



## Repräsentative Verteilkontrolle

vom 19.03.2018

**Brawo am Sonntag**

**Märker am Wochenende**

**Märkischer Sonntag**





## Studienparameter

### Objekt-Daten

- Objekt-Name: Anzeigenblatt diverse Titel
- Objektart: Anzeigenblatt (Wochenendausgaben)
- Verteilart: Anzeigenblatt-Verteilung
- Verteilfrequenz: Wöchentlich
- Belieferungsverbote: Werbeverweigerer beliefert,  
Anzeigenblatt-Verweigerer nicht beliefert
- Verteilgebietshinweis: PLZ
- Zustellung am: Samstag, 17.03.2018


### Erhobene Kennziffern

- Zustellqualität:  $ZZA_{\text{Aktuell-1}}$   $ZZA_{\text{Perm-1}}$   
 $ZZA_{\text{Aktuell-2}}$   $ZZA_{\text{Perm-2}}$
- Strukturkennziffern: Anzeigenblattverweigerer-Quote  
„Weiß nicht“-Quote  
Zustellhemmnis-Quote

### Studien-Details

- Datenerhebung am: Montag, 19.03.2018
- Erhebungsart: Telefoninterviews (Spontanbefragung)
- Auswahlverfahren: Strenge Zufallsstichprobe
- Messverfahren: Verteilstudie
- Anzahl Interviews: 930 gesamt,  
(einzelne Titel auflagengewichtet)
- 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



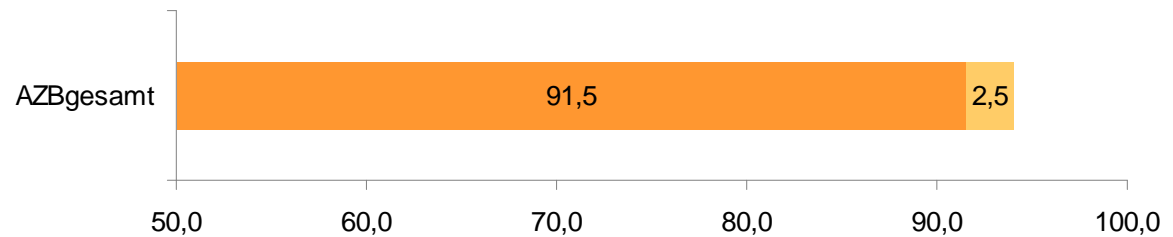
## Zustellqualität *Aktuell*

Objekt	Befragung am	Auflage	ZZ <sub>Aktuell-1</sub>	ZZ <sub>Aktuell-2</sub>	Genauigkeit	Oberer Wert	ja	nein	weiß nicht	Gesamt	Verweigerer	ZH
					+/-		[Befragte ohne Verweigerer]				[ja / wn]	[Nicht-belieferte]
<b>Brawo am Sonntag</b>	19.03.18	157.099	87,9 %	<b>88,7 %</b>	5,6	<b>94,3 %</b>	189	26	29	<b>244</b>	<b>5</b>	2
<b>Märker am Wochenende</b>	19.03.18	133.101	88,7 %	<b>89,7 %</b>	5,8	<b>95,5 %</b>	165	21	22	<b>208</b>	<b>3</b>	2
<b>Märkischer Sonntag</b>	19.03.18	341.600	92,6 %	<b>93,8 %</b>	3,1	<b>96,9 %</b>	377	30	52	<b>459</b>	<b>11</b>	5
<b>Anzeigenblatt gesamt</b>	19.03.18	631.800	90,5 %	<b>91,5 %</b>	2,5	<b>94,0 %</b>	731	77	103	<b>911</b>	<b>19</b>	9

$$ZZ_{\text{Aktuell-1}} = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein}}$$

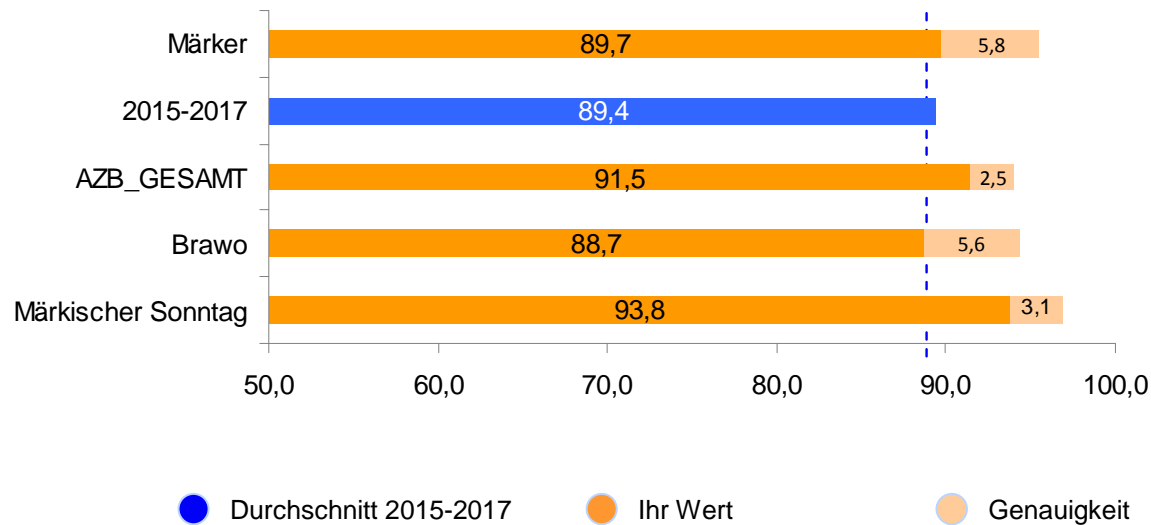
$$ZZ_{\text{Aktuell-2}} = \frac{\text{ja}}{\text{ja} + \text{nein} - \text{ZH}}$$

● Messwert (ZZ<sub>Aktuell-2</sub>)  
● Genauigkeit





## 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.



## Zustellqualität *Regelmäßig*

Objekt	Befragung am	Auflage	ZZ <sub>Perm-1</sub>	ZZ <sub>Perm-2</sub>	regelmäßig	überw. regelmäßig	hin und wieder	nie	weiß nicht	Gesamt
					[Befragte ohne Anzeigenblattverweigerer]					
<b>Brawo am Sonntag</b>	19.03.18	157.099	<b>74,6 %</b>	<b>87,5 %</b>	167	29	17	11	20	<b>244</b>
<b>Märker am Wochenende</b>	19.03.18	133.101	<b>78,8 %</b>	<b>91,0 %</b>	149	23	7	10	19	<b>208</b>
<b>Märkischer Sonntag</b>	19.03.18	341.600	<b>84,6%</b>	<b>91,6 %</b>	351	29	25	10	44	<b>459</b>
<b>Anzeigenblatt gesamt</b>	19.03.18	631.800	<b>80,6 %</b>	<b>90,3 %</b>	667	81	49	31	83	<b>911</b>

$$\begin{aligned} \text{ZZ}_{\text{Perm-1}} &= \frac{\text{regelmäßig}}{\text{regelmäßig} + \text{überwiegend regelmäßig} + \text{hin und wieder} + \text{nie}} \\ \text{ZZ}_{\text{Perm-2}} &= \frac{\text{regelmäßig} + \text{überwiegend regelmäßig}}{\text{regelmäßig} + \text{überwiegend regelmäßig} + \text{hin und wieder} + \text{nie}} \end{aligned}$$



## Wichtige Kennziffern

### Zustellqualitäts-Kennziffern

- **ZZA / ZZP** Zielpunkt Zustellquote für Anzeigenblätter bzw. Prospekte
- **ZZA<sub>Aktuell-2</sub>** Masterkennziffer für die Bewertung der aktuellen Zustellqualität im externen Benchmark
- **ZZA<sub>Aktuell-1</sub>** Ergänzende Kennziffer zur Bewertung der aktuellen Zustellqualität bei Längsschnitt-Vergleichen
- **ZZA<sub>Perm-2</sub>** Masterkennziffer für die Bewertung der aktuellen Zustellqualität im externen Benchmark
- **ZZA<sub>Perm-1</sub>** 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 Nichtbelieferen, die ein oder mehrere Zustellerschwernisse aufwiesen



## Abkürzungen

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