



Repräsentative Verteilkontrolle

vom 16.11.2020

Blickpunkt

BLICKPUNKT



Inhaltsverzeichnis

	Studienparameter.....	3
	GPZ-Zustellquote.....	4
II.	Zustellqualität <i>Aktuell</i> – Externes Benchmarking.....	5
	Test auf Marktüblichkeit.....	6
	Weiß-Nicht-Quote.....	7
	Werbe- bzw. Anzeigenblattverweigerer.....	8
	Zustellhemmnis-Quote.....	9
	Hinweis_Online Reporting / Wichtige Kennziffern.....	10-11
	Abkürzungen.....	12
	Fragebogen.....	13



Studienparameter

Objekt-Daten

- Objekt-Name: Blickpunkt (Wochenende)
- Objektart: Anzeigenblatt
- Prüfaufgabe: 278.300
- Gesamtaufgabe Opgebiet: 306.442
- Verteilfrequenz: Wöchentlich
- Belieferungsverbote: Werbe-& Anzeigenblatt-Verweigerer und Kleinstortschaften nicht beliefert
- Zustellung am: Samstag, 14.11.2020


Erhobene Kennziffern

- Zustellqualität: GPZ_{Aktuell-1}
GPZ_{Aktuell-2}
- Strukturkennziffern: Verweigerer-Quote
„Weiß nicht“-Quote
Zustellhemmnis-Quote

Studien-Details

- Datenerhebung am: Montag, 16.11.2020
- Erhebungsart: Telefoninterviews (Spontanbefragung)
- Auswahlverfahren: Strenge Zufallsstichprobe
- Messverfahren: GPZ
- Anzahl Interviews: 1.250
- Erhebungsverfahren: ZPMT-Masterverfahren
- Verteilgebiets-Definition: Postleitzahlen

Verantwortlichkeiten ZPMT

- Projektleitung: Thomas Langner
- Studienleitung: Dipl.-Kfm. Tom Zielaskowski,
Marktforscher im Berufsverband 
Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.
- Kontakt: +49-30-8687 1661, info@zpmt.de



GPZ-Zustellquote

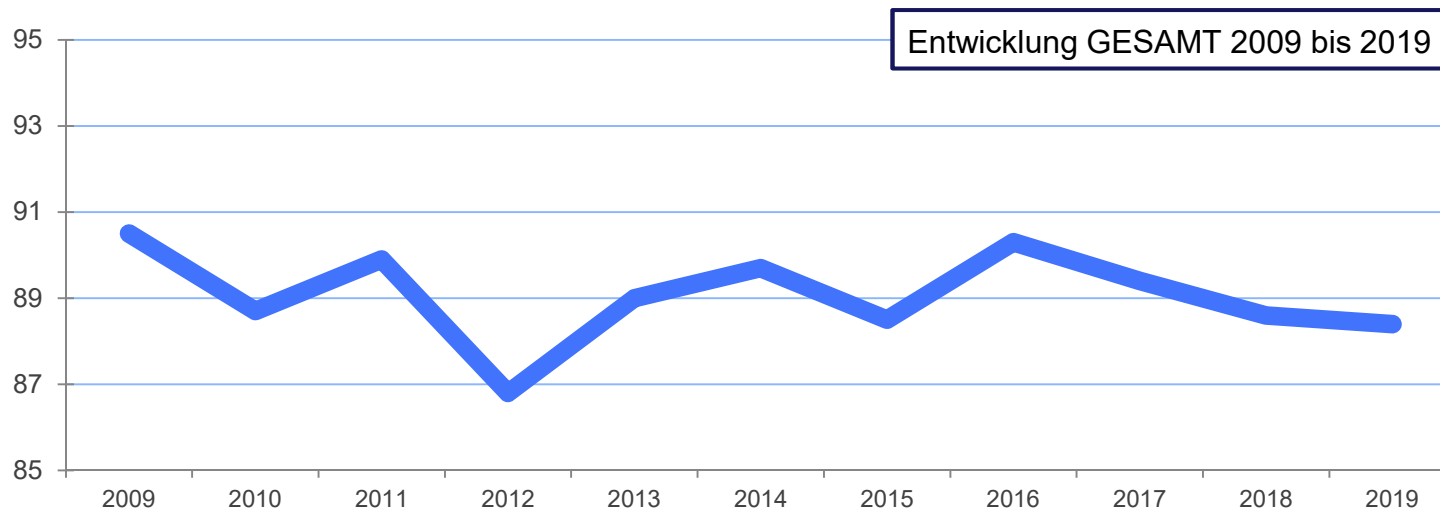
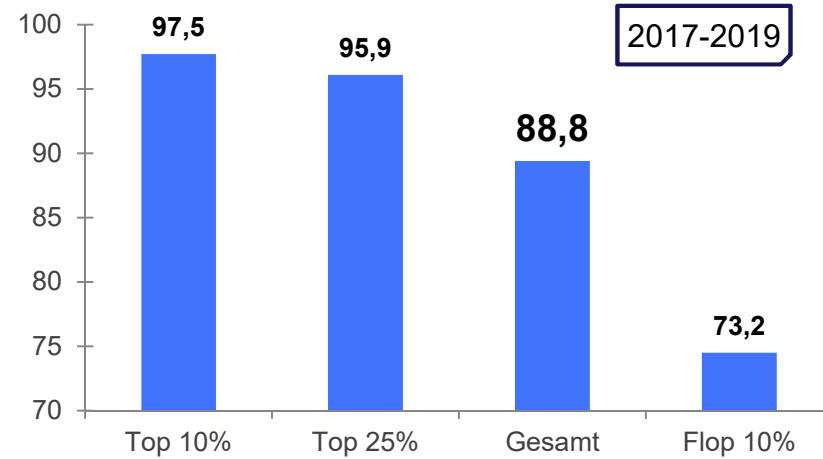
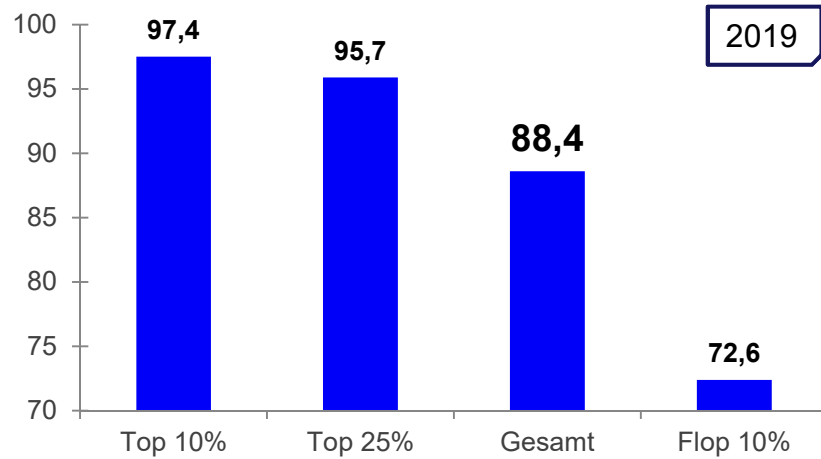
Objekt	Befragung am	Auflage	GPZ ₁	GPZ ₂	Genauigkeit +/- in [%]	Oberer Wert	ja	nein	weiß nicht	Gesamt	Verweigerer und Kleinstorte	Mindestens ein Zustellhemmnis vorhanden
							[Befragte ohne Verweigerer]				[ja/wn]	[Nichtbelieferte]
Blickpunkt gesamt	16.11.2020	278,300	93,6 %	93,9 %	2,0	95,9 %	929	63	153	1.145	105	3

$$\left. \begin{array}{l} \bullet \\ \bullet \end{array} \right\} \text{GPZ}_1 = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein}} \quad \text{GPZ}_2 = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein} - \text{ZH}}$$



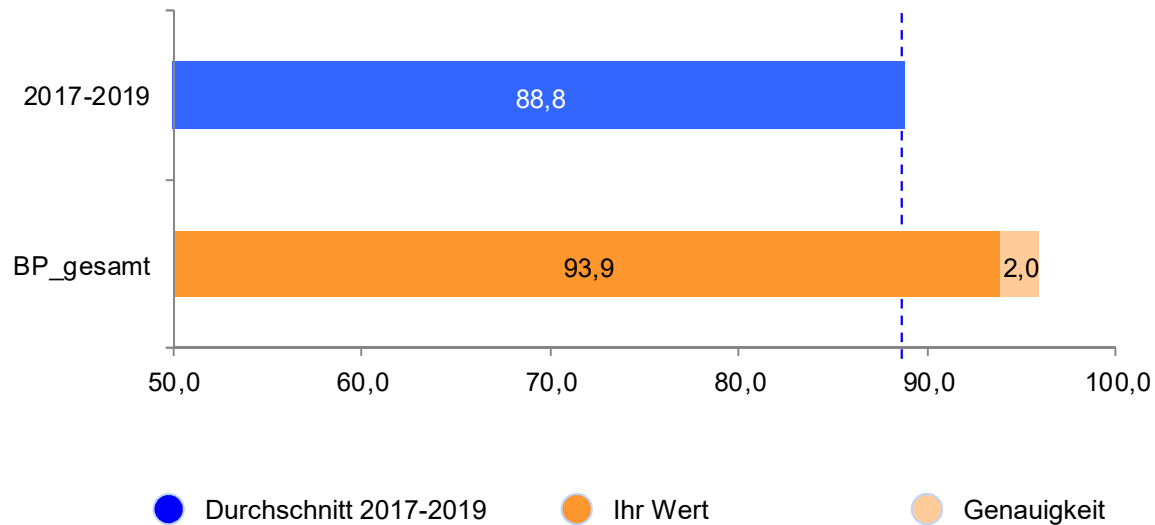
Zustellqualität Aktuell Wöchentlich

Prospekte und Anzeigenblätter mit wöchentlicher Erscheinungsweise [Kennziffer ZZ_{Aktuell-2}]





Test auf Marktüblichkeit Weekly (Messwert plus Genauigkeit vs. Benchmark)



Berücksichtigung des Zufallsfehlers

Bei statistischen Messungen, die auf strengen Zufallsstichproben beruhen, kann der Zufallsfehler berechnet werden.

Der Zufallsfehler gibt an, wie weit das Stichprobenergebnis maximal vom tatsächlichen Wert der Grundgesamtheit abweichen kann.

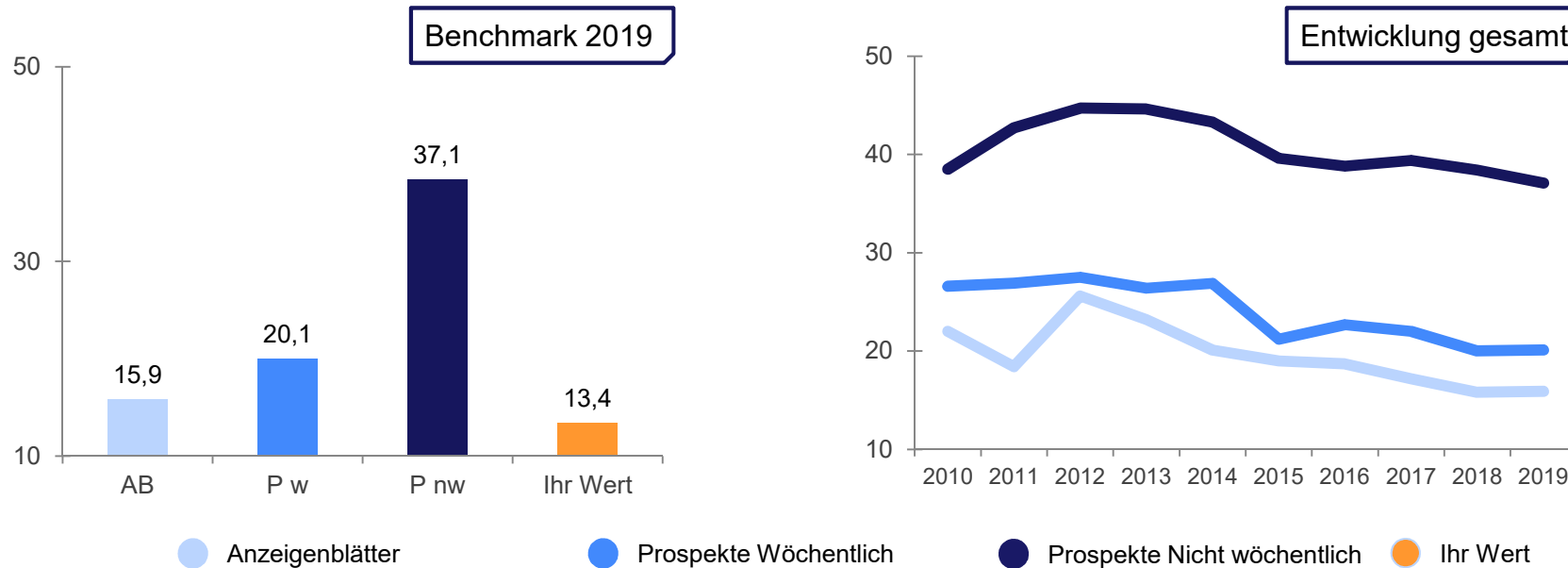
Er ist somit ein Parameter, der die Genauigkeit eines Messergebnisses beschreibt. Je größer die Stichprobe gewählt wird, desto genauer ist das Ergebnis.

Bei der Bewertung der Zustellqualität muss der Zufallsfehler zugunsten des Messergebnisses beachtet werden. In der obenstehenden Darstellung wird für die wichtigste Kennziffer ZZAktuell-2 neben dem Stichproben-Messergebnis zusätzlich der Zufallsfehler der Stichprobe hinzu addiert. Die so berechnete Obergrenze des Messwertes sollte Basis für Bewertungen der kontrollierten Zustellung sein.



Erinnerungsfähigkeit der Probanden nach Objekt-Art und Frequenz

[Kennziffer „Weiß Nicht“-Quote]



Methodischer Hinweis: Die Erinnerungsfähigkeit von Probanden ist nicht bei allen gleich und wird von diversen Faktoren beeinflusst. Dazu gehören z.B. die Aufmachung des Prospekts, die Erscheinungsfrequenz oder die Anzahl verschiedener Prospekte im Briefkasten, aber auch das Interesse des Befragten an den beworbenen Produkten, dem Unternehmen oder Werbung allgemein. Ein Mangel an Erinnerungsfähigkeit darf die Messung der Zustellqualität nicht überlagern! Kann der Proband sich nicht eindeutig an die Nichtbelieferung bzw. Belieferung erinnern, wird die Aussage dieser Person neutralisiert – die Aussage wird mit „Weiß nicht“ protokolliert. Die Zielpunkt-Zustellquote wird von diesen Antworten nicht negativ beeinflusst. Wie erwartet, weisen „Nicht wöchentlich“ verteilte Prospekte die höchsten „Weiß nicht“-Quoten aus.

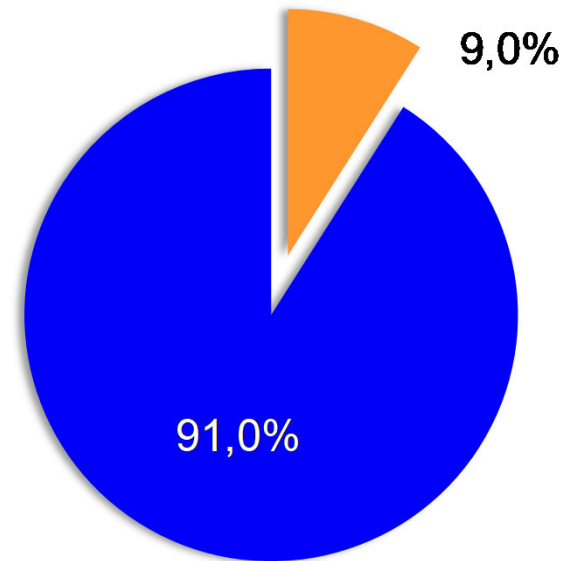
Niedrige „Weiß Nicht“-Quoten im Vergleich zum Benchmark sind ein starkes Indiz für eine gute bis sehr gute Marktpositionierung des Anzeigenblatt-Titels bzw. des Handelsunternehmens



Verweigerer-Quote

Blickpunkt		
Befragung am 16.11.2020		
	Anzahl	in %
Verweigerer – [ja]	98	9,0
Verweigerer – [nein]	64	5,9
Erhalten (Belieferte)	929	85,2
Gesamt*	1.091	100
Verweigerer – [weiß nicht]	6	

*Befrage ohne Erhalten-[weiß nicht] und Verweigerer-[weiß nicht]

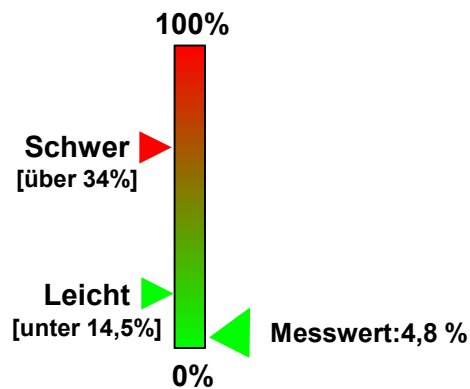
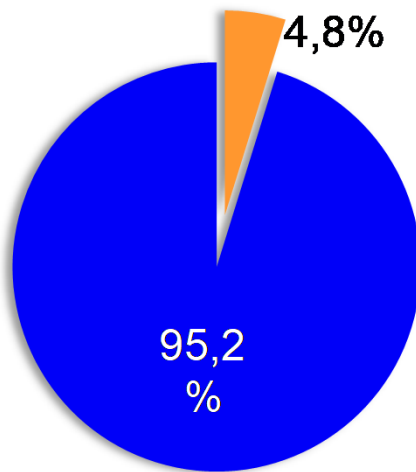


$$\text{Verweigerer-Quote} = \frac{\text{Verweigerer_ja}}{\text{Verweigerer_ja+nein} + \text{Belieferte}}$$



Zustellhemmnis-Quote

Objekt	Befragung am	Nicht-belieferte	Mind. ein Zustellhemmnis	KH	AH	wZH	aHHm	ZH-Quote
Blickpunkt	16.11.2020	63	3	3	1	0	0	4,8



$$\text{Zustellhemmnis-Quote} = \frac{\text{Nichtbelieferte mit mindestens einem Zustellhemmnis}}{\text{Nichtbelieferte Gesamt}}$$

Interpretation der Zustellhemmnis-Quote

Bei den Zielpunkt-Marketing-Messungen werden Nichtbelieferte zu den Umgebungsbedingungen der Zustellung befragt. Dies dient u.a. dazu unklare Zustellsituationen vor Ort auszuschließen, um den Ergebnis-Vergleich der Gesamtzustellung mit anderen Zustellqualitäts-Messungen auf Basis der Quote **Zielpunkt-Zustellquote_{Aktuell-2}** fair durchführen zu können. Der Anteil der Nichtbelieferten, die mindestens 1 Zustellhemmnis aufweisen, zeigt den Schwierigkeitsgrad des Zustellgebiets an. Auf Basis von mehreren zehntausend Studien ist eine Zustellhemmnis-Quote von mehr als 34% als „schweres Zustellgebiet“ zu bewerten. Quoten unter 14,5% weisen auf ein leichtes Zustellgebiet hin, das nur wenige Zustellhemmnisse hat (Klingelhäuser, Ablagehäuser, sonstige Zustellhemmnisse)

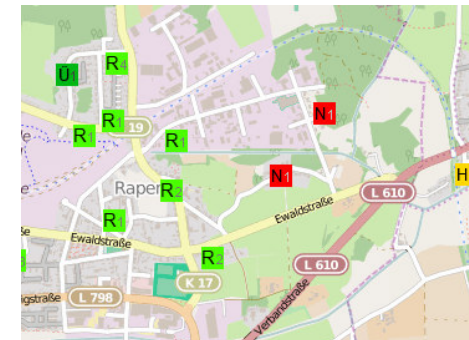
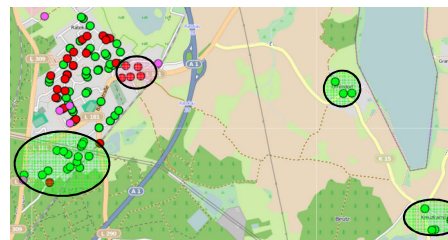


Hinweis Online-Reporting

Nutzen Sie unser exklusives Online-Reporting

- Wir stellen Ihnen als zusätzlichen Service einen exklusiven Web-Zugang zu Ihren Ergebnissen zur Verfügung.
Damit sind sämtliche Ergebnisdaten, auch von früheren Messungen, für Sie einfach, unkompliziert und dauerhaft verfügbar.
Vergessen Sie zukünftig das Suchen nach Ergebnissen in alten Mails oder Ordnern.
Sie können die Daten beliebig sortieren und filtern.
Die Einzel-Ergebnisdaten können Sie in frei zoombaren Karten betrachten und hinsichtlich regionaler oder sublokaler Schwerpunkte analysieren.
Zur Nutzung der Web-Anwendung müssen keine Installationen auf Ihren Rechnern vorgenommen werden
Nur berechtigte Nutzer haben Zugriff auf Ihre Ergebnisse, die sich in einem geschützten Bereich befinden.
Dieser Service steht Ihnen dauerhaft und kostenfrei zur Verfügung und ist erreichbar über folgende Webadresse: <http://www.zpmt.de/ergebnisse/>

ZZPerm-1	ZZPerm-2	nie	regelm.	überw. regelm.	hin und wieder	wn
20						
60,9%	69,0%	89	389	52	109	279
60,9%	68,9%	121	368	48	67	300
57,8%	68,8%	53	226	43	69	109
57,3%	68,5%	97	422	82	135	264
59,1%	68,4%	125	368	58	72	294
61,7%	68,3%	180	504	54	79	83
58,2%	67,6%	123	488	79	149	161





Wichtige Kennziffern

Zustellqualitäts-Kennziffern

- **ZZA / ZZP** Zielpunkt Zustellquote für Anzeigenblätter bzw. Prospekte
- **ZZA_{Aktuell-2}** Masterkennziffer für die Bewertung der aktuellen Zustellqualität im externen Benchmark
- **ZZA_{Aktuell-1}** Ergänzende Kennziffer zur Bewertung der aktuellen Zustellqualität bei Längsschnitt-Vergleichen
- **ZZA_{Perm-2}** Masterkennziffer für die Bewertung der aktuellen Zustellqualität im externen Benchmark
- **ZZA_{Perm-1}** Ergänzende Kennziffer zur Bewertung der aktuellen Zustellqualität bei Längsschnitt-Vergleichen

Sonstige Struktur-Kennziffern

- **WN-Quote** Anteil der Probanden, die die Erhalten-Frage nicht mit JA oder NEIN beantworten konnten (bspw. wegen mangelnder Erinnerung)
- **WV-Quote** Anteil der Probanden mit Zustellverbot für Werbung
- **ABV-Quote** Anteil der Probanden mit Zustellverbot für Anzeigenblätter
- **ZH-Quote** Anteil der Nichtbeliefernten, die ein oder mehrere Zustellerschwernisse aufwiesen



Abkürzungen

Verwendung von Abkürzungen in dieser Auswertung, dem Online-Reporting und dem Detaildaten-Download

AB	Anzeigenblätter
ABV	Anzeigenblattverweigerer
AH	Ablagehaus
aHHm	anderes Haushaltsmitglied möglich, das das Verteilobjekt empfangen haben kann
Aktuell	die aktuelle Zustellung betreffend
ET	Erscheinungstag
HNr	Hausnummer
kA	Keine Angabe
KH	Klingelhaus
P w	Prospekte wöchentlich
P nw	Prospekte nicht wöchentlich
Perm	Permanent (Regelmäßigkeit der Zustellung)
PLZ	Postleitzahl
WN	Weiß nicht
WV	Werbeverweigerer
wZH	weiteres Zustellhemmnis (z.B. defekter Briefkasten)
ZH	Zustellhemmnis(se)
ZPMT	Zielpunkt-Marketing GmbH
ZZA / ZZP	Zielpunkt Zustellquote für Anzeigenblätter bzw. Prospekte



Fragebogen

1. Erhalten „aktuell“:
Haben Sie das Anzeigenblatt **Blickpunkt** am **Wochenende** erhalten?
[ja, nein, weiß nicht] – Ggf. Stützung durch Beschreibung per
Musterexemplar

Falls Frage 1 = „nein“

2. Werbeverweigerer/Anzeigenblattverweigerer: Haben Sie an Ihrem
Briefkasten einen Aufkleber „Keine Werbung, bitte“ und/oder einen
Aufkleber, der das Einwerfen von kostenlosen
Zeitungen/Anzeigenblättern ausdrücklich verbietet?

[ja, **kW***, ja, **kkZ***, ja, beide, nein, weiß nicht]

Falls Frage 2 = „nein“:

- 2.a. Kleinst-Ortschaft:** Wohnen Sie in einer sehr kleinen Ortschaft mit
weniger als 20 Haushalten oder liegt Ihr Haus bzw. Hof sehr
abgelegen? [ja, nein, weiß nicht]

3. Klingelhaus: Liegt Ihr Briefkasten innen und muss man deshalb klingeln, um
an Ihren Briefkasten zu gelangen?
[ja, nein, weiß nicht]

4. Ablagehaus: Gibt es in ihrem Haus eine vorgegebene Ablagestelle für
Anzeigenblätter oder Prospekte? [ja, nein, weiß nicht]

5. Weitere Zustellhemmnisse : Ist ihr Briefkasten schlecht sichtbar oder gibt es
andere Zustellschwierigkeiten in ihrem Haus (freilaufender Hund,
defekte Briefkästen etc.)?
[ja, nein, weiß nicht]

6. Anderes Haushalts-Mitglied: Kann es sein, dass ein anderes
Haushaltsmitglied den **Blickpunkt** ohne ihr Wissen empfangen hat?
[ja, nein, weiß nicht]

*kW = Keine Werbung, kkZ = keine kostenlosen Zeitungen