

KAMPAGNEN-ABSCHLUSSBERICHT

VIDACTA Schulen

VIDACTA Schulen GmbH · Display und Chat

ZEITRAUM

01.09.2026 – 08.09.2026

CREATOR

34

REPORT-NR.

PPR-2026-00004

01 Überblick

Die Kampagne lieferte 19.833 verifizierte Display-Impressionen sowie 13.688 Chat-Impressionen. Vom Budget über 250,00 € wurden 250,00 € eingesetzt (100,0 %).

Der effektive TKP lag bei 12,00 € und damit 0,0 % über dem gebuchten TKP von 12,00 €.

Die Chat-Beiträge erzeugten 15 gezählte Klicks – 3,4 % pro Beitrag und 0,1 % pro Impression.

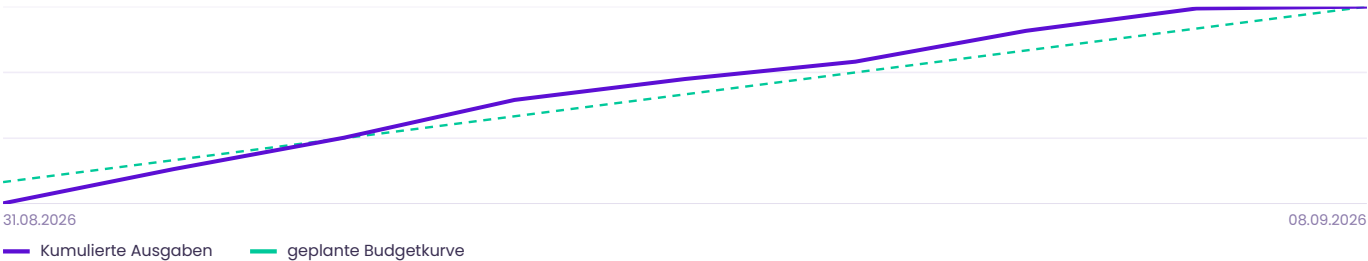
02 Setup und Zielgruppe

KAMPAGNENTYP	Display und Chat
LAUFZEIT	01.09.2026 – 08.09.2026
BUDGET	250,00 €
GEBUCHTER TKP	12,00 €
ZIELLÄNDER	DE
ZIELSPRACHEN	de, en
STREAMSPRACHEN	keine Einschränkung
BRANCHEN	Gesundheit & Fitness, Bildung
ZUSCHAUERFENSTER	5 – 250
ALTERSGRUPPEN	keine Einschränkung
MATURE CONTENT	zugelassen

03 Ergebnis

DISPLAY-IMPRESSIONEN	EFFEKTIVER TKP (DISPLAY)	GEZÄHLTE KLICKS	BUDGET AUSGESCHÖPFT
19,83 Tsd	12,00 €	15	100,0 %
+ 13.688 im Chat	gebucht 12,00 € · +0,0 %	CTR pro Beitrag 3,4 %	250,00 € / 250,00 €

04 Verlauf



05 Budget und Effizienz

Von den gebuchten 250,00 € wurden 250,00 € eingesetzt (100,0 %). Dafür lieferte die Kampagne 19.833 verifizierte Display-Impressionen sowie 13.688 Chat-Impressionen. Der effektive TKP der Display-Auslieferung lag bei 12,00 €.

Das Budget teilt sich in 238,00 € für Display-Impressionen und 12,00 € für abgerechnete Klicks. Die 13.688 Chat-Impressionen sind bei kombinierten Kampagnen kostenfrei und erhöhen die Auslieferung, ohne Budget zu binden.

Der gebuchte Klickpreis lag bei 0,80 €, der effektive Klickpreis bei 0,80 €. Rechnet man die Display-Auslieferung mit ein, kostete ein Klick die Kampagne 16,67 €.

BUDGETPOSTEN	BASIS	MENGE	PREIS	BETRAG
Display-Impressionen	TKP	19.833	12,00 € / 1.000	238,00 €
Abgerechnete Klicks	CPC	15	0,80 €	12,00 €
Chat-Impressionen	—	13.688	0,00 €	0,00 €
Gesamt				250,00 €

06 Creator

34 Creator haben ausgeliefert. Die hier aufgeführten 12 stehen für 89,8 % der Display-Impressionen und 89,7 % der Chat-Impressionen.

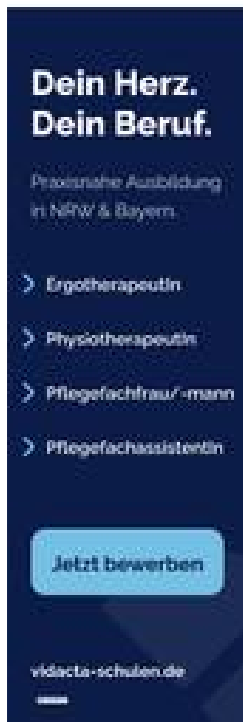
CREATOR	PLATTFORM	DISPLAY-IMPRESSIONEN	DISPLAY-ANTEIL	CHAT-IMPRESSIONEN	KLICKS	CHAT-ANTEIL
Creator 1	Twitch	7.899	39,8 %	5.582	3	40,8 %
Creator 2	Twitch	1.971	9,9 %	1.971	0	14,4 %
Creator 3	Twitch	2.651	13,4 %	825	0	6,0 %
Creator 4	Twitch	1.195	6,0 %	1.195	1	8,7 %
Creator 5	Twitch	816	4,1 %	816	7	6,0 %
Creator 6	Twitch	1.089	5,5 %	170	0	1,2 %
Creator 7	Twitch	542	2,7 %	542	0	4,0 %
Creator 8	Twitch	588	3,0 %	115	0	0,8 %
Creator 9	Twitch	305	1,5 %	305	0	2,2 %
Creator 10	Twitch	295	1,5 %	295	0	2,2 %
Creator 11	Twitch	253	1,3 %	253	0	1,8 %
Creator 12	Twitch	205	1,0 %	205	0	1,5 %
22 weitere Creator		2.024	10,2 %	1.414	4	10,3 %

Anonymisierte Fassung: Die Kanalnamen wurden für die Veröffentlichung durch Creator 1 bis 12 ersetzt. Alle Kennzahlen sind unverändert.

07 Werbemittel — Motive und Nachrichten

**vidacta-skyscraper_160x600.png**

10.390 Impressionen · 362 Ausspielungen · 124,68 €

**vidacta-boxad_600x500.png**

9.443 Impressionen · 320 Ausspielungen · 113,32 €

Wusstest du, dass du bei VIDACTA Schulen in NRW und Bayern eine Ausbildung im Gesundheitsbereich starten kannst? Schau dir die Möglichkeiten an: [{link}](#)

3.455 Impressionen · 117 Ausspielungen · 0,00 € · 2 Klicks · CTR pro Beitrag 1,7 %

... VIDACTA Schulen bieten eine top Ausbildung für Pflegeberufe! Starte deine Karriere jetzt und informiere dich hier: [{link}](#)

3.114 Impressionen · 97 Ausspielungen · 0,00 € · 7 Klicks · CTR pro Beitrag 7,2 %

Die Zukunft im Gesundheitswesen wartet auf dich! Entdecke die Ausbildungsangebote der VIDACTA Schulen in NRW und Bayern: [{link}](#)

2.882 Impressionen · 86 Ausspielungen · 0,00 € · 0 Klicks · CTR pro Beitrag 0,0 %

Sichere dir deinen Platz bei VIDACTA Schulen und starte deine Karriere in der Pflege! Mehr Infos hier: [{link}](#)

2.227 Impressionen · 74 Ausspielungen · 0,00 € · 3 Klicks · CTR pro Beitrag 4,1 %

• Bock auf einen neuen Job? VIDACTA Schulen haben die richtigen Ausbildungen für dich! Schau mal rein: [{link}](#)

2.010 Impressionen · 62 Ausspielungen · 0,00 € · 3 Klicks · CTR pro Beitrag 4,8 %

08 Klickstrecke

Die 436 geposteten Chat-Beiträge erzeugten insgesamt 15 gezählte Klicks, gezählt erst, nachdem ein Klick Bot-Erkennung, Entdopplung, Geschwindigkeitsprüfung und die Sperrliste bekannter Maschinenquellen passiert hat — die Zahl liegt daher nie über den rohen Weiterleitungsaufrufen.

08.1 Beide CTR-Lesarten

CTR pro Beitrag: 3,4 %, CTR pro Impression: 0,1 % — beide Zahlen beschreiben dieselbe Kampagne mit unterschiedlichem Nenner.

09 Chat-Resonanz

NACHRICHTEN-LIFT	CHATTER-LIFT	MARKEN-ERWÄHNUNGEN	AUSGEWERTETE BEITRÄGE
-24,8 %	-16,0 %	9	436
708 danach vs. 942 davor	289 vs. 344	davon 1 als Frage	von 436 (100,0 %)

Über 98 auswertbare Chat-Beiträge hinweg wurden im Zeitfenster nach dem Beitrag 708 Chat-Nachrichten gezählt, gegenüber 942 im gleich langen Zeitraum davor — ein Unterschied von -24,8 %.

An diesen Fenstern beteiligten sich 289 schreibende Personen gegenüber 344 davor (-16,0 %); dieselbe Person kann in mehreren Fenstern gezählt sein, es ist keine eindeutige Reichweite.

Ausgewertet wurden alle 436 Chat-Beiträge dieser Kampagne.

Auf die 422 Beiträge, bei denen sich Antworten zuordnen lassen, entfielen 0 direkte Antworten; 0 dieser Beiträge (0,0 %) erhielten mindestens eine.

Auf Kick lassen sich Antworten technisch nicht einem einzelnen Beitrag zuordnen; die 0 dort ausgewerteten Beiträge sind in den beiden Antwortzahlen nicht enthalten.

9 Nachrichten nannten die Marke oder ein Kampagnen-Stichwort, davon 1 als Frage formuliert; 9 der ausgewerteten Beiträge (2,1 %) lösten mindestens eine solche Nachricht aus.

Bei 1 ausgewerteten Beiträgen endete der Stream noch innerhalb des Messfensters; deren Fenster ist verkürzt, die Werte dieser Beiträge fallen entsprechend niedriger aus.

09.1 Resonanz je Plattform

PLATTFORM	AUSGEWERTETE BEITRÄGE	NACHRICHTEN-LIFT	CHATTER-LIFT	ERWÄHNUNGEN	ANTWORTEN
Twitch	422	-24,8 %	-16,0 %	9	0

09.2 Tonalität

Von den 708 Nachrichten im Reaktionsfenster ließen sich 9 einordnen: 2 positiv (22,2 %), 7 neutral (77,8 %) und 0 negativ (0,0 %).

Die Einordnung dieser 9 Nachrichten erfolgt regelbasiert und ohne menschliche Prüfung — Ironie, Emotes und Slang werden dabei regelmäßig falsch zugeordnet, weshalb die drei Anteile als Stimmungsbild und nicht als Messwert zu lesen sind.

Die übrigen 699 Nachrichten im Fenster reagierten nicht erkennbar auf den Beitrag und wurden nicht eingeordnet; sie sind in den drei Anteilen nicht enthalten und wurden nicht als neutral gewertet.

10 Vertikale Canvas

1 von 669 Ausspielversuchen (0,1 %) erreichten eine verbundene vertikale Canvas.

Eine verbundene vertikale Quelle zeigt, dass ein Streamer sie eingerichtet hat — sie belegt nicht, dass Twitch Dual Format zum Ausspielzeitpunkt tatsächlich aktiv war. Twitch stellt dafür kein API-Signal bereit.

11 Qualität und Verifizierung

0 Impressionen wurden nach der Auslieferung als ungültig erkannt und weder abgerechnet noch in diesem Bericht gezählt.

246 mögliche Ausspielungen wurden übersprungen, weil Zielgruppen-, Aktivitäts- oder Kapazitätsprüfungen zu diesem Zeitpunkt nicht erfüllt waren – anders als bei entfallenen Ausspielungen bleibt das Budget dafür erhalten.

Die eindeutige Reichweite betrug 3.772 unterscheidbare Zuschauer.

12 Audience und Plattformen

12.1 Plattformen (Display + Chat)

DISPLAY



Twitch 99,4 % Kick 0,6 %

CHAT



Twitch 99,1 % Kick 0,9 %

12.2 Länder



DE 78,0 % AT 14,0 % CH 7,0 % GB 1,0 % US 1,0 %

12.3 Sprachen



de 84,0 % en 16,0 %

13 Methodik und Metrikdefinitionen

AUSSPIELUNG

Eine einzelne Einblendung eines Werbemittels – ein Overlay-Render oder ein geposteter Chat-Beitrag. Gezählt werden Vorgänge, nicht Zuschauer.

IMPRESSION (VIEWER-VIEW)

Ein Sichtkontakt eines Zuschauers mit einer Ausspielung, angesetzt mit der Zuschauerzahl des Streams zum Ausspielzeitpunkt (Snapshot höchstens zwei Minuten alt). Impressionen sind die Abrechnungsgrundlage des TKP.

EINDEUTIGE REICHWEITE

Die Anzahl unterscheidbarer Zuschauer. Sie ist nicht die Summe der Impressionen: derselbe Zuschauer erzeugt über eine Kampagne hinweg viele Sichtkontakte. Wo sie nicht gemessen wurde, weist dieser Bericht sie als nicht gemessen aus und setzt keine Ersatzzahl ein.

VERIFIZIERTE IMPRESSION

Eine Impression, die alle nachgelagerten Prüfungen bestanden hat. Als ungültig erkannte Ausspielungen werden weder abgerechnet noch in diesem Bericht gezählt.

EFFEKTIVER TKP

Der tatsächlich realisierte Preis je 1.000 Display-Impressionen: eingesetztes Budget abzüglich Klick-Kosten, geteilt durch die Display-Impressionen. Klick-Kosten gehören nicht in den TKP, und Chat-Impressionen sind bei kombinierten Kampagnen kostenfrei.

GEZÄHLTER KLICK

Ein Klick, der alle Filterstufen passiert hat: Bot-Erkennung, Entdopplung, Geschwindigkeitsprüfung und die Sperrliste bekannter Maschinenquellen. Rohe Weiterleitungsaufrufe liegen deutlich höher und werden hier nicht ausgewiesen.

CTR (PRO BEITRAG)

Gezählte Klicks geteilt durch geposteter Chat-Beiträge. Beantwortet, wie oft ein einzelner Beitrag zu einem Klick führt.

CTR (PRO IMPRESSION)

Gezählte Klicks geteilt durch Chat-Impressionen. Die branchenübliche Lesart – sie liegt naturgemäß deutlich niedriger als die CTR pro Beitrag, weil ein Beitrag viele Sichtkontakte erzeugt. Beide Zahlen beschreiben dieselbe Kampagne.

ABGERECHNETER KLICK

Die Klickmenge, auf der die Abrechnung beruht: die gezählten Klicks zuzüglich jener Klicks, die zum Zeitpunkt der Auslieferung abgerechnet wurden und erst danach einer registrierten Maschinenquelle zugeordnet werden konnten. Abrechnungshistorie wird nicht rückwirkend verändert, deshalb kann diese Zahl über den gezählten Klicks liegen. Sie erscheint ausschließlich in der Budgettabelle; jede Leistungskennzahl in diesem Bericht rechnet mit den gezählten Klicks.

KLICKPREIS (RATE) UND EFFEKTIVER KLICKPREIS

Der Klickpreis (Rate) ist der gebuchte Tarif je abgerechnetem Klick. Der effektive Klickpreis ist der tatsächlich angefallene Klick-Anteil des Budgets geteilt durch die abgerechneten Klicks. Die Kampagnenkosten pro Klick setzen zusätzlich das gesamte Budget ins Verhältnis und liegen deshalb erheblich höher – sie enthalten die Display-Auslieferung.

AUDIENCE-MIX (LÄNDER UND SPRACHEN)

Länder- und Sprachanteile werden je Stream-Session einmal erfasst und nach deren Zuschauerreichweite gewichtet. Sie decken alle von dieser Kampagne genutzten Ausspielflächen ab – Display, Chat oder beide –, nicht nur eine. Eine Ansicht, die den Auslieferungskontext nur für eine Fläche auswertet, kann deshalb einen abweichenden Mix zeigen.

VERLORENE AUSSPIELUNGEN

Ausspielungen, die möglich gewesen wären, aber unterblieben, weil das Budget zu diesem Zeitpunkt bereits ausgeschöpft war.

REAKTIONSFENSTER

Der Zeitraum unmittelbar nach einem geposteten Chat-Beitrag, in dem der Chatverlauf ausgewertet wird, sowie der gleich lange Zeitraum davor als Vergleichsbasis. Endet der Stream innerhalb des Fensters, ist es verkürzt; solche Beiträge sind im Kapitel gesondert ausgewiesen.

NACHRICHTEN-LIFT

Die Veränderung der Nachrichtenzahl im Reaktionsfenster gegenüber dem Vergleichszeitraum davor, in Prozent. Ein Lift belegt zeitliche Nähe, keine Ursache – Chataktivität schwankt auch ohne Werbung. Beiträge ohne belastbare Vergleichsbasis fließen nicht ein.

CHATTER-LIFT

Dieselbe Rechnung für die Zahl der schreibenden Personen je Beitrag. Personen werden je Beitrag einmal gezählt und über Beiträge hinweg summiert; die Zahl ist deshalb keine eindeutige Reichweite.

DIREKTE ANTWORT

Eine Chatnachricht, die von der Plattform als Antwort auf den Werbebeitrag ausgewiesen wird. Nicht jede Chat-Plattform übermittelt diesen Bezug; wo er fehlt, weist dieser Bericht keine Antwortzahl aus, statt null Antworten zu behaupten.

MARKEN-ERWÄHNUNG

Eine Nachricht im Reaktionsfenster, die einen Marken- oder Kampagnenbegriff enthält, erkannt über eine automatisch abgeleitete Stichwortliste. Schreibfehler und Umschreibungen werden nicht erfasst; die Zahl ist eine Untergrenze. Als Frage erkannte Nachrichten werden heuristisch bestimmt.

STIMMUNGSBILD

Eine regelbasierte Einordnung der auf den Beitrag reagierenden Nachrichten nach positiv, neutral und negativ, ohne menschliche Prüfung und ohne KI-Analyse. Ironie, Emotes und Slang werden regelmäßig falsch zugeordnet. Nachrichten, die auf beide Seiten ausschlagen, werden als neutral gewertet und gesondert ausgewiesen.

ABDECKUNG DER CHAT-AUSWERTUNG

Der Anteil der Chat-Beiträge dieser Kampagne, für den Chat-Daten vorliegen. Nicht jede Plattform stellt ihren Chat auswertbar bereit, und Beiträge aus der Zeit vor Einführung dieser Messung tragen keine Daten. Ausgewertet werden ausschließlich zusammengefasste Zahlen: weder Nachrichtentexte noch Angaben zur Identität einzelner schreibender Personen werden für diesen Bericht gespeichert oder übermittelt.