

Leser-Struktur-Analyse

MTZ

Juli 2011

2. METHODISCHE ANLAGE DER UNTERSUCHUNG

2.1 ALLGEMEINES

Für die Darstellung der Methode genügt im vorliegenden Fall die Kurzfassung der Erhebungsmethode gemäß AMF.

Aus dieser Kurzfassung gehen alle wesentlichen Informationen hervor.

Ergänzend dazu muss die detaillierte Erhebungsmethode im Internet hinterlegt sein.

2.2 ERHEBUNGSMETHODE

1. Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung - Stichproben-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Abonnenten aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 3.421

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

verkaufte Auflage		3.704
davon: Abonnenten	3.568	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	136	
Freistücke		1.529
davon: ständige Freistücke	0	
Werbeexemplare	1.529	
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		5.233
davon Bundesrepublik Deutschland		4.268
davon Ausland		965

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (Abonnenten)	3.421	=	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	509	=	14,9%
Buchhandelsexemplare	127	=	3,7%
Werbeexemplare	0	=	0%
sonstiger Verkauf	0	=	0%
Einzelverkauf	0	=	0%
Abo nicht deutschsprachiges Ausland	382	=	11,2%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (Abonnenten):			
	2.912	=	85,1%

Die 85% Regel wurde eingehalten, damit beträgt die Basis für Hochrechnungen 3.421 Leser.

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

27. April 2011

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der nach PLZ sortierten Abonnenten-datei, ohne Buchhandel und nicht deutschsprachiges Ausland.

- Start mit der 6. Adresse, 1. Durchgang: Schrittziffer 8,
2. Durchgang: Start mit der 1. Adresse, Schrittziffer 54
3. Durchgang, 1 Adresse per Random

Ausgangs-Stichprobe:	411 Fälle	=	100,0%
-----------------------------	------------------	----------	---------------

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Kein Leser ermittelbar	23 Fälle	=	5,6%
Adresse/Telefonnummer falsch / nicht ermittelbar	33 Fälle	=	8,0%
Ausfälle gesamt:	56 Fälle	=	13,6%

Brutto-Stichprobe:	355 Fälle	=	100,0%
---------------------------	------------------	----------	---------------

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht	38 Fälle	=	10,7%
Zielperson verreist, krank	8 Fälle	=	2,3%
kein Termin möglich	24 Fälle	=	6,8%
Beantwortung der Befragung verweigert	34 Fälle	=	9,6%
	104 Fälle	=	29,3%

Netto (auswertbare Fälle):	251 Fälle	=	70,7%
-----------------------------------	------------------	----------	--------------

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser.

3.5 Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser im WLK.

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 02. Mai bis 01. Juni 2011

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

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