

**Statuten des Fachverband Ambient Media e.V.**

**Satzung**

**Gültig ab dem 01.01.2010**

Anhang zur Satzung :

- Beitragsordnung
- Definition „Ambient Media“

Stand der FAM-STATUEN: Änderung 2009

## **SATZUNG**

### **§ 1 Name und Sitz**

- (1) Der Verband führt den Namen  
**Fachverband Ambient Media e.V.**
- (2) Er hat seinen Sitz in Hamburg.

### **§ 2 Verbandszweck und Mitgliedschaft**

- (1) Der Verband ist eine freiwillige Vereinigung von Unternehmen, die Ambient Media überwiegend in distributiven oder fest installierten Werbeformaten betreiben. Ambient Media sind nicht klassische Medienformate, die im Out-of-Home-Bereich der Zielgruppe planbar konsumiert werden.
- (2) Ziel ist es, Ambient Media als innovatives, wettbewerbsfähiges und intermedial vergleichbares Basismedium zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Stärkung der Marktposition von Ambient Media im intermedialen Wettbewerb, u.a. durch wissenschaftliche Markt- und Meinungsforschung auf dem Gebiet des Werbewesens sowie Durchführung von eigenen und zur Unterstützung von anderen geeigneten PR- und Marketing-Aktionen. Eine nachvollziehbare Evaluierung der verschiedenen Medienträger wird angestrebt.
- (3) Der Verband bezweckt weder einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb noch politische Ziele.
- (4) Der Verband strebt eine enge Kooperation mit dem FAW e.V. an.
- (5) Der Verband setzt sich aus ordentlichen Mitgliedern zusammen. Ferner gehören ihm als außerordentliche Mitglieder die fördernden Mitglieder (§10 ABS. 1) an.

### **§ 3 Ordentliche Mitglieder**

- (1) Ordentliche Mitglieder können nur Unternehmen werden,
  - a) die Ambient Media betreiben, oder
  - b) die mit der Evaluierung und Analyse von Ambient Media Formaten befasst sind und Kompetenz hierzu durch entsprechende Referenzprodukte dokumentieren, oder
  - c) als Mediaagenturen oder Spezialmittler auf dem Gebiet Ambient Media tätig sind,
  - d) und deren Inhaber oder gesetzliche Vertreter eine wenigstens 1-jährige Tätigkeit in diesem Gewerbe durch Handelsregisterauszug nachweisen,
  - e) und ihren Sitz in Deutschland haben.

- (2) Will ein Unternehmen dem Verband beitreten (Bewerber), so hat es einen schriftlichen Aufnahmeantrag einzureichen, über den der Vorstand entscheidet. Wird der Antrag abgelehnt und beschwert sich der Bewerber, so hat der Vorstand die endgültige Entscheidung durch die nächste Mitgliederversammlung herbeizuführen. Der Vorstand wird beraten vom Vorsitzenden des Arbeitskreises Qualität.
- (3)
- a) Sofern ein Unternehmen oder dessen Gesellschafter unmittelbar oder mittelbar noch an anderen Unternehmen im gleichen Geschäftszweig beteiligt sind, können sie nur Mitglied sein, wenn gleichzeitig auch die anderen Beteiligungsunternehmen Mitglied werden. Als Beteiligungsunternehmen gelten Unternehmen, die den Bewerber wirtschaftlich oder rechtlich beherrschen oder von ihm abhängig im Sinne der einschlägigen Rechtsvorschriften für die Handelsgesellschaften sind.
  - b) Sofern ein Unternehmen oder dessen Gesellschafter mit einem ausländischen Gesellschafter ein gesellschaftsrechtliches Verhältnis unterhält oder eingeht, dann steht dies einer Mitgliedschaft im FAM nicht entgegen, auch wenn der ausländische Geschäftspartner kein FAM-Mitglied ist.
- (4) Die Mitgliedschaft erlischt
- a) durch Austritt, der durch eingeschriebenen Brief spätestens vier Wochen nach der ordentlichen Mitgliederversammlung zum Ende des Kalenderjahres zu erklären ist.
  - b) Durch Ausschließung auf Beschluss des Vorstandes wegen grober Verletzung der Satzung oder wegen grober Verstöße gegen das Ansehen und die Interessen des Verbandes oder wegen Nichterfüllung finanzieller Verpflichtungen gegenüber dem Verband trotz wiederholter Mahnung und Fristsetzung mittels eingeschriebenen Briefes. Gegen den Ausschluss, der durch eingeschriebenen Brief mitzuteilen ist, kann Einspruch bei der Mitgliederversammlung eingelegt werden, die hierüber entscheidet.
  - c) die Mitgliedschaft erlischt bei Insolvenz
  - d) Jeder Anbieter gemäß § 3.1.a von Werbemedien, welcher sich nicht prüfen lässt bzw. auch die Nachprüfung nicht besteht, wird vom Verband ausgeschlossen.
- (5) Die Beendigung der Mitgliedschaft befreit das Mitglied nicht von seinen rückständigen und laufenden finanziellen Verpflichtungen und begründet keinen Anspruch auf das Verbandsvermögen.
- (6) Mit schriftlichem Kündigungseingang erlischt die Verpflichtung des Mitgliedes, den Beschlüssen des Verbandes zu folgen. Die finanziellen Verpflichtungen bleiben davon unberührt.

#### § 4 Rechte und Pflichten der Ordentlichen Mitglieder

- (1) Alle Mitglieder haben das Recht, vom Verband Auskünfte, Rat und Hilfe in allen Angelegenheiten zu verlangen, die das Gewerbe betreffen. Jedes Mitglied kann Anträge an die Mitgliederversammlung stellen. Seine Inhaber oder Mitarbeiter können in den Vorstand gewählt werden. Die Mitglieder sind berechtigt, auf den allgemeinen Geschäftsunterlagen sowie im Rahmen ihres digitalen Unternehmensauftrittes das Zeichen des Fachverbandes wiederzugeben.
- (2) Die Mitglieder sind verpflichtet
  - a) die Bestimmungen der Satzung und die Beschlüsse der Mitgliederversammlung, insbesondere die Leitsätze für Ambient Media Unternehmen, die der Arbeitskreis Qualität erarbeitet und der Vorstand einstimmig beschließen muss zu befolgen und darüber hinaus die gemeinsamen Interessen zu fördern,
  - b) die Mitgliedsbeiträge zu bezahlen, die nach der Beitragsordnung erforderlichen Auskünfte zu erteilen und ihre finanziellen Verpflichtungen gegenüber dem Verband zu erfüllen. Diese Leistungen sind für jedes Geschäftsjahr in voller Höhe zu erbringen, auch wenn die Mitgliedschaft vor Ablauf des Geschäftsjahres endet.
- (3) Die Tätigkeit der Mitglieder in Ausübung eines Mandates oder Amtes ist ehrenamtlich.
- (4) Jedes ordentliche Mitglied nach § 3.1.a (Anbieter von Werbemedien) verpflichtet sich zur jährlichen Teilnahme an der Qualitätssiegelprüfung.  
Die Prüfung zum Erhalt des Qualitätssiegels ist von jedem neuen Mitglied nach § 3.1.a innerhalb eines Jahres nach Eintritt in den FAM durchzuführen.  
Wer die Prüfung nicht besteht, hat die Pflicht zur Nachprüfung innerhalb von 6 Monaten.
- (5) Jedes ordentliche Mitglied nach § 3.1.a (Anbieter von Werbemedien) ist verpflichtet, mit einem Marktforschungsinstitut, welches konkret durch Beschluss der Mitgliederversammlung bestimmt wird, eine Verpflichtung dahingehend abzuschließen, dass das Mitglied die notwendigen und geforderten Daten regelmäßig an das Marktforschungsinstitut übermittelt.

Bei Unklarheiten kann das Mitglied einen seitens des Verbandes gestellten Berater zur Hilfe nehmen.

Das Mitglied ist verpflichtet, auf Nachfrage des Vorstandes die geforderten Informationen nachzuweisen. Das Mitglied ist hierbei nicht verpflichtet, die Informationen selbst offen zu legen.

## § 5 Organe

Organe des Verbandes sind

- a) der Vorstand und
- b) die Mitgliederversammlung.

## § 6 Vorstand

- (1) Der Vorstand besteht aus fünf Personen: Dem Vorsitzenden, drei ordentlichen Vorständen und dem Schatzmeister.

Der Vorstand wird auf die Dauer von zwei Vereinsjahren gewählt. Wiederwahl ist möglich.

Die Vorstandswahl erfolgt in fünf Wahlgängen.

**Im 1. Wahlgang** wird der Schatzmeister gewählt.

Jedes Vorstandsmitglied verpflichtet sich, die Verantwortung für mindestens einen Arbeitskreis zu übernehmen (§9 Abs. 1):

**Im 2. Wahlgang** wird das Vorstandsmitglied mit Verantwortung für PR und Kommunikation gewählt.

**Im 3. Wahlgang** wird das Vorstandsmitglied mit Verantwortung für Marktforschung gewählt.

**Im 4. Wahlgang** wird das Vorstandsmitglied mit Verantwortung für Qualitätsstandard gewählt.

**Im 5. Wahlgang** wird das Vorstandsmitglied mit Verantwortung für AMA gewählt.

**Im 6. Wahlgang** wird der Vorstandsvorsitzende aus dem Kreis der gewählten Vorstände durch die Mitgliederversammlung gewählt.

Jeder Wahlgang ist unmittelbar vor Durchführung des jeweils nächsten Wahlganges auszuwerten. Die Stellvertreter für das Amt des Vorstandsvorsitzenden werden in der konstituierenden Sitzung des neu gewählten Vorstandes durch diesen bestimmt.

Sollte im 6. Wahlgang (Wahl des Vorstandsvorsitzenden) ein Kandidat nicht die absolute Mehrheit der abgegebenen Stimmen erhalten, so findet ein weiterer Durchgang statt, bei dem sich nur noch zwei Bewerber mit der höchsten Stimmenzahl zur Wahl stellen können. Für diesen Durchgang reicht die einfache Mehrheit. Für alle Wahlgänge gilt bei Stimmengleichheit von mehr Kandidaten, als Ämter zu besetzen sind, dass zwischen den Kandidaten mit gleicher Stimmenzahl eine Stichwahl stattfindet. Führt diese nicht zu einer Entscheidung, entscheidet das Los.

Wechselt ein Vorstandsmitglied den Arbeitgeber oder beendet es seine berufliche Tätigkeit im Bereich Ambient Media, so endet auch seine Berufung.

Endet das Amt eines Vorstandsmitgliedes vor Ablauf der Wahlperiode, dann findet eine Ersatzwahl für die verbleibenden Amtsperiode in der darauf folgenden Mitgliederversammlung statt.

- (2) Die Amtszeit endet mit der Wahl eines neuen Vorstandes.
- (3) Der Vorstandsvorsitzende vertritt den Verband in allen gerichtlichen und außergerichtlichen Angelegenheiten. Urkunden über Rechtsgeschäfte, die den Verband vermögensrechtlich verpflichten und im Haushaltsplan nicht vorgesehen sind, müssen vom Vorstandsvorsitzenden und vom Schatzmeister unterzeichnet sein.
- (4) Die laufenden Geschäfte des Vorstandes werden vom Vorstandsvorsitzenden geführt, der sich hierbei der Geschäftsstelle bedienen kann.

Er beruft die Mitgliederversammlungen und alle Vorstandssitzungen ein und hat für die Ausführung der Beschlüsse zu sorgen. Im Verhinderungsfalle obliegen diese Aufgaben den Stellvertretern.

- (5) Jede ordnungsgemäß einberufene Vorstandssitzung ist in Anwesenheit wenigstens der Hälfte der Vorstandsmitglieder beschlussfähig; es ist eine Frist von zwei Wochen einzuhalten. Auf Verlangen von mindestens zwei Vorstandsmitgliedern ist eine Vorstandssitzung einzuberufen.
- (6) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit einfacher Stimmenmehrheit. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden. Schriftliche Abstimmungen sind zulässig, sofern 2/3 der Mitglieder einverstanden sind.

## § 7 Mitgliederversammlung

- (1) Eine **o r d e n t l i c h e** Mitgliederversammlung muss mindestens einmal jährlich abgehalten werden.
- (2) Eine **a u ß e r o r d e n t l i c h e** Mitgliederversammlung ist vom Vorstandsvorsitzenden oder im Verhinderungsfalle von einem seiner Stellvertreter einzuberufen, wenn ein entsprechender Vorstandsbeschluss vorliegt oder mindestens 1/4 der ordentlichen Mitglieder dies verlangen; die Bestimmung des § 14 bleibt ungerührt.
- (3) Die Einladung zu einer Mitgliederversammlung muss zusammen mit der Tagesordnung jedem Mitglied mindestens vier Wochen vor dem Termin schriftlich zugesandt werden.
- (4) Weitere Anträge zur Ergänzung der Tagesordnung müssen mindestens zwei Wochen vor dem Versammlungstag bei der Geschäftsstelle eingegangen sein, die sie unverzüglich den Mitgliedern zusendet. Anträge, welche nicht auf der Tagesordnung stehen, können nur behandelt und entschieden werden, wenn die einfache Mehrheit der anwesenden Stimmen sich damit einverstanden erklärt; diese weiteren Anträge können zur Abstimmung gestellt werden, sofern sie keine wesentlichen Änderungen der Tagesordnung und/oder keine Satzungsänderungen zum Inhalt haben.

- (5) Der Mitgliederversammlung obliegt - außer den bereits in der Satzung vorgesehenen Fällen -
- a) die Prüfung und Abnahme der Jahresrechnung.
  - b) die Feststellung des Haushaltsplanes und die Bewilligung von Ausgaben, die im Haushaltsplan nicht vorgesehen sind,
  - c) die Festlegung der finanziellen Leistungen, die die Mitglieder jährlich zu erbringen haben, sowie deren in der Beitragsordnung festgelegte Erhebungsart, soweit nicht Umlagen in die Zuständigkeit der Arbeitskreise fallen,
  - d) die Wahl des Vorstandes, der Rechnungsprüfer, des Schatzmeisters - jeweils für zwei Jahre.
  - e) Die Entlastung des Vorstandes,
  - f) der Erwerb und die Veräußerung von Gesellschaftsanteilen oder Grundstücken sowie deren dingliche Belastung,
  - g) der Abschluss von Verträgen, durch welche dem Verband laufende Verpflichtungen auferlegt werden, mit Ausnahme der Anstellungsverträge für die Angestellten der Geschäftsstelle,
  - h) die Verwendung des Verbandsvermögens,
  - i) jede Änderung der Satzung,
  - j) die Auflösung des Verbandes.
- (6) Eine ordnungsgemäß und fristgerecht einberufene Mitgliederversammlung ist ohne Rücksicht auf die Anzahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig. Voraussetzung für die Ausübung des Stimmrechts ist die nachgewiesene Erfüllung aller finanziellen Verpflichtungen gegenüber dem Verband bis zum Beginn der Mitgliederversammlung.
- (7) Jedes Mitgliedsunternehmen erhält pro volle Euro 500,- Mitgliedsbeitrag eine Stimme.

Sowohl Einzelunternehmen als auch Unternehmensgruppen erhalten höchstens 24,9% der Gesamtstimmen.

Die Stimmrechte für das laufende Jahr werden bis spätestens zum 31.03. aufgrund der Meldungen für das letzte Kalenderjahr errechnet und vom Vorstand bekannt gegeben. Bis zu dieser Feststellung gilt für Abstimmungen die Stimmenzahl aufgrund der jeweiligen letzten bekannten Umsatzberechnung.

Die Bekanntgabe der Stimmen durch den Vorstand erfolgt rechtzeitig vor der ersten ordentlichen Mitgliederversammlung des Jahres unter Nennung der Gesamtstimmenanzahl und der Stimmenzahl, die entweder auf das Einzelunternehmen oder die Unternehmensgruppe entfällt. Gegen die Stimmenfestlegung kann bis zu einer Woche vor der ersten ordentlichen Mitgliederversammlung Einspruch erhoben werden.

- (8) Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, sofern die Satzung nichts anderes bestimmt. Änderungen der Satzung sind nur zu zulässig mit einer Mehrheit von 3/4 der abgegebenen Stimmen, vorausgesetzt, dass die Satzungsänderung auf der Tagesordnung stand.
- (9) Abstimmungen erfolgen grundsätzlich offen. Auf Antrag von 20 der anwesenden Stimmen kann geheim abgestimmt werden. Die Wahl des Vorstandsvorsitzenden und der übrigen Mitglieder des Vorstandes muss in geheimer Abstimmung erfolgen.
- (10) Über die Beschlüsse und den wesentlichen Verlauf der Mitgliederversammlung wird eine Niederschrift angefertigt und vom Vorstandsvorsitzenden sowie vom Protokollführer unterzeichnet. Jedes Mitglied erhält eine Abschrift dieser Niederschrift.

### **§ 8 Schriftliche Abstimmung ohne Versammlung**

Beschlussfassungen ohne Versammlung sind über alle Angelegenheiten möglich, die in den Zuständigkeitsbereich der Mitgliederversammlung fallen, auch Satzungsänderungen. Es gelten die gleichen Mehrheitserfordernisse wie bei Mitgliederversammlungen, wobei ein Quorum jeweils die Gesamtzahl aller zugelassenen Stimmen zum Zeitpunkt der Absendung der Mitteilung zum Abstimmungsverfahren nach § 32 Abs. 2 BGB zählt. Das Erfordernis der Einstimmigkeit entfällt.

Die Beschlussfassung ohne Versammlung kann von einer Mitgliederversammlung beschlossen werden, dies insbesondere auch im Hinblick auf Tagesordnungspunkte, die zwar angemeldet worden sind, aber entweder nicht behandelt oder über die nicht abgestimmt werden konnte oder durfte. Ebenfalls kann der Vorstand eine solche Beschlussfassung von sich aus in Gang setzen. Der Vorstand formuliert in jedem Fall den Beschlussantrag.

Der Vorstand versendet die Benachrichtigung über die Beschlussfrage an alle Mitglieder per Einschreiben, die alle am selben Tag zu versenden sind. Er hat eine Frist festzusetzen, innerhalb derer die Stimmen zurückzusenden sind, die mindestens vier Wochen nach dem Absendetag betragen muss.

Es werden nur Stimmen berücksichtigt, die bis spätestens mit Ablauf dieses Tages, der in der Aufforderung zur Stimmabgabe genannt sein muss, bei der Geschäftsstelle eingegangen sind.

Die Mitglieder sind umgehend nach der Auswertung von dem Ergebnis der Abstimmung zu informieren.

## **§ 9 Arbeitskreise**

- (1) Zur Intensivierung der Verbandsarbeit werden Arbeitskreise gebildet.
- (2) Die verantwortliche Führung der Arbeitskreise obliegt dem Vorstand (§6, Abs. 1).
- (3) Leitet das verantwortliche Vorstandsmitglied den Arbeitskreis nicht selbst, hat es aus dem Arbeitskreis einen Leiter zu bestimmen.
- (4) Jedes Mitglied ist berechtigt, jedem Arbeitskreis anzugehören. Dazu hat es sich einmalig schriftlich bei der Geschäftsstelle anzumelden; externe Fachleute können herangezogen werden.
- (5) Die Stimmrechte innerhalb des Arbeitskreises entsprechen der Anzahl der anwesenden Mitglieder. Der Arbeitskreis ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der im Arbeitskreis verfügbaren Stimmen vorhanden sind. Die Beschlüsse des Arbeitskreises bedürfen der Bestätigung durch den Vorstand.
- (6) Die Arbeitskreise werden unter Mitteilung der zur Beratung anstehenden Angelegenheiten und unter rechtzeitiger Benachrichtigung durch die Geschäftsstelle einberufen. Über die Sitzung wird jeweils ein Protokoll geführt, das den wesentlichen Inhalt des Sitzungsergebnisses wiedergeben muss und für das der Leiter des Ausschusses verantwortlich ist. Das Protokoll kann von jedem Mitglied angefordert werden.
- (7) Der Vorstand und die Leiter der Arbeitskreise haben darüber zu wachen, dass die Arbeit der Ausschüsse effizient und zügig erfolgt.

## **§ 10 Außerordentliche Mitglieder**

- (1) Der Vorstand kann Unternehmen und Einzelpersonen, die - ohne die Voraussetzungen für die Mitgliedschaft gemäß § 3 Abs. 1 zu erfüllen - durch ihre Erfahrung oder Nebentätigkeit im Bereich Ambient Media im Sinne von § 2 verbunden sind, als fördernde Mitglieder in den Fachverband aufnehmen.
- (2) Außerordentliche Mitglieder nehmen wie ordentliche Mitglieder am Verbandsleben teil, haben jedoch kein Stimmrecht.
- (3) Im Übrigen gelten die satzungsgemäßen Bestimmungen über die Mitgliedschaft entsprechend.

## **§ 11 Geschäftsstelle**

Für die Erfüllung der Verbandsaufgaben wird eine Geschäftsstelle eingerichtet. Sie wird von einem Geschäftsführer geleitet, der vom Vorstand bestellt wird und der dem Vorstandsvorsitzenden, seinen Stellvertretern und in Finanzangelegenheiten dem Schatzmeister gegenüber verantwortlich ist. Er nimmt regelmäßig an den Mitgliederversammlungen und den Sitzung des Vorstandes und der Arbeitskreise ohne Stimmrecht teil. Im Einvernehmen mit dem Vorstandsvorsitzenden kann der Geschäftsführer weitere Angestellte verpflichten, sofern das im Haushaltsplan vorgesehen ist.

## **§ 12 Rechnungsprüfer**

- (1) Den Rechnungsprüfern obliegt es, den Jahresabschluss anhand der Kassenbelege und sonstigen Rechnungsunterlagen zu prüfen und hierfür einen Bericht der Mitgliederversammlung zur Genehmigung vorzulegen.
- (2) Jedes Mitglied erhält spätestens 14 Tage vor der Mitgliederversammlung die Jahresrechnung und den Prüfungsbericht.
- (3) Den Rechnungsprüfern obliegt ferner die Prüfung der erfolgten Beitragszahlung für die Voraussetzung der Ausübung des Stimmrechts.

## **§ 13 Auflösung**

Über die Auflösung des Verbands hat auf Antrag von mindestens einem Drittel der existierenden Stimmen eine Mitgliederversammlung zu entscheiden. Für die Auflösung ist eine 3/4-Mehrheit der anwesenden Stimmen erforderlich. Die gleiche Mitgliederversammlung entscheidet auch über die Verteilung des Verbandsvermögens.

## **§ 14 Schlussbestimmungen**

- (1) Ergänzend gelten die Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches.
- (2) Gerichtsstand ist der Sitz des Verbandes.

## Anhang zur Satzung

### des Fachverband Ambient Media e.V.

#### Definition „AMBIENT MEDIA“

1. **„Ambient“** - Der Begriff „Ambiente“ beschreibt „die spezifische Umwelt und das Milieu, in dem jemand lebt, bzw. die besondere Atmosphäre, die eine Persönlichkeit umgibt oder einem Raum sein besonderes Gepräge verleiht.“ Die Ausrichtung von Ambient Media spiegelt das lebensweltliche Umfeld der Zielgruppe wider. Nachdem die Zielgruppe zunehmend schwerer über die Standardkanäle Print, TV, Radio und Plakat zu erreichen war, findet Ambient Media im direkten Lebensbereichen der Zielgruppe statt. Der direkte Lebensbereich umfaßt dabei die U-Bahn genauso wie den Supermarkt oder die Kneipe. Beispiele aus der Anwendung sind Floor Graphics, Indoor-Plakate, Gratispostkarten, Toilettenwerbung, etc.
2. **„Out-of-Home“** - Mit der Zuordnung von Ambient Media in dem Out-of-Home Bereich wird eine Abgrenzung zu Kommunikationsformen wie Direktmailings, Telefonverkauf, Haustürgeschäften und New Media gefunden. Das Vordringen in die Intimsphäre der Zielgruppe entwickelt technisch grundsätzlich andere Ausprägungen, als die Plazierung nahezu klassischer Medien im lebensweltlichen, aber gleichwohl öffentlichen Kommunikationsbereich (Kneipe, U-Bahn, etc.).
3. **„Planbar“** - Ambient Media ergänzt klassische Medien in integrierten Kommunikationsmodellen. Ansätze zur Bewertung und Planbarkeit fallen damit anders aus als im klassischen Bereich. Grundsätzlich ist aber auch Ambient Media planbar. Kategorien wie der Tausender Kontakt Preis (TKP) wird als das Maß aller Dinge auf Massenmedien zugeschnitten. Wichtig für die Definition ist zunächst, dass Ambient Media geplant werden kann und ein vergleichsweise homogene Zielgruppe das Medium konsumiert.

Quelle: w&p marketing,1999

(Stand der FAM-STATUEN: November 2009)