

B4P 2017

Analysensteckbrief

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre	70,09 Mio.
Deutsche Bevölkerung und EU-Ausländer ab 14 Jahre	66,91 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: 30.121

Erhebungszeitraum

1. Welle	14.09.2015 - 06.12.2015
	11.01.2016 - 06.04.2016
2. Welle	19.09.2016 - 11.12.2016
	09.01.2017 - 02.04.2017

Institute

IFAK GmbH & Co. KG
IPSOS GmbH
GfK Media & Communication Research GmbH & Co. KG

Methodische Besonderheiten

Die Befragung war in zwei Teile gegliedert, bestehend aus einem rund einstündigen, mündlich-persönlichen Interview und einem 130 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

- Zeitschriften (aus ma Pressemedien und AWA)
- 7 Apotheken-Kundenzeitschriften
- 2 Supplements
- Regionale/überregionale Tageszeitungen
- Alle ma-Radiosender
- 10 TV-Sender
- Plakat, Kino und einige kleinere Medien
- Über 800 Online-Angebote (Angebote der ma-Online und Partner-Websites sowie deren Belegungseinheiten)
- Über 180 Apps und 373 mobile Websites (MEW)
- Social Media: Die Nutzung sozialer Netzwerke wird im Selbstausfüllbogen erfragt. Die Frequenzfrage wird erweitert um die Kategorie „mehrmals täglich“.

Soziodemografie

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

Märkte, Besitz, Konsum

b4p ist mit der Erhebung von ca. 2.400 Marken und ca. 120 Produktbereiche 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
- Consumer Electronics
- Haushalt und Wohnen
- Haustiere
- Pkw und Mobilität
- Reisen
- Finanzen und Versicherungen
- Handel

Zielgruppen-Modelle und Typologien

- Sozioökonomische Zuordnung
- Social Grades (ABCD)
- Personix TM Typologie
- microm Typologie
- Lebensphasen / -zyklen
- SIGMA-Milieus®
- Sinus-Milieus®
- Limbic®-Types
- Persönlichkeitsfaktoren
- Interessenhorizonte
- Lohas
- Die Neuen Alphas
- Marktbezogene Zielgruppen-Modelle (Glücksspiel, Markenorientierung, Markenloyalität, Smart Shopper, Beauty Frauen, Beauty Männer, Food, Wohnen, Health, Reise, Pkw, Finance, Fashion Frauen, Fashion Männer, Luxusaffinität)

Veröffentlichung und Bezug

Erscheinungsdatum: 28.9.2017

B4P 2017 II: Anpassung an ma 2017 Intermedia PluS (Radio, TV, Plakat);
voraussichtlich Anfang Dez 2017

B4P 2017 III: Anpassung an ma 2018 Pressemedien I und ma Online;
voraussichtlich Ende Feb 2018

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

Tel: 04503-3535-0

Email: info@medimach.com