

B4P 2016

Analysensteckbrief

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre	69,56 Mio.
Deutsche Bevölkerung und EU-Ausländer ab 14 Jahre	66,52 Mio.

Stichprobe

Die Stichprobe wurde anhand des ADM-Stichprobensystems F2F (Face-to-Face) gezogen. Grundlage ist eine Flächenstichprobe beruhend auf der Gemeindegliederung der Bundesrepublik und den für Navigationssysteme erstellten elektronischen Regionaleinteilungen.

Fallzahl: 30.190

Erhebungszeitraum

1. Welle	15.09.2014 - 07.12.2014
	12.01.2015 - 05.04.2015
2. Welle	14.09.2015 - 06.12.2015
	11.01.2016 - 03.04.2016

Institute

IFAK GmbH & Co. KG
IPSOS GmbH
Marplan GmbH
MMA GmbH & Co. KG

Methodische Besonderheiten

Die Befragung war in zwei Teile gegliedert, bestehend bestand aus einem rund einstündigen, mündlich-persönlichen Interview und einem 120 Seiten umfassenden Selbstausfüllbogen (SAB).

Das persönliche Interview enthielt, neben Informationsinteressen und demografischen Ermittlungen, insbesondere fast alle Abfragen zur Mediennutzung. Es wurde computergestützt (CAPI) durchgeführt, wesentliche Teile davon (u.a. die Printnutzung) ma-analog per Touchscreen als Selbstauskunft (CASI).

b4p fühlt sich weitestgehend dem Single-Source-Prinzip verpflichtet. Alle Persönlichkeitsstatements sowie Konsumverhalten und Mediennutzung stammen vom selben Befragten. Einzig bei den Abfragen zu Marken wurde ein Fragebogensplit vorgenommen.

Medien

- 18 zweimonatliche Zeitschriften
- 72 Monatliche Zeitschriften
- 17 14-tägliche Zeitschriften
- 63 Wöchentliche Zeitschriften
- 7 Apotheken-Kundenzeitschriften
- 2 Supplements
- 57 Regionale/überregionale Tageszeitungen
- Alle ma-Radiosender
- 11 TV-Sender
- Plakat, Kino und einige kleinere Medien
- Über 780 Online-Angebote (Angebote der ma-Online und Partner-Websites sowie deren Belegungseinheiten)
- Über 180 Apps und 300 mobil genutzte Websites
- Soziale Netzwerke: Die Nutzung wird im Selbstausfüllbogen erfragt. Die Frequenzfrage wird erweitert um die Kategorie „mehrmals täglich“.

Soziodemografie

- Übliche Basis-Statistik
- Gebietsabgrenzungen nach Bundesland, Nielseengebiete, Nielsen-Ballungsraum, Ortsgrößen (Einwohnerzahl, BIK-Regionstypen), Wohnortgröße (politisch, BIK)
- Lebensphasen, Gesellschaftlich-Wirtschaftlicher Status

Märkte, Besitz, Konsum

b4p ist mit der Erhebung von über 2.400 Marken und über 100 Produktbereichen die umfassendste Markt-Media-Studie im deutschen Markt. Märkte und Marken werden über die Darstellung von Besitz/Verwendung, Kauf/Kaufhäufigkeit und Markenloyalität transparent gemacht. Aussagen zum Kaufverhalten innerhalb der Märkte sowie Preis- bzw. Markenorientierung der Kunden runden das Bild ab.

Folgende Märkte sind in der b4p abgedeckt:

- Ernährung (Getränke, Lebensmittel, Süßwaren etc.)
- Körperpflege und Kosmetik
- Gesundheit
- Mode
- Computer & Zubehör
- Unterhaltungselektronik und Telekommunikation
- Elektrogeräte
- Haus und Wohnen
- Haushaltspflege
- Haustiere
- Pkw und Mobilität
- Reisen
- Banken und Versicherungen
- Konsum

Typologien (Zielgruppenmodelle und Marksegmentierungen)

- Sozioökonomische Zuordnung
- Social Grades (ABCD)
- Personix TM Typologie
- microm Typologie
- Biografische Lebenswelten
- Lebensphasen / -zyklen
- SIGMA-Milieus®
- Sinus-Milieu®
- Limbic®-Types
- GfK Roper Consumer Styles
- Persönlichkeitsfaktoren
- Interessenhorizonte
- Lohas
- Die Neuen Alphas
- Marktbezogene Zielgruppen-Modelle (Glücksspiel, Markenorientierung, Food, Wohnen, Health, Reise, Pkw, Finance, Fashion Frauen, Fashion Männer, Beauty Frauen, Beauty Männer, Smartphone-Nutzer, Tablet-Nutzer)

Veröffentlichung und Bezug

Erscheinungsdatum: 29.9.2016

B4P 2016 II (=Anpassung an ma 2016 Intermedia PLS)	Dez 2016)
B4P 2016 III (=Anpassung an ma 2017 Pressemedien I	Feb 2017)

Zu Fragen rund um die Nutzung der B4P auf mediMACH wenden Sie sich an:

Tel: 04503-3535-0

Email: info@medimach.com