

Tausender Kontakt Preis (TKP)

Erklärung Tausender Kontakt Preis (TKP)

Neben den Cost per Click(CPC) gibt es als Abrechnungsmodell für das E-Marketing auch die Cost per Mille (CPM), die sich 1,000 Clicks beziehen. Die deutsche Bezeichnung ist Tausenderkontaktpreis (TKP) und ergibt sich aus dem Verhältnis von 1.000 Usern, die die Online-Werbung gesehen haben, zu den Werbungskosten.

Es handelt sich um die Werbekosten, die für 1.000 Page-Impressions (PI) anfallen. Beide Werte Cost per Click und Cost per Mille sind abhängig vom Bannerformat. Die Page-Impressions kumulieren sich jedes Mal wenn dem Besucher einer Webseite die Online-Werbung eingeblendet wird. Es spielt dabei keine Rolle, ob der Internet-Nutzer die Web-Werbung anklickt oder nicht.

Kostet beispielsweise ein Banner EUR 10.000,- und erreicht das Werbemedium 50.000 Leser, dann ergibt sich ein Tausender-Kontakt-Preis von EUR -,20/Leser. Den CPM-Wert hat man dafür eingeführt, damit Werbekunden ihre Werbung auch nach 1.000 Impressions berechnen können und andererseits Webseitenbetreiber ihre Einnahmen auf den CPM-Wert beziehen können. Es gibt daher noch die Bezeichnung "Revenues per Mille" (RPM). Beide Bezeichnungen werden häufig synonym verwendet.

Der Begriff Tausenderkontaktpreis wurde aus der klassischen Werbung in der Online-Werbung übernommen. Allerdings werden die auf eine Webseite entfallenden Page-Impressions durch die Online-Registrierungstechniken eindeutig erfasst.