



---

# **PENETRATIONSANALYSE**

## Muster

23. Juni 2021  
Muster

**Kontakt:**  
[adress.check@post.at](mailto:adress.check@post.at)



## Inhalt

1. Wie funktioniert eine Penetrationsanalyse? .....	3
2. Weitere Schritte & Nutzung Ihrer Ergebnisse .....	3
3. Übersicht über Ihre Eingangsdaten .....	4
4. Visualisierung Ihrer Kund*innendaten.....	4
4.1. Österreichkarte.....	5
4.2. Wienkarte.....	6
5. Analyse Ihrer Kund*innendaten.....	7
5.1. Altersgruppen.....	7
5.2. Lebensgemeinschaft .....	7
5.3. Bildung.....	8
5.4. Kaufkraft.....	8
5.5. Anzahl Abgabestellen.....	8
6. Vergleich zu Österreichschnitt .....	9
6.1. Altersgruppen (Anteil in %).....	9
6.2. Lebensgemeinschaft (Anteil in %) .....	9
6.3. Bildung (Anteil in %).....	10
6.4. Kaufkraft (Indexwert) .....	10



## 1. Wie funktioniert eine Penetrationsanalyse?

Die Penetrationsanalyse gibt Ihnen einen detaillierten Überblick über die geografische und soziodemografische Verteilung Ihrer Bestandskund\*innen.

Im ersten Schritt werden Ihre Kund\*innen auf Basis der postalischen Adressen in Ihren Eingangsdaten österreichweit verortet. Anschließend werden die Adressen zur jeweiligen PLZ oder dem jeweiligen Zustellbezirk in Bezug gesetzt. Das heißt, es wird ermittelt, in wie vielen Prozent der Haushalte schon Bestandskund\*innen Ihres Unternehmens zu finden sind.

Anhand der so ermittelten Prozentsätze werden alle PLZ und Zustellbezirke in fünf gleich große Gruppen eingeteilt (Quantile). Diese Quantile werden auf einer Skala von sehr hoher (dunkelrot) bis sehr niedriger (blassgelb) Kund\*innenpenetration auf der Karte visualisiert (s. Punkt 4).

Ergänzend dazu wird Ihr Top-Quantil hinsichtlich der Altersgruppen, Lebensgemeinschaft, Bildung, Kaufkraft und Anzahl der Abgabestellen analysiert, um ein besseres Verständnis für Ihre Bestandskund\*innen zu gewinnen (s. Punkt 5). Anschließend werden diese Ergebnisse für eine bessere Einschätzung und um weitere Schlüsse zu ziehen mit dem Österreich-Durchschnitt und dem Quantil mit der niedrigsten Penetration verglichen (s. Punkt 6).

**Wirklich wichtig:** Für eine möglichst aussagekräftige Darstellung und Analyse empfehlen wir, eine Penetrationsanalyse ab einer Mindestanzahl von 50.000 Adressen durchzuführen.

## 2. Weitere Schritte & Nutzung Ihrer Ergebnisse

Sie haben weiterführende Fragen zu Ihren Analyseergebnissen oder suchen nach Anregungen, um diese für Ihr Unternehmen optimal nutzen zu können? Das Expert\*innenteam der Post steht Ihnen unter [adress.check@post.at](mailto:adress.check@post.at) gerne zur Verfügung – nach Ihrer Anfrage melden wir uns umgehend für ein persönliches Beratungsgespräch bei Ihnen!

Weitere Informationen zu unseren Services für Datenqualität, Datenoptimierung und Zielgruppenanalyse finden Sie unter [post.at/adressmanagement](https://post.at/adressmanagement)



### 3. Übersicht über Ihre Eingangsdaten






Verortete Datensätze je Bundesland	Anzahl absolut	Anteil in %
Burgenland	5.963	3,49
Kärnten	12.634	7,39
Niederösterreich	67.357	39,38
Oberösterreich	21.128	12,35
Salzburg	2.951	1,73
Steiermark	32.242	18,85
Tirol	4.620	2,73
Vorarlberg	26	0,02
Wien	24.063	14,07
<b>Gesamt</b>	<b>171.034</b>	<b>100,00</b>

### 4. Visualisierung Ihrer Kund\*innendaten

Auf den folgenden Karten wird Ihre Kund\*innenpenetration in 5 Quantilen für ganz Österreich und für Wien mit folgender Skala dargestellt:

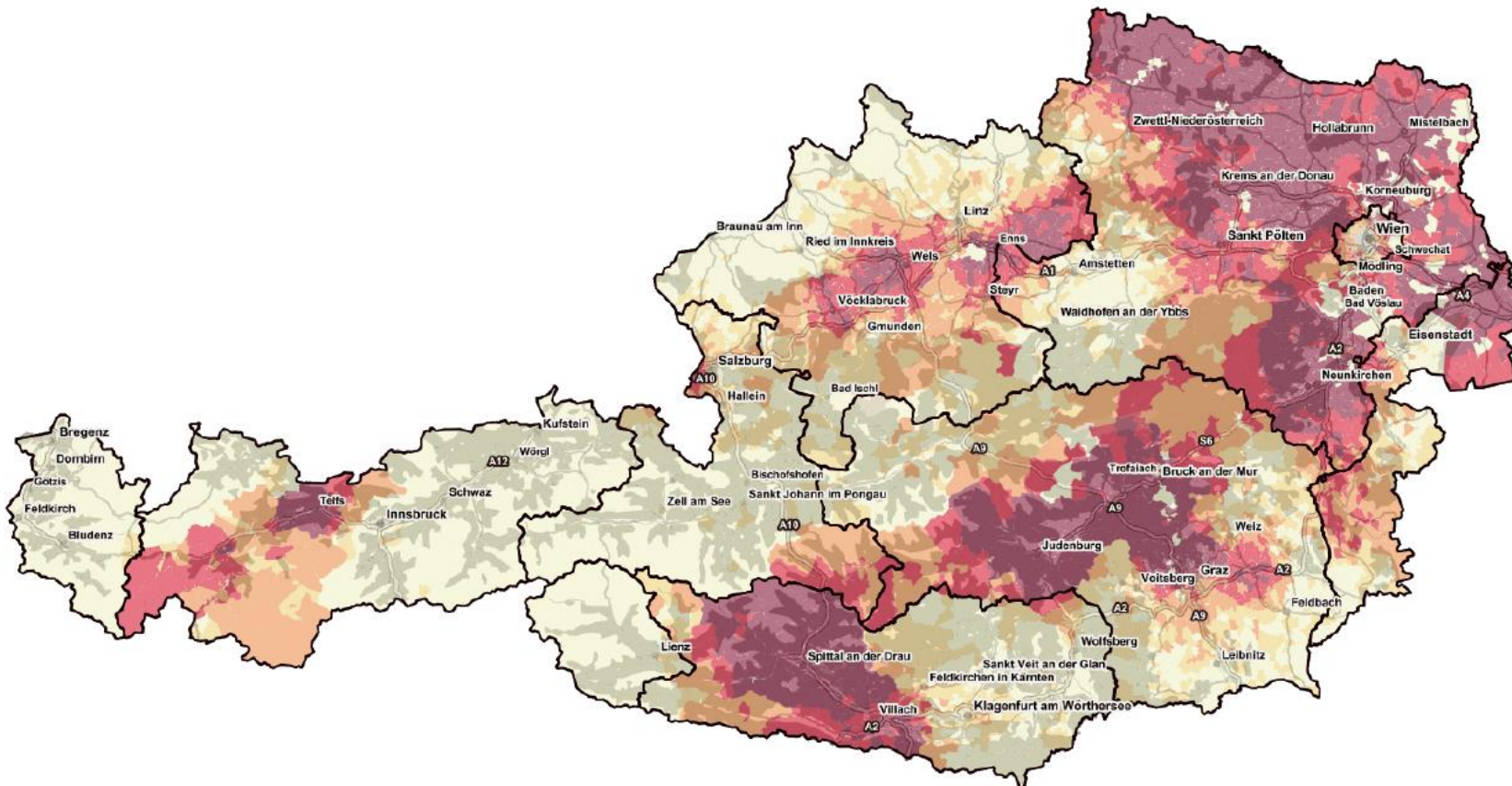
- Sehr hoch (dunkelrot)
- Hoch (hellrot)
- Mittel (orange)
- Niedrig (gelb)
- Sehr niedrig (hellgelb)

 Legende

	6.116208E-4 - 0.0058027077
	0.0058027077 - 0.01446281
	0.01446281 - 0.039812647
	0.039812647 - 0.08715596
	0.08715596 - 0.5

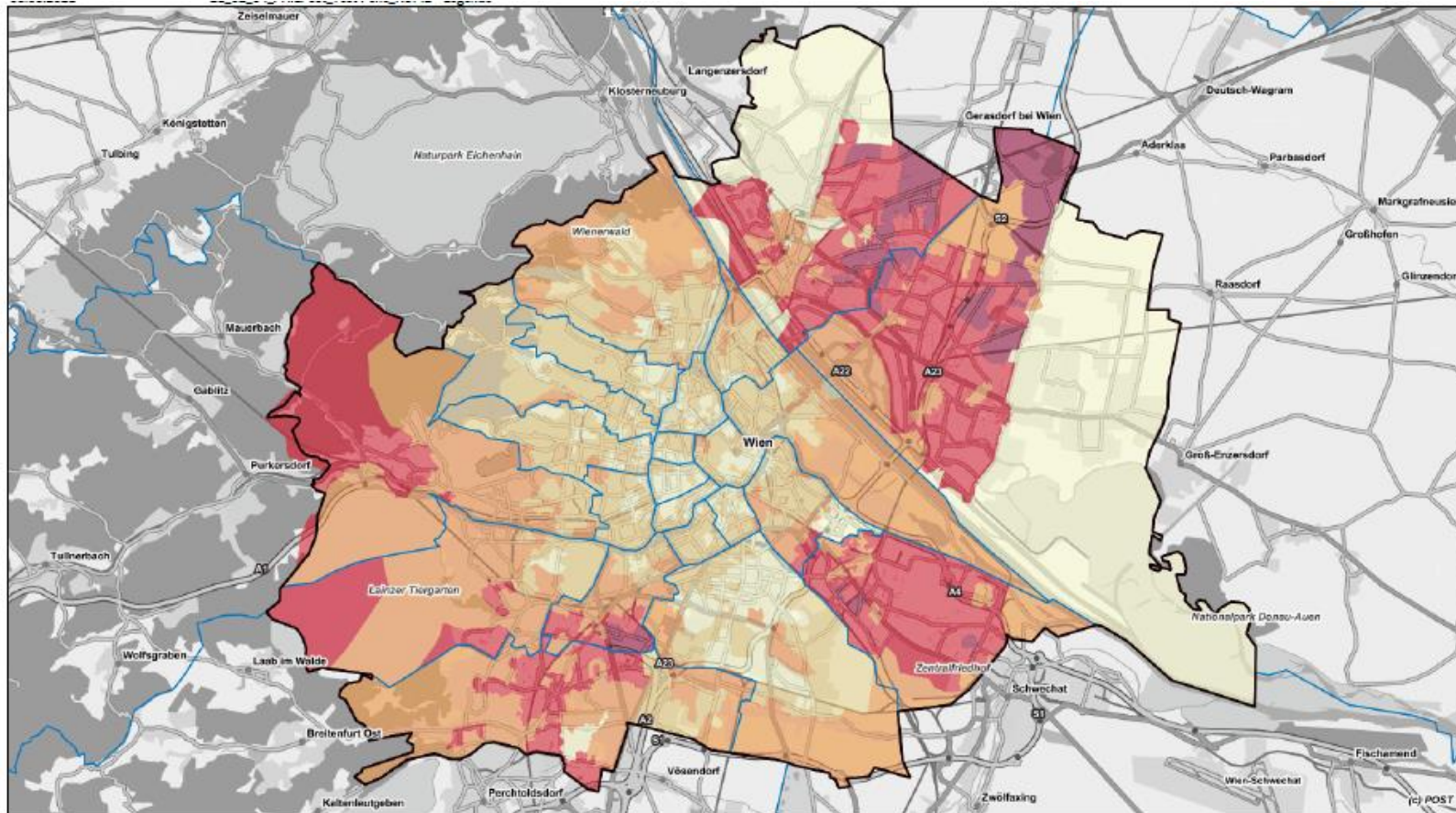


## 4.1. Österreichkarte





## 4.2. Wienkarte

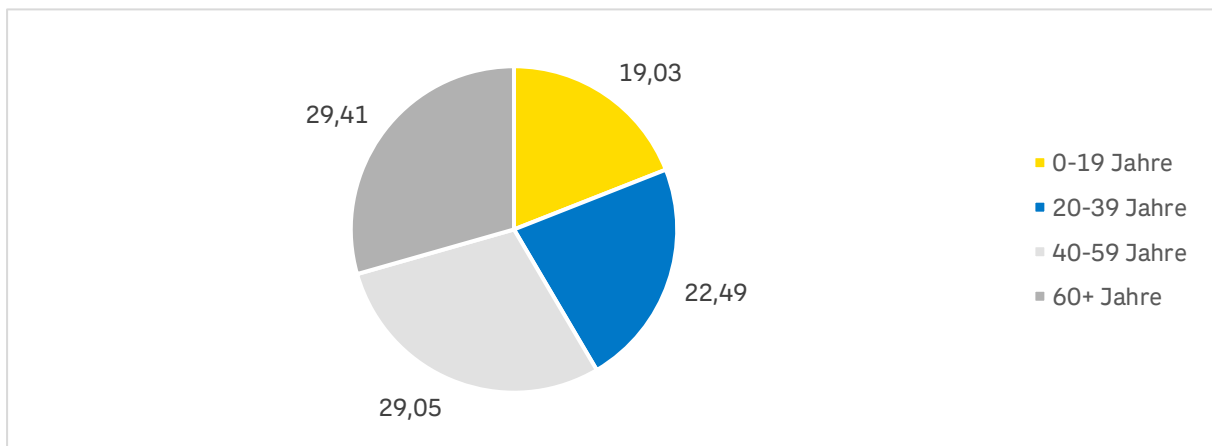




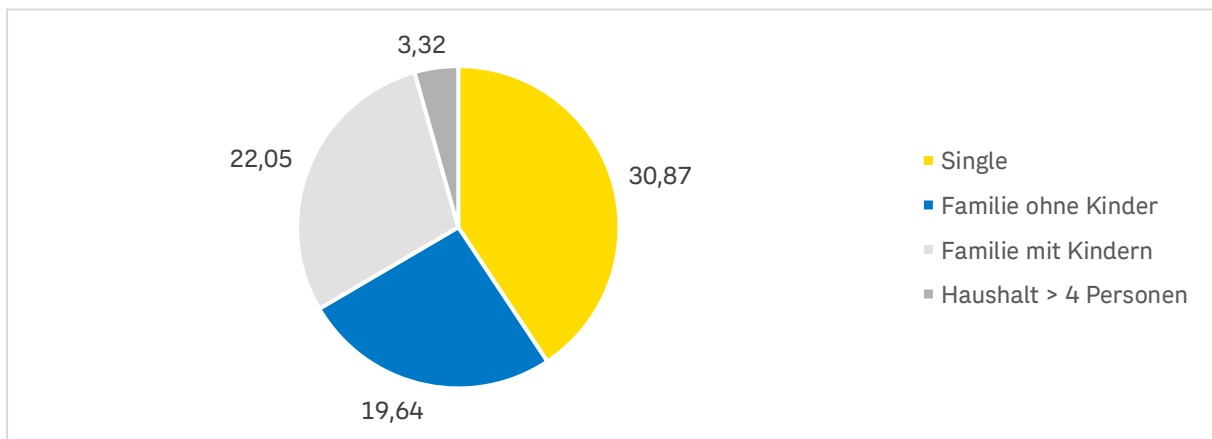
## 5. Analyse Ihrer Kund\*innendaten

Für alle PLZ und Zustellbezirke, die sich in Ihrem Top-Quantil befinden, wird die prozentuale Verteilung von soziodemografischen Merkmalen analysiert.

### 5.1. Altersgruppen (Anteil in %)

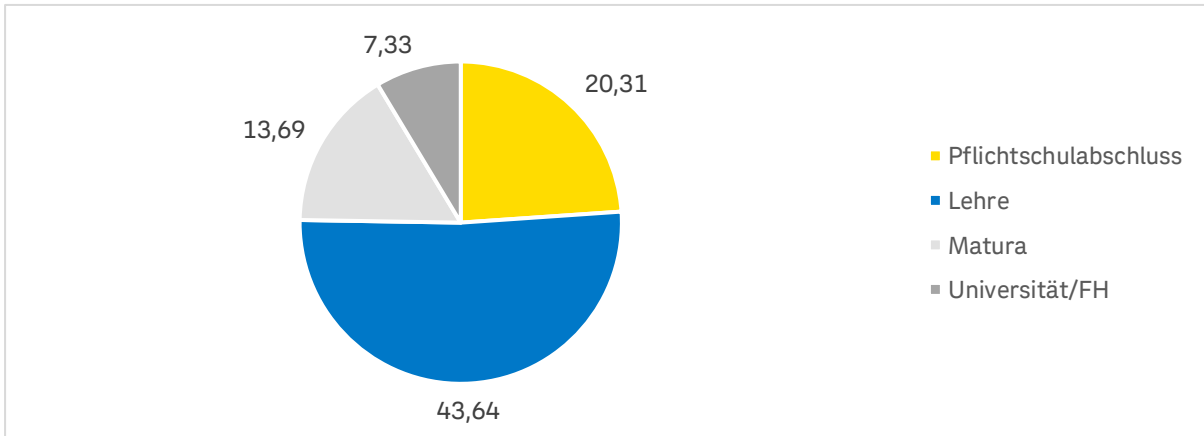


### 5.2. Lebensgemeinschaft (Anteil in %)

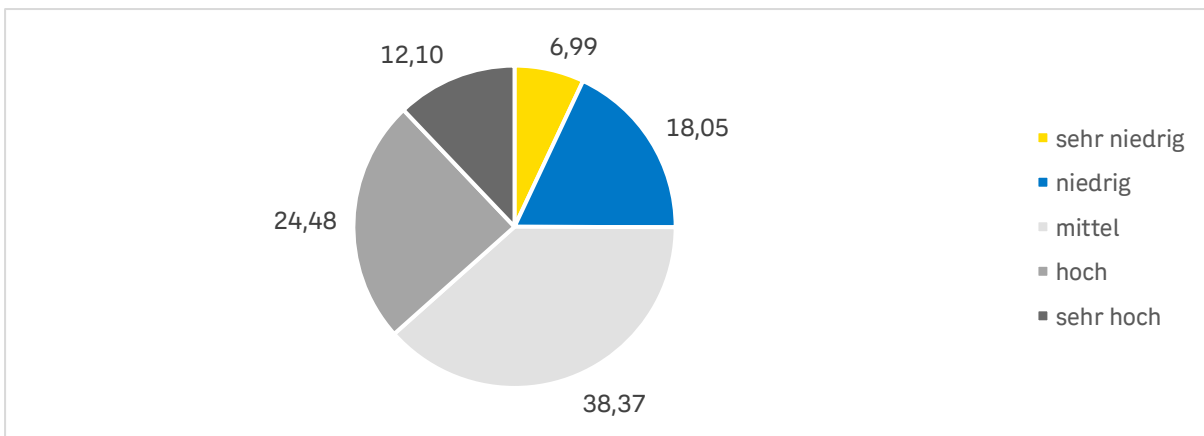




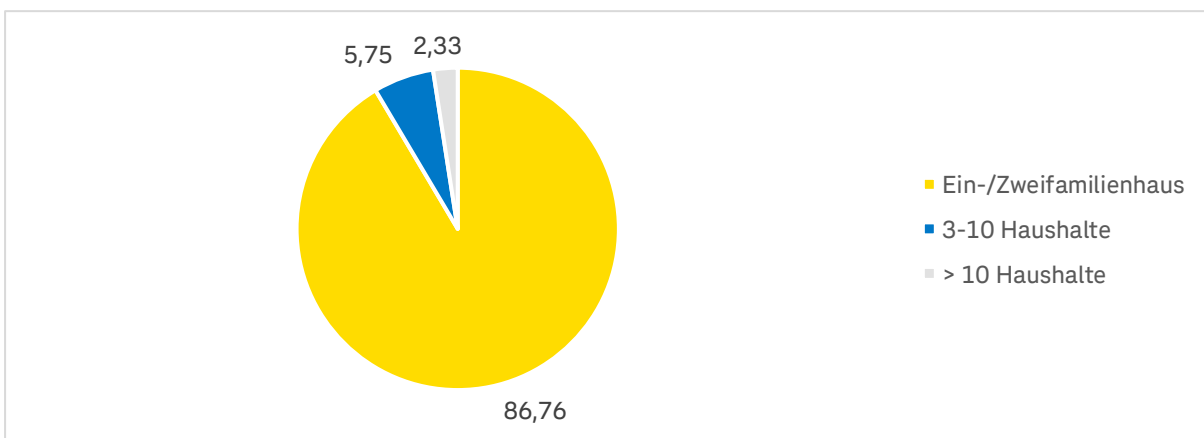
### 5.3. Bildung (Anteil in %)



### 5.4. Kaufkraft (Anteil in %)



### 5.5. Anzahl Abgabestellen (Anteil in %)



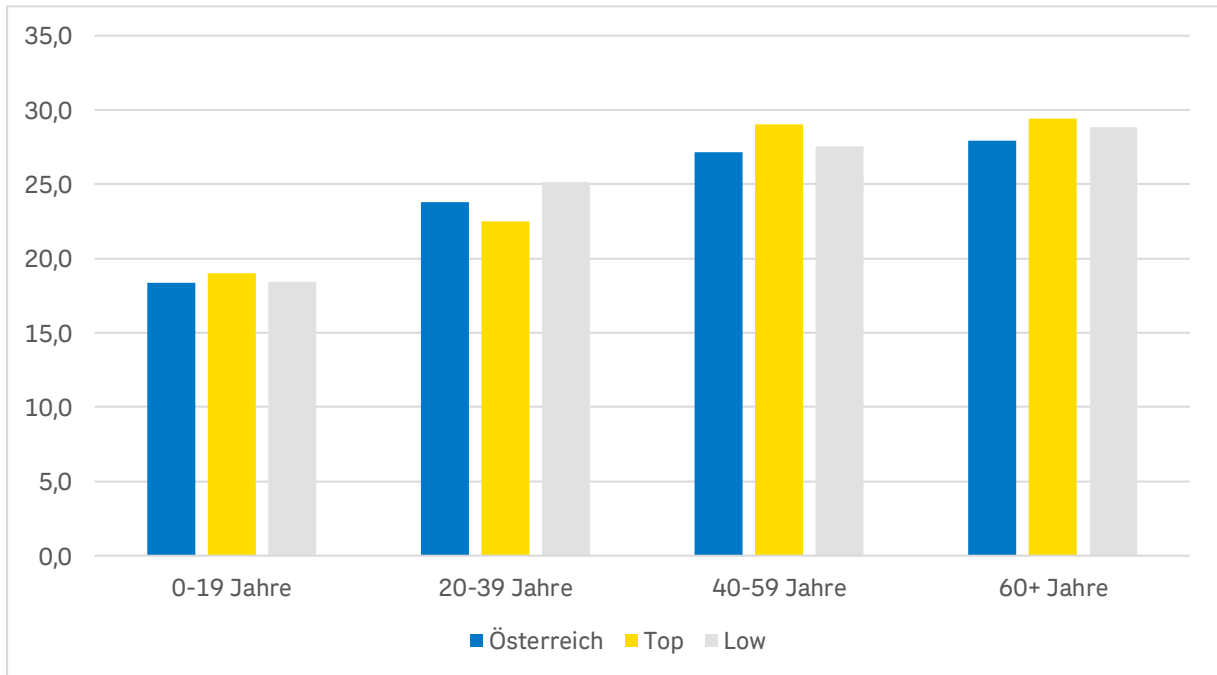




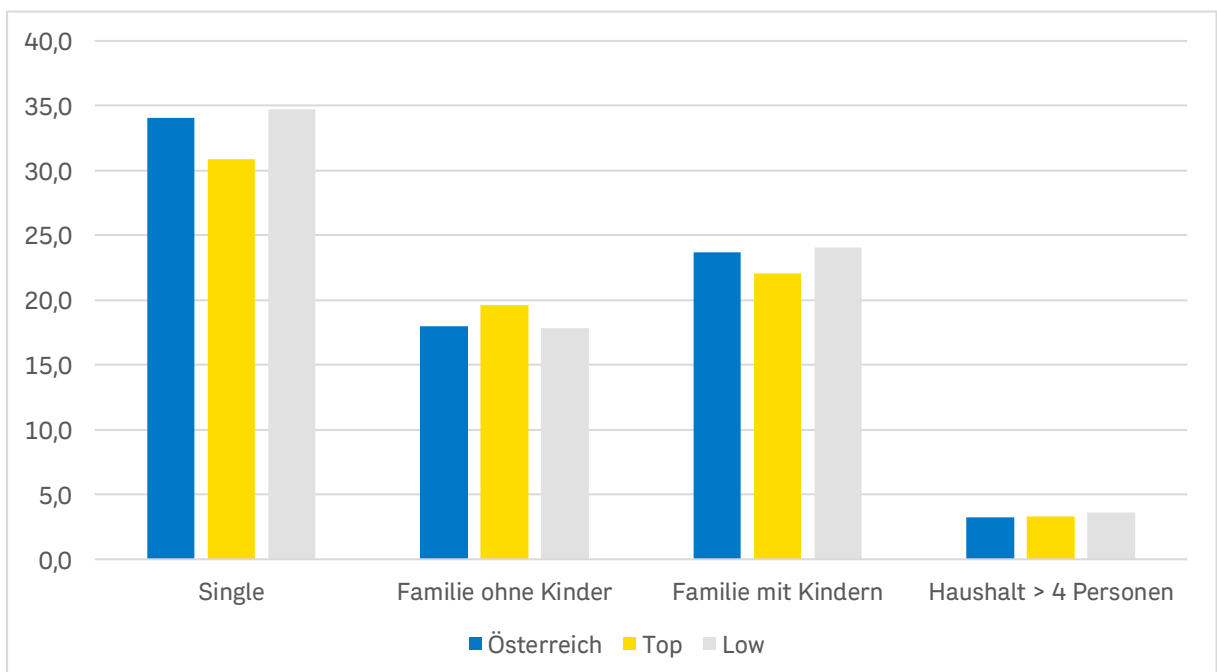
## 6. Vergleich zu Österreichschnitt

In den nachfolgenden Analysen werden PLZ und Zustellbezirke mit Ihrer höchsten („Top“) bzw. niedrigsten („Low“) Kund\*innendichte dem österreichischen Durchschnitt gegenübergestellt.

### 6.1. Altersgruppen (Anteil in %)

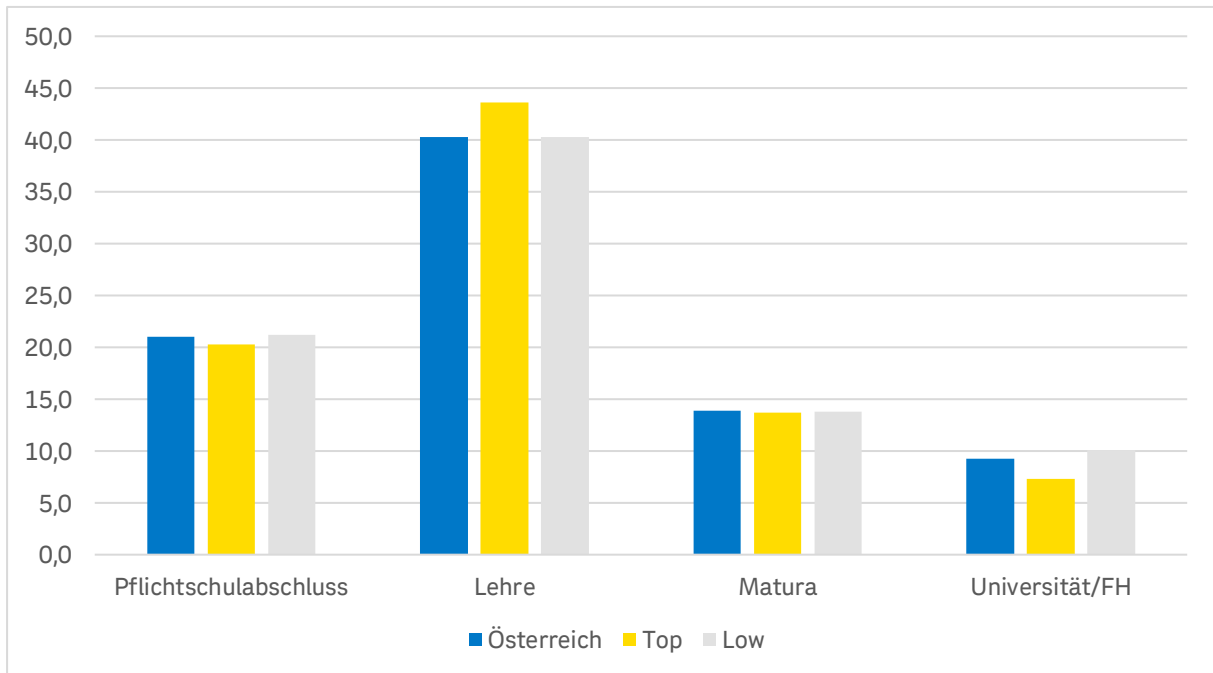


### 6.2. Lebensgemeinschaft (Anteil in %)

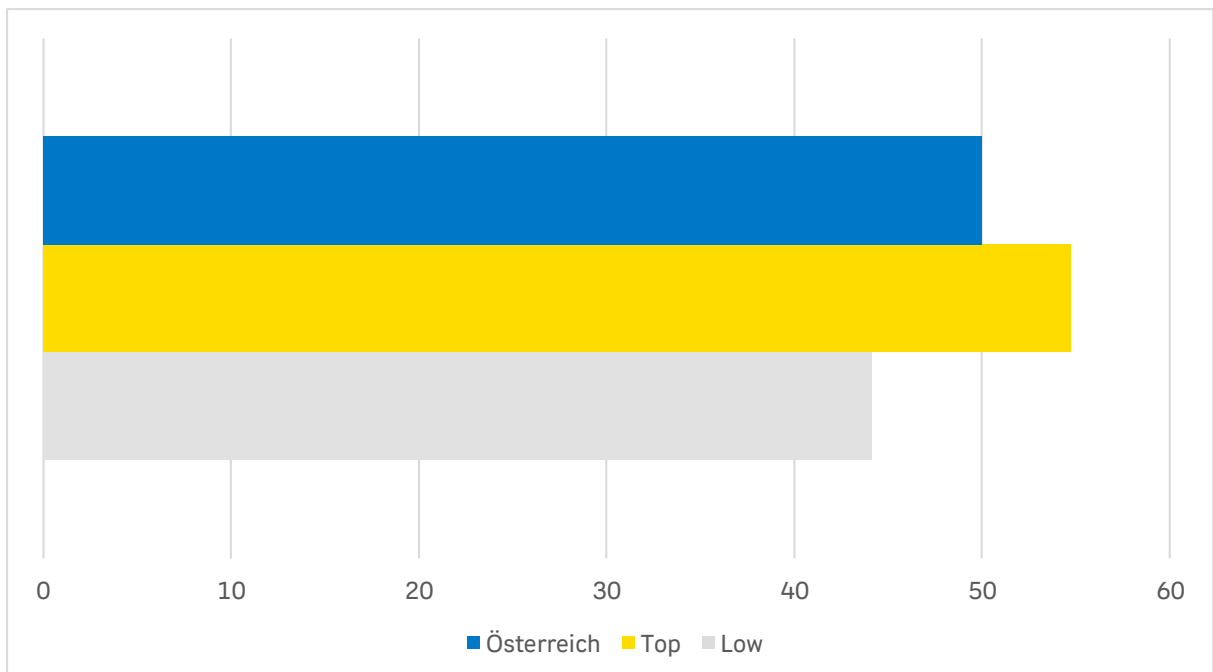




### 6.3. Bildung (Anteil in %)



### 6.4. Kaufkraft (Indexwert)





**Impressum:** Medieninhaberin, Herausgeberin, Verlegerin und Herstellerin: Österreichische Post AG, Rochusplatz 1, 1030 Wien | post.at | Firmensitz: Wien | Firmenbuch-Nr. 180219d | Handelsgericht Wien | UID: ATU46674503 | Herstellungsort: Wien

Informationen zum Datenschutz finden Sie unter [post.at/datenschutz](https://post.at/datenschutz)