

Das Weigel Panelverfahren für Handel & Mediaagenturen

Mediaforschung / Verteilcontrolling für unadressierte Printmedien, Prospekte und Beilagen



WEIGEL GMBH

01 VERTEILCHECK



Im Vorfeld einer Zeitungs- und Prospektverteilung finden **Aktivierung** und „**Briefing**“ der Panelhaushalte im jeweiligen Zielgebiet statt. Als Voraussetzung für ein zuverlässiges Ergebnis wird die Grundgesamtheit des Messgebiets räumlich exakt abgegrenzt. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt nach einem **repräsentativen Stichprobenverfahren**.



Nach der Verteilung erfolgt zum vereinbarten Zeitpunkt die **telefonische Befragung** der Panelhaushalte zur Zustellung der diversen Printmedien anhand einer validen Interviewmethodik.



Unter Berücksichtigung vielfältiger Zustellfaktoren wird die Kennziffer „**Panelquote Zustellung**“ für die abgefragten Printmedien (Zeitungen, Prospekte) gebildet.



Das Ergebnis wird hinsichtlich der **Verteilqualität** differenziert nach Medienformat, Branche, Verteilfrequenz und Raumordnung (Metropole, Großstadt, Kleinstadt, Land) im bundesweiten Vergleich bewertet (**Benchmark**).

02 REICHWEITENMESSUNG



Wie häufig lesen und nutzen Sie Anzeigenblatt oder Trägermedium A/B/C?



Können Sie sich an die Prospektbeilage von A/B/C erinnern?



Lesen Sie die Prospekte von A/B/C und wenn Ja, wie häufig?



Lesen Sie lieber Trägermedium A/B/C?

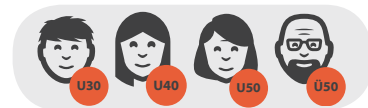


Hat der Prospekt von A/B/C Interesse geweckt?



Gehen Sie bei Händler A/B/C einkaufen und wenn Ja, wie oft?

03 ZIELGRUPPEN-SELEKTION



Alter*

*Diese Merkmale werden im Interview erhoben und anonymisiert ausgewertet



Geschlecht*



Status & Interessen*

zum Beispiel:
Familie/Single/Pair
Haustyp
PKW Marke
Bildungsabschluss
Hobbys
Sonstige Interessen



Sozio- und Geomilieu

Selektion der Messgebiete nach bestimmten Kriterien im Vorfeld der Messung oder Anreicherung der auf Gebietsbasis aggregierten Ergebnisse mit microm Daten wie z. B. microm Lebensphasen, Kaufkraft oder sonstigen Sozio- und Geomilieudaten

04 REICHWEITEN-UND VERTEILQUALITÄTS-ANALYSE



Die aggregierten Daten können im räumlichen Zusammenhang (z. B. Filialgebiet, Trägermediengebiet, PLZ, Ort) sowie nach Altersklasse, Geschlecht, Status, Interessen und Geo-/Sozialmilieu ausgewertet werden; die Darstellung der Ergebnisse ist zusätzlich mit Benchmarkdaten oder in Form einer Portfolioanalyse sowie in einer digitalen Karte möglich

05 MAßNAHMEN



Qualitätsmanagement: Steigerung von Verteilqualität und Reichweite durch systematische Überwachung der Zustellung und Brennpunktidentifikation



Zielgruppenspezifische Prospektoptimierung auf Basis von Reichweitenanalysen nach Zielgruppen



Verteilgebiets-optimierung anhand räumlich ausgewerteter Verteilqualitäts- und Reichweitenkennzahlen



Controlling u.a. mittels Tracking von Reichweite & Verteilqualität als Grundlage reversionssicherer Kampagnenerfolgs-, Budget- und Rechnungskontrolle, Bonus-Malus-Systeme, Wettbewerbsvergleich



Medienauswahl optimieren durch Identifizierung von Trägermedien und Verteilkanälen mit dem lokal oder regional bestem Verhältnis Reichweite-Verteilqualität-Preis



Optimale Vorbereitung auf Jahresgespräche & Einkaufsverhandlungen für Print & Prospekt



Die klassische Prospekt- und Beilagenwerbung ist in der Kommunikationsstrategie für den deutschen Filialhandel nach wie vor unverzichtbar und im Mediaplanungsmix das Werbeinstrument Nummer 1 um den Endverbraucher direkt, schnell und mit nachhaltiger Wirkung zu erreichen. Für Leser und Verbraucher sind Wochenblätter, Prospekte und Beilagen eine der beliebtesten Informationsquellen zu lokalen Nachrichten und Angeboten des Handels aus der eigenen Regionen. Das Institut Weigel ist spezialisiert auf die wissenschaftlich fundierte Messung von Leser- und Werbereichweiten im Bereich unadressierter Trägermedien und Printwerbung. Die Weigel GmbH als unabhängiges Institut für Markt- und Mediaforschung, Statistik und Qualitätsmanagement bietet neben innovativen und validierten CATI Messmethoden und Panelbefragungen zur Reichweitenmessung von Trägermedien und Prospekten auch testierte Prüfverfahren und Controllingwerkzeuge zur statistisch belastbaren Messung und Optimierung der Zustellqualität im Bereich der unadressierten Verteillogistik.

Seit über 10 Jahren vertrauen Handelsunternehmen, Mediaagenturen, Anzeigenblattverlage, Tageszeitungen und Zustellorganisationen in Deutschland dem Institut Weigel.

Es gibt gute Gründe unserer Expertise zu vertrauen ...

- rund 80% der Top 25 Filialhandelsunternehmen in Deutschland arbeiten langfristig mit dem Institut Weigel im Bereich der Messung von unadressierten Printmedien zusammen
- Führende Mediaagenturen erkennen die Messquoten unseres Hauses als Standardkennzahlen an
- über 100 spezialisierte Telefoninterviewer in der hauseigenen CATI Feldabteilung (Callcenter)
- rund 10.000.000 Interviews zu unadressierten Printmedien/Prospekten in Deutschland (2007 bis 2016)
- In diesem Zeitraum circa 2.000.000 rekrutierte Panelhaushalte
- mindestens 25.000 Interviews zu Zeitungs-, Prospekt- und Beilagenverteilungen pro Woche (2016)
- Wissenschaftliche Testierung von CATI-Messverfahren und Panelmethodik durch die Universität Freiburg
- Expertengremium im wissenschaftlichen Institutsbeirat
- Neue Standards wie „Panel-Zustellquote“ (PQZ) und „Kennzahl Effektive Werbereichweite“ (EWR) definiert