

Marktausschöpfungsanalyse 2004

Methodik

VDZ – Die Publikumszeitschriften
Bundesverband Presse-Grosso
Juli 2004

Übersicht der Segmente

IV-2004

- Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0111) S. 4
- Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 0112) S. 6
- Frauenzeitschriften wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 0113) S. 8
- Frauenzeitschriften wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 0114) S. 9
- Frauenzeitschriften 14-täglich (Segment-Nr. 0124) S. 11
- Frauenzeitschriften monatlich (Segment-Nr. 0134) S. 13
- Aktuelle Illustrierte (Segment-Nr. 0204) S. 15
- Lifestyle-Zeitschriften (Segment-Nr. 0304) S. 17
- Preisrätselmagazine (Segment-Nr. 0404) S. 19
- Sportzeitschriften (Segment-Nr. 0504) S. 21
- Motorpresse (Segment-Nr. 0604) S. 23
- Haus/Garten/Kochen/Tiere (Segment-Nr. 0704) S. 25
- Jugend/Comic-Zeitschriften (Segment-Nr. 0904) S. 27

Übersicht der Segmente

IV-2004

- Eltern-Zeitschriften (Segment-Nr. 1004)	S. 29
- Erotik-Zeitschriften (Segment-Nr. 1104)	S. 31
- Computerpresse (Segment-Nr. 1204)	S. 33
- Wissensmagazine (Segment-Nr. 1304)	S. 35
- Nachrichtenmagazine/Politische Wochenpresse (Segment-Nr. 1404)	S. 37
- Wirtschaftspresse wöchentlich (Segment-Nr. 1514)	S. 39
- Wirtschaftspresse monatlich/14-täglich (Segment-Nr. 1524)	S. 41
- Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 1611)	S. 43
- Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 1612)	S. 44
- Programmpresse wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 1613)	S. 46
- Programmpresse wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 1614)	S. 48
- Programmpresse 14-täglich (Segment-Nr. 1624)	S. 50
- Programmpresse monatlich (Segment-Nr. 1634)	S. 52
- Audio/Foto/Video (Segment-Nr. 1704)	S. 54

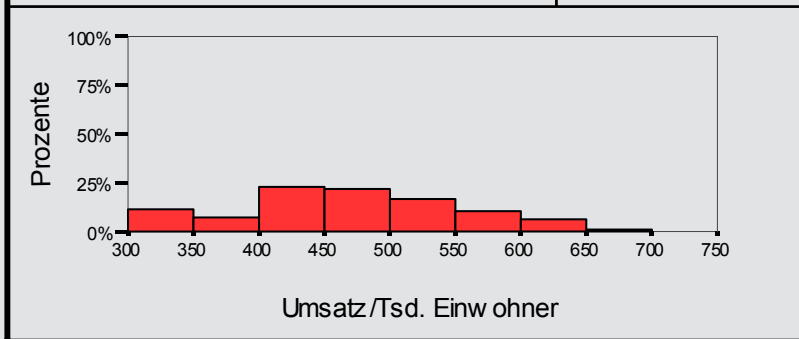
Umsatz/Tsd. Einwohner IV-2004

Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 0111)

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

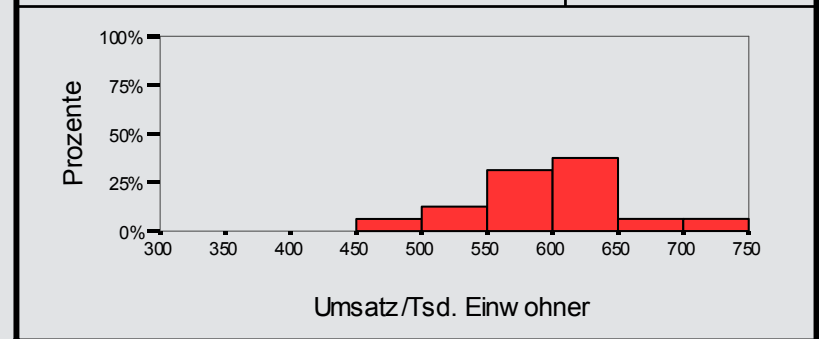
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	466,70
Standardabweichung	84,82
Minimum	301
Maximum	675



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	599,36
Standardabweichung	61,81
Minimum	479
Maximum	732



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *niedrigpreisigen wöchentlichen Frauenzeitschriften* im Westen entspricht 75% des durchschnittlichen Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell IV-2004

Frauenzeitschriften wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 01111)

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	295,690			
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,951	0,466	0,702	0,702
Umsatz wöchentliche Programmpresse	0,175	0,356	0,842	0,140
Absolute Private Kaufkraft	-0,00001	-0,237	0,862	0,020
Anteil EH mit Verkaufsfläche zwischen 100 und 399 qm	-443,272	-0,245	0,882	0,020
Anteil EH "Fachmärkte/Kaufhäuser" an allen EH	1.538,086	0,172	0,904	0,022

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	305,936			
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	1,539	0,700	0,656	0,656
Anteil Bevölkerung zwischen 15 und 18 Jahre	-9,715	-0,479	0,755	0,099
Umsatz 14-tägliche Programmpresse	0,395	0,440	0,856	0,101
Anteil Bevölkerung in Ländlichen Räumen - Mittelzentren	0,112	0,247	0,896	0,040

Umsatz/Tsd. Einwohner

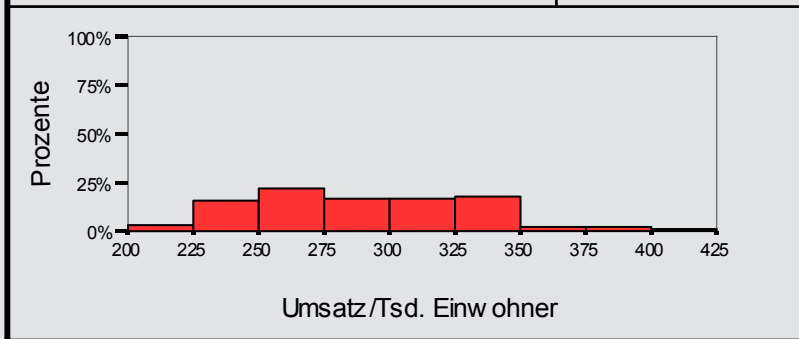
Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 0112)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

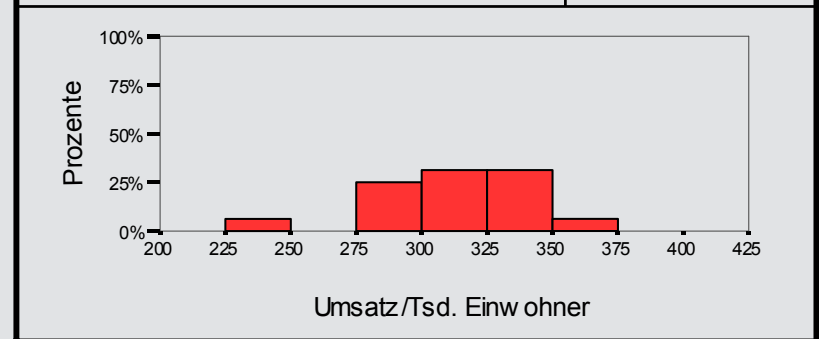
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	290,98
Standardabweichung	41,60
Minimum	203
Maximum	406



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	308,51
Standardabweichung	28,12
Minimum	235
Maximum	350



Regressionsmodell

Frauenzeitschriften wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 0112)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	166,188			
Umsatz niedrigpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,146	0,297	0,702	0,702
Anteil Angestellte	-0,382	-0,184	0,769	0,066
Umsatz hochpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,201	0,571	0,826	0,058
Anteil Bevölkerung in Agglomerationsräumen - Oberzentren	-0,044	-0,274	0,879	0,053

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-218,255			
Umsatz niedrigpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,259	0,570	0,656	0,656
Gesamtfläche Filialgebiet	3,984	0,576	0,810	0,154
Anteil Privathaushalte mit zwei Personen	2,016	0,386	0,938	0,128

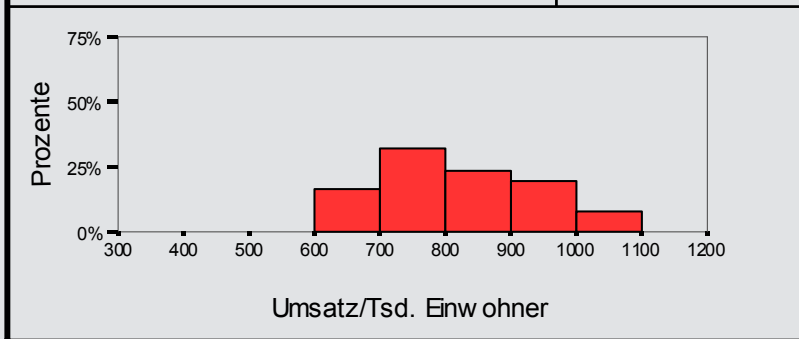
Umsatz/Tsd. Einwohner IV-2004

Frauenzeitschriften wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 0113)

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

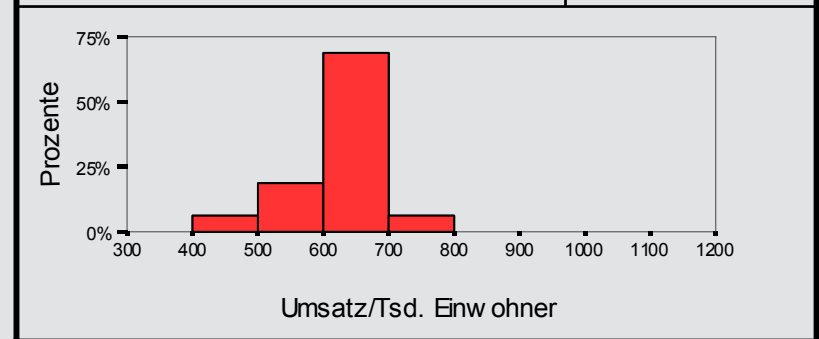
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	816,68
Standardabweichung	118,19
Minimum	602
Maximum	1.071



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	622,08
Standardabweichung	58,89
Minimum	497
Maximum	725



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *wöchentlichen hochpreisigen Frauenzeitschriften* entspricht im Westen nahezu dem 1,5fachen des Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell

Frauenzeitschriften wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 0113)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-400,455			
Umsatz niedrigpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,911	0,654	0,658	0,658
Anteil Bevölkerung ab 63 Jahre	3,244	0,378	0,744	0,086
Umsatz Aktuelle Illustrierte	0,609	0,333	0,831	0,087
Anteil Bevölkerung in Verstäderten Räumen - Mittelzentren	0,161	0,160	0,854	0,023

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-97,058			
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	1,823	0,871	0,560	0,560
Anteil EH "Discounter" an allen EH	-876,216	-0,579	0,795	0,235
Anteil Bevölkerung in Verstäderten Räumen - Mittelzentren	0,353	0,250	0,876	0,081
Umsatz Motorpresse	1,962	0,232	0,919	0,043

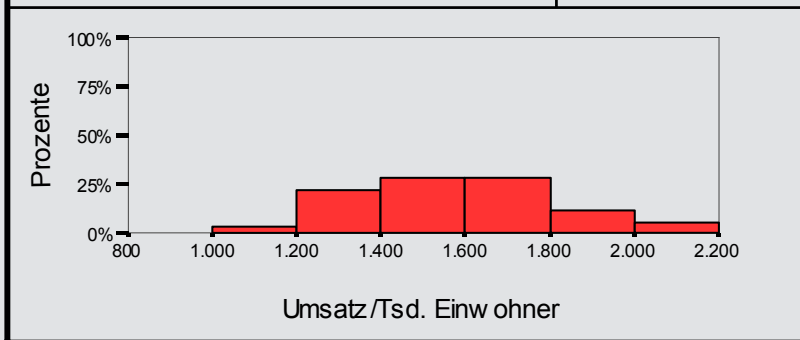
Umsatz/Tsd. Einwohner Frauenzeitschriften wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 0114)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

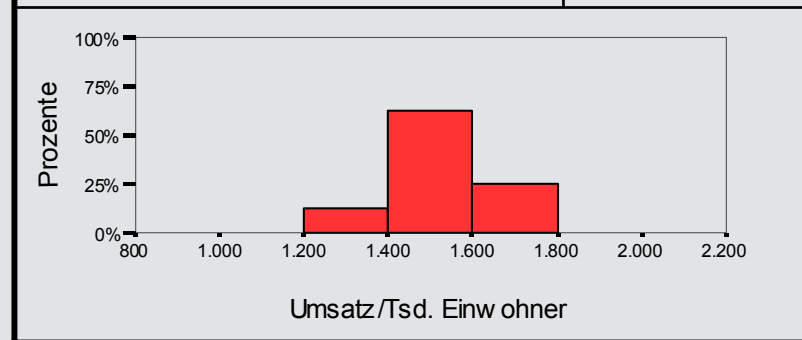
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	1.574,37
Standardabweichung	230,54
Minimum	1.152
Maximum	2.122



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	1.529,96
Standardabweichung	138,02
Minimum	1.212
Maximum	1.774



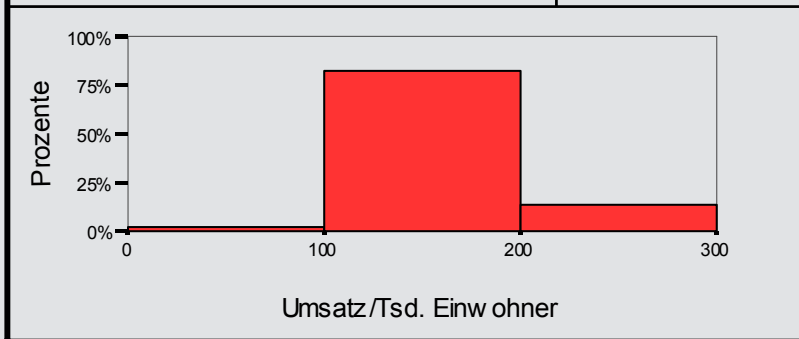
Umsatz/Tsd. Einwohner Frauenzeitschriften 14-täglich (Segment-Nr. 0124)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

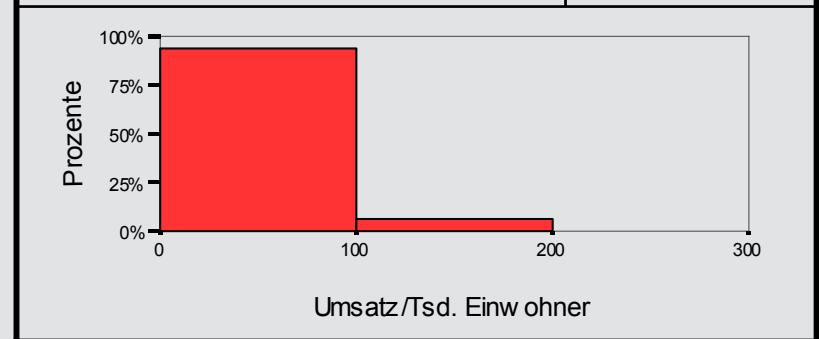
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	160,72
Standardabweichung	36,58
Minimum	92
Maximum	272



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	62,62
Standardabweichung	18,61
Minimum	39
Maximum	116



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *14-täglichen Frauenzeitschriften* im Westen entspricht mehr als das 2,5fache des durchschnittlichen Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell Frauenzeitschriften 14-täglich (Segment-Nr. 0124)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	45,680			
Umsatz Aktuelle Illustrierte	0,368	0,651	0,886	0,886
Umsatz Nachrichtenmagazine/wöchentliche politische Presse	0,092	0,360	0,931	0,045

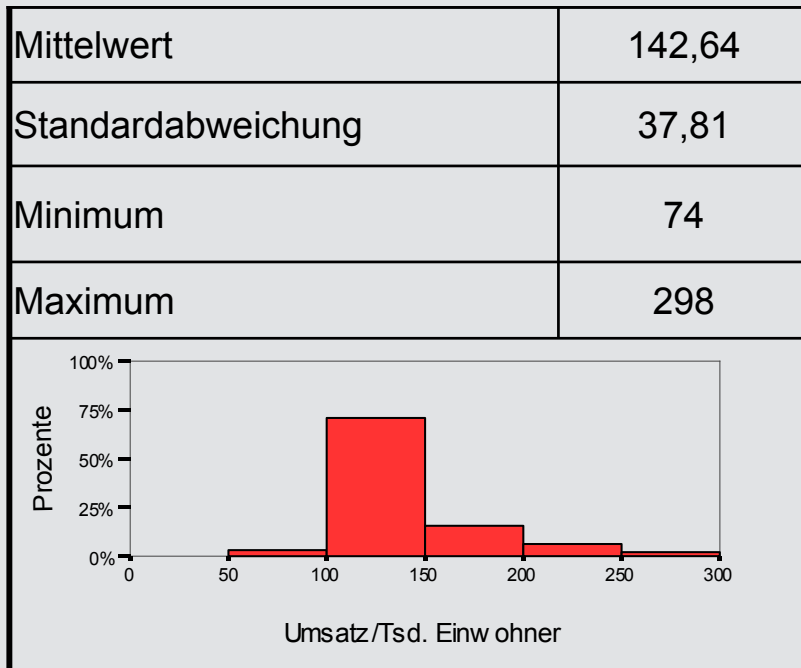
Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-5,197			
Umsatz Nachrichtenmagazine/wöchentliche politische Presse	0,184	0,867	0,923	0,923
Umsatz Haus/Garten/Kochen/Tiere	0,327	0,236	0,971	0,048

Umsatz/Tsd. Einwohner Frauenzeitschriften monatlich (Segment-Nr. 0134)

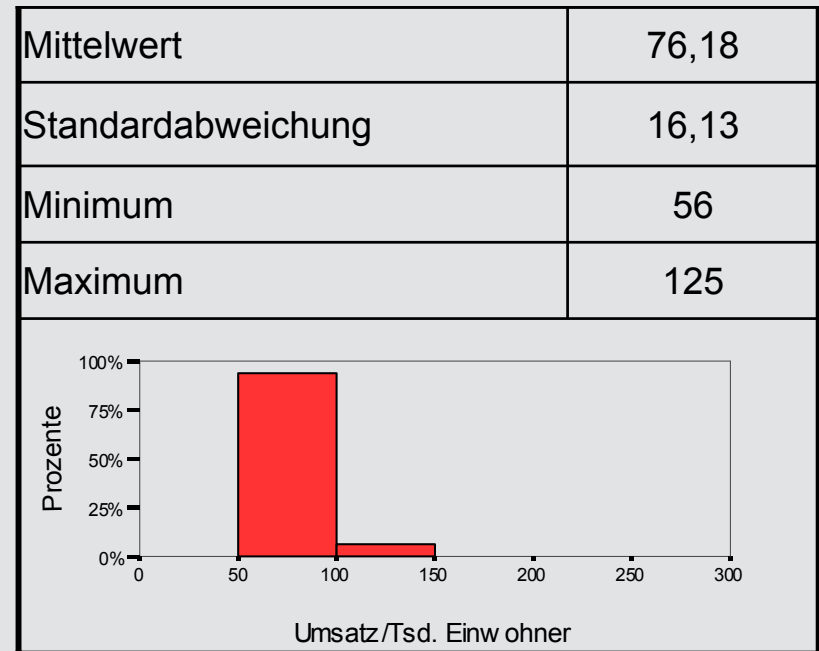
IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *monatlichen Frauenzeitschriften* ist im Westen fast doppelt so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Frauenzeitschriften monatlich (Segment-Nr. 0134)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-1,682			
Umsatz Aktuelle Illustrierte	0,450	0,768	0,837	0,837
Anteil Bevölkerung zwischen 25 und 35 Jahre	1,093	0,296	0,937	0,100
Anteil Privathaushalte mit zwei Personen	-0,595	-0,181	0,965	0,028

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	129,559			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	0,845	0,975	0,901	0,901
Umsatz Jugend/Comic-Zeitschriften	-0,134	-0,212	0,936	0,035
Anteil Bevölkerung unter 6 Jahre	-1,345	-0,182	0,958	0,022

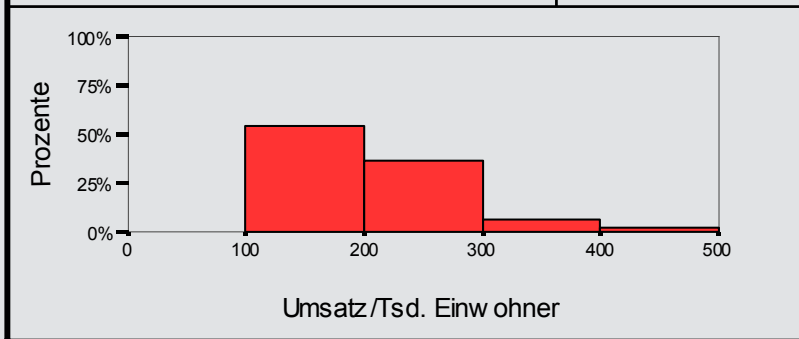
Umsatz/Tsd. Einwohner Aktuelle Illustrierte (Segment-Nr. 0204)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

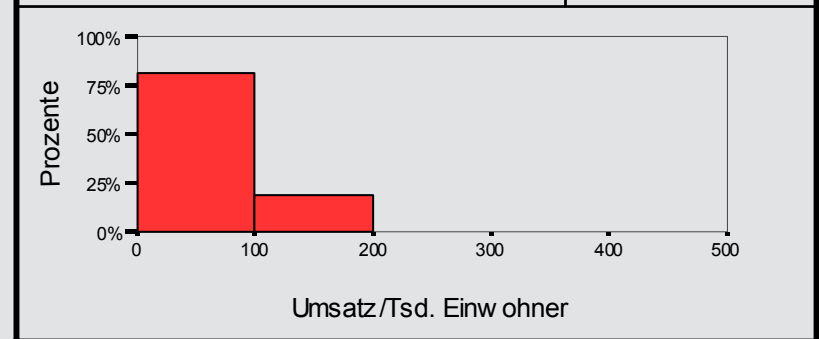
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	205,39
Standardabweichung	64,70
Minimum	120
Maximum	446



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	68,78
Standardabweichung	24,71
Minimum	40
Maximum	131



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Aktuellen Illustrierten* ist im Westen dreimal so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Aktuelle Illustrierte (Segment-Nr. 0204)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	175,561			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	0,769	0,435	0,886	0,886
Anteil Bevölkerung im Alter von 18 bis 25 Jahren	-2,693	-0,231	0,920	0,034
Umsatz monatliche Frauenzeitschriften	0,839	0,492	0,964	0,045

Ausreißer

046900 PG Bonn-Rhein-Sieg KG, Troisdorf: MAK 112

071000 Probst, Wuppertal: MAK 133

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-67,374			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	1,109	0,835	0,907	0,907
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	0,192	0,219	0,942	0,035
Anteil EH mit überdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitungen	32,884	0,287	0,965	0,024

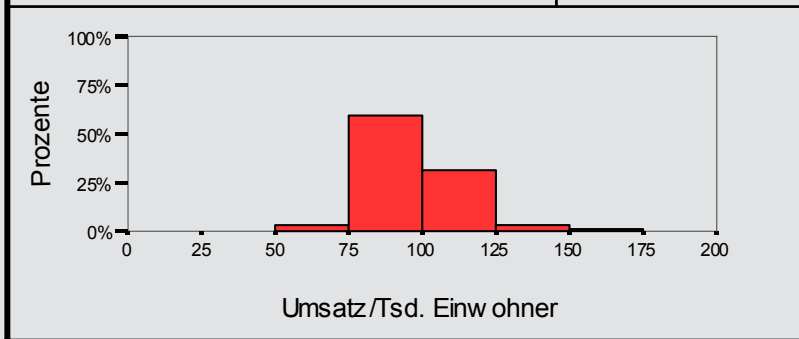
Umsatz/Tsd. Einwohner Lifestyle-Zeitschriften (Segment-Nr. 0304)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

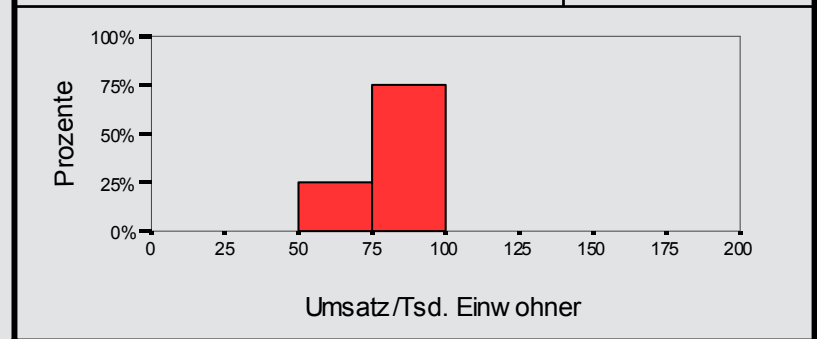
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	97,44
Standardabweichung	17,35
Minimum	56
Maximum	159



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	79,59
Standardabweichung	12,00
Minimum	52
Maximum	99



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Lifestyle-Zeitschriften* ist im Westen 20% höher als im Osten.

Regressionsmodell

Lifestyle-Zeitschriften (Segment-Nr. 0304)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	10,443			
Umsatz monatliche Frauenzeitschriften	0,420	0,916	0,721	0,721
Anteil EH "Schreib- und Papierwaren" an allen EH	42,281	0,218	0,766	0,045
Umsatz Erotik-Zeitschriften	0,450	0,208	0,798	0,032

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-678,651			
Umsatz monatliche Frauenzeitschriften	1,059	1,423	0,572	0,572
Anteil deutsche Bevölkerung	0,654	1,544	0,781	0,209
Anteil Bevölkerung mit (Fach-) Hochschulreife	0,269	0,793	0,872	0,091
Anteil EH "Einkaufszentrum/Einkaufstraße"	63,651	0,214	0,919	0,047

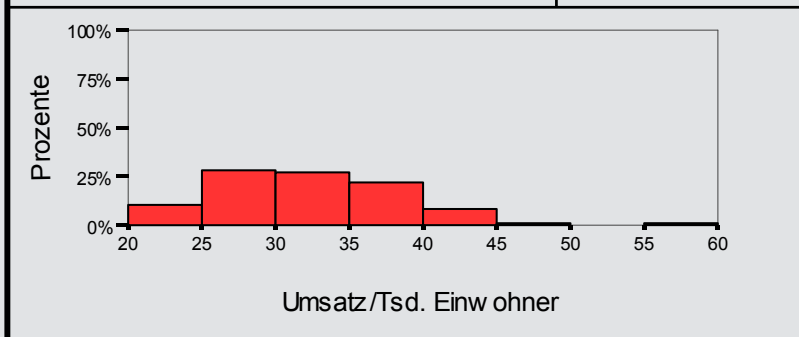
Umsatz/Tsd. Einwohner Preisrätselmagazine (Segment-Nr. 0404)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

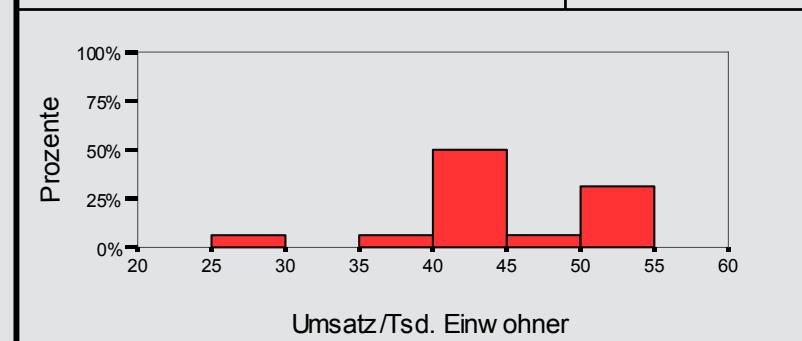
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	32,22
Standardabweichung	6,13
Minimum	22
Maximum	56



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	45,26
Standardabweichung	6,78
Minimum	27
Maximum	53



Regressionsmodell

PreisrätseImagazine (Segment-Nr. 0404)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-48,488			
Umsatz wöchentliche Frauenzeitschriften	0,009	0,365	0,506	0,506
Umsatz monatliche Programmpresse	0,349	0,345	0,655	0,149
Anteil Bevölkerung zwischen 63 und 70 Jahre	0,325	0,372	0,727	0,072
Anteil Privathaushalte mit drei Personen	0,466	0,271	0,791	0,064

Aureißer

049300 Küpper, Uelzen: MAK 135

058205 NPV, Bayreuth: MAK 122

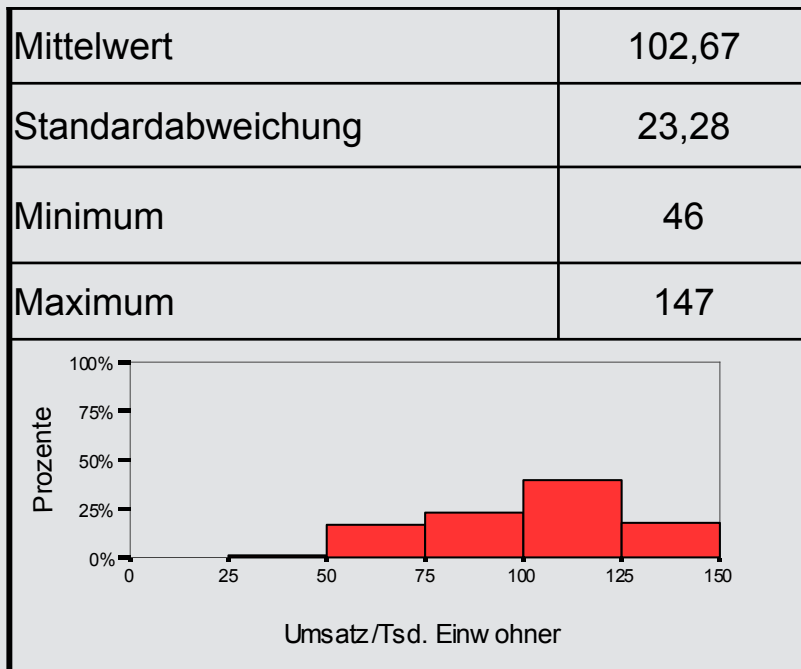
Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-85,160			
Anteil Bevölkerung zwischen 63 und 70 Jahre	1,057	0,636	0,615	0,615
Grundfläche Verkaufsraum durchschnittlich	121,977	0,476	0,816	0,201

Umsatz/Tsd. Einwohner Sportzeitschriften (Segment-Nr. 0504)

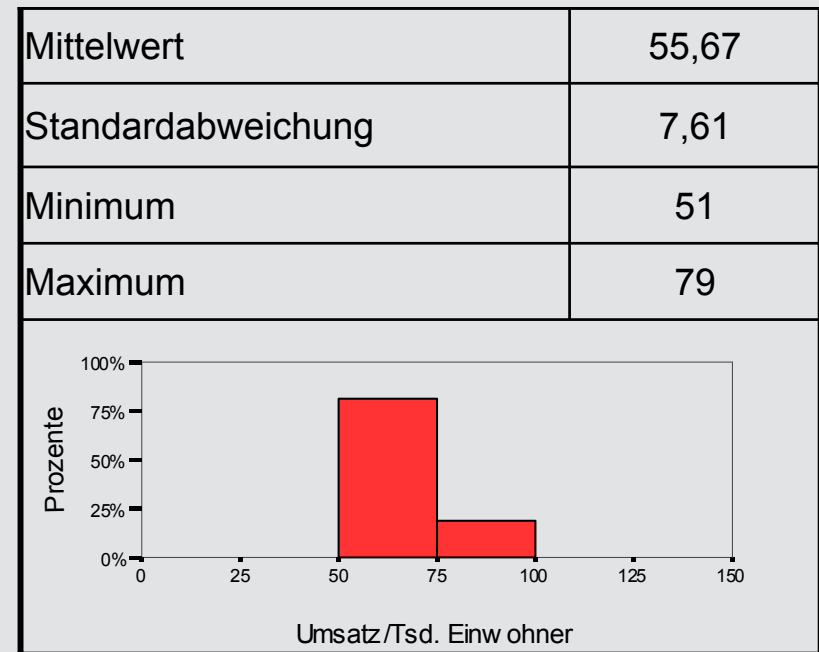
IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Sportzeitschriften* im Westen ist beinahe doppelt so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Sportzeitschriften (Segment-Nr. 0504)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	15,988			
Umsatz 14-tägliche Programmpresse	0,165	0,458	0,487	0,487
Anteil Selbständige	-1,372	-0,456	0,581	0,094
Anteil Studenten	0,164	0,125	0,662	0,081
Anteil Bevölkerung zwischen 55 und 63 Jahre	-0,724	-0,223	0,697	0,035
Anteil Bevölkerung mit (Fach-) Hochschulreife	0,436	0,350	0,717	0,020
Anteil Privathaushalte mit drei Personen	1,158	0,161	0,738	0,021
Anteil EH "Kioske" an allen EH	-39,540	-0,229	0,758	0,020

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	121,797			
Anteil Arbeiter	-0,245	-0,846	0,609	0,609
Anteil EH mit überdurchschnittlicher Sortimentsbreite Romane/Comics/Rätsel	-37,871	-0,377	0,748	0,138

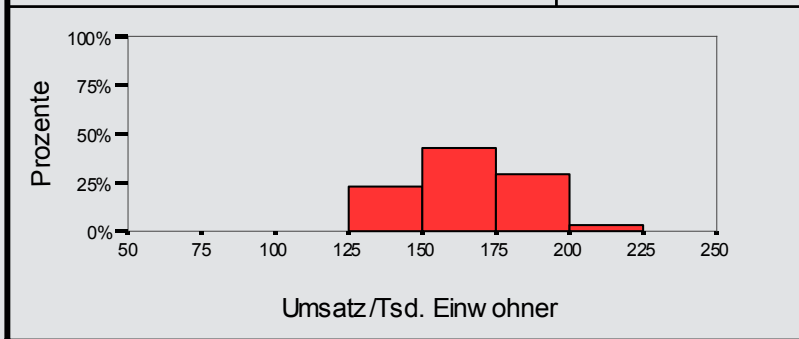
Umsatz/Tsd. Einwohner Motorpresse (Segment-Nr. 0604)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

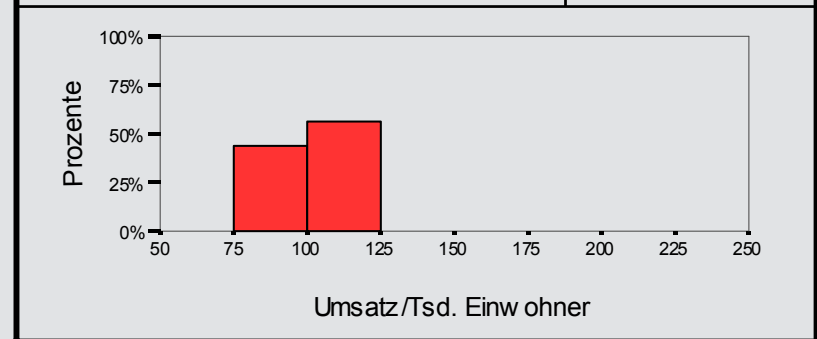
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	166,87
Standardabweichung	19,52
Minimum	126
Maximum	214



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	100,57
Standardabweichung	6,95
Minimum	87
Maximum	112



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Motorpresse* im Westen entspricht mehr als das 1,5fache des durchschnittlichen Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell

Motorpresse (Segment-Nr. 0604)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	90,987			
Umsatz Zeitschriften Haus/Garten/Kochen/Tiere	0,291	0,542	0,542	0,542
Umsatz Lifestyle-Zeitschriften	0,556	0,494	0,576	0,034
Anteil Selbständige	-0,856	-0,340	0,621	0,045
Anteil Studenten	-0,265	-0,240	0,667	0,046

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	60,342			
Umsatz Zeitschriften Haus/Garten/Kochen/Tiere	0,343	0,662	0,453	0,453
Anteil EH "Kioske" an allen EH	-190,087	-0,450	0,667	0,214
Anteil EH mit unterdurchschnittlichen Sortimentsbreite Romane/Comics/Rätsel	36,267	0,381	0,805	0,138

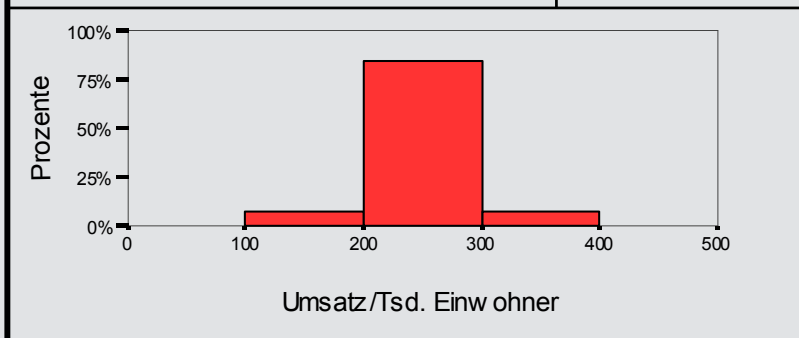
Umsatz/Tsd. Einwohner Haus/Garten/Kochen/Tiere (Segment-Nr. 0704)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

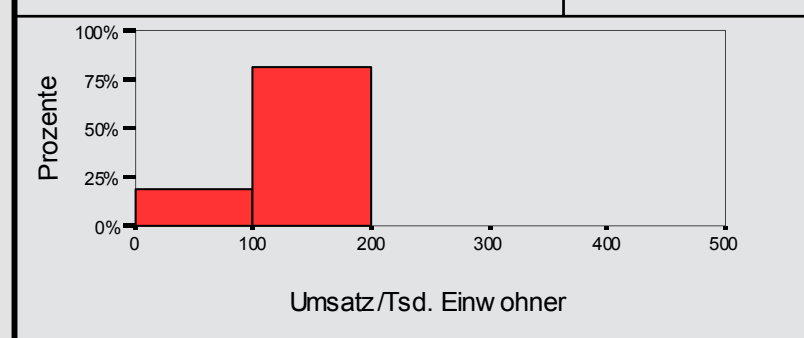
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	245,48
Standardabweichung	36,41
Minimum	168
Maximum	344



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	109,08
Standardabweichung	13,41
Minimum	93
Maximum	141



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner im Segment *Haus/Garten/Kochen/Tiere* ist im Westen mehr als zweimal so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Haus/Garten/Kochen/Tiere (Segment-Nr. 0704)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-69,030			
Umsatz Elternzeitschriften	10,047	0,697	0,651	0,651
Umsatz Programmpresse hochpreisig	0,243	0,505	0,741	0,090
Anteil Bevölkerung in Ländlichen Räumen - Einzugsgebieten	0,040	0,206	0,776	0,035
Anteil Bevölkerung mit Volks-/Hauptschulabschluss	0,170	0,171	0,798	0,022

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	80,544			
Anteil EH "Fachmärkte/Kaufhäuser" an allen EH	1.851,610	0,919	0,542	0,542
Umsatz Lifestyle-Zeitschriften	0,585	0,524	0,811	0,268
Anteil Bevölkerung in Verstäderten Räumen - Mittelzentren	0,140	0,434	0,902	0,092
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	-0,121	-0,254	0,949	0,047

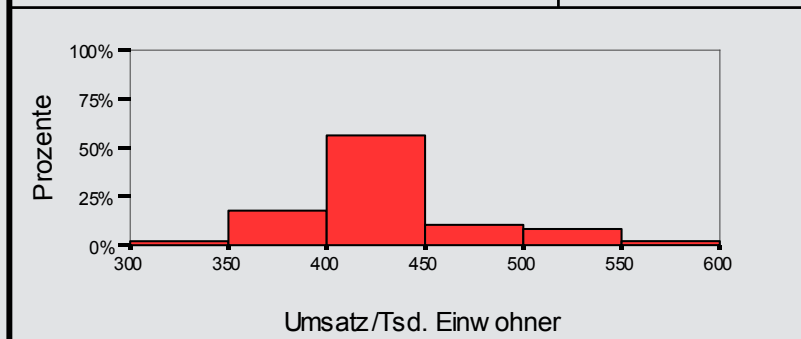
Umsatz/Tsd. Einwohner Jugend/Comic-Zeitschriften (Segment-Nr. 0904)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

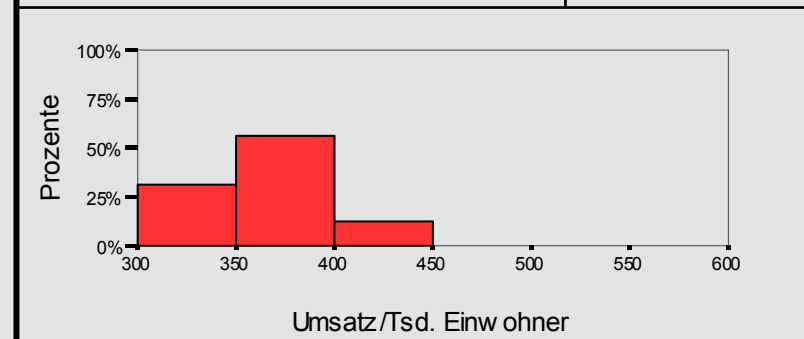
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	432,28
Standardabweichung	47,86
Minimum	333
Maximum	588



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	369,77
Standardabweichung	25,46
Minimum	321
Maximum	421



Regressionsmodell Jugend/Comic-Zeitschriften (Segment-Nr. 0904)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	257,337			
Umsatz wöchentliche Frauenzeitschriften	0,161	0,777	0,508	0,508
Anteil Bevölkerung in Agglomerationsräume Oberzentren	-0,053	-0,288	0,734	0,226
Anteil Bevölkerung ab 70 Jahre	-1,226	-0,255	0,766	0,032
Umsatz Erotik-Zeitschriften	1,716	0,288	0,801	0,035

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	209,921			
Umsatz wöchentliche Frauenzeitschriften	0,154	0,833	0,587	0,587
Anteil EH "Fachmärkte/Kaufhäuser" an allen EH	1.463,448	0,382	0,784	0,197
Umsätze Motorpresse	-1,337	-0,365	0,852	0,068
Anteil Privathaushalte mit fünf Personen und mehr	3,659	0,396	0,892	0,040
Anteil Bevölkerung in Agglomerationsräumen - Einzugsgebieten	0,077	0,313	0,955	0,063

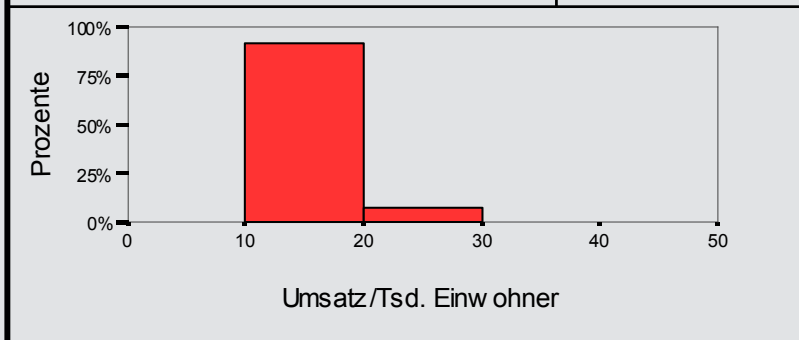
Umsatz/Tsd. Einwohner Eltern-Zeitschriften (Segment-Nr. 1004)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

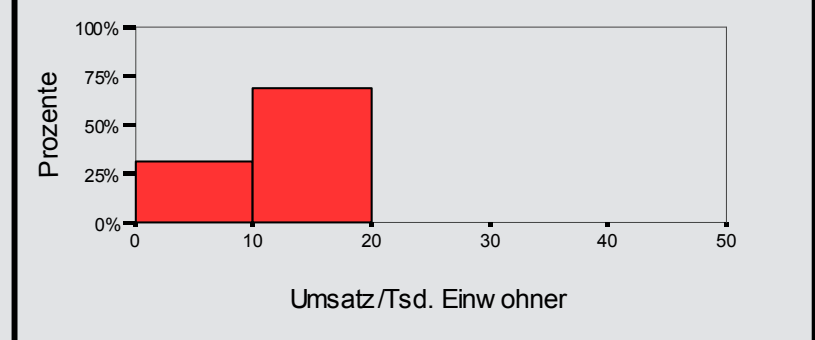
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	16,50
Standardabweichung	2,53
Minimum	11
Maximum	25



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	8,73
Standardabweichung	1,70
Minimum	8
Maximum	13



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Eltern-Zeitschriften* ist im Westen knapp zweimal so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell Eltern-Zeitschriften (Segment-Nr. 1004)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-2,540			
Umsatz Haus/Garten/Kochen/Tiere	0,054	0,778	0,651	0,651
Anteil Bevölkerung im Agglomerationsräumen - Einzugsgebieten	0,006	0,348	0,721	0,070
Anteil Bevölkerung mit Realschulabschluss	0,025	0,199	0,764	0,043
Anteil Bevölkerung im Verstäderten Räumen - Einzugsgebieten	0,003	0,183	0,785	0,022

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-8,646			
Anteil Bevölkerung im Alter unter 6 Jahren	0,326	0,419	0,590	0,590
Absolute Private Kaufkraft	0,000001	0,416	0,782	0,193
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	-0,023	-0,374	0,881	0,099
Anteil EH "Großform des Einzelhandels"	-117,974	-0,277	0,940	0,059
Privathaushalte (Haushaltsgröße)	-0,011	-0,168	0,961	0,021

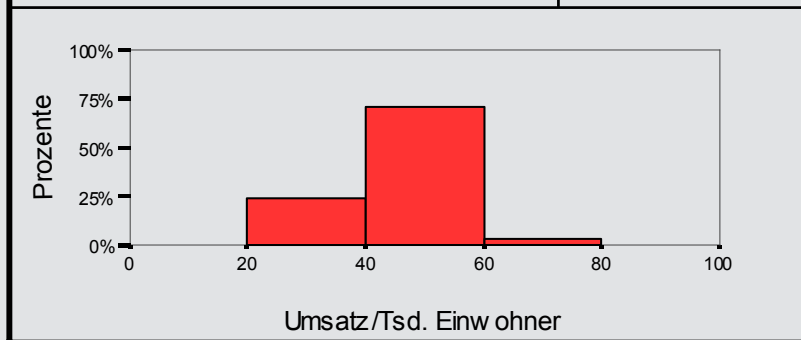
Umsatz/Tsd. Einwohner Erotik-Zeitschriften (Segment-Nr. 1104)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

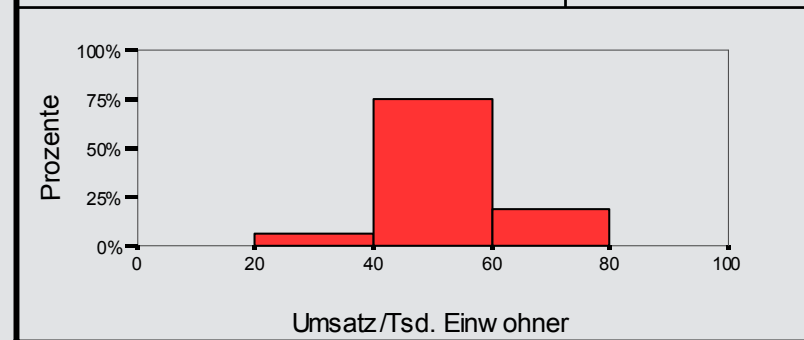
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	45,57
Standardabweichung	8,04
Minimum	25
Maximum	64



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	54,08
Standardabweichung	9,13
Minimum	28
Maximum	73



Regressionsmodell Erotik-Zeitschriften (Segment-Nr. 1104)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	4,025			
Gesamtfläche Filialgebiet	0,973	0,393	0,469	0,469
Umsatz Jugend/Comic-Zeitschriften	0,089	0,530	0,677	0,208
Anteil Bevölkerung in Agglomerationsräumen - Mittelzentren	-0,010	-0,179	0,696	0,019

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	113,327			
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	-0,000004	-0,136	0,619	0,619
Anteil EH mit Verkaufsfläche ab 400 qm	-193,401	-0,562	0,806	0,187
Anteil EH "Verkaufsstellen mit ZZ-Fachgeschäftscharakter" an allen EH	-90,413	-0,740	0,917	0,111
Anteil EH "DB-Bahnhof" an allen EH	242,658	0,217	0,955	0,04

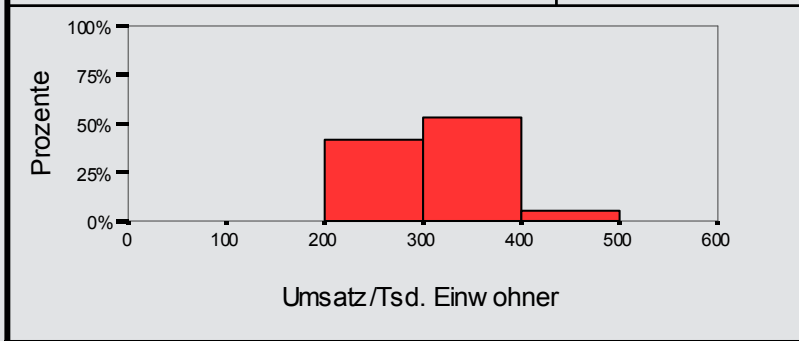
Umsatz/Tsd. Einwohner Computerpresse (Segment-Nr. 1204)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

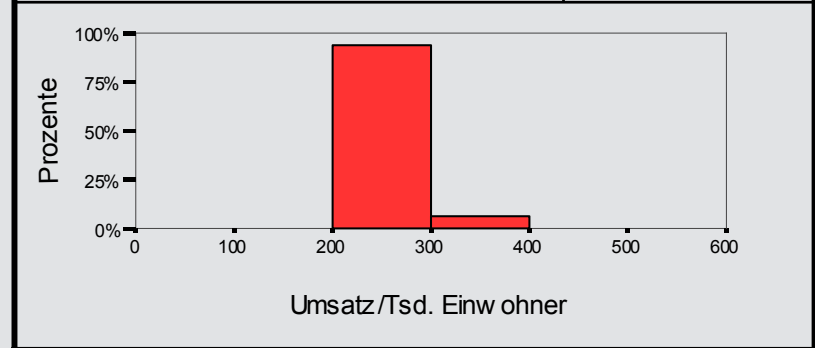
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	314,94
Standardabweichung	50,10
Minimum	215
Maximum	428



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	271,36
Standardabweichung	35,76
Minimum	225
Maximum	379



Regressionsmodell

Computerpresse (Segment-Nr. 1204)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	85,362			
Umsatz Audio/Foto/Video	3,385	0,948	0,897	0,897

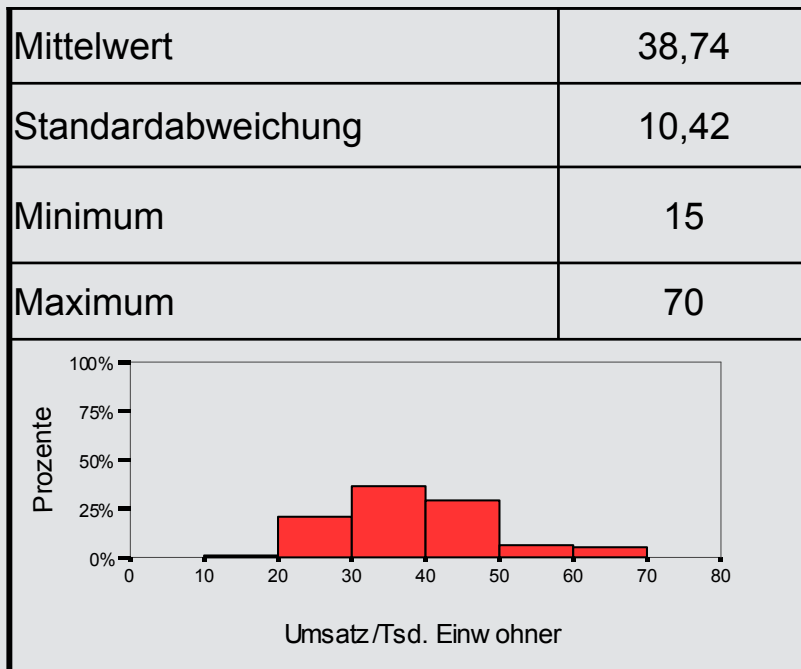
Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	173,054			
Umsatz Audio/Foto/Video	1,838	0,520	0,767	0,767
Umsatz Wissensmagazine	2,105	0,410	0,928	0,162
Anteil Arbeiter	-0,434	-0,319	0,974	0,046

Umsatz/Tsd. Einwohner Wissensmagazine (Segment-Nr. 1304)

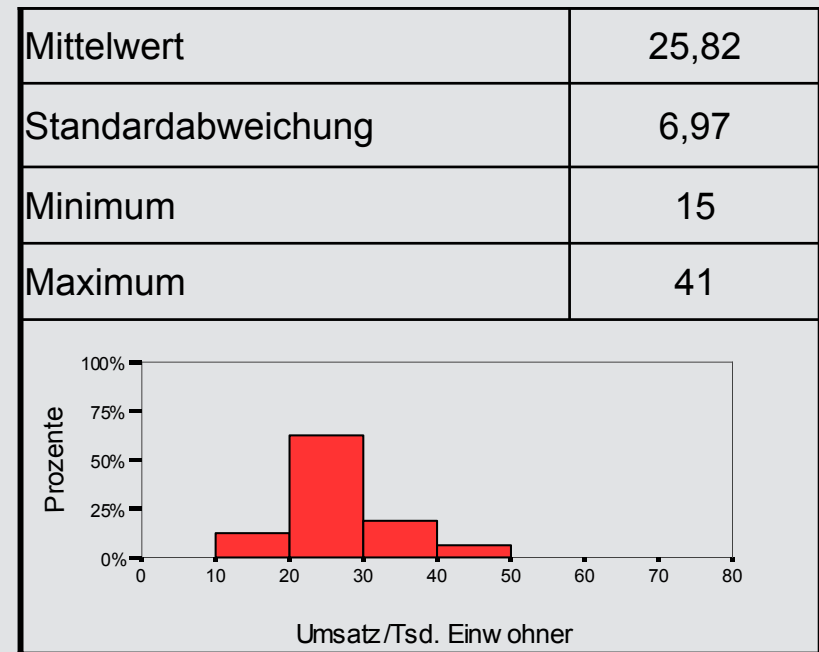
IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *wöchentlichen Wirtschaftspresse* entspricht dem 1,5fachen des Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell

Wissensmagazine (Segment-Nr. 1304)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	41,116			
Umsatz Frauenzeitschriften 14-täglich	0,277	0,974	0,472	0,472
Geschäftsart - Kioske	-22,101	-0,286	0,763	0,763
Privathaushalte mit 2 Personen	-0,265	-0,273	0,832	0,832
Regiotyp - Agglomerationsraum Oberzentren	-0,011	-0,276	0,863	0,863

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-42,732			
Umsatz Eltern-Zeitschriften	2,025	0,494	0,570	0,570
Anteil EH mit einer Verkaufsfläche unter 30 qm	95,943	0,591	0,756	0,186
Anteil EH mit durchschnittlicher Sortimentsbreite Romane/Comics/Rätsel	40,904	0,349	0,879	0,123
Umsatz Lifestyle-Zeitschriften	0,167	0,287	0,938	0,059

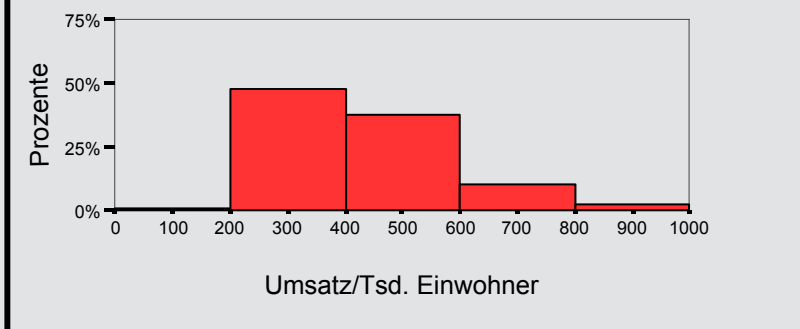
Umsatz/Tsd. Einwohner Nachrichtenmagazine/Politische Wochenpresse (Segment-Nr. 1404)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

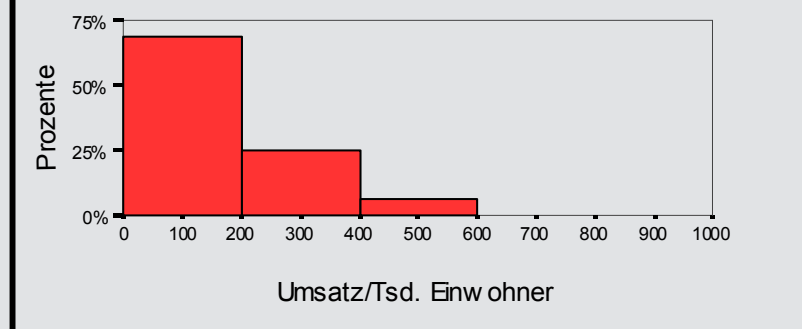
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	427,95
Standardabweichung	142,97
Minimum	171
Maximum	823



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	174,57
Standardabweichung	87,78
Minimum	99
Maximum	457



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *Nachrichtenmagazine/politischen Wochenpresse* entspricht im Westen nahezu dem 2,5fachen des Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell

Nachrichtenmagazine/Politische Wochenpresse (Segment-Nr. 1404)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-203,651			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	2,546	0,651	0,782	0,782
Anteil Bevölkerung mit Volks-/Hauptschulabschluss	-0,959	-0,245	0,858	0,076
Anteil EH "Sonstige Geschäftsart"	570,778	0,194	0,885	0,027
Privathaushalte (Haushaltsgröße)	1,123	0,234	0,908	0,023

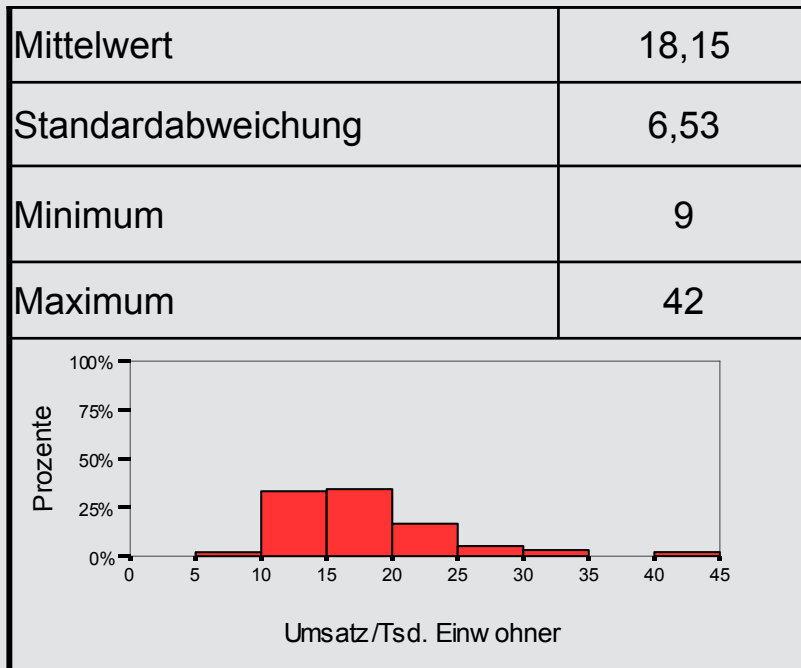
Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	679,705			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	3,351	0,710	0,923	0,923
Anteil deutsche Bevölkerung	-1,115	-0,360	0,974	0,051
Anteil Privathaushalte mit 2 Personen	2,173	0,133	0,992	0,018

Umsatz/Tsd. Einwohner Wirtschaftspresse wöchentlich (Segment-Nr. 1514)

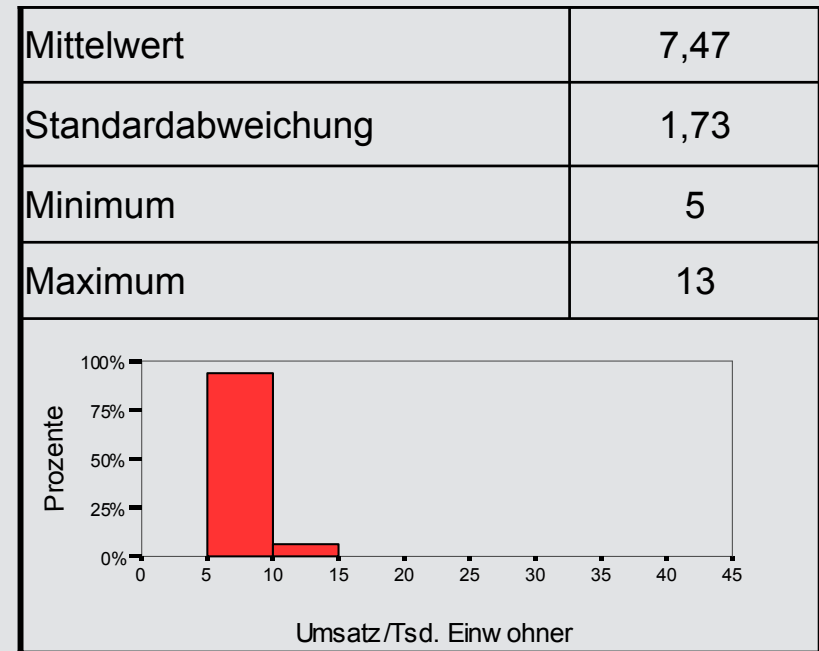
IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *wöchentlichen Wirtschaftspresse* ist im Westen ist doppelt so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Wirtschaftspresse wöchentlich (Segment-Nr. 1514)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-3,400			
Umsatz monatliche/14-tägliche Wirtschaftspresse	0,631	0,517	0,835	0,835
Umsatz monatliche Frauenzeitschriften	0,080	0,463	0,891	0,056

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	6,085			
Umsatz monatliche/14-tägliche Wirtschaftspresse	0,224	0,382	0,798	0,798
Anteil Bevölkerung in Agglomerationsräumen - Oberzentren	0,002	0,312	0,922	0,124
Umsatz niedrigpreisige wöchentliche Frauenzeitschriften	-0,007	-0,263	0,958	0,036
Anteil EH mit überdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitschriften	4,256	0,215	0,987	0,029

Ausreißer
 939300 Greiser, Suhl: MAK 87

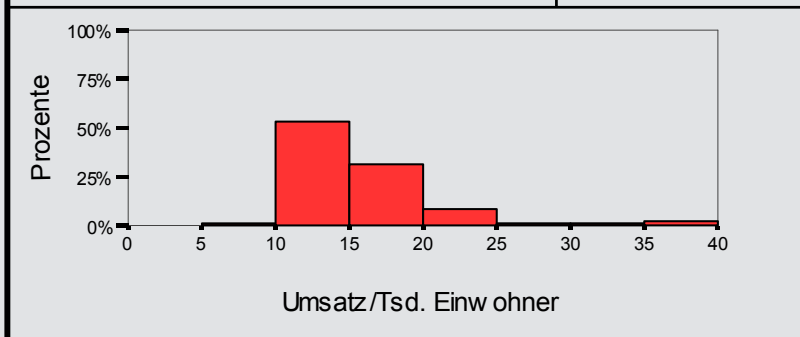
Umsatz/Tsd. Einwohner Wirtschaftspresse monatlich/14-täglich (Segment-Nr. 1524)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

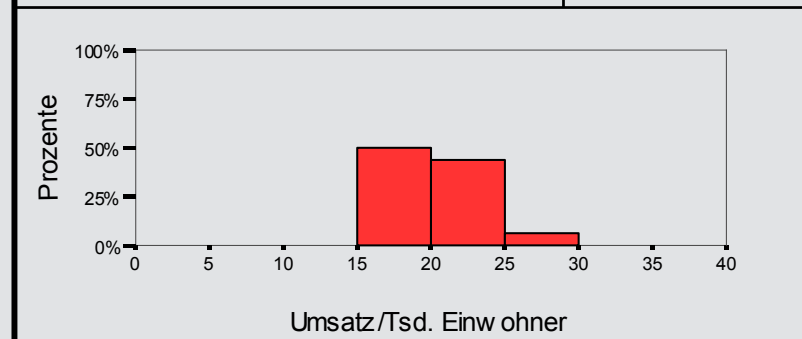
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	16,07
Standardabweichung	5,35
Minimum	9
Maximum	37



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	19,89
Standardabweichung	2,91
Minimum	15
Maximum	27



Regressionsmodell

Wirtschaftspresse monatlich/14-täglich (Segment-Nr. 1524)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	13,891			
Umsatz wöchentliche Wirtschaftspresse	0,647	0,881	0,831	0,831
Anteil Bevölkerung mit Volks-/Hauptschulabschluss	-0,024	-0,192	0,865	0,034

Ausreißer

002700 V.V., Berlin: MAK 79

014000 Zöttl, Ergolding: MAK 70

057400 Merkur, Frankfurt: MAK 132

109000 DPV & Leister, Düsseldorf: MAK 117

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	2,161			
Anteil Selbständige	0,480	0,961	0,810	0,810
Umsatz Motorpresse	0,158	0,376	0,893	0,083
Anteil EH "Tankstelle/Raststätte" an allen EH	-41,921	-0,277	0,931	0,037
Anteil Bevölkerung zwischen 18 und 25 Jahre	-0,127	-0,204	0,963	0,032

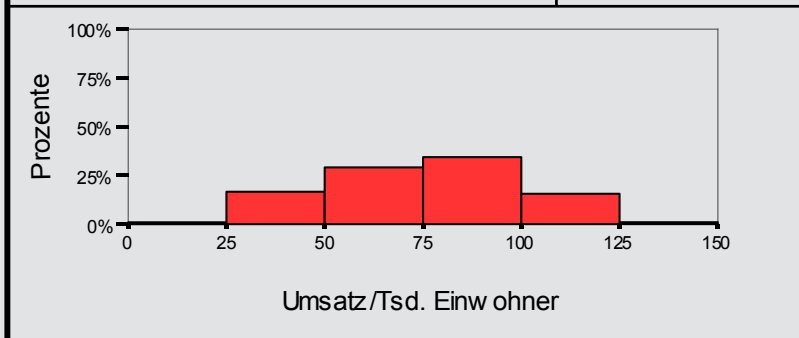
Umsatz/Tsd. Einwohner IV-2004

Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 1611)

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

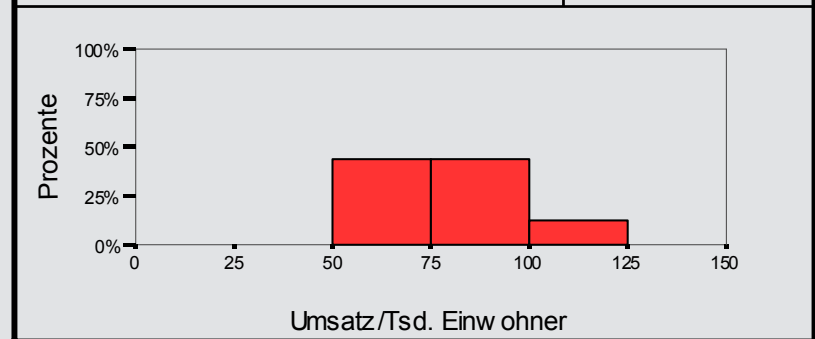
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	74,18
Standardabweichung	25,37
Minimum	25
Maximum	126



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	79,13
Standardabweichung	16,85
Minimum	52
Maximum	104



Regressionsmodell

IV-2004

Programmpresse wöchentlich niedrigpreisig (Segment-Nr. 1611)

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	172,420			
Umsatz 14-tägliche Programmpresse	0,163	0,416	0,639	0,639
Anteil Erwerbstätige	-0,240	-0,260	0,732	0,093
Anteil Bevölkerung unter 6 Jahre	-1,615	-0,252	0,774	0,042
Umsatz mittelpreisige wöchentliche Programmpresse	0,050	0,222	0,806	0,031

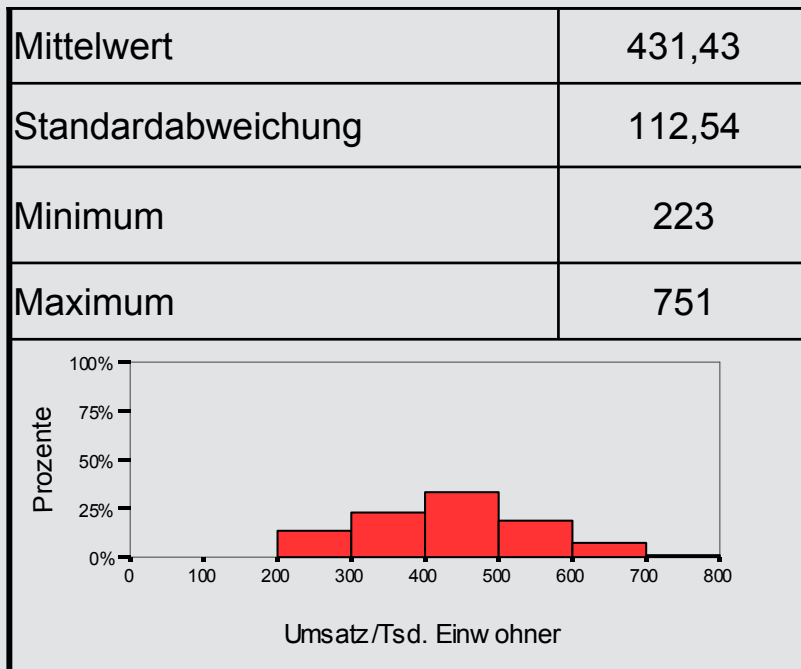
Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	341,605			
Anteil EH "Lebensmittelmärkte" an allen EH	-558,593	-1,071	0,528	0,528
Anteil EH mit unterdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitungen	49,862	0,744	0,727	0,199
Umsatz Motorpresse	-0,939	-0,387	0,819	0,092
Anteil Bevölkerung mit Volks-/Hauptschulabschluss	-0,490	-0,333	0,865	0,046

Umsatz/Tsd. Einwohner IV-2004

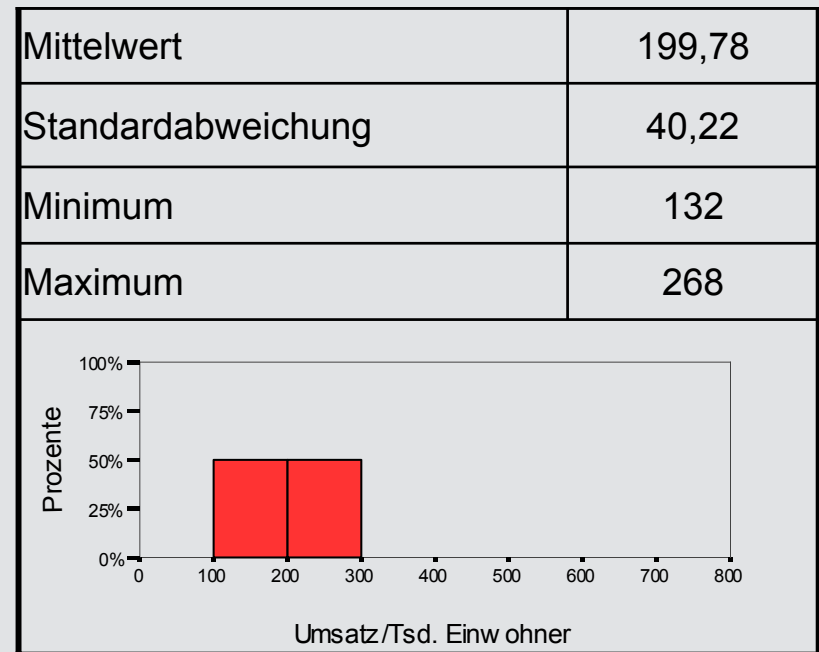
Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 1612)

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *mittelpreisigen wöchentlichen Programmpresse* ist im Westen mehr als zweimal so hoch wie im Osten.

Regressionsmodell

Programmpresse wöchentlich mittelpreisig (Segment-Nr. 1612)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-286,286			
Umsatz niedrigpreisige wöchentliche Frauentzeitschriften	1,081	0,815	0,691	0,691
Umsatz Elternzeitschriften	12,932	0,290	0,720	0,029
Anteil EH "DB-Bahnhof" an allen EH	-2043,075	-0,195	0,755	0,035
Anteil EH mit unterdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitungen	95,995	0,174	0,779	0,024

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	255,955			
Anteil EH "Lebensmittelmärkte" an allen EH	-866,536	-0,696	0,439	0,439
Umsatz 14-tägliche Programmpresse	0,316	0,541	0,774	0,335
Umsatz hochpreisige wöchentliche Programmpresse	4,138	0,705	0,840	0,066
Anteil EH mit überdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitungen	-83,943	-0,451	0,925	0,084
Anteil Bevölkerung unter 6 Jahre	-3,253	-0,176	0,945	0,020

Umsatz/Tsd. Einwohner

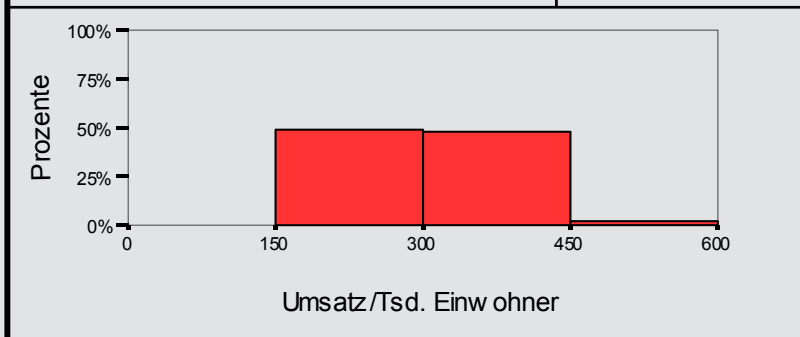
Programmpresse wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 1613)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

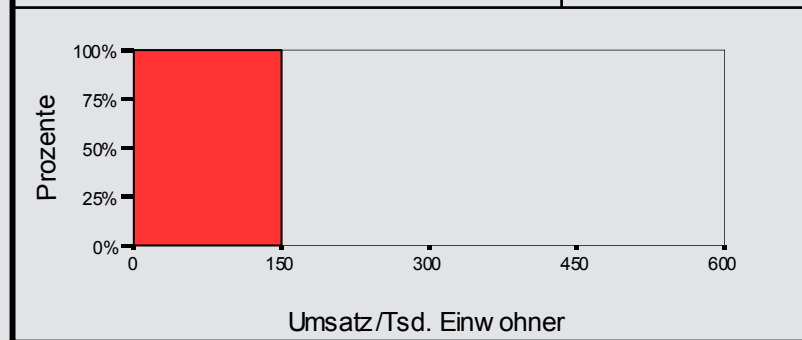
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	305,34
Standardabweichung	75,54
Minimum	178
Maximum	523



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	15,68
Standardabweichung	6,85
Minimum	9
Maximum	33



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *hochpreisigen wöchentlichen Programmpresse* im Westen entspricht beinahe das zwanzigfache des Umsatzes im Osten.

Regressionsmodell

IV-2004

Programmpresse wöchentlich hochpreisig (Segment-Nr. 1613)

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	786,066			
Anteil Privathaushalte mit vier Personen	-9,169	-0,675	0,593	0,593
Umsatz Haus/Garten/Kochen/Tiere	0,785	0,378	0,734	0,142
Anteil Bevölkerung mit Realschulabschluss	-0,975	-0,257	0,797	0,063

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-42,958			
Umsatz Aktuelle Illustrierte	0,206	0,925	0,815	0,815
Anteil Bevölkerung mit Realschulabschluss	0,114	0,225	0,858	0,043

Ausreißer:

921000 PV Potsdam, Brieselang: MAK 140

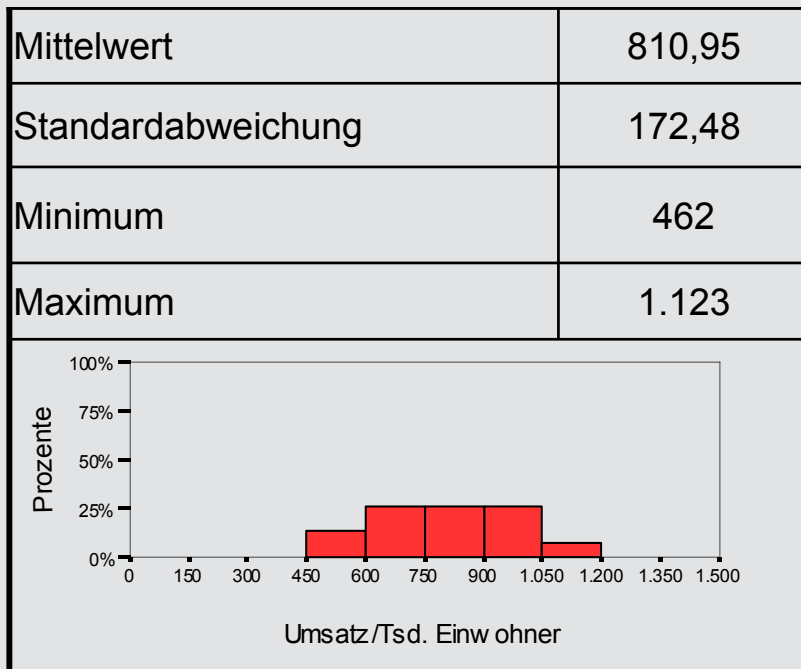
Umsatz/Tsd. Einwohner

Programmpresse wöchentlich insgesamt (Segment-Nr. 1614)

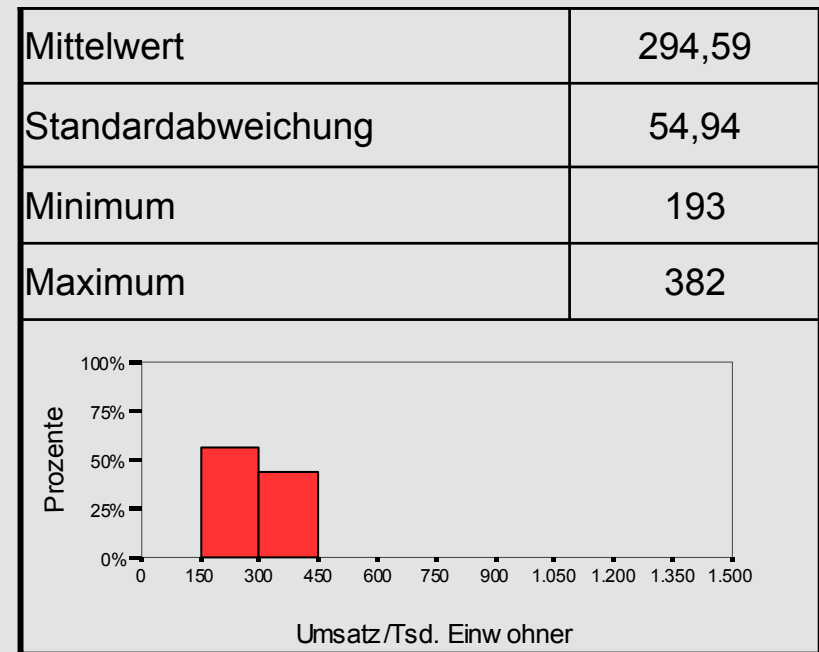
IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West



Grosso-Filialgebiete Ost



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *gesamten wöchentlichen Programmpresse* im Westen entspricht beinahe das dreifache des Umsatzes im Osten.

Umsatz/Tsd. Einwohner Programmpresse 14-täglich (Segment-Nr. 1624)

IV-2004

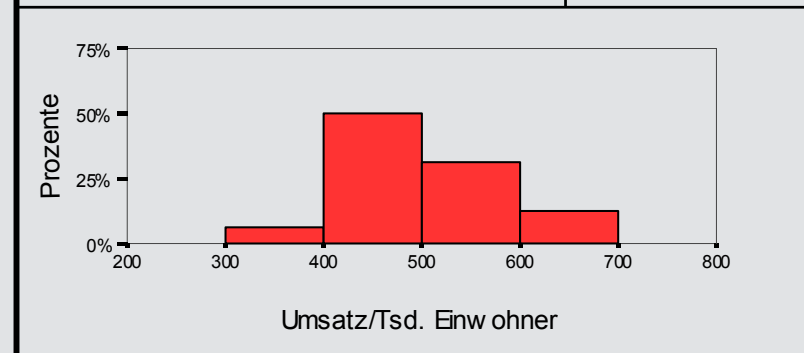
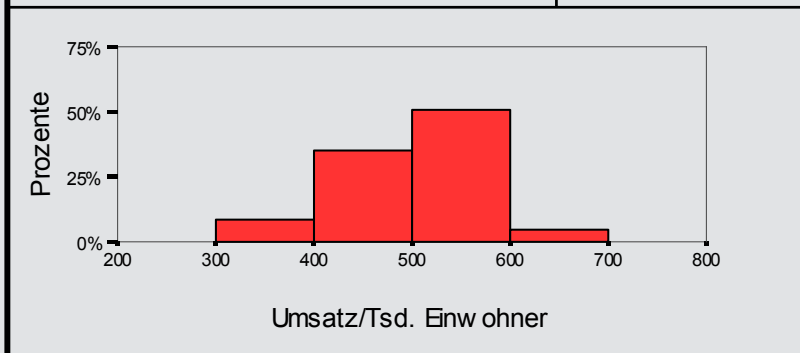
Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

Grosso-Filialgebiete West

Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	501,90
Standardabweichung	64,64
Minimum	359
Maximum	649

Mittelwert	504,93
Standardabweichung	68,82
Minimum	381
Maximum	611



Regressionsmodell

Programmpresse 14-täglich (Segment-Nr. 1624)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	183,747			
Umsatz Programmpresse niedrigpreisig	1,326	0,52	0,639	0,639
Umsatz Sport	1,066	0,38	0,731	0,092
Einzelhandelsumsatz pro Jahr (Quelle: Acxiom)	0,00004	0,25	0,774	0,042
Anteil Bevölkerung im Speckgürtel	0,106	0,18	0,793	0,019
Bevölkerung mit (Fach-) Hochschulabschluss	-1,111	-0,19	0,819	0,026

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-309,741			
Umsatz Programmpresse monatlich	6,719	0,94	0,528	0,528
Anteil EH "Kioske" an allen EH	1684,065	0,40	0,728	0,200
Absolute Private Kaufkraft	0,00006	0,42	0,850	0,122
Bevölkerung mit (Berufs-) Fachschulabschluss	-0,945	-0,25	0,902	0,051

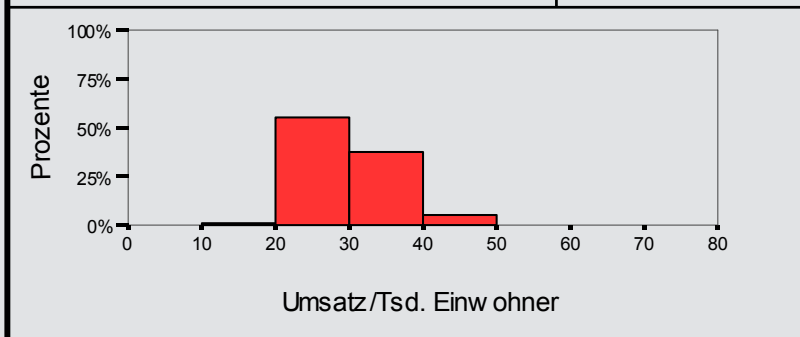
Umsatz/Tsd. Einwohner Programmpresse monatlich (Segment-Nr. 1634)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

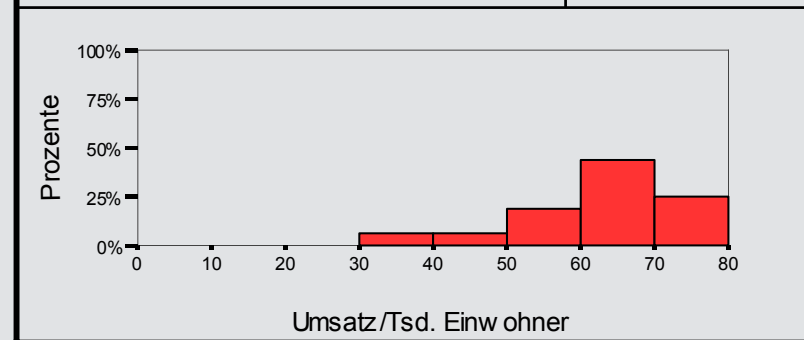
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	29,98
Standardabweichung	5,37
Minimum	20
Maximum	43



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	61,27
Standardabweichung	9,65
Minimum	40
Maximum	73



Der durchschnittliche Umsatz pro Tsd. Einwohner der *monatlichen Programmpresse* im Osten ist doppelt so hoch wie im Westen.

Regressionsmodell

Programmpresse monatlich (Segment-Nr. 1634)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-15,155			
Umsatz Preisrätselmagazine	0,502	0,573	0,417	0,417
Umsatz Programmpresse mittelpreisig	0,021	0,444	0,496	0,079
Regiotyp - Verstädterter Raum Einzugsgebiete	0,014	0,352	0,588	0,092
Regiotyp - Agglomerationsraum Einzugsgebiete	0,009	0,257	0,623	0,034
Bevölkerung von 18 bis unter 25 Jahren	0,209	0,216	0,651	0,028

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-128,486			
Anteil Bevölkerung zwischen 45 und 55 Jahre	1,035	0,670	0,761	0,761
Umsatz 14-tägliche Programmpresse	0,070	0,501	0,894	0,133
Anteil EH mit "Schreib- und Papierwaren" an allen EH	24,428	0,234	0,919	0,025
Anteil EH mit Shop an allen EH	-118,194	-0,183	0,951	0,032

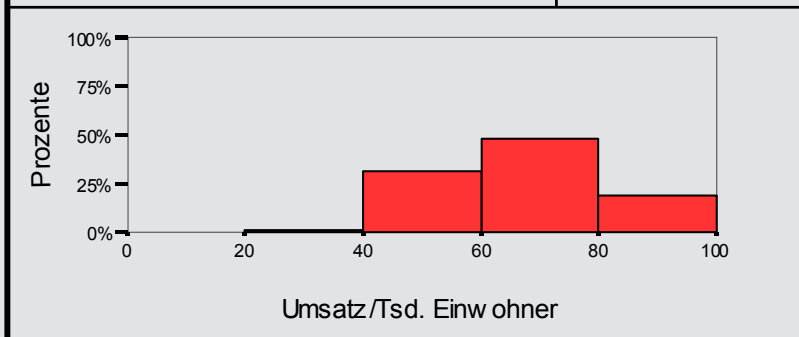
Umsatz/Tsd. Einwohner Audio/Foto/Video (Segment-Nr. 1704)

IV-2004

Umsatz/Tsd. Einwohner – Statistische Auswertung

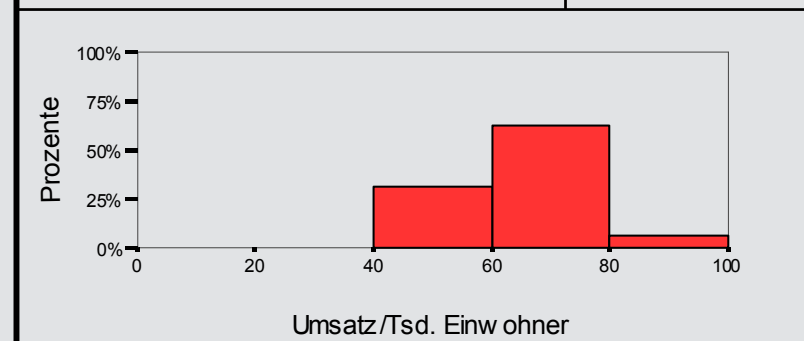
Grosso-Filialgebiete West

Mittelwert	67,83
Standardabweichung	14,03
Minimum	39
Maximum	99



Grosso-Filialgebiete Ost

Mittelwert	64,02
Standardabweichung	10,12
Minimum	48
Maximum	90



Regressionsmodell

Audio/Foto/Video (Segment-Nr. 1704)

IV-2004

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	4,302			
Umsatz Computerpresse	0,238	0,851	0,897	0,897
Anteil EH "Lebensmittel-Märkte" an allen EH	-82,918	-0,204	0,928	0,031

Ost	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R²	Änderung korr. R²
Konstante	-29,532			
Umsatz Computerpresse	0,414	1,461	0,767	0,767
Umsatz Wissensmagazine	-0,556	-0,383	0,890	0,124
Anteil EH mit überdurchschnittlicher Sortimentsbreite Zeitungen	-18,961	-0,405	0,943	0,052

Übersicht der Ausreißer-Gebiete MAKs

IV-2004

Aktuelle Illustrierte

046900 PG Bonn-Rhein-Sieg KG, Troisdorf: 112
071000 Probst, Wuppertal: 133

Preisrätselmagazine

049300 Küpper, Uelzen: 135
058205 NPV, Bayreuth: 122

Programmpresse wöchentlich hochpreisig

921000 PV Potsdam, Brieselang: 140

Wirtschaftspresse monatlich/14-täglich

002700 V.V., Berlin: 79
014000 Zöttl, Ergolding: 70
057400 Merkur, Frankfurt: 132
109000 DPV & Leister, Düsseldorf: 117

Wirtschaftspresse wöchentlich

939300 Greiser, Suhl: 87

Regression: Rahmenbedingungen

Für das multivariate Regressionsmodell wurden im voraus folgende Rahmenbedingungen festgelegt:

- A. getrennte Regressionsmodelle für West- und Ost-Grosso-Filialgebiete
- B. Höchstens zwei Umsätze weiterer Segmente als erklärende Merkmale. Falls mehr als zwei Segmente automatisch ausgewählt werden, wird ein neues Modell mit den ersten beiden eingeflossenen Segmenten und allen weiteren Merkmalen erstellt.
- C. Höchstens zwei demografische Merkmale folgender thematischer Gruppen: Bevölkerung nach Alter, nach Bildungsstand, Privathaushalte nach Haushaltsgröße, Erwerbstätige nach Stellung im Beruf. Falls mehr als zwei Merkmale einer der o.g. thematischen Gruppe automatisch ausgewählt werden, wird ein neues Modell mit den ersten beiden eingeflossenen Merkmalen und allen weiteren Merkmalen erstellt.

Regression: Vorgehensweise

1. Auswahl der Variablen über schrittweise Methode, Kriterium für Einschluss ist geringster p-Wert der partiellen F-Statistik
2. Maximaler p-Wert der partiellen F-Statistik für Einschluss einer Variablen ist 0,05
3. Minimaler p-Wert der partiellen F-Statistik für Ausschluss einer Variablen aus der Regressionsgleichung ist 0,10
4. Verfahren zur Festlegung der Variablen wird beendet, wenn Einschluss/ Ausschluss von Variablen eine Verbesserung des korrigierten R^2 von nur noch 2 Prozentpunkten liefert
5. Nach Festlegung der Variablen Ausschluss von Ausreißern über studentisierte Residuen und erneute Regression mit den selben Variablen
6. Berechnung des SOLL-Wertes der Zielvariablen (vorhergesagter Wert aus dem Regressionsmodell)

Erläuterungen zu den Ergebnissen

Die Ergebnisse der Regressionsanalysen enthalten neben den Merkmalen und deren Koeffizienten die standardisierten Koeffizienten sowie die Werte des korrigierten r^2 .

Die Größe der Koeffizienten hängt von den Wertebereichen der Variablen ab: für Variablen mit sehr hohen Werten wird der Koeffizient eher einen geringen Betrag haben. Die standardisierten Koeffizienten werden berechnet, indem vorher sämtliche Variablen auf das gleiche Skalenniveau transformiert werden. Dadurch sind diese Koeffizienten direkt vergleichbar und spiegeln den wirklichen Einfluss der Variablen auf die Regressionsgleichung wider.

Die Anpassungsgüte einer Regressionsgleichung ergibt sich aus dem quadrierten Korrelationskoeffizienten (r^2). Z.B. bedeutet ein r^2 von 0,75, dass sich die Werte zu 75% durch die Regressionsgleichung erklären lassen. Das korrigierte r^2 berücksichtigt zusätzlich die Anzahl der eingegangenen Variablen im Vergleich zur Anzahl der Fälle, um ein *Overfitting* zu vermeiden.

Bei der schrittweisen Regression wird für jeden Schritt das korrigierte r^2 für das bis zu diesem Schritt erhaltene Modell angegeben.

Erläuterungen zu den Ergebnissen

Lesebeispiel anhand des Umsatzes Nachrichtenmagazine/politische Wochenpresse

West	Koeffizient	standard. Koeffizient	Regression korr. R ²	Änderung korr. R ²
Konstante	-203,651			
Umsatz 14-tägliche Frauenzeitschriften	2,546	0,651	0,782	0,782
Anteil Bevölkerung mit Volks-/Hauptschulabschluss	-0,959	-0,245	0,858	0,076
Anteil EH "Sonstige Geschäftsart"	570,778	0,194	0,885	0,027
Privathaushalte (Haushaltsgröße)	1,123	0,234	0,908	0,023

Standardisierte Koeffizienten:

Der Umsatz der Frauenzeitschriften 14-täglich hat den größten Einfluss, die Haushaltsgröße den geringsten.

Koeffizienten der Regressionsgleichung:

zu erwartenden Umsatz =

$$-203,651 + 2,546 * u_frau14$$

$$- 0,959 * bv_vs + 570,778 * gesart_h8$$

$$+ 1,123 * ph_to$$

r²

korrigiertes r²:

Mit der ersten Variablen besitzt das Modell eine Erklärungsgüte von 78,2%, d.h. die beobachteten Werte werden zu 78,2% durch das Modell erklärt und es gibt zu 21,8% nicht erklärte Abweichungen. Die Erklärungsgüte des Gesamtmodells beträgt 90,8%.

Änderung korr. r²:

schrittweise Verbesserung des korrigierten r²

Quellen/Kontakte

- **Kontakt Verlage/VDZ:**

Lars-Henning Patzke:

patzke.lars-henning@ipv-hh.de

Margherita Riedl-Klaffke:

mrk@klaffke.biz

- **Kontakt Bundesverband Presse Grosso:**

Oliver Jedem:

oj@bvpg.de

Wolfgang Penders:

w.penders@pvrichter.de

- **Kontakt Acxiom Deutschland**

Maryse Cayer-Barrioz

maryse.cayer-barrioz@acxiom.com