



## Anleitung «Digital GRP» Rechner

Diese Anleitung erläutert die Handhabung des „Digital GRP“ Rechners von adwebster und gibt Tipps für die Einstellungen sowie Hilfestellungen zum Buchungsprozess.

### 1 | Pflichtangaben

Um Reichweiten (GRPs) oder Budget-Werte zu erhalten, müssen zuerst folgende grundlegende Basiswerte definiert werden. Füllen Sie dazu die vorgegebenen Felder aus:

Berechnung	<b>A</b>	Budget berechnen <input type="button" value="v"/>	OTS (Capping)	<b>E</b>	<input type="text" value=""/>									
Zielgruppe	<b>B</b>	3+ <input type="button" value="v"/>	Split region (Als, %)	<b>F</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CH-DE</th> <th>CH-FR</th> <th>CH-IT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>75</td> <td>20</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">OK - 100%</td> </tr> </tbody> </table>	CH-DE	CH-FR	CH-IT	75	20	5	OK - 100%		
CH-DE	CH-FR	CH-IT												
75	20	5												
OK - 100%														
Total GRP	<b>C</b>	<input type="text" value=""/>	Korrekturfaktor	<b>G</b>	20 <input type="button" value="v"/>									
Wochen	<b>D</b>	<input type="text" value=""/>												

- A** **Berechnung:** Hier stehen zwei Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung, Je nachdem ob bei der Planung einer Kampagne ein bestimmter GRP-Wert bekannt ist oder dann eine bestimmte Budget-Grösse. Wählen Sie im Dropdown, ob Sie das Budget oder den GRP berechnen wollen.
- B** **Zielgruppe:** Sämtliche Hauptzielgruppen (aus dem TV-Bereich) stehen für die Berechnung eines „DigitalGRP`s“ zur Verfügung. Wählen Sie eine gewünschte Zielgruppe aus.
- C** **Total GRP:** Haben Sie bei Berechnung „GRP“ ausgewählt, kann an dieser Stelle der gewünschte (zu erzielende) GRP-Wert eingegeben werden. Haben Sie bei Berechnung „Budget“ ausgewählt, kann an dieser Stelle der geplante Budget-Betrag eingegeben werden.
- D** **Wochen:** Geben Sie hier eine bestimmte Anzahl Wochen ein. Anzahl Wochen steht für die Laufzeit einer Kampagne.
- E** **OTS (Capping):** Mit „OTS – Opportunity to see“ wird die Kontakthäufigkeit definiert. Bei einem OTS von 7 wird die Werbebotschaft (Video oder Banner) über die unter D definierte Anzahl Wochen (Beispiel: 4 Wochen) jedem Nutzer/User 7 Mal angezeigt.
- F** **Split Region:** Mittels „Split Region“ wird das Universum für die entsprechende Berechnung definiert. Adwebster verfügt über grosse Netzwerke sowohl in der Deutschschweiz (CH-de), wie auch in der italienischsprachigen Schweiz (CH-it) und der Romandie (CH-fr).
- G** **Korrekturfaktor:** Mittels dem Korrekturfaktor werden potentielle Streuverluste miteinbezogen in die Berechnung von digitalen Reichweiten. Bei generischen (breiten) Zielgruppen sollte dieser Korrekturfaktor klein, resp. 0 sein. Bei eingeschränkteren Zielgruppen (z.B. Frauen 15-49) steht dieser Korrekturfaktor in der Regel bei ca. 15%-20%.



Klicken Sie auf den Pfeil um die Berechnung zu starten.



## 2 | Resultate

Im mittleren Teil des Digital GRP-Rechners werden die Berechnungsergebnisse angezeigt.

Brutto Ad Impressions (AIs)	<b>A</b>			
Netto Ad Impressions (AIs)				
Unique Users (UUs)	<b>B</b>			
Netto-Reichweite	<b>C</b>			
GRP pro Woche	<b>D</b>			
Cost per Point (CPP) CHF	<b>E</b>			
CPM Zielgruppe CHF	<b>F</b>			
Regionen-Split				
		CH-DE	CH-FR	CH-IT
Ad Impressions (AIs)	<b>G</b>			
CPM CHF	<b>H</b>			
Cost per Point (CPP) CHF	<b>I</b>			
Budget CHF	<b>J</b>			
CPM Total CHF	<b>K</b>			
<b>Kosten N/N Total (CHF)</b>				<b>L</b>

- A Ad Impressions:** An dieser Stelle werden die Brutto- sowie Nettowerbeeindrungen angezeigt. Diese korrespondieren mit dem eingegebenen Zielgruppen-Korrekturfaktor unter G.
- B Unique Users (UUs):** Die Anzahl an Unique Users, die mit der Kampagne erreicht werden.
- C Netto-Reichweite:** Die Netto-Reichweite in Prozent, die mit der Kampagne generiert wird.
- D GRP pro Woche:** Der GRP pro Woche, der über die Laufzeit der Kampagne generiert wird.



- E** **Cost per Point (CPP) CHF:** Der Cost per Point, der über die Sprachversionen zusammengefasst resultiert.
- F** **CPM Zielgruppe CHF:** Der CPM für die Zielgruppe, unter Berücksichtigung des Korrekturfaktors.
- G** **Ad Impressions:** Die Anzahl Werbeeinblendungen, die pro Region generiert werden.
- H** **CPM CHF:** Der effektive CPM (TKP) pro Sprachregion.
- I** **Cost per Point (CPP) CHF:** Der Cost per Point pro Sprachregion.
- J** **Budget CHF:** Das benötigte Budget pro Sprachregion.
- K** **CPM Total CHF:** Der effektive CPM der Kampagne, unter Berücksichtigung des Korrekturfaktors.
- L** **Kosten N/N Total (CHF):** Wenn Sie das Budget berechnet haben, erscheinen hier die Kosten der Kampagne als Netto/Netto Betrag.  
**GRP:** Wenn Sie den GRP berechnet haben, erscheint hier der GRP für das eingeplante Budget.

## Kontakt

**adwebster AG**  
Geroldstrasse 31  
8005 Zürich  
Switzerland

info@adwebster.com  
Tel +41 44 500 13 80