
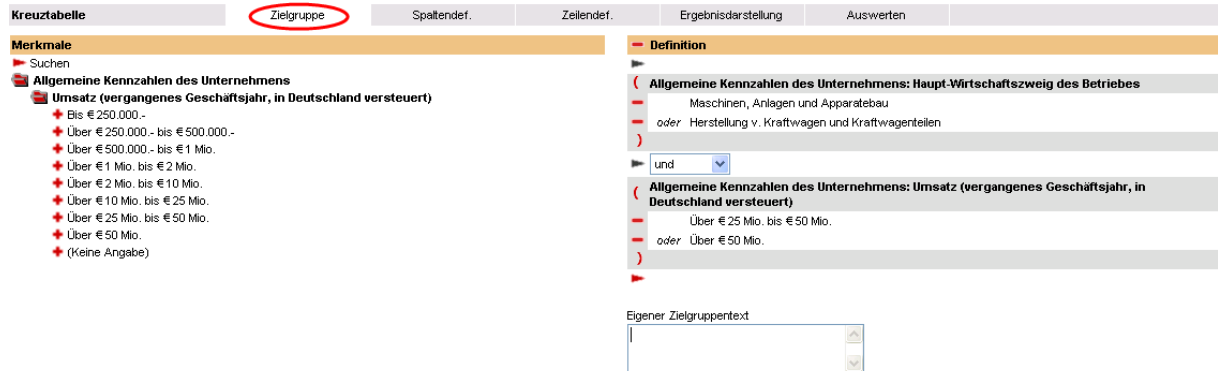


Kreuztabelle

1. Schritt Auswahl der Zielgruppe

Öffnen Sie zunächst einen Ordner durch Klick auf das Ordner-Icon (). Wählen Sie dann die Zielgruppe, auf die sich Ihre Auswertung beziehen soll, indem Sie auf das Kreuz (+) vor der entsprechenden Zielgruppe klicken.

Die Definition erscheint im rechten Fenster.



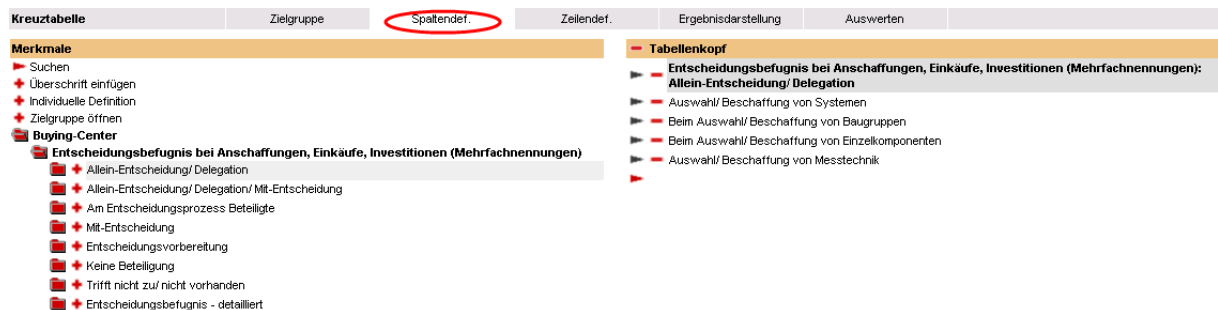
Sie haben die Möglichkeit, zusammengesetzte Zielgruppen zu definieren: Codepunkte, die zu unterschiedlichen Merkmalen/ Fragen (auf der 2. Ebene) gehören, werden mit UND verknüpft. Innerhalb einer Frage/ eines Merkmals werden die einzelnen Merkmalsausprägungen mit ODER verbunden und automatisch in eine Klammerung gesetzt.

Sie löschen eine Auswahl durch Klick auf das Minuszeichen (-) vor dem Merkmal.

Schritt 2: Spaltendefinition

Klicken Sie auf Spaltendef., um die Variablen bzw. einzelne Merkmale auszuwählen, die in den Tabellenspalten (= Tabellenkopf) der Kreuztabelle erscheinen sollen.

Öffnen Sie den entsprechenden Ordner durch Anklicken und wählen Sie die gewünschte Variable, indem Sie auf das daneben stehende Kreuz klicken.



Im Beispiel wurden die Order „Buying-Center“ und „Entscheidungsbefugnis bei Anschaffungen, Einkäufe, Investitionen“ geöffnet. Das Merkmal „Allein-Entscheidung/ Delegation“ wurde durch einen Klick auf das Kreuz gewählt, es erscheint unter der Überschrift „Tabellenkopf“ in der Auswahl.

Schritt 3: Zeilendefinition

Klicken Sie auf Zeilendef., um die Variablen bzw. einzelne Merkmale auszuwählen, die in den Tabellenzeilen der Kreuztabelle erscheinen sollen.

Im folgenden Beispiel wurde aus dem Ordner „Merkmale des Befragten“ die Variable Alter durch Klick auf das Kreuz vor Alter ausgewählt.

Kreuztabelle	Zielgruppe	Spaltendef.	Zeilendef.	Ergebnisdarstellung	Auswerten
Merkmale			Tabellenzeilen		
Suchen			Merkmale des Befragten: Alter		
+ Überschrift einfügen			▶ Bis 29 Jahre		
+ Individuelle Definition			▶ 30 bis 39 Jahre		
+ Zielgruppe öffnen			▶ 40 bis 49 Jahre		
+ Vordefinierte Spaltendefinitionen analog Broschüre			▶ 50 bis 59 Jahre		
+ Vordefinierte Zeilendefinitionen analog Broschüre			▶ 60 Jahre und älter		
+ Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens			▶ Alter (numerisch) Ø		
+ Bezug zu Elektronischen Bauelementen/ Baugruppen/ elektronischen Systemen					
+ Merkmale des Befragten					
+ Leitungsbefugnis für Unternehmensbereiche					
+ Buying-Center					
+ Beteiligung an Kaufentscheidungen im Produktbereich (Mehrfachnennungen)					
+ Häufigkeit Kontakt mit dem Produktbereich ...					
+ Elektronik-Fachzeitschriften					
+ Paneuropäische Elektronik-Fachzeitschriften					
+ Aussagen zu Fachanzeigen in Elektronik-Fachzeitschriften					
+ Sonderauswertung Marken-5-Klang					

Schritt 4: Wahl der Ergebnisdarstellung

Im Menü „Ergebnisdarstellung“ können Sie die Werte, die in der Tabelle angezeigt werden sollen, auswählen.

Kreuztabelle	Zielgruppe	Spaltendef.	Zeilendef.	Ergebnisdarstellung	Auswerten	
Darstellung pro Kopfspalte						
<input type="checkbox"/> Fälle	<input type="checkbox"/> Mio.	<input checked="" type="checkbox"/> Tsd.	<input checked="" type="checkbox"/> Vertik. %	<input type="checkbox"/> Horiz. %	<input type="checkbox"/> Basis %	<input type="checkbox"/> Affinität

Schritt 5: Auswerten

Klicken Sie zum Schluss auf in der Kopfzeile auf „Auswerten“. Nun wird die von Ihnen definierte Kreuztabelle angezeigt.

Datensatz: AGLA ELEKTRONIK-MEDIEN 2008

Zielgruppe: Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Haupt-Wirtschaftszweig des Betriebes: (Maschinen, Anlagen und Apparatebau oder Herstellung v. Kraftwagen und Kraftwagenteilen) und Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Umsatz (vergangenes Geschäftsjahr, in Deutschland versteuert): (Über € 25 Mio. bis € 50 Mio. oder Über € 50 Mio.)
 349 Interviews = 326 Fälle = 42 Tsd.

Sortierung

	Gesamt		Entscheidungsbefugnis bei Anschaffungen, Einkäufe, Investitionen (Mehrfachnennungen): Allein-Entscheidung/ Delegation								
			Auswahl/ Beschaffung von Systemen			Beim Auswahl/ Beschaffung von Baugruppen			Beim Auswahl/ Beschaffung von Einzelkomponenten		
	Tsd.	Vertik. %	Fälle	Tsd.	Vertik. %	Fälle	Tsd.	Vertik. %	Fälle	Tsd.	Vertik. %
Gesamt	42	100,0	65	8	*	98	13	100,0	134	17	100,0
Merkmale des Befragten: Alter											
Bis 29 Jahre	2	4,8	6	1	*	7	1	7,1	9	1	6,5
30 bis 39 Jahre	8	18,5	6	1	*	16	2	16,2	21	3	15,6
40 bis 49 Jahre	18	42,6	32	4	*	33	4	33,7	46	6	34,3
50 bis 59 Jahre	13	30,8	21	3	*	40	5	41,1	51	7	38,2
60 Jahre und älter	1	3,3	0	0	*	2	0	1,8	7	1	5,4
Alter (numerisch) Ø	45,1	45,1	44,1	44,1	44,1	45,4	45,4	45,4	46,1	46,1	46,1
Keine Angabe	0	0,0	0	0	*	0	0	0,0	0	0	0,0


*) Auswertung aufgrund ungewichteter Fallzahlgrenze nicht möglich.

Über den Punkt „Alter (numerisch)“ wird das Durchschnittsalter in der Tabelle ausgewiesen, unabhängig von der Darstellungsart.

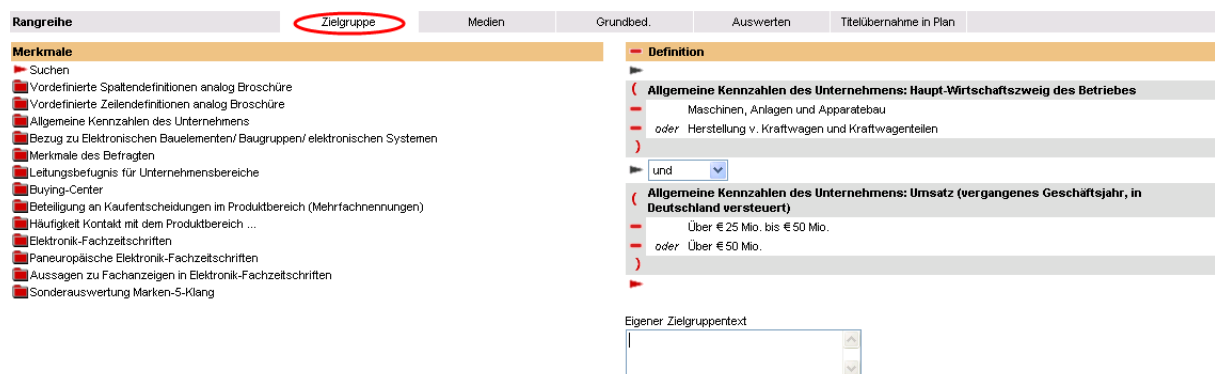
Sobald die Zielgruppe, auf die prozentuiert wird, 80 ungewichtete Fälle unterschreitet, wird ein * ausgewiesen. Im Beispiel hat die Kopfzielgruppe Allein-Entscheider/ Delegation: Auswahl/ Beschaffung von Systemen weniger als 80 ungewichtete Fälle (auch gewichtet sind es lediglich 65 Fälle), daher wird bei der Vertikalen Prozentuierung ein * ausgewiesen.

Rangreihe

1. Schritt Auswahl der Zielgruppe

Öffnen Sie zunächst einen Ordner durch Klick auf das Ordner-Icon (). Wählen Sie dann die Zielgruppe, auf die sich Ihre Auswertung beziehen soll, indem Sie auf das Kreuz (+) vor der entsprechenden Zielgruppe klicken.

Die Definition erscheint im rechten Fenster.

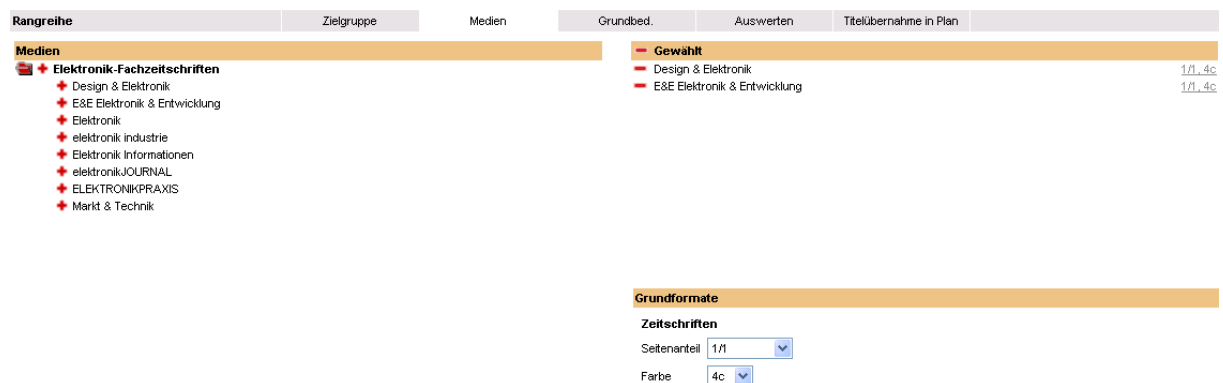


Sie haben die Möglichkeit, zusammengesetzte Zielgruppen zu definieren: Codepunkte, die zu unterschiedlichen Merkmalen/ Fragen (auf der 2. Ebene) gehören, werden mit UND verknüpft. Innerhalb einer Frage/ eines Merkmals werden die einzelnen Merkmalsausprägungen mit ODER verbunden und automatisch in eine Klammerung gesetzt.

Sie löschen eine Auswahl durch Klick auf das Minuszeichen (-) vor dem Merkmal.

2. Schritt Medienauswahl

Durch Klick auf das vorangestellte Kreuz (+) wählen Sie entweder einzelne Medien oder alle Medien für die Rangreihe aus. Das Grundformat für Seitenanteil und Farbe für die Berechnung preisbezogener Planwerte können Sie ändern, indem Sie im Pulldown-Menü ein anderes Format wählen.



3. Schritt Grundbedingung

Jede Kenngröße, die mit einer Spaltennummer versehen ist, wird in der Rangreihe berechnet und an der entsprechenden Stelle ausgegeben. Die Voreinstellungen des Programms können gelöscht bzw. geändert werden. Geben Sie im Eingabefeld für Spaltenposition die vorgesehene Position innerhalb der Rangreihentabelle an.

Rangreihe	Zielgruppe	Medien	Grundbed.	Auswerten	Titelübernahme in Plan
Grundbedingungen					
Bezeichnung	Spalten- Komma- position stellen		Grundbedingungen		
Format	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	Anzahl Belegungen <input type="text" value="1"/>		
Plankosten	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>			
1000-Leser-Preis	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="2"/>			
Rangplatz 1000-Leser-Preis	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Netto-Reichweite %	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="1"/>			
Projektion	<input type="text" value="5"/>	<input type="text"/>			
Rangplatz Netto-Reichweite	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Affinität	<input type="text" value="6"/>	<input type="text"/>			
Rangplatz Affinität	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Struktur	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Rangplatz Struktur	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
1000-Kontakt-Preis	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="2"/>			
Rangplatz 1000-Kontakt-Preis	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
GRP (Brutto-Reichweite %)	<input type="text" value="8"/>	<input type="text"/>			
Kontaktsumme	<input type="text" value="9"/>	<input type="text"/>			
Rangplatz Kontaktsumme	<input type="text"/>	<input type="text"/>			
Durchschnittskontakte OTS	<input type="text"/>	<input type="text"/>			

4. Schritt Auswerten

Klicken Sie zum Schluss auf **Auswerten**. Nun wird die von Ihnen definierte Rangreihe angezeigt.

Rangreihe	Zielgruppe	Medien	Grundbed.	Auswerten	Titelübernahme in Plan
-----------	------------	--------	-----------	-----------	------------------------

Datensatz: AGLA ELEKTRONIK-MEDIEN 2008

Grundformate

Zeitschriften 1/1 Seite, 4c

2008-er Nettopreise

Anzahl Belegungen pro Titel: 1

Referenzgruppe: Gesamt

1.517 Interviews = 1.517 Fälle = 196 Tsd.

Zielgruppe:

Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Haupt-Wirtschaftszweig des Betriebes: (Maschinen, Anlagen und Apparatebau oder Herstellung v. Kraftwagen und Kraftwagenteilen) und Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Umsatz (vergangenes Geschäftsjahr, in Deutschland versteuert): (Über € 25 Mio. bis € 50 Mio. oder Über € 50 Mio.)

349 Interviews = 326 Fälle = 42 Tsd.



Sortierung Keine Aufsteigend

Medientitel	Format	Kosten EUR	EUR pro 1000 Leser	Reichweite %	Leser Tsd.	Affinität	EUR pro 1000 Kont.	GRP %	Kont. Tsd.
1 Design & Elektronik	1/1, 4c	6.760	1.026,35	15,7	7	89	1.026,35	16	7
2 E&E Elektronik & Entwicklung	1/1, 4c	6.146	1.629,63	9,0	4	94	1.629,63	9	4
3 Elektronik	1/1, 4c	7.740	668,44	27,5	12	95	668,44	28	12
4 elektronik industrie	1/1, 4c	5.208	694,62	17,8	7	96	694,62	18	7
5 Elektronik Informationen	1/1, 4c	6.090	1.780,85	8,1	3	65	1.780,85	8	3
6 elektronikJOURNAL	1/1, 4c	6.100	1.293,65	11,2	5	82	1.293,65	11	5
7 ELEKTRONIKPRAXIS	1/1, 4c	8.380	590,80	33,7	14	111	590,80	34	14
8 Markt & Technik	1/1, 4c	8.020	541,02	35,3	15	98	541,02	35	15

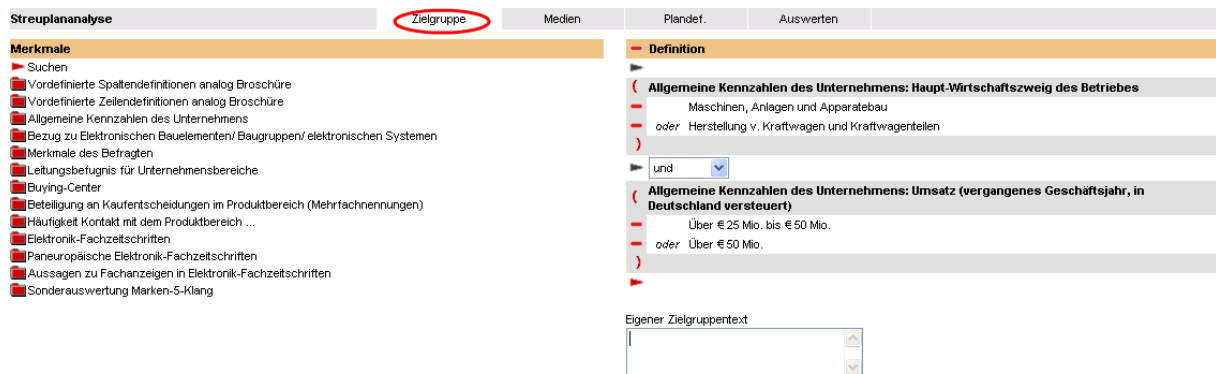
Bei der Berechnung der kostenabhängigen Leistungswerte werden Mal- und Mengenstaffeln berücksichtigt. Sie haben die Möglichkeit, die Tabelle nach allen Planwerten auf- oder absteigend zu sortieren, wenn Sie auf den entsprechenden blauen Pfeil im Tabellenkopf klicken.

Streuplananalyse


1. Schritt Auswahl der Zielgruppe

Öffnen Sie zunächst einen Ordner durch Klick auf das Ordner-Icon (). Wählen Sie dann die Zielgruppe, auf die sich Ihre Auswertung beziehen soll, indem Sie auf das Kreuz () vor der entsprechenden Zielgruppe klicken.


Die Definition erscheint im rechten Fenster.




Sie haben die Möglichkeit, zusammengesetzte Zielgruppen zu definieren: Codepunkte, die zu unterschiedlichen Merkmalen/ Fragen (auf der 2. Ebene) gehören, werden mit UND verknüpft. Innerhalb einer Frage/ eines Merkmals werden die einzelnen Merkmalsausprägungen mit ODER verbunden und automatisch in eine Klammerung gesetzt.

Sie löschen eine Auswahl durch Klick auf das Minuszeichen () vor dem Merkmal.

2. Schritt Medienauswahl

Durch Klick auf das vorangestellte Kreuz () wählen Sie entweder einzelne Medien oder alle Medien für die Rangreihe aus. Das Grundformat für Seitenanteil und Farbe für die Berechnung preisbezogener Planwerte können Sie ändern, indem Sie im Pulldown-Menü ein anderes Format wählen.



3. Schritt Plandefinition

Streuplananalyse	Zielgruppe	Medien	Plandef.	Auswerten						
Plan										
Belegen	Kopieren	Addieren	Entfernen	Bearbeiten	3					
Streuplankosten										
	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4	Plan 5	Plan 6	Plan 7	Plan 8	Plan 9	Plan 10
Vorgabewert in EUR		80000								
Medientitel										
	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4	Plan 5	Plan 6	Plan 7	Plan 8	Plan 9	Plan 10
Design & Elektronik	1	1								
E&E Elektronik & Entwicklung	1	6								
Elektronik	1	3								
elektronik industrie	1	9								
Elektronik Informationen	1									
elektronikJOURNAL	1									
ELEKTRONIKPRAXIS	1									
Markt & Technik	1									

Tragen Sie für alle Titel, die in einen Plan aufgenommen werden sollen, die gewünschte Anzahl von Belegungen ein. Sie können die Belegungen direkt in die Maske eingetragen oder den Plan über die verschiedenen Möglichkeiten: Belegen, Kopieren und Addieren definieren.

Belegen: Alle Medien werden mit der gleichen Anzahl von Belegungen versehen. Wechseln Sie in eine freie Spalte und wählen Sie die Menüzeile Plan belegen aus. In einem Eingabefeld geben Sie die vorgesehene Anzahl Belegungen pro Plankandidat ein.

Plan kopieren: Nach Aufruf dieses Menüpunktes erscheint in der aktuellen Planspalte eine kleine Eingabemaske. In diese Maske wird die Nummer des Planes eingetragen, der in die aktuelle Planspalte übernommen werden soll.

Plan addieren: Sie haben die Möglichkeit, zu den Belegungen des markierten Planes die Belegungen eines anderen Planes zu addieren. Nach Aufruf von Plan addieren erscheint eine Eingabemaske, in die Sie die Nummer des zu addierenden Planes eintragen.

Plan entfernen: Der Plan an aktueller Cursorposition wird gelöscht.

Kosten vorgeben

Jedem Plan kann ein fester Preis vorgegeben werden.

6. Schritt Auswerten

Klicken Sie zum Schluss auf **Auswerten**. Nun werden die von Ihnen definierten Streuplanwerte angezeigt.

Streuplananalyse	Zielgruppe	Medien	Plandef.	Auswerten
-------------------------	------------	--------	----------	------------------

Datensatz: AGLA ELEKTRONIK-MEDIEN 2008

Grundformate

Zeitschriften 1/1 Seite, 4c

2008-er Nettopreise

Referenzgruppe: Gesamt

1.517 Interviews = 1.517 Fälle = 196 Tsd.

Zielgruppe:

Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Haupt-Wirtschaftszweig des Betriebes: (Maschinen, Anlagen und Apparatebau oder Herstellung v. Kraftwagen und Kraftwagenteilen) und Allgemeine Kennzahlen des Unternehmens: Umsatz (vergangenes Geschäftsjahr, in Deutschland versteuert): (Über € 25 Mio. bis € 50 Mio. oder Über € 50 Mio.)

349 Interviews = 326 Fälle = 42 Tsd.

Streuplan	Plan 1	Plan 2	Format
Design & Elektronik	1	1	1/1, 4c
E&E Elektronik & Entwicklung	1	6	1/1, 4c
Elektronik	1	3	1/1, 4c
elektronik industrie	1	9	1/1, 4c
Elektronik Informationen	1	1	1/1, 4c
elektronikJOURNAL	1	1	1/1, 4c
ELEKTRONIKPRAXIS	1	1	1/1, 4c
Markt & Technik	1	1	1/1, 4c
Streuplankosten in EUR	54.444	80.000*	
EUR pro 1000			
Leser	1.900,12	3.118,03	
Kontakte	817,75	608,69	
Netto-Reichweite			
Leser in %	68,2	61,0	
Leser in Tsd.	29	26	
Affinität	101	102	
Kontakte			
Kontakte in Tsd.	67	131	
Durchschnitt	2,3	5,1	
GRP	158	313	

*) Plankosten wurden vorgegeben.