

TV-Fachkennzahlen – Formeln zur Berechnung

- **kum. Rating in %** = Nettoreichweite gewichtet mit der Sehdauer in %
 $\text{GRP} : \text{OTS oder Kontaktsumme} : \text{OTS} \times 100 : \text{Universum}$
- **Kontaktsumme** = Bruttoreichweite in Tsd.
 $\text{Universum} \times \text{GRP (in\%)} \text{ oder Rating in \%} \times \text{Universum} : 100 \times \text{OTS}$
- **GRP (Gross Rating Point)** = Werbedruck oder Bruttoreichweite in %
 $\text{Rating in \%} \times \text{OTS oder Kontaktsumme} : \text{Universum} \times 100$
- **Projektion** = Nettoreichweite in Tsd.
 $\text{Universum} \times \text{Rating in \%} \text{ oder Kontaktsumme} : \text{OTS}$
- **OTS (Opportunity to see)** = Durchschnittskontakt (Verhältnis Brutto zu Netto)
 $\text{GRP} : \text{Rating in \%} \text{ oder Kontaktsumme} : \text{Projektion (Universum} \times \text{Rating in \%)}$
- **Affinität** = Verhältnis GRP-Level der Zielgruppe zur Ref. Zielgruppe
 $\text{GRP Zielgruppe} \times 100 : \text{GRP Referenz-Zielgruppe}$
- **Marktanteil** = Anteil der Sehdauer einer Sendung in %
 $\text{Sehdauer einer Sendung} / \text{eines Senders (in Min.) \%} \times 100 : \text{Sehdauer aller Sendungen} / \text{Sender (in Min.)}$
- **TKP (Tausendkontaktpreis)** = Preis pro 1000 Kontakte (Brutto in Tsd.)
 $\text{Preis} : \text{Kontaktsumme} \times 1000$
- **CPP (Cost per Point)** = Preis pro GRP (Brutto in %)
 $\text{Preis} : \text{GRP}$
- **TSP (Tausendseherpreis)** = Preis pro 1000 Seher (Netto in Tsd.)
 $\text{Preis} : \text{Rating in Tsd. (Projektion)} \times 1000 \text{ oder TKP} \times \text{OTS}$