

b4p 2016 - Factsheet

- + b4p ist eine Gemeinschaftsstudie von Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media. Sie haben ihre forschende Kompetenz gebündelt, um einen gemeinsamen Marktstandard zu schaffen.
- + b4p liefert seit 2013 umfassend und kontinuierlich Insights zu Menschen, Medien und Märkten und ist damit ein einzigartiges Instrument für die strategische Medienplanung.
- + b4p berücksichtigt die Interessen der Medienpartner bei der inhaltlichen Entwicklung. Eine Vielzahl von Anregungen durch Agenturen und Werbungtreibende sichert die Qualität des Fragebogens.
- + b4p ist offen für weitere Kooperationen: Verlage und Medienunternehmen können sich als Lizenznehmer an der Studie beteiligen. Über 30 Lizenznehmer haben dies bereits getan.

Umfang & Inhalt

- + **Allgemein:** b4p 2016 basiert auf über 30.000 Interviews (bevölkerungsrepräsentativ in vier Befragungswellen; 15.000 aus den Befragungswellen 2015, 15.000 aus den Befragungswellen 2016) mit jeweils über 500 Fragen in einem ausführlichen persönlichen Interview für Medien und Menschen sowie in einem Selbstausfüllbogen für die Märkte.
- + **Medien:** b4p betrachtet eine umfassende Medienpalette über alle Medienkanäle hinweg: 177 Zeitschriftentitel, 66 Belegungseinheiten von Tageszeitungen, 11 TV-Sender, alle ma-Radiosender, Plakat, Kino und einige kleinere Medien. Die Erhebung der Leistungswerte digitaler Angebote in Form aller Angebote der ma-Internet sowie Online-Belegungseinheiten von vielen wichtigen Medienpartner-Websites erfolgt durch eine technische Messung des stationären und mobilen Internets. Dadurch können rund 784 Websites, 316 Angebote der mobilen Nutzung und 181 Apps ausgewiesen werden. Diese Vielfalt an Leistungswerten ermöglicht die Berechnung von Crossmedialen Markenreichweiten und Crossmedialen Kombinationen und damit noch weitergehende crossmediale Insights und Planungsmöglichkeiten. Dort, wo es machbar ist, werden Medienreichweiten an die währungsgebenden Studien der agma angepasst.



- + **Menschen:** b4p ist der Navigator zu Menschen mit ähnlichen Interessen, Konsumvorlieben und Lebensstilen. b4p bietet umfassende demographische Angaben und zeigt auf, was hinter den harten Zahlen oft verschwindet: Interessen, Motivationen, Einstellungen und Bedürfnisse. Abgefragt werden Informationsinteressen in rund 40 Themenbereichen sowie eine Vielzahl redaktioneller Themeninteressen in Print ebenso wie TV-Genres. Über 150 Statements zu Einstellungen werden zusätzlich verdichtet zu wichtigen Zielgruppenmodellen, Konstrukttypen und Typologien (Sinus, Sigma, Limbic Types sowie 10 Branchentypologien).
- + **Märkte:** b4p ist mit der Erhebung von ca. 2.400 Marken in mehr als 120 Marktbereichen die umfassendste Markt-Media-Studie im deutschen Markt. Die Studie deckt alle werberelevanten Märkte ab und erlaubt aufgrund der hohen Fallzahl auch Detailanalysen in den einzelnen Branchen. Märkte und Marken werden über die Darstellung von Verwendern bzw. Käufern transparent gemacht. Für die neue Ausgabe von b4p wurden sämtliche Markenlisten überarbeitet und erweitert.

Organisation

- + b4p wird von der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung mbH + Co. KG (GIK) mit Sitz in München herausgegeben.
- + Die GIK (gegründet am 18. Oktober 2012) ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Medienhäuser Axel Springer, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media, die jeweils 20 Prozent halten.
- + Die GIK wird von fünf Geschäftsführern geführt (Sprecher 2016: Carsten Dorn, Axel Springer). Eine technische Kommission, bestehend aus fünf Gesellschaftervertretern (Forschern) der Verlage, unterstützt und berät die Geschäftsführer.
- + Studienkoordinator ist das Unternehmen d.core GmbH, das auch die Lizenznehmer betreut.

Weitere Informationen finden Sie auf der Website: www.b4p.media

