

## B4P 2018

### Analysensteckbrief

#### Grundgesamtheit

---

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre	70,45 Mio.
Deutsche Bevölkerung und EU-Ausländer ab 14 Jahre	66,17 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: 30.105

#### Erhebungszeitraum

---

1. Welle	19.09.2016 - 11.12.2016
	09.01.2017 - 02.04.2017
2. Welle	18.09.2017 - 10.12.2017
	08.01.2018 - 03.04.2018

#### 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**

---

- 185 Zeitschriften (aus ma Pressemedien und AWA)
- 7 Apotheken-Kundenzeitschriften
- 2 Supplements
- Anzeigenblätter
- Regionale/überregionale Tageszeitungen
- Alle ma-Radiosender inklusive Online-Audio
- 10 TV-Sender
- Plakat, Kino und einige kleinere Medien
- ca. 800 Online-Angebote (Angebote der ma-Online und Partner-Websites sowie deren Belegungseinheiten)
- 198 Apps und 390 mobile Websites (MEW)
- Digitale Gesamtangebote
- 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 in mehr als 120 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
- 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, Smartshopper, Beauty Frauen, Beauty Männer, Food, Wohnen, Health, Reise, Pkw, Finance, Fashion Frauen, Fashion Männer, Luxusaffinität)

## **Veröffentlichung und Bezug**

---

Erscheinungsdatum: 9.10.2018

B4P 2018 II: Anpassung an ma 2018 Intermedia PluS (Radio, TV, Plakat);  
voraussichtlich Anfang Dez. 2018

B4P 2018 III: Anpassung an ma 2019 Pressemedien I und ma Online;  
voraussichtlich Ende Feb. 2019

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

Tel: 04503-3535-0

Email: [info@medimach.com](mailto:info@medimach.com)