

# BUZZWORDS EINFACH ERKLÄRT: AD IMPRESSIONS IM “ONE TO MANY” MEDIUM

*Ad Impressions oder Ad Views sind Begriffe die man aus der programmatischen Online Werbung kennt. Doch auch im Digital Out of Home werden sie genutzt. Welche Unterschiede es hier gibt erfahren Sie im Folgenden.*

## AD IMPRESSIONS

Unter Ad Impressions versteht man im klassischen Online Gebrauch die Aufrufe von Werbemitteln auf einem Ad Server. Die Zahl der Aufrufe der einzelnen Werbemittel wird normalerweise auf AdServern protokolliert und macht sie damit zu messbaren Werbemittelkontakten. Da es bei Ad Impressions um die reinen Sichtkontakte mit den Werbebotschaften geht, werden sie mitunter auch Ad Views genannt. Nicht so aber im Digital Out of Home, den hier handelt es sich im Gegensatz zu Online, um ein „One to Many“ Medium....

## WAS IST “ONE TO MANY” ...

An Flughäfen, Einkaufszentren oder an öffentlichen Plätzen richten sich die ausgespielten Werbemittel natürlich nicht nur an einen einzelnen Rezipienten, sondern an alle sich dort aufhaltenden Personen. Damit wird das DOOH Werbemittel zum Massenmedium bzw. zum „One to Many“ Medium. Eine Ad Impression erzeugt also automatisch mehrere Ad Views.

## WIE ERRECHNET MAN AD VIEWS UND TKP?

Der Wert der Werbung wird häufig nach dem Tausend-Kontakt-Preis (TKP) berechnet. Im DOOH Bereich wird die auf dem Server gespeicherte Ad Impression noch mit der durchschnittlichen Anzahl der Betrachter multipliziert. Daraus ergeben sich dann die Ad Views, die zusammen mit dem zuvor festgelegten TKP den Wert der Ausspielung errechnet.

Die Zahl der Ad Views ist ein wichtiger Indikator für die Planung einer DOOH-Kampagne. So kann anhand des gewünschten Werbedrucks und Budgets die Anzahl der Ad Views festgelegt werden.

Außerdem können die Ad Views nach Abschluss einer Kampagne in Verbindung mit weiteren Leistungswerten (in Verbindung mit Mobile, Leads, Sales und Orders) Conversion-Verhältnisse ermitteln lassen. Damit kann die Effizienz der einzelnen Werbemittel und Medienkanäle beurteilt und, falls nötig, optimiert werden.

## WOHIN GEHT ES KÜNFTIG?

Der Trend geht eindeutig in Richtung dynamische Multiplier. Bereits heute überschreiben wir bei unserem Produkt „Adressable Gate TV“ an Airports die statischen Multiplier mit dynamischen Echtzeitdaten, die die aktuelle Situation vor Ort beschreiben.

Fragen zu Ad Impressions im One to Many Medium – gerne  
an: [dooh.programmatic@goldbach.com](mailto:dooh.programmatic@goldbach.com).