

OMD

adwatch

		Kunde: X Kampagne Y																							
		AdImpressions											Budget					Unique Clients							
		AdImpressions delivered		AdImpressions viewed		Visibility Rate	AdImpressions Visibility		Gesamtdauer der AdImpressions delivered	Kosten			Kennzahlen		Unique Clients mit AdImpressions delivered	Unique Clients mit AdImpressions viewed	Ad Exposure Rate	Ad Exposure pro Unique Client							
Dauer pro AdImpression delivered	Dauer pro AdImpression viewed						TKP	Total		Effektiver TKP	TMP	Erwartete Kontakt-frequenz	Effektive Kontakt-frequenz	Dauer der Ad Exposure											
	Werbeträger, Platzierung, Format	Total	%	Total	%	%	sec	sec	min	%	€	€	%	€	€		%	Total	%	%				sec	
Publisher 1	a, ROS, Medium Rectangle	112.861	4,1%	71.326	3,4%	63,2%	3,0	4,8	5.720	0,5%	24,40 €	2.753,81 €	6,3%	38,61 €	481,42 €	50.397	6,6%	39.145	6,3%	77,7%	2,2	1,8	8,8		
	b, ROS, Medium Rectangle	30.422	1,1%	20.671	1,0%	67,9%	5,4	8,0	2.757	0,3%	32,73 €	995,71 €	2,3%	48,17 €	361,13 €	16.091	2,1%	12.472	2,0%	77,5%	1,9	1,7	13,3		
	Total Publisher 1	143.283	5,1%	91.997	4,4%	64,2%	3,5	5,5	8.477	0,8%	26,17 €	3.749,52 €	8,5%	40,76 €	442,29 €	64.597	8,5%	50.264	8,1%	77,8%	2,2	1,8	10,1		
Publisher 2	a, RON, Medium Rectangle (ZG 30-50)	254.108	9,1%	175.357	8,5%	69,0%	13,0	18,9	55.118	5,2%	11,60 €	2.947,65 €	6,7%	16,81 €	53,48 €	104.082	13,7%	70.491	11,4%	67,7%	2,4	2,5	46,9		
	a, ROS, Sitebar (ZG 30-50)	144.372	5,2%	129.463	6,3%	89,7%	28,0	31,2	67.316	6,3%	19,89 €	2.871,56 €	6,5%	22,18 €	42,66 €	58.415	7,7%	47.647	7,7%	81,6%	2,5	2,7	84,8		
	b, RON, Medium Rectangle (ZG 25-35)	91.886	3,3%	64.172	3,1%	69,8%	11,1	15,9	17.051	1,6%	11,60 €	1.065,88 €	2,4%	16,61 €	62,51 €	49.381	6,5%	34.906	5,6%	70,7%	1,9	1,8	29,3		
	b, ROS, Sitebar (ZG 25-35)	98.219	3,5%	88.080	4,3%	89,7%	23,2	25,9	38.032	3,6%	19,89 €	1.953,58 €	4,4%	22,18 €	51,37 €	39.580	5,2%	33.253	5,4%	84,0%	2,5	2,6	68,6		
	Total Publisher 2	875.151	31,4%	457.072	22,1%	52,2%	18,1	34,6	263.946	24,8%	10,10 €	8.838,67 €	20,1%	19,34 €	33,49 €	178.762	23,5%	122.626	19,7%	68,6%	4,9	3,7	129,1		
Publisher 3	a, Level 2, Medium Rectangle (ZG 30-50)	564.208	20,3%	469.564	22,7%	83,2%	12,1	14,6	114.059	10,7%	6,38 €	3.599,65 €	8,2%	7,67 €	31,56 €	163.277	21,5%	133.192	21,4%	81,6%	3,5	3,5	51,4		
	a, Level 2, Medium Rectangle (ZG 25-35)	233.605	8,4%	188.129	9,1%	80,5%	12,0	14,9	46.731	4,4%	6,38 €	1.490,40 €	3,4%	7,92 €	31,89 €	87.750	11,5%	71.980	11,6%	82,0%	2,7	2,6	39,0		
	Total Publisher 3	797.813	28,6%	657.693	31,8%	82,4%	12,1	14,7	160.791	15,1%	6,38 €	5.090,05 €	11,6%	7,74 €	31,66 €	231.248	30,4%	187.809	30,2%	81,2%	3,5	3,5	51,4		
Publisher 4	a, ROS, Sitebar	115.108	4,1%	111.175	5,4%	96,6%	42,3	43,8	81.242	7,6%	38,68 €	4.452,38 €	10,1%	40,05 €	54,80 €	38.840	5,1%	37.623	6,1%	96,9%	3,0	3,0	129,6		
	Total Publisher 4	115.108	4,1%	111.175	5,4%	96,6%	42,3	43,8	81.242	7,6%	38,68 €	4.452,38 €	10,1%	40,05 €	54,80 €	38.840	5,1%	37.623	6,1%	96,9%	3,0	3,0	129,6		
derstandard	derstandard.at, Articlelebene, Sitebar	398.935	14,3%	364.077	17,6%	91,3%	57,9	63,5	385.244	36,2%	26,78 €	10.683,48 €	24,3%	29,34 €	27,73 €	148.697	19,6%	129.745	20,9%	87,3%	2,7	2,8	178,2		
	Total derstandard.at	398.935	14,3%	364.077	17,6%	91,3%	57,9	63,5	385.244	36,2%	26,78 €	10.683,48 €	24,3%	29,34 €	27,73 €	148.697	19,6%	129.745	20,9%	87,3%	2,7	2,8	178,2		
Publisher 6	a, ROS, Sitebar	266.874	9,6%	215.993	10,4%	80,9%	16,6	20,5	73.677	6,9%	21,25 €	5.671,07 €	12,9%	26,26 €	76,97 €	79.602	10,5%	70.310	11,3%	88,3%	3,4	3,1	62,9		
	Total Publisher 6	266.874	9,6%	215.993	10,4%	80,9%	16,6	20,5	73.677	6,9%	21,25 €	5.671,07 €	12,9%	26,26 €	76,97 €	79.602	10,5%	70.310	11,3%	88,3%	3,4	3,1	62,9		
Publisher 7	a, ROS, Sitebar	188.106	6,8%	169.559	8,2%	90,1%	21,9	24,3	68.801	6,5%	29,16 €	5.485,17 €	12,5%	32,35 €	79,73 €	145.492	19,1%	130.602	21,0%	89,8%	1,3	1,3	31,6		
	Total Publisher 7	188.106	6,8%	169.559	8,2%	90,1%	21,9	24,3	68.801	6,5%	29,16 €	5.485,17 €	12,5%	32,35 €	79,73 €	145.492	19,1%	130.602	21,0%	89,8%	1,3	1,3	31,6		
Total		2.785.270	100,0%	2.067.566	100,0%	74,2%	22,9	30,9	1.065.361	100,0%	15,79 €	43.970,33 €	100,0%	21,27 €	41,27 €	759.908	100,0%	620.945	100,0%	81,7%	3,7	3,3	102,9		

Anzahl der ausgelieferten AdImpressions. Daten gemessen durch adwatch.

Anteil des Werbeträgers an der gesamten Menge der ausgelieferten AdImpressions.

Anzahl der gesehenen Sichtkontakte (wenn auch nur mit 1% Visibility Rate für den Bruchteil einer Sekunde). Daten gemessen durch adwatch.

Anteil des Werbeträgers an der gesamten Menge der ausgelieferten AdImpressions.

Anteil der gesehenen AdImpressions an den ausgelieferten AdImpressions.

Durchschnittliche Dauer, während der das Werbemittel von einem aktiven User (Mausaktivität während der vergangenen 60 Sekunden) gesehen wurde. Fließend mitberücksichtigt wird die Visibilität: wenn das Werbemittel nur zu 50 Prozent sichtbar ist, läuft auch der Counter um die Hälfte langsamer. Inkludiert nicht gesehene AdImpressions (Duration = 0 Sekunden). Daten gemessen durch adwatch. Lesebeispiel: Die Werbemittel waren im Durchschnitt für x Sekunden sichtbar.

Durchschnittliche Dauer, während der das Werbemittel von einem aktiven User (Mausaktivität während der vergangenen 60 Sekunden) gesehen wurde. Fließend mitberücksichtigt wird die Visibilität: wenn das Werbemittel nur zu 50 Prozent sichtbar ist, läuft auch der Counter um die Hälfte langsamer. Exkludiert nicht gesehene AdImpressions (Duration = 0 Sekunden). Lesebeispiel: Wenn das Werbemittel im sichtbaren Bereich angezeigt wurde, dann wurde es im Durchschnitt x Sekunden lang gesehen.

Gesamtdauer der AdImpressions unter Berücksichtigung der Sichtbarkeit (proportionale Verlangsamung des Counters bei nicht vollständiger Sichtbarkeit).

Anteil der Gesamt-kontaktzeit des Werbeträgers an der Gesamt-kontaktzeit der Kampagne.

TKP gemäß Mediaplan.

Kosten für die Gesamtzahl der ausgelieferten AdImpressions.

Anteil des Werbeträgers an den Gesamtkosten der Kampagne.

TKP auf Basis der gesehenen AdImpressions (unter Berücksichtigung der Visibility Rate).

Preis für tausend Minuten Viewtime.

Anzahl der Unique Clients, denen eine AdImpression ausgeliefert wurde. Summen um Überschneidungen bereinigt. Daten gemessen durch adwatch.

Anteil des Werbeträgers an der Gesamtmenge der Unique Clients, denen eine AdImpression ausgeliefert wurde.

Anzahl der Unique Clients, die eine AdImpression gesehen haben. Summen um Überschneidungen bereinigt. Daten gemessen durch adwatch.

Anteil des Werbeträgers an der Gesamtmenge der Unique Clients, die eine AdImpression gesehen haben.

Anteil der Unique Clients pro Werbeträger, denen eine AdImpression nicht nur ausgeliefert wurde, sondern die auch eine AdImpression gesehen haben.

Anzahl der ausgelieferten AdImpressions pro Unique Client, dem zumindest eine AdImpression ausgeliefert wurde.

Anzahl der gesehenen AdImpressions pro Unique Client, der zumindest eine AdImpression gesehen hat.

Durchschnittliche kumulierte Viewtime pro Unique Client, der zumindest eine AdImpression gesehen hat.

Page 1