

Erhebungsmethoden:

Auf den folgenden Seiten sind Beispiele für Erhebungsmethoden abgebildet:

- **Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3):**
Beispiel 1 Datei-Auswertung kein Wechserversand bzw. Wechserversand
- **Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 2) und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E, Ziffern 1.1 - 2.1):**
Beispiel 2 Datei-Auswertung nach IVW-EDA-Richtlinien
- **Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung:**
Beispiel 3 Total-Erhebung
Beispiel 4 Total-Erhebung Kennziffer-Fachzeitschriften
- **Empfänger-Struktur-Analyse durch schriftliche Erhebung:**
Beispiel 5 Stichproben-Erhebung
- **Leser-Struktur-Analyse durch schriftliche Erhebung:**
Beispiel 6 Stichproben-Erhebung
- **Leser-Struktur-Analyse durch mündliche Erhebung:**
Beispiel 7 Stichproben-Erhebung
- **Leser-Struktur-Analyse durch schriftliche/mündliche Erhebung:**
Beispiel 8 Stichproben-Erhebung

Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3) Total-Erhebung durch Dateiauswertung

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 3)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	289	=	4,5 %
▶ Einzelverkauf	18		
▶ sonstiger Verkauf	54		
▶ Werbeexemplare	217		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	6.200	=	95,5%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 2 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: (von...bis...)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2 und 3-E) Total-Erhebung durch Dateiauswertung nach IVW-EDA-Richtlinien

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse
(AMF-Schema 2, Ziffer 3 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 1.1 bis 2.1)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung gemäß IVW-EDA-Richtlinien

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	332	=	5,1 %
▶ Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Buchhandel, Einzelverkauf etc.)	332		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	6.157	=	94,9%

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

01.07.20xx bis 30.06.20xx jeweils bei Auslieferung der in diesem Zeitraum erschienenen Ausgaben.

3.3 Beschreibung der Datenbasis:*

Für die Zuordnung der Branchen, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale zu den Empfängeradressen wurden die folgenden Quellen verwendet:

- ▶ Adressbücher und Fernsprehbücher, die dem VDAV- Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien angeschlossen sind
- ▶ Messekataloge
- ▶ Angaben der Empfänger selbst

3.4 Zielperson der Untersuchung:**

Angabe entfällt, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und weil die Fachzeitschrift hauptsächlich an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01.07.20xx bis 30.06.20xx

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

* Bei Kennziffer-Fachzeitschriften lautet die Formulierung für die Beschreibung der Erhebung:

Für die Empfänger zu den Merkmalen Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale wurden die Angaben aus den Leserdienstkarten verwendet.

** Bei Kennziffer-Fachzeitschriften lautet die Formulierung für die Beschreibung der Zielperson der Untersuchung: Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen.

Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E) Total-Erhebung durch Dateiauswertung

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	289	=	4,5 %
▶ Einzelverkauf	18		
▶ sonstiger Verkauf	54		
▶ Werbeexemplare	217		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	6.200	=	95,5%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Branchen, Betriebsgrößenklassen-Merkmalen zu den Empfängeradressen wurden verwendet:

- ▶ Qualifizierung der Adressen durch den Verlag bzw. durch ein Institut.
- ▶ Adressbücher und Fernsprehbücher, die dem VDAV- Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien angeschlossen sind
- ▶ Schriftliche Mitteilungen der Empfänger
- ▶ Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal	5.267 Fälle	=	91,5%
keine Angaben in der Datei	497 Fälle	=	8,5%
	<u>5.864 Fälle</u>	=	<u>100,0 %</u>

Ausschöpfung für das Betriebsgrößenklassen-Merkmal	5.314 Fälle	=	90,6 %
keine Angabe in der Datei	550 Fälle	=	9,4%
	<u>5.864 Fälle</u>	=	<u>100,0 %</u>

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Angabe entfällt, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und weil die Fachzeitschrift nahezu völlig an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: (von...bis...)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E) Total-Erhebung durch Dateiauswertung (Kennziffer-Fachzeitschrift)

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden. Ergänzend sind in der Datei erfasst: Branchenzugehörigkeit, Betriebsgrößenklassen und Tätigkeitsmerkmale.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		182	
davon: abonnierte Exemplare	182		
Einzelverkauf	–		
sonstiger Verkauf	–		
• Freistücke		6.307	
davon: ständige Freistücke	5.590		
wechselnde Freistücke	500		
Werbeexemplare	217		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489	
davon: Inland	6.099		
davon: Ausland	390		

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	217	=	3,3 %
▶ Werbeexemplare	217		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	6.272	=	96,7%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Für die Zuordnung der Branchen, Betriebsgröße und Tätigkeitsmerkmale werden die Angaben aus den Leserdienstkarten verwendet.

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Die in der Datei erfassten persönlichen Empfänger in Institutionen

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: (von...bis...)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E) schriftliche Erhebung/Stichprobe

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch schriftliche Erhebung– Stichproben-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	971	=	15,0 %
▶ Einzelverkauf	18		
▶ sonstiger Verkauf	54		
▶ Werbeexemplare	217		
▶ Bezieher über den Buchhandel	292		
▶ Empfänger Ausland	390		

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 5.518 = 85,0%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl, beginnend mit der Zufallszahl 23 jede 12. Adresse

Ausgangs-Stichprobe (zugesandte Fragebogen):	460 Fälle	=	100,0%
Adressenbezogene Ausfälle:	14 Fälle	=	3,0%
▶ Fragebogen postalisch unzustellbar	6 Fälle =	1,3%	
▶ Empfänger verstorben bzw. Firma erloschen	8 Fälle =	1,7%	
Brutto-Stichprobe	446 Fälle	=	100,0%
Ausfälle:	105 Fälle	=	23,5%
▶ Fragebogen nicht zurückgesandt	80 Fälle =	17,9%	
▶ Fragebogen infolge unzulänglicher Antwortangaben nicht auswertbar	14 Fälle =	3,1%	
▶ Fragebogen leer zurückgesandt	5 Fälle =	1,2%	
▶ Beantwortung der Befragung verweigert	6 Fälle =	1,3%	
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	341 Fälle	=	76,5 %

3.4 Zielperson der Untersuchung: Erstempfänger

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Aussendung der Fragebogen an die Gesamt-Stichprobe: (Datumsangabe)

Erinnerungsschreiben (zum Teil mit nochmaliger Beifügung des Fragebogens): (Datumsangabe)

Stichtag für den Annahmeschluss von Rückläufen, die in die Auswertung eingezogen wurden: (Datumsangabe)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag (unter Mitarbeit des Marktforschungs-Beraters....)

Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L) Schriftliche Erhebung/Stichprobe

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch schriftliche Erhebung– Stichproben-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	971	=	15,0 %
▶ Einzelverkauf	18		
▶ sonstiger Verkauf	54		
▶ Werbeexemplare	217		
▶ Bezieher über den Buchhandel	292		
▶ Empfänger Ausland	390		

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 5.518 = 85,0%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl, beginnend mit der Zufallszahl 23 jede 12. Adresse

Ausgangs-Stichprobe (zugesandte Fragebogen):	460 Fälle	=	100,0%
Adressenbezogene Ausfälle:	14 Fälle	=	3,0%
▶ Fragebogen postalisch unzustellbar	6 Fälle =	1,3%	
▶ Empfänger verstorben bzw. Firma erloschen	8 Fälle =	1,7%	
Brutto-Stichprobe	446 Fälle	=	100,0%
Ausfälle:	105 Fälle	=	23,5%
▶ Fragebogen nicht zurückgesandt	80 Fälle =	17,9%	
▶ Fragebogen infolge unzulänglicher Antwortangaben nicht auswertbar	14 Fälle =	3,1%	
▶ Fragebogen leer zurückgesandt	5 Fälle =	1,2%	
▶ Beantwortung der Befragung verweigert	6 Fälle =	1,3%	
Netto-Stichprobe (auswertbare Fälle):	341 Fälle	=	76,5 %

3.4 Zielperson der Untersuchung: befragt wurde der hauptsächliche Leser in der Institution.

3.5 Definition des Lesers: Leser im WLK (weitester Leserkreis)

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Aussendung der Fragebogen an die Gesamt-Stichprobe: (Datumsangabe)

Erinnerungsschreiben (zum Teil mit nochmaliger Beifügung des Fragebogens): (Datumsangabe)

Stichtag für den Annahmeschluss von Rückläufen, die in die Auswertung eingezogen wurden: (Datumsangabe)

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag (unter Mitarbeit des Marktforschungs-Beraters....)

Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L) Mündliche Erhebung/Stichprobe

Beschreibung der Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche Erhebung – Stichproben-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 7.754

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 1.500
(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

• Verkaufte Auflage		4.700
davon: abonnierte Exemplare	4.628	
Einzelverkauf	18	
sonstiger Verkauf	54	
• Freistücke		1.789
davon: ständige Freistücke	1.072	
wechselnde Freistücke	500	
Werbeexemplare	217	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.489
davon: Inland	6.099	
davon: Ausland	390	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.489	=	100 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	971	=	15,0 %
▶ Einzelverkauf	18		
▶ sonstiger Verkauf	54		
▶ Werbeexemplare	217		
▶ Bezieher über den Buchhandel	292		
▶ Empfänger Ausland	390		

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 5.518 = 85,0%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: (Datumsangabe)

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Einfache Random-Auswahl, beginnend mit der Zufallszahl 23 jede 12. Adresse

Ausgangs-Stichprobe (zugesandte Fragebogen):	460 Fälle	=	100,0%
Adressenbezogene Ausfälle:	14 Fälle	=	3,0%
▶ falsche Adresse	14 Fälle = 3,0%		
Brutto-Stichprobe:	446 Fälle	=	100,0%
Ausfälle:	105 Fälle	=	23,5%
▶ Zielperson nicht erreicht	80 Fälle = 17,9%		
▶ Zielperson verreist, krank	5 Fälle = 1,2%		
▶ Beantwortung der Befragung verweigert	20 Fälle = 4,4%		
Netto-Stichprobe:	341 Fälle	=	76,5%

3.4 Zielperson der Untersuchung: befragt wurde der hauptsächliche Leser in der Institution.

3.5 Definition des Lesers: Leser im WLK (weitester Leserkreis)

3.6 Zeitraum der Untersuchung: Die mündliche Befragung erfolgte vom...bis...

3.7 Durchführung der Untersuchung: Marktforschungs-Institut

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Erhebungsmethode zur Reichweiten-Analyse (AMF-Schema 3-R)

Erhebungsmethode zur Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-L)

1 Name der Reichweitenstudie:

LA XYZ 2011 – Leseranalyse von Fachzeitschriften aus dem XYZ-Bereich, durchgeführt im Auftrag von 9 Verlagen als Herausgeber von 12 Fachtiteln. Erhoben wurden 14 Fachtitel, von denen sich 12 an der Untersuchung beteiligten.

2 Definition der Grundgesamtheit:

2.1 Erstellung/Erfassung der Grundgesamtheit:

a) Institutionen/Betriebe: Grundgesamtheit aller Betriebe der Branche X.

b) Personen: Die Zielperson innerhalb der institutionellen Grundgesamtheit sind alle Personen, die an Entscheidungen über Marken und Produkte im Bereich XYZ beteiligt sind.

2.2 Struktur der Grundgesamtheit:

Die Grundgesamtheit der Betriebe umfasst laut statistischem Bundesamt 48.060 Betriebsstätten. Laut dem Branchenverband 7.174 Betriebsstätten Die Anzahl der Entscheider wurde empirisch ermittelt. Die Untersuchung repräsentiert 105.900 Entscheider in den genannten Betriebsstätten.

3 Untersuchungsmethode:

Zunächst wurde ein telefonisches Screening-Interview durchgeführt. Dieses computergestützte Interview wurde mit dem Inhaber oder einem Mitglied der Geschäftsführung durchgeführt. Nach Feststellung der Zugehörigkeit des Betriebes zur Grundgesamtheit und Feststellung von Betriebsgröße und Branche wurde die Anzahl der Entscheider im Betrieb ermittelt. Für jeden Entscheider wurde die Entscheidungskompetenz und die Stellung im Betrieb erfragt. Bei mehr als einem Entscheider wurde durch einen Zufallsgenerator eine Zielperson ausgewählt. Den Zielpersonen wurden Befragungsunterlagen zugesandt, darunter Titelformulare im Format DIN A6, 4c zur Sicherstellung des Medienkontaktes. Das anschließende Hauptinterview wurde wiederum computergestützt telefonisch durchgeführt. Es wurde sichergestellt, dass beim Interview den befragten Personen die Unterlagen vorlagen.

4 Art und Erstellung der Stichprobe:

Adressen von Adressverlag A, Adressverlag B, Adressverlag C, insgesamt 88.791 Adressen.

5 Tag der Stichprobenziehung: 2. April 2010

6 Ausschöpfung der Stichprobe:

70,7% Gesamtausschöpfung der Untersuchung
1.127 telefonische Hauptinterviews

7 Zeitraum der Untersuchung: Die Befragung wurde im Zeitraum vom 15.04.2010 bis 13.07.2010 durchgeführt.

8 Durchführung der Untersuchung:

Mit der Durchführung, Feldarbeit und technischen Aufbereitung des Datenmaterials sowie der Erstellung der Analysetabellen wurde das MAFO- Institut, X-Stadt, beauftragt. Die methodische Gesamtverantwortung der Studie lag bei einem Arbeitsausschuss, dem Vertreter der Verlage, der werbetreibenden Industrie und des Institutes angehörten.

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.