

Reichweite

Stand: 13.10.2022

Die Reichweite ist eine wichtige Kennzahl und ein entscheidender Key Performance Indicator (KPI). Sie gibt an, wie viele Personen durch ein bestimmtes Medium erreicht werden. Anhand der Reichweite lässt sich vor allem der Erfolg einer Kampagne, eines Posts oder eines Internetauftritts messen. Diese Kennzahl ist dabei vor allem für Werbekunden entscheidend. Ist die Reichweite eines Mediums oder einer Plattform bekannt, so lässt sich auch abschätzen, wie viele Rezipienten mit der Werbeanzeige erreicht werden können.

Reichweite als Kennzahl

Bei der Ermittlung der Reichweite gilt es zwischen quantitativer und qualitativer Reichweite zu unterscheiden. Die quantitative Brutto-Reichweite gibt die gesamte Anzahl der Kontakte eines Mediums oder eines Inhalts mit den Rezipienten an. Gemessen wird hierbei lediglich die Anzahl der Kontakte und nicht die tatsächliche Anzahl der erreichten Personen, sodass die Brutto-Reichweite die unpräziseste Messung darstellt. Die quantitative Netto-Reichweite hingegen entspricht der Brutto-Reichweite nach Bereinigung der Doppel- und Mehrfachkontakte.

Die qualitative Brutto- und Netto-Reichweite bezieht die zu erreichende Zielgruppe mit in die Messung ein. Die qualitative Reichweite entspricht dabei einem Teil der quantitativen Reichweite. Wird beispielsweise ein spezifischer Beitrag in einem sozialen Netzwerk verfasst und veröffentlicht, erreicht er eine Vielzahl an Nutzern. Der Beitrag ist allerdings nur für einen Teil dieser Vielzahl an Nutzern relevant. Die qualitative Brutto- und Netto-Reichweite gibt also an, wie viele Kontakte oder Personen innerhalb der Zielgruppe erreicht werden.

Reichweite in den sozialen Netzwerken

Die Reichweite lässt sich vor allem in den digitalen Medien und den sozialen Netzwerken genau messen. In einem sozialen Netzwerk wie beispielsweise Facebook kann der Seiteninhaber genau sehen, wie viele Nutzer er mit seinem Beitrag erreicht. Die Reichweite kann zudem durch die Interaktionsrate (Likes, Kommentare, Shares) weiter gesteigert werden. Mit steigender Interaktionsrate erfasst Facebook den Beitrag anhand eines speziellen [Algorithmus](#) als relevanter und spielt ihn an noch mehr Nutzer aus. Umgekehrt bedeutet das auch, dass ein Beitrag aufgrund einer geringen Interaktionsrate vom Algorithmus als weniger relevant erfasst und somit an weniger Nutzer ausgespielt wird.

Es gibt allerdings einige Stellschrauben, mit denen sich die Reichweite von Inhalten und Auftritten nachhaltig positiv beeinflussen lässt. Durch die Buchung von Sponsored Posts oder durch das Schalten kostenpflichtiger Werbeanzeigen können mehr Nutzer erreicht werden. Außerdem ist das Timing der

Veröffentlichung entscheidend, denn aktuelle Inhalte werden häufiger ausgespielt als solche, die schon älter sind. Also lohnt es sich, neue Posts immer zu Stoßzeiten zu veröffentlichen.

Abgesehen von der Interaktionsrate fließt auch der sogenannte Mehrwert eines Posts in das algorithmusinterne Ranking ein. Werden regelmäßig relevante Posts mit einem Mehrwert für den Nutzer veröffentlicht, werden diese auch an viele Nutzer ausgespielt und erzielen so eine hohe Reichweite.

Reichweite im Online-Marketing

Die Reichweite lässt sich im [Online-Marketing](#) durch differenzierte Auswertungsmöglichkeiten präziser und leichter messen als bei den klassischen Medien, wie beispielsweise einer Tageszeitung. Durch die Anwendung spezifischer Tracking- und Analyse-Tools können konkrete Aussagen über die Art und Dauer der Nutzung einer Webseite durch einen Nutzer getroffen werden. Im Online-Marketing wird die Reichweite dabei oftmals in Form von Unique Visitors oder [Page Impressions](#) gemessen.

Als Grundlage für die Werbekostenberechnung dient oftmals der Tausend-Kontakt-Preis (TKP) als skalierende Kennzahl. Dieser Preis gibt an, wie viel ein Werbekunde für die Erreichung von 1.000 Kontakten bezahlen muss. Für Werbekunden im Onlinebereich fließt zudem die Anzahl der Ad-Impressions in die Höhe des TKP ein. Ad-Impressions geben an, wie oft ein bestimmtes [Werbemittel](#) auf der entsprechenden Plattform oder Webseite ausgespielt wurde.

Unsere Kunden profitieren bei uns als [Digital-Marketing-Agentur](#) von einer 360-Grad-Betreuung. Profitieren auch Sie von unserer Expertise!