

Glossar Radio

Netto-Reichweite %

... ist die Anzahl der Personen, die durch Radio mindestens einmal erreicht werden.

Netto-Reichweite in Mio. X 100

Zielgruppenpotential in Mio.

Durchschnittskontakte

... geben die Kontakthäufigkeit an, wie oft eine Zielgruppenperson bei Mehrfachbelegung im Durchschnitt erreicht wurde.

Brutto-Reichweite

Netto-Reichweite

GRP

Der Gross Rating Point dient als Kriterium für die Bewertung des Werbedrucks einer Kampagne

Netto-Reichweite in % x Durchschnittskontakte

Glossar Radio

Tausend-Kontakt-Preis (TKP)

.... definiert die Kosten um 1.000 Kontakte in der Zielgruppe zu erzielen.

$$\frac{\text{Kosten der Kampagne (in €) x 1.000}}{\text{Bruttoreichweite (Anzahl Kontakte)}}$$

Kontakt

.... ist die Häufigkeit der erzielten Kontakte der Zielgruppenpersonen mit dem Medium (Werbeträgerkontakt) oder einer Anzeige/Spot (Werbemittelkontakt). Alle Kontakte aller Zielgruppenpersonen werden addiert.

$$\text{Kontakte} = \text{Bruttoreichweite}$$

Affinität

.... ist der Anteil einer Zielgruppe an der Nutzerschaft eines Mediums im Verhältnis zum Anteil dieser Zielgruppe an der Gesamtbevölkerung. Die Affinität wird als Index dargestellt. Index 150 bedeutet, dass der Anteil der Zielgruppe in dem betreffenden Medium um 50 % höher liegt als in der Gesamtbevölkerung.

$$\frac{\text{Reichweite in \% in der Zielgruppe x 100}}{\text{Reichweite in \% in der Gesamtbevölkerung}}$$

Glossar Online

Page Impression

(PI, früher auch Page-Views, dt. Seitenaufruf) bezeichnet den Abruf einer Einzelseite innerhalb einer Website.

Visit

Ein Visit bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang eines Internet-Angebots und definiert damit den Werbeträgerkontakt. Als Visit zählt ein technisch erfolgreicher Seitenzugriff auf ein aktuelles Angebot. Im Gegensatz zu Page Views wird nicht der Zugriff auf eine einzelne Web-Seite, sondern der Besuch einer Web-Site gemessen.

Unique User

Mit Unique User wird eine Messgröße für die Nutzung einer Web-Seite bezeichnet, die angibt, wie viele eindeutige Nutzer ein Webangebot in einer bestimmten Zeit hatte. Ruft ein Nutzer hintereinander mehrere Seiten eines Angebotes auf, so zählt dies als ein Unique User (=einmaliger Benutzer). Erst ein erneuter Seitenabruf nach Ablauf einer bestimmten Zeitspanne zählt dann als erneuter Unique User.

Glossar Online

AdClick/Werbeweiterleitung

Einheit zur Messung der Anzahl der Mausklicks auf ein (Werbe)banner im Internet.

Rotation

Die Werbemittel werden über alle Belegungseinheiten des Online-Angebots ausgeliefert.

IP-Targeting

Internet Protokoll (IP)-Adressen lassen sich regional zuordnen; vergleichbar mit Telefonvorwahlnummern. Anhand dieser Information wird das Werbemittel gezielt nach Bundesland, Nielsegebiet oder Ballungsraum ausgeliefert.