

a+s GeoKit Das Planungstool für unadressierte Werbung.



a+s GeoKit Das Planungstool für unadressierte Werbung.

Auszüge aus der aktuellen Marktforschung*:
Unadressierte Prospekt- und Beilagenverteilung des Flyers
eines namhaften Automobilherstellers

a+s DialogGroup

Produktion Flyer &
deutschlandweite
Verteilung mit
a+s GeoKit



Zeitraum
Erstes
Oktoberwochenende
2015



Gesamtauflage
9,6 Mio.



Aktivierungs-
Interviews
2.250



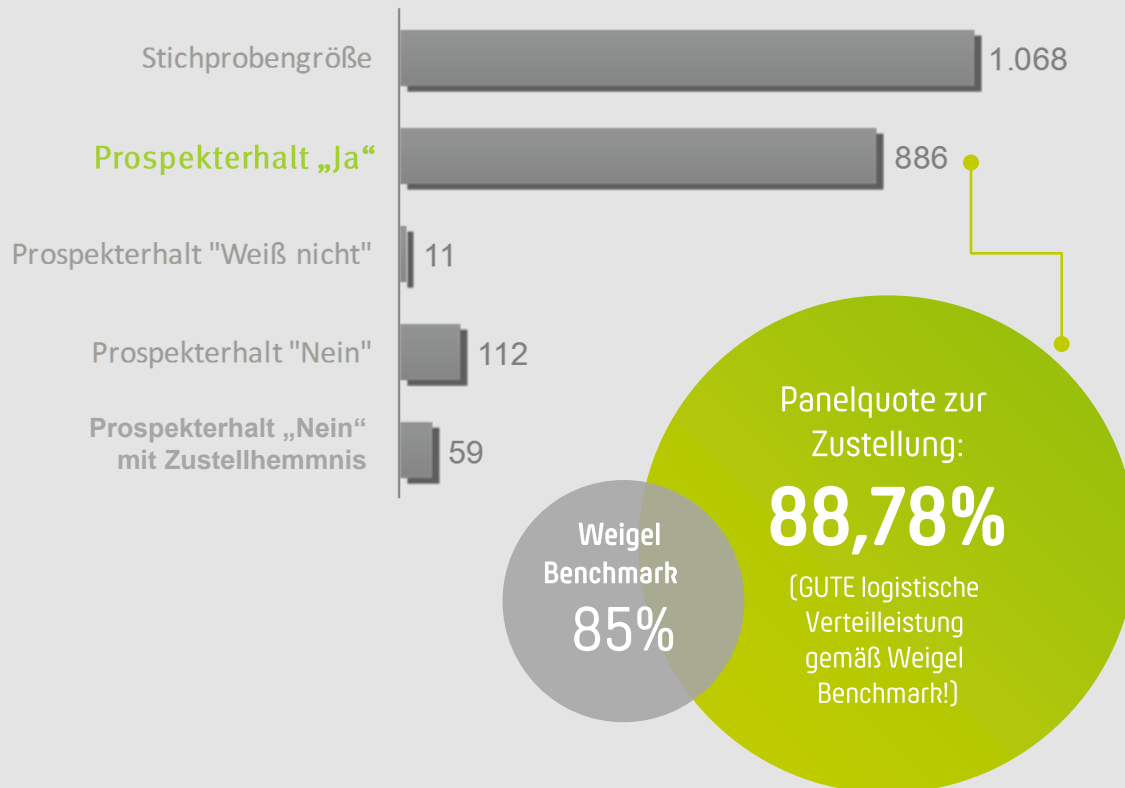
Rekrutierte
Panelhaushalte
1.292



Befragte / erreichte
Panelhaushalte
1.068

* Institut Weigel GmbH | www.weigel-gmbh.com

Ergebnis **Panelmessung:** Verteilqualitätsprüfung a+s GeoKit



Panelquote zur Zustellung

Positive Bestätigungen der Prospektzustellung durch zuvor rekrutierte Panelhaushalte (in %) unter Berücksichtigung der Zustellhemmnisse, dies bedeutet, Nichterhalt-Angaben werden bei Vorliegen eines Zustellhemmnisses (z. B. Klingelhaus, Ablagestelle, Briefkasten schwer zugänglich) nicht berücksichtigt.

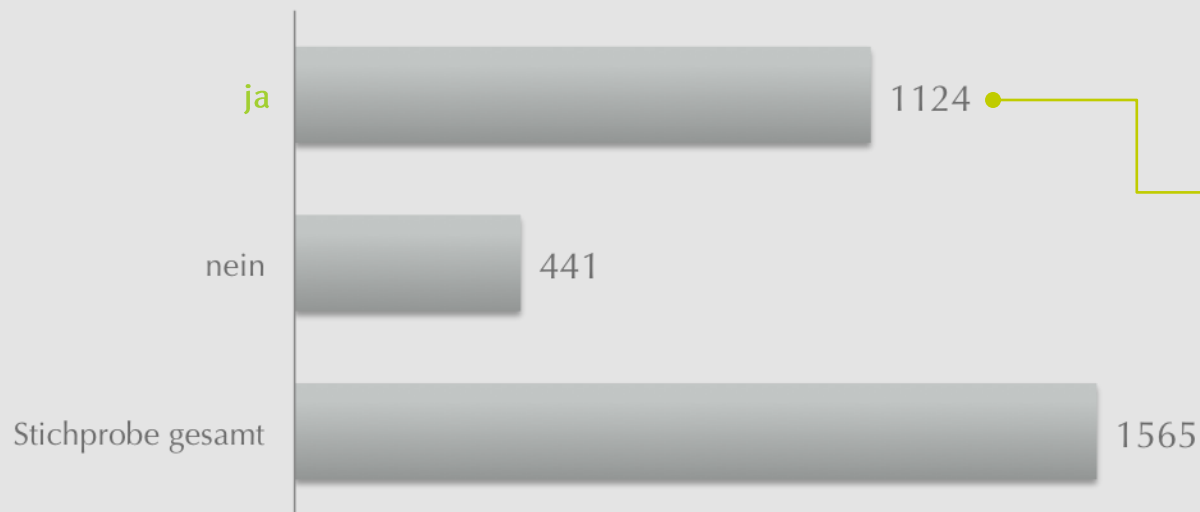
Formel PQZ: Anzahl JA / Anzahl JA + NEIN
(ohne Haushalte mit Zustellhemmnis und ohne „Weiß-nicht“-Angaben)

Weigel Benchmark zur Zustellung

- +++ sehr gute Verteilleistung > = 90%
- ++ gute Verteilleistung > = 86%
- + durchschnittliche Verteilleistung = 85%
- unterdurchschnittliche Verteilleistung < = 85%
- unzureichende Verteilleistung < = 75%
- mangelhafte Verteilleistung < = 65%

Ungestützte Frage 1:

Können Sie sich erinnern, einen Automobilhersteller-Prospekt als direkt verteilten Prospekt oder als Beilage in einer kostenlosen Zeitung als Zustellung an Ihren Briefkasten erhalten zu haben?



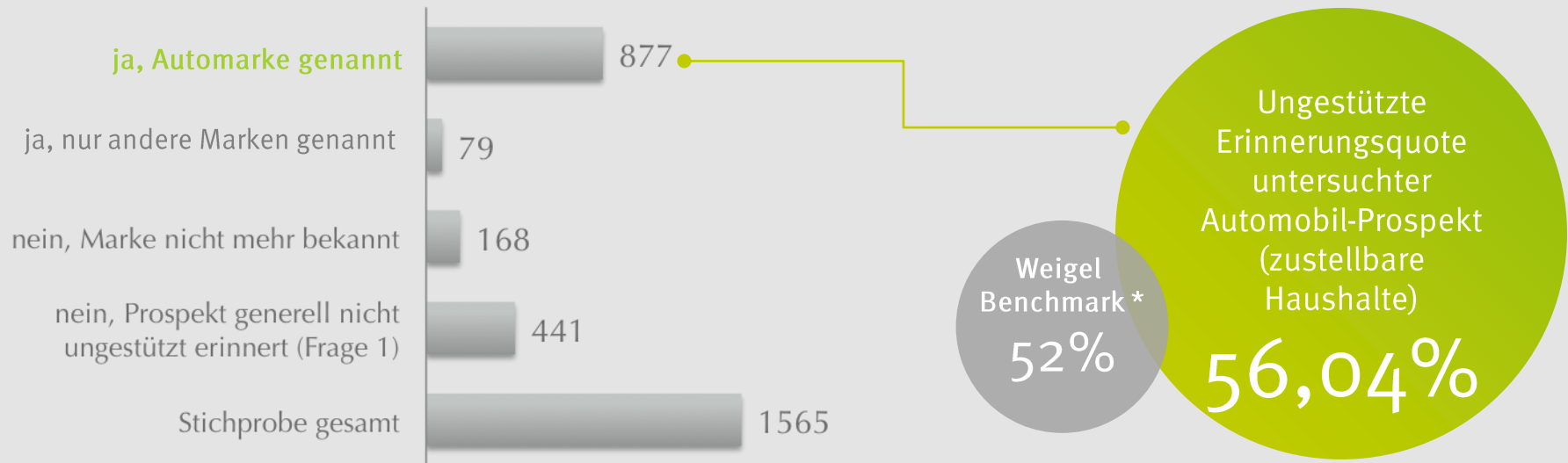
Ungestützte
Erinnerungsquote
untersuchter
Automobil-Prospekt
(zustellbare
Haushalte)

71,82%

Die Befragung erfolgte innerhalb von 72 Stunden nach der Prospektverteilung

Ungestützte Frage 2:

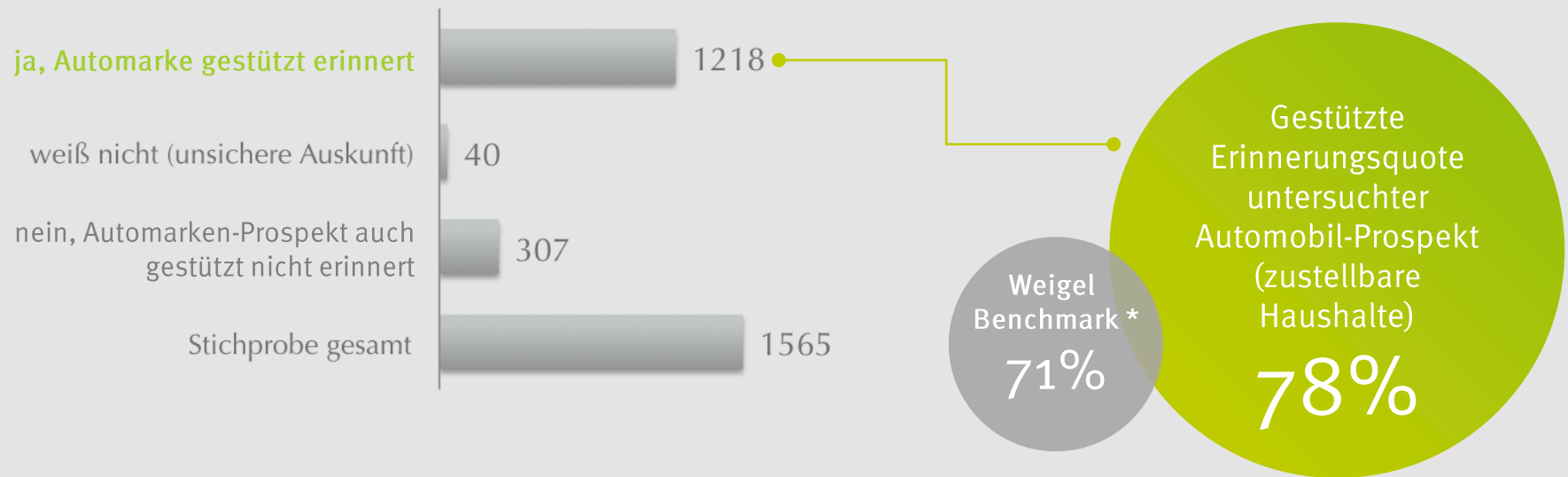
Können Sie sich spontan noch an die Automarke oder Marken aus der Prospektwerbung erinnern und welche Marken waren dies?



* Datengrundlage: rund 72.000 Interviewergebnisse zu Automobilprospekten gemäß testierter Weigel Methode im Erhebungszeitraum 2008 bis 2015

Ungestützte Frage 3:

Können Sie sich erinnern, ob speziell „der untersuchte Automobil- Prospekt mit Angabe Marke und Produkt “ bei den an Ihren Briefkasten verteilten Prospekten dabei gewesen ist?



* Datengrundlage: rund 72.000 Interviewergebnisse zu Automobilprospekten gemäß testierter Weigel Methode im Erhebungszeitraum 2008 bis 2015