìxx ist der Verkaufs- und Buchungsprozess klar strukturiert, schafft damit Vertrauen und führt zu mehr **Transparenz im Werbemarkt**. Selbst ganz individuelle Prozesse (z.B. die Rabattpolitik) können verständlich dargestellt werden.

- **Vielfalt:**

adbrìxx unterscheidet nicht zwischen Großen und Kleinen; denn es kommt nicht auf die Größe, sondern die Relevanz eines Mediums an. Im Gegensatz zu anderen geschlossenen Systemen unterstützt adbrìxx damit die **Vielfalt** des Marktes und des Angebots.

Unbegrenzte Anzahl Angebote

- **Unabhängigkeit:**

adbrìxx nimmt keinen Einfluss auf das Angebot. Das Angebot ist selbstverständlich auch **unabhängig** vom „Listing“ oder „Delisting“ durch Dritte. Verwalten und pflegen Sie Ihre Daten und Kundenbeziehungen selbst.

- **Rollenmodelle im System:**

Über adbrìxx wird erstmals der Workflow von der Planung bis hin zur Abwicklung einer Kampagne abgebildet. Die Plattform kann dabei von mehreren Benutzern zeitgleich bedient werden. Zugriffsrechte, die sich je nach Beteiligtem im Prozess ändern, können spezifisch verteilt werden. **Alle Teilnehmer, vom Planer bis zum Kreativen, können aktiv in den Prozess der Kampagne integriert werden.**

Aktive Teilnahme am Prozess



- **Sicherheit:**

adbrìxx richtet für jeden Auftrag einen neuen, individuellen SSL-FTP-Server ein. Über diesen kann der Publisher die Anzeige laden. adbrìxx ist ständig bemüht, die Prozesse so sicher wie möglich zu gestalten.

Dadurch unterstützt adbrìxx eine kundenorientierte und **gezielte Anzeigenvermarktung!**

1.2 Nutzung und Vergütung

Damit das Angebot ständig aktuell ist, ist das Angebot von adbrìxx internetbasiert. Dies hat für unsere Kunden viele weitere Vorteile: ein marktüblicher Browser reicht, um mit adbrìxx arbeiten zu können. Es ist keine spezifische Software erforderlich, es gibt keine Updates und keine Konflikte mit bestehenden Programmen. Die aktuellen Nutzungsbedingungen finden Sie in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Weitere Hinweise erhalten Sie während des Anmeldeprozesses. Für Fragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung (siehe 1.3 Hilfe).

Sie benötigen keine spezifische

Die Bezahlung erfolgt grundsätzlich über ein Provisionsmodell mit den Verlagen; d.h. **bei der Anmeldung entstehen keine Kosten**. Erst wenn es zu einer erfolgreichen Auftragsvermittlung gekommen ist, das Anzeigenhonorar eingegangen und auch das Belegexemplar bei adbrìxx eingetroffen ist, gibt adbrìxx die Zahlung frei. adbrìxx übernimmt hier eine Treuhänderfunktion zwischen Anzeigenkunde und Verlag.

adbrìxx ist Treuhänder

1.3 Hilfe

adbrìxx ist bemüht, den Prozess so einfach wie möglich zu gestalten. Trotzdem können bei der Nutzung Fragen auftreten. Viele Antworten finden sich sofort im adbrìxx-Hilfe-System unter den „i“-Buttons. Weitere Fragen beantworten wir Ihnen gerne - wir sind wie folgt zu erreichen:

T: +49-(0)89-12.99.85-00, F: +49-(0)89-12.99.85-11
E: service@adbrìxx.com
P: adbrìxx GmbH, Zenettistr. 2, D-80337 München

2. Die Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt in zwei Schritten. adbrixx benötigt dafür Angaben zum Unternehmen - nachfolgend immer Advertiser genannt - und Angaben zum Administrator, welcher den Advertiser-Account verwaltet. **Sie können Ihre Angaben jederzeit ändern und aktualisieren.** Nach erfolgreicher Anmeldung erhalten Sie automatisch eine Bestätigung per E-Mail. Das System verschickt die Bestätigung automatisch. Sollten Sie den Eindruck haben, dass Sie keine E-Mail erhalten haben, überprüfen Sie bitte Ihren Spam-Ordner.

Anmeldung
in nur 2
Schritten

2.1 Angaben zum Advertiser

Zuerst geben Sie die Stammdaten Ihres Unternehmens im System ein. Dazu gehören Firmenname, Web-Adresse, Typ (Kreativ-Agentur, Media-Agentur oder Inhouse / Unternehmen) und Kontaktangaben.

Allgemeine
Daten

2.2 Angaben zum Administrator

adbrixx fragt hier zuerst nach einem Benutzernamen. Verwenden Sie hierfür zum Beispiel Ihre Mail-Adresse oder einen fiktiven Namen. Bei der Adresse kann auch die Firmenadresse verwendet werden. In diesem Fall kreuzen Sie das betreffende Feld an. **Alle Informationen dienen lediglich zur Verwaltung des Advertiser-Accounts!**

AGB's
zustimmen



Außerdem erfolgt hier die Zustimmung zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der adbrixx GmbH. Diese sind immer über den Hyperlink am Ende der Seite einsehbar.

Mit klicken auf "Zur Anmeldung absenden" wird automatisch die Anmeldebestätigung auf die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse versendet. Darin befinden sich Ihre **Zugangsdaten**. Sie haben sich erfolgreich bei adbrixx angemeldet. **Herzlich Willkommen auf der adbrixx-Plattform!** Hier sehen Sie nochmals die wichtigsten Angaben zu Ihrem Unternehmen in einer Übersicht. Klicken Sie auf „zurück zur Startseite“, um sich schließlich einzuloggen. Sie gelangen direkt in den BRIXX-SHOP.

Bei
Nichterhalt
der E-Mail
zuerst den
Spam-Ordner
überprüfen



3. Der BRIXX-SHOP



Der BRIXX-SHOP ist das Herz der Anwendung. Er ermöglicht Ihnen mit wenigen Klicks einen Überblick über das Angebot zu bekommen. Anstatt viele hundert Titel einzeln aufzurufen und anzusehen, haben wir für Sie eine Vorsortierung nach Thema und Verbreitung geschaffen. Der BRIXX-SHOP bietet Ihnen im Anschluss eine Vielzahl nach Filtermöglichkeiten, um Ihre Titelliste nach Ihren Bedürfnissen zu erarbeiten. Rufen Sie beispielsweise unsere Anzeigenbausteine - brixx - auf und erhalten sofort alle Titel zu dieser Zielgruppe. „brick“ bedeutet aus dem Englischen übersetzt „Baustein“. Mit brixx sind virtuelle Anzeigenkombinationen gemeint.

brick =
Baustein

Betreten Sie den Shop über ein Thema, können Sie im zweiten Schritt die gewünschte Verbreitung festlegen. Wählen Sie im ersten Schritt ein Bundesland, stehen Ihnen in der Recherche verschiedenste Zielgruppen zur Verfügung.

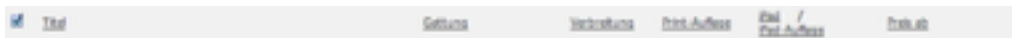


Als weitere Filteroptionen stehen verschiedene Kategorien, die Eingabe einer Auflagenhöhe, die Beachtung der IVW-Prüfung und das Verbreitungsgebiet nach Bundesland, Metropolregion, Nielsegebiet oder auch Postleitzahl, bereit.

So können Sie sich Ihre Titelliste nach Ihren Bedürfnissen erarbeiten und zusammenstellen und diese im nächsten Schritt komfortabel und direkt buchen.

3.1 Der Brick

Wenn Sie mit der Maus über das Brick-Symbol fahren, erhalten Sie mehr Informationen zur jeweiligen Titel-Kombi (wie etwa die Titellanzahl und Zielgruppen). Wenn Sie einen Brick anklicken, erscheinen alle darin enthaltenen Titel.



Es sind alle Titel mit einem Häkchen aktiv markiert. Entfernen Sie die Markierung, wenn ein Titel nach genauer Überprüfung uninteressant für Sie ist. Alle markierten Titel werden auf die Merkliste übernommen, wenn Sie auf „Preis anzeigen / Titel auf die Merkliste...“ klicken.



In einem ersten Schritt zu Ihrer Kampagne bestimmen Sie eine Zielgruppe, ein Thema oder einen Suchbegriff in der Freitextsuche. Wollen Sie zurück zum Anfang, klicken Sie auf „Angebot“.



3.1.1 Zielgruppen-Liste

Betreten Sie den Shop über ein Bundesland, können Sie innerhalb des Bundeslandes nach Ihrer Zielgruppe suchen.

Zur Veranschaulichung nehmen wir das Beispiel Bundesland Bayern und die Zielgruppe „Berufseinsteiger“. Sie erhalten einer Schnittmenge aller Titel, die zu diesen beiden Kriterien passen, um so die Zielgruppe „Berufseinsteiger in Bayern“ direkt erreichen zu können.

3.1.2 Print-Gattungen

Je nach Thema oder Bundesland, können Sie innerhalb dieser Suche nach bestimmten Gattungen sortieren. So können Sie beispielsweise nach Fachzeitschriften zum Thema „Gesundheit“ oder auch im Bundesland „Sachsen“ suchen.

3.1.3 Auswahl nach Themen

Die Schwerpunktthemen werden zu Beginn Ihrer Suche oder auch noch im Anschluss auf der Recherche-Seite für Ihre Suche bereitgestellt. Zu jedem Thema gehören ein oder mehrere Brick.Bausteine, mit denen Sie in Ihrer weiteren Suche fortfahren können.

3.1.4 Suche nach Stichwort/Name/Titelname

Suchen Sie hier Ihre Titel nach Stichwort oder dem konkretem Titelnamen, falls Ihnen dieser bekannt sein sollte. Setzen Sie in diesem Fall das Häkchen in der Checkbox.

Durch Klicken auf das Titelbild erhalten Sie in einem Pop-up-Fenster nähere Informationen zur jeweiligen Publikation. Weiterführende Angaben (z.B. Erscheinungstermine) erfahren Sie beim Bearbeiten der Merkliste (siehe 3.2.2).

3.1.5 Suche mit individuellem Filter

In der linken Navigation können Sie die Titel nach technischen und regionalen Merkmalen sortieren. Geben Sie bspw. die Gattung an oder begrenzen Sie die Auflagenhöhe. Sie können auch nach bestimmten Erscheinungs-Regionen oder nach Postleitzahl filtern. Die Auswahl eines Filters wirkt sich direkt auf das Suchergebnis aus. Die meisten Filteroptionen können miteinander kombiniert werden.

Oberhalb der Themen können Sie die aktiven Filter wieder entfernen. Betätigen Sie den Button „Alle Filter zurücksetzen“, um alle Suchoptionen gleichzeitig zu entfernen.

Titel, die Ihrer Suche entsprechen, legen Sie in die Merkliste. Diese darf unendlich lang sein. Die Merkliste bleibt auch gespeichert, wenn Sie sich ausloggen. Überprüfen Sie in der Merkliste die Verfügbarkeit Ihres Wunsch-Titels.



3.2 Merkliste

In der Merkliste legen Sie die individuellen Media-Kriterien Ihrer nächsten Kampagne bzw. Schaltung fest.

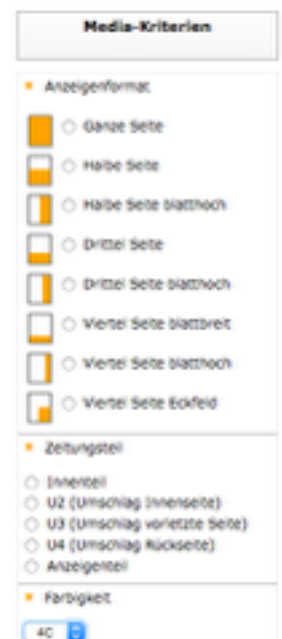
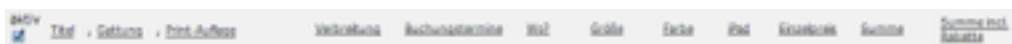
3.2.1 Media-Kriterien

Zu den Media-Kriterien gehören das Anzeigenformat, die Platzierung („Zeitungsstil“), Farbigkeit, Möglichkeit zur digitalen Anzeige und Erscheinungstermine der Publikation. Beachten Sie, dass sich die Voreinstellungen immer auf 1/1 Seite 4c im Innenteil und auf die nächsten drei Monate beziehen. In der linken Spalte können Sie diese Standardeinstellungen anzupassen und nach Ihren Vorgaben ändern.

Achten Sie in Ihrer Titelliste auf das Signalzeichen bei den Erscheinungstermine, der Farbe, beim Anzeigenformat („Wo?“) und bei der Größe. Meistens leuchtet es grün: ●. Wenn es rot aufleuchtet, widersprechen die Informationen des jeweiligen Titels Ihren Media-Kriterien. Erweitern Sie z.B. Ihren Kampagnen-Zeitraum, sollte die Ampel hier rot leuchten.

3.2.2 Bearbeiten der Merkliste

Sie sehen in Ihrer Merkliste eine detailliertere Liste Ihrer Wunsch-Titel mit allen buchungsrelevanten Kriterien, wie Erscheinungstermine, Druckdaten und Preise.

Der Einzelpreis bezieht sich auf die Buchung einer einzelnen Position. Den Gesamtpreis aller angezeigten Termine bezeichnet die Summe. Hier sehen Sie auch, ob es Rabatte gibt. Wenn Sie auf ein Titelbild klicken, erhalten Sie in einem Pop-up-Fenster nähere Informationen zum jeweiligen Titel. Dort steht bei der „Preistabelle“ die Preis-Matrix dieses Titels. Jeder Titel lässt sich individuell an Ihre Anzeigen-Wünsche anpassen.

Preistabelle

SW					ZK					AC				
I	UE	UB	UA	A	I	UE	UB	UA	A	I	UE	UB	UA	A
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mit Entfernen des Häkchens bei "aktiv", wird ein Titel aus Ihrer Auswahl gestrichen. Somit wird er bei der Preisberechnung nicht berücksichtigt. Der Titel kann jedoch jederzeit wieder aktiviert werden. Erst mit Auswahl des Mülleimer-Symbols wird ein Titel endgültig aus Ihrer Merklste entfernt. Klicken Sie auf „Merklste leeren“, um alle Titel aus der Liste zu entfernen.

Titel
entfernen

3.2.3 Rabatte

Rabatte werden entweder direkt vom Publisher gewährt, oder vom adbrixx-System:

- Publisher Mal-Rabatt: wenn Sie mehrere Erscheinungstermine in einer Schaltung buchen.
- Publisher Kombi-Rabatt: Rabatte auf die Anzahl verschiedener Titel.
- Publisher-Rabatt für Verlagskunden: bestehende Rabatte, die Verlage bereits mit den Werbekunden vereinbart haben
- adbrixx-eigene Rabatte: diese feste Rabattstaffel richtet sich nach Titeln, bzw. gebuchtem Volumen und ist unabhängig vom jeweiligen Publisher:
 1. Rabattstaffel: 2,5% ab einem gebuchten Budget von € 50.000,- und mehr; oder 50 Titeln und mehr
 2. Rabattstaffel: 5% ab einem gebuchten Budget von € 100.000,- und mehr; oder 80 Titeln und mehr
 3. Rabattstaffel: 7,5% ab einem gebuchten Budget von € 150.000,- und mehr; oder 100 Titeln und mehr

Ausnahmen
gelten bei
brixx mit
speziellen

Ausnahmen
bei

Rabatte gelten ab der Buchung, mit der die Titelgrenze erreicht ist, bis zum Ende des folgenden Kalenderjahres. Sollten die Rabattkriterien im laufenden Kalenderjahr nicht erreicht werden, erfolgt eine Rückstufung um 1 Rabattstufe.

Ausserdem gibt es weitere Rabatte für Unternehmen und Agenturen mit einem entsprechenden Eigenumsatz:

1. Rabattstaffel: 2,5% ab einem Jahresumsatz von € 10 Mio und mehr
2. Rabattstaffel: 5% ab einem Jahresumsatz von € 50 Mio und mehr
3. Rabattstaffel: 7,5% ab einem Jahresumsatz von € 100 Mio und mehr

In diesem Fall muss die Rabattqualifikation nachgewiesen werden.

3.2.4 iPad-Option



Dieses iPad-Symbol signalisiert, dass die entsprechende Anzeige in der iPad-Ausgabe des Titels mit individuellen Hyperlinks angereichert werden kann. Verlängern Sie dadurch Ihren Kommunikationskanal! Der Link, den Sie in Ihrer Anzeige platzieren, kann zu jeder Seite führen, die Sie möchten, z.B.:

- Imagefilme und Fotostrecken
- Shop-Lösungen und Promotion-Angebote
- weiterführende Informationen
- Spendenaufrufe oder Registrierungsformulare etc

Erweitern
Sie den
Kommuni-

Hinterlegen Sie einen allgemeinen Hyperlink oder jedem Titel individuell einen anderen. Verfolgen Sie auf diese Weise, über welche Titel Leser zu Ihnen gekommen sind.

Das Buchen von Hyperlinks ist mit Extra-Kosten verbunden. Diese definiert der Publisher für jede seiner iPad-Ausgaben selbst. Wenn Sie die iPad-Option bei den Media-Kriterien aktivieren, sind diese Kosten für Sie sichtbar. Erst in der Schaltung geben Sie verbindlich an, ob Sie Ihre Anzeige

zusätzlich in der iPad-Ausgabe verlinken lassen möchten und hinterlegen den entsprechenden Hyperlink.

3.3 Schaltung erzeugen

Im System besteht eine Kampagne aus einer oder mehrerer Schaltungen. Die Schaltung ist eine dauerhaft angelegte Titelliste. Diese ist auch für Ihre eingetragenen Mitarbeiter sichtbar. Sie ist noch keine verbindliche Buchung! Ihre Angaben lassen sich immer noch ändern und Sie können die Titel weiterhin selektieren. **Erst beim letzten Schritt der Schaltungsverwaltung buchen Sie die Titelliste definitiv.** Sie legen eine Schaltung an, indem Sie am Ende der Merkliste auf „Eine Schaltung erzeugen“ klicken. Alle aktivierten Titel werden so in die Schaltung übernommen.

Die Schaltung ist die unverbindliche

Da eine Schaltung Teil einer Kampagne ist, geben Sie hier auch an, ob die Schaltung zu einer bestehenden Kampagne hinzugefügt werden soll, oder ob Sie im selben Schritt eine neue Kampagne anlegen möchten.

3.3.1 Kampagnen anlegen

Wählen Sie, ob Sie eine komplett neue Kampagne anlegen, oder ob Sie einer bereits existierenden Kampagne eine weitere Schaltung hinzufügen möchten.

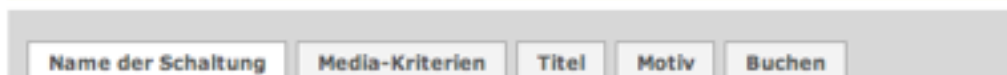
- Schaltung in einer neuen Kampagne erstellen
- Schaltung in einer existierenden Kampagne erstellen:

- **Schaltung in einer neuen Kampagne erstellen:**
Bei einer neuen Kampagne können Sie diese einem neuen Kunden („neue Kundenfirma anlegen“) oder, falls vorhanden, einem bereits hinterlegten Kunden zuordnen. Sie haben dort ein leeres Feld zur Verfügung, worin Sie eine Beschreibung bzw. Notiz hinterlegen können. Unter „Code“ können Sie einen internen Code für Ihre Verwaltung abzulegen.
- **Schaltung in einer existierenden Kampagne erstellen:**
Bei einer bereits existierenden Kampagne steht Ihnen ein Drop-Down-Menü zur Verfügung. Dort können Sie die entsprechende Kampagne auswählen und der neuen Schaltung zuordnen.

3.2.3 Schaltungsverwaltung

Haben Sie eine Schaltung angelegt, gelangen Sie in die „Schaltungsverwaltung“.

Schaltungsverwaltung



- **Name der Schaltung:** hinterlassen Sie hier nebst dem Namen der Schaltung weitere Kommentare bzw. Notizen.
- **Media-Kriterien:** diese haben Sie bereits bei der Merkliste angegeben. Falls notwendig ändern Sie hier die Media-Kriterien. **Beachten Sie, dass sich dies auf Ihre Titelliste auswirken kann.** Setzen Sie das Häkchen bei dem iPad-Symbol, wenn Sie in der Print-Anzeige zusätzlich Hyperlinks für die iPad-Ausgabe buchen möchten.
- **Titel:** hier ist/sind Ihr/e zu buchender/n Titel detailliert zusammengefasst.



- **Motiv:** hier hinterlegen Sie das Motiv Ihrer Kampagne. Um ein neues Motiv zu hinterlegen, wählen Sie im Drop-Down-Menü „Erstellen...“. Das Motiv ist der Platzhalter für alle Anzeigenvorlagen, die für eine Buchung der jeweiligen Titel notwendig ist. Das System errechnet dann automatisch die passenden Formatgrößen für die zu buchenden Titel. Da unterschiedliche Titel auch unterschiedliche Formate haben können, errechnet das System alle nötigen Druckunterlagen, genannt Assets, die es den Titeln entsprechend zuordnet - ganz automatisch. Außerdem können Sie schon einmal verwendete Motive einer neuen Schaltung zuordnen. Auch diese sind, falls vorhanden, im Drop-Down-Menü zu sehen und werden mit einem Klick der Schaltung zugeordnet. Die benötigten Anzeigenvorlagen können Sie in einem späteren Schritt hochladen. Das System weist Sie auch per Mail und in Ihren Aufgaben darauf hin, ob noch Assets fehlen.

Sie können verschiedenen Titeln innerhalb einer Schaltung auch verschiedene Anzeigenmotive zuordnen. Dies ist das Besondere an der adbrixx-Motiv-Verwaltung und vor allem bei regionalen Kampagnen von Vorteil.

V *Verschiedene
Motive für
verschiedene*

- **Buchen:** hier erhalten Sie einen Überblick über die gesamte Schaltung. Alle Informationen zur Kampagne und zu den Titeln sind auf einen Blick sichtbar. Wählen Sie „Aufträge erstellen“ um die angegebenen Titel verbindlich zu buchen. Sie erhalten als Buchungsbestätigung eine E-Mail mit einem entsprechenden PDF-Dokument. Außerdem erscheint die Kampagne nun in Ihren Aufträgen. Dieser Bereich wird Ihnen unter 4.1 genauer beschrieben. Zu erledigende Aufgaben werden zusätzlich sofort ersichtlich.

V *Hier buchen
Sie
verbindlich*



Sie können auch bereits einen Auftrag erstellen, wenn Sie noch nicht über alle Druckunterlagen, sogenannte Assets, verfügen. Das hochgeladene Motiv der Kampagne fungiert hier als Platzhalter. Das System erkennt, falls ein oder mehrere passende Assets fehlen und Sie erhalten die Aufgabe „Assets bereitstellen“. Folgen Sie dieser Aufgabe zur Liste „fehlende Anzeigenvorlagen“ und laden Sie die Dateien entsprechend hoch.

Falls Sie noch nicht buchen möchten, können Sie nun, ohne „Aufträge erstellen“ anzuwählen, zu jeder anderen Seite wechseln. Die gespeicherte Titelliste kann jederzeit bearbeitet werden. Sie können daraus auch eine neue Schaltung erstellen. Gehen Sie hierfür zurück in den BRIXX-SHOP und scrollen Sie an das Seitenende. Unter „Eigene Titellisten“ finden Sie alle Schaltungen, die unter Ihrem Firmen-Account angelegt werden. Auch die Schaltungen Ihrer Mitarbeiter sind hier für Sie sichtbar. Dies ermöglicht, dass ein Kollege die von Ihnen gespeicherte Titelliste von seinem Account aus bearbeiten kann.

4. Kampagnen



Unter „Kampagnen“ finden Sie eine Übersicht all Ihrer bereits angelegten Kampagnen. Wenn Sie eine davon auswählen, finden Sie die darin enthaltenen Schaltungen. Sie können diese einsehen, jedoch nicht mehr verändern. Hier können Sie natürlich auch weitere Kampagnen hinzufügen. Aus der Merkliste heraus können Sie dann neue Schaltungen diesen Kampagnen zuordnen.

4.1 Aufträge

Klicken Sie im Menü auf die Schaltfläche „Aufträge“. Jeder gebuchte Titel besitzt eine eigene Auftragsnummer. Diese wird hier aufgeführt sowie deren aktueller Auftragsstatus (etwa „Auftrag läuft“ oder auch „Storno“). Im Suchfeld können Sie auch nach bestimmten Aufträgen suchen. Beachten Sie auch hier die Aktivierung von „aktiv“ oder „beendet“. Das System listet dann nur entweder noch laufende oder bereits abgeschlossene Aufträge.

4.2 Motive

Bei „Motive“ finden Sie eine Liste aller Motive und Druckunterlagen, die Sie hinterlegt haben. Sie werden mit der dazugehörigen Kampagne aufgezeigt. Bei einer hohen Anzahl Motive ist es einfacher, über das Suchfeld ein bestimmtes Motiv zu finden. Des Weiteren haben Sie hier die Möglichkeit, neue Motive hinzuzufügen.

In der Motivliste befinden sich ebenso fehlende Druckunterlagen: sogenannte „Assets“. Mit einem Klick auf das Stift-Symbol können Sie hier die entsprechende Datei hinzufügen.

4.3 Planungsübersicht

In der „Planungsübersicht“ finden Sie einen Kalender mit allen Kampagnen und den dazu gehörigen Schaltungen. Dabei sind die wichtigsten Daten zu diesen Schaltungen bunt markiert: zum Beispiel werden Anzeigenschlüsse der Titel markiert, sodass Sie immer im Blick haben, wann Sie die jeweiligen Druckdaten anliefern müssen. Unterhalb der Grafik erscheint die Auflistung vergangener Schaltungen. Dies soll Ihnen den Überblick über aktuelle und bereits abgelaufene Buchungen gewährleisten.

Alle wichtigen Termine auf einen Blick!


5. Aufgaben



ad brixx ist ein System, das zur täglichen Arbeitsroutine gehören sollte. Entsprechend wichtig sind anfallende Aufgaben, die sich bei der Abwicklung einer Werbekampagne ergeben. Behalten Sie deshalb den Überblick über Ihre Aufgaben! Im Register „Aufgaben“ befindet sich eine Liste mit neuen, bereits abgeschlossenen, sowie abgelehnten Anfragen. Bearbeiten Sie einzelne Aufgaben, indem Sie auf „Übernehmen“ klicken. Das heisst, das Sie derjenige aus Ihrem Team sind, der sich der Erledigung dieser Aufgabe annimmt.

5.1 Asset bereitstellen

Für Advertiser lautet die häufigste Aufgabe „Asset bereitstellen“. Dann müssen Sie Druckunterlagen für mindestens einen Titel hinterlegen. Das bedeutet, dass Sie einen Titel bereits gebucht haben, die Druckunterlagen jedoch noch nicht zur Verfügung standen, bzw. Sie diese noch nicht bereit gestellt haben.

Um eine Anzeigenvorlage nachträglich hoch zu laden, wechseln Sie in den „Motivmanager“. Gehen Sie hierfür zurück zu „Kampagnen“. Am rechten Zeilenende einer Kampagne finden Sie ein Foto-Symbol:  dieses Symbol bedeutet „in den Motiv-Manager wechseln“. Sie können dort nun fehlende Druckunterlagen und neue Motive hinzufügen.

6. Agenturdaten



6.1 Stammdaten

Die Stammdaten umfassen alle allgemeinen Informationen zum Auftraggeber. Setzen Sie bei „aktiv“ ein Häkchen. Damit sind Sie in der Lage, Aufträge zu erstellen.

aktiv

Die Angaben sind wichtig für Aufgaben, die über das System vermittelt werden. Außerdem dienen sie der Kontaktaufnahme zwischen Verlag und Agentur. Nicht zuletzt erhalten Sie über die Bankverbindung Ihre Vergütung. Die Angaben sollten deshalb immer auf dem aktuellsten Stand sein.

6.2 Mitarbeiter

Jedes Unternehmen kann mehrere Benutzer anlegen und diese gemäß ihren Rollen mit verschiedenen Rechten ausstatten. Unter dem Punkt „Mitarbeiter“ wird der entsprechende Bereich aufgerufen. Um einen neuen Benutzer anzulegen, drücken Sie den Button „Mitarbeiter hinzufügen“ oben links.

6.2.1 Kontaktdaten

Das System fordert die Stammdaten des neuen Benutzers (Vorname, Name, Telefonnummer etc.). Diese Informationen dienen nur zur Verifizierung und für ein mögliches Back-up. Wichtig ist hier vor allem die Aktualität der E-Mail-Adresse. Sie ist Voraussetzung für den Workflow zwischen Auftraggeber und Verlag.

6.2.2 Zugang zum System

Zunächst benötigt jeder Benutzer einen Benutzernamen und ein Passwort. Aktivieren Sie anschließend den Zugang zum System, um die Systemverwendung zu erlauben. Durch Deaktivierung wird der Benutzer einfach wieder von der Nutzung ausgeschlossen.

Zugang zum System

6.2.3 Security-Gruppen

Verschiedene Nutzer haben verschiedene Rechte: dem Manager stehen bspw. andere Einsichten zu als dem Designer. Die Designer können bspw. keine Aufträge erstellen. Klären Sie also genau ab, wem welche Rechte zugewiesen werden. Teilen Sie den Benutzer der betreffenden Abteilung und somit der/n entsprechenden Security Gruppe/n zu.

Security Gruppen

- Agentur Admins
- Agenturmitarbeiter
- Motivmanager
- Agentur Einkauf
- Designer
- Campaign Manager

6.3 Teams

Darüber hinaus können Sie unterschiedliche Teams erstellen. Dies soll zur besseren Veranschaulichung beitragen. Gehen Sie dafür auf „Team hinzufügen“ und weisen Sie entsprechende Nutzer dem jeweiligen Team zu, das Sie selbst angelegt haben. Fügen Sie zum Beispiel das Team „Grafik“ hinzu und ordnen Sie dort Ihre Designer ein.

Die Benutzerinformationen lassen sich jederzeit nachträglich bearbeiten. Eingetragene Benutzer können über das Suchfeld in der Rubrik „Mitarbeiter“ leicht gefunden werden. Die Personenliste liefert zudem eine Übersicht aller registrierten Benutzer des Accounts.

7. Sicherheit & Datenschutz

Die adbrixx® GmbH setzt technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen ein. Dadurch sollen die uns zur Verfügung gestellten Daten vor Manipulation, Verlust, Zerstörung oder den Zugriff unberechtigter Personen geschützt werden. Unsere Sicherheitsmaßnahmen werden entsprechend der technologischen Entwicklung fortlaufend verbessert. Wenn Sie Fragen hinsichtlich der Verarbeitung Ihrer persönlichen Daten haben, wenden Sie sich bitte an service@adbrixx.com.

Wir gehen mit den uns anvertrauten Kundendaten sorgsam um und versuchen stets, ein hohes Sicherheitsniveau zu halten. Selbstverständlich geben wir Kundendaten keinesfalls an Dritte weiter. In der Regel können Sie die Seiten der adbrixx® GmbH besuchen, ohne dass wir persönliche Daten von Ihnen benötigen. Persönliche Daten, die Sie uns über entsprechende Formulare übermitteln, werden von uns nicht zu kommerziellen Zwecken an nicht autorisierte Personen, Unternehmen und/oder Organisationen weitergeleitet. Dies gilt natürlich auch für Ihre persönlichen Daten, die Sie uns nur auf eine entsprechende Nachfrage hin mitteilen. Es versteht sich von selbst, dass die uns übermittelten Daten unter strikter Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes in seiner jeweils gültigen Fassung genutzt werden. Persönliche Daten werden nur dann erhoben, wenn Sie uns diese von sich aus im Rahmen einer Bestellung angeben.

Alle im Rahmen der Website anfallenden personenbezogenen Daten werden entsprechend den jeweils geltenden Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten nur zum Zwecke der Vertragsabwicklung und zur Wahrung berechtigter eigener Geschäftsinteressen im Hinblick auf die Beratung und Betreuung unserer Kunden und die bedarfsgerechte Produktgestaltung erhoben, verarbeitet und genutzt. Auf Anforderung teilen wir Ihnen schriftlich entsprechend dem geltenden Recht mit, ob und welche persönlichen Daten über Sie bei uns gespeichert sind. Für Links übernehmen wir keine Gewähr.

8. Impressum

adbrixx GmbH
Zenettistraße 2
D-80337 München

Telefon: +49-(0)89-12.99.85-00

Fax: +49-(0)89-12.99.85-11

E-Mail: info@adbrixx.com

Geschäftsführer: Dr. Kai v. Schilling

Gerichtsstand: München

Handelsregister HRB 162204

USt-IdNr. DE 248551534

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 / § 6 MDStV:

Dr. Kai v. Schilling (Anschrift wie oben)

Haftungshinweis:

Wir übernehmen keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit ...

... und hoffen, dass dieses Handbuch Ihre Fragen beantworten konnte. Damit wir das Handbuch kontinuierlich verbessern können, sind uns Anregungen immer sehr willkommen. Bitte richten Sie diese an service@adbrixx.com.

© adbrixx GmbH

Alle Rechte, auch des auszugsweisen Nachdrucks, vorbehalten und bedürfen der vorherigen schriftlichen Genehmigung.

