

best for planning 2018

Mediennutzung



NEWSPAPER



00000000

CELEBRATE GOOD NEWS. BECOME GOOD NEWS.

ISSUE 01



Zu den Mediengattungs-Reichweiten



Allgemeine Informationen zu Brutto- und Nettoreichweiten der Mediengattungen in b4p 2018 III

In b4p 2018 III werden erstmals alle **Mediengattungen** zusammengefasst auf **Währungsebene** für einen direkten Vergleich ausgewiesen. Neben der Mediennutzung unter dem Aspekt der Freizeitbeschäftigungen (kein Währungscharakter!) und den Media-Konstrukten Medianutzergruppen und Mediakompass auf Basis der Kontaktsummen der Mediengattungen können damit Aussagen zu **Reichweiten** und **Kontakten der Kanäle** für Zielgruppen gemacht werden.

Verfügbare Netto-/Bruttoreichweiten:

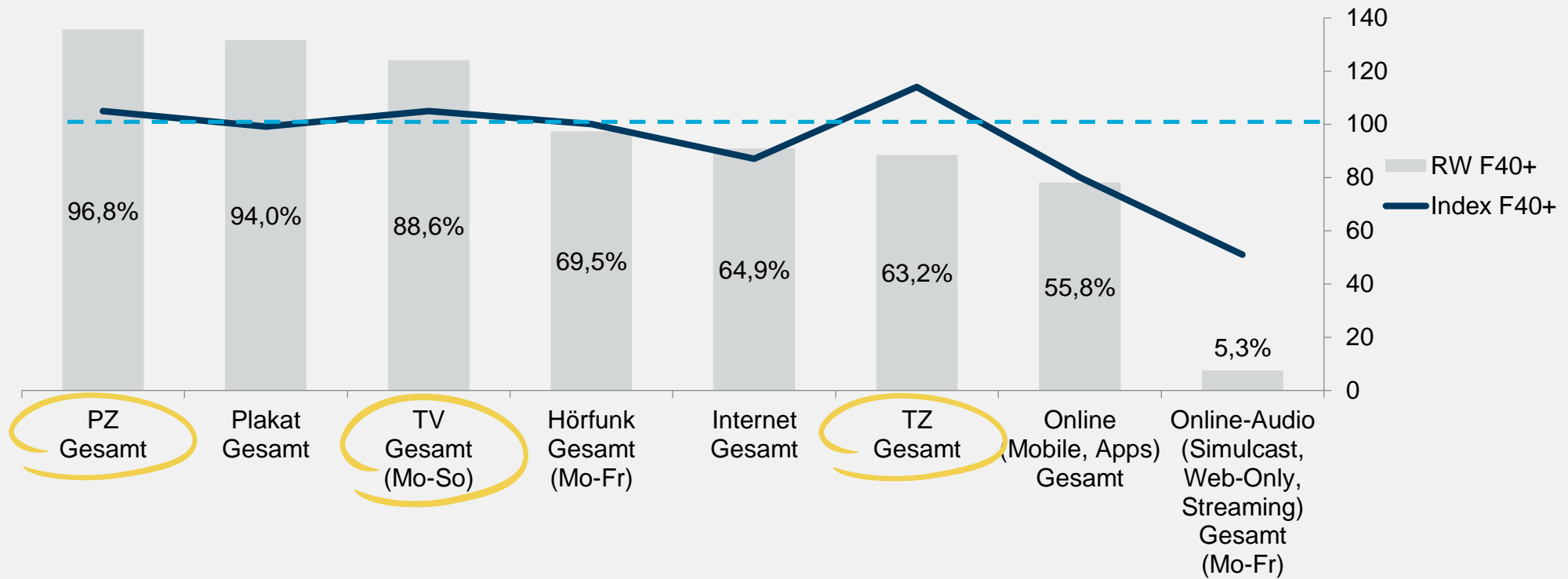
- Print (LpA): PZ Gesamt (inkl. Supplements und wöchentliche Zeitungen, exkl. Lesezirkel und Einkauf Aktuell), TZ Gesamt, Print (PZ, TZ)
- Online (NpT): Internet, Mobile, App, Online (Internet, Mobile, App), Online (Mobile, App)
- Plakat
- Audio (WTK/NpT Mo-Fr, Sa, So): Hörfunk, Online-Audio (Simulcast, Web-Only, Streaming), Audio(Hörfunk, Online Audio)
- TV (WTK/NpT Mo-Fr, Sa-So, Mo-So)

Mediennutzung

Neu in
b4p
2018 III

Beispiel Mediengattungs-Reichweiten für "Frauen 40+" (Auswahl)

Währungscharakter
Zähltools: Medien
Werte: Reichweite,
Kontakte, Affinität, OTS,
GRP



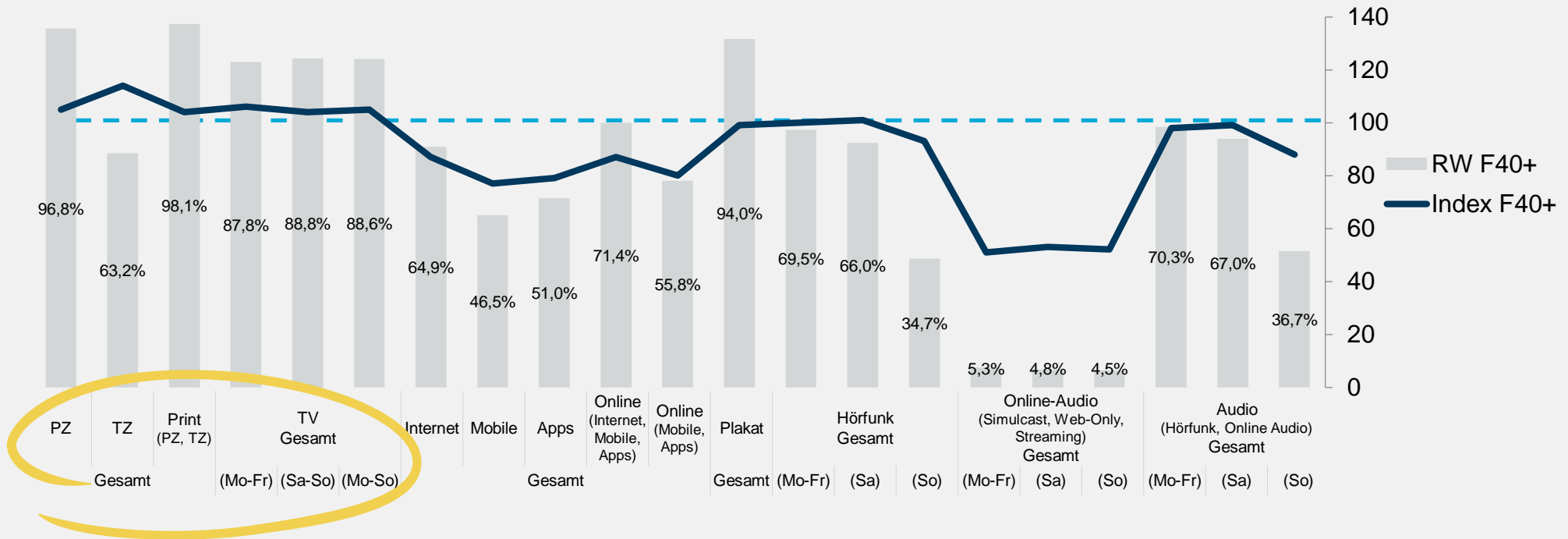
Quelle: best for planning 2018 III (14 Jahre +) ZG-Potenzial: 34%, 10.674 ungew. Fälle, 23,82 Mio.

Mediennutzung

Neu in
b4p
2018 III

Beispiel Mediengattungs-Reichweiten für "Frauen 40+" (alle Gattungen detailliert)

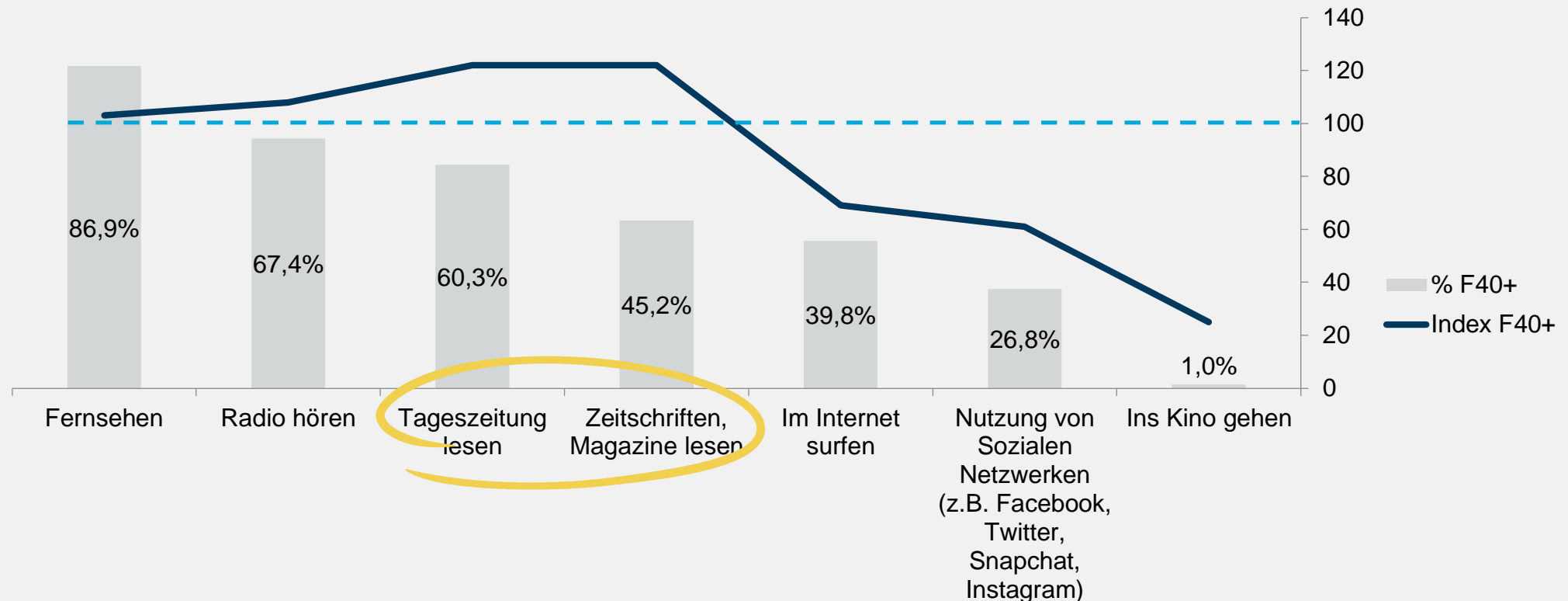
Währungscharakter
Zähltools: Medien
Werte: Reichweite, Kontakte, Affinität, OTS, GRP



Quelle: best for planning 2018 III (14 Jahre +) ZG-Potenzial: 34%, 10.674 ungew. Fälle, 23,82 Mio.

Mediennutzung

Beispiel Freizeitbeschäftigungen für "Frauen 40+" (häufige Nutzung, sortiert nach Prozent)



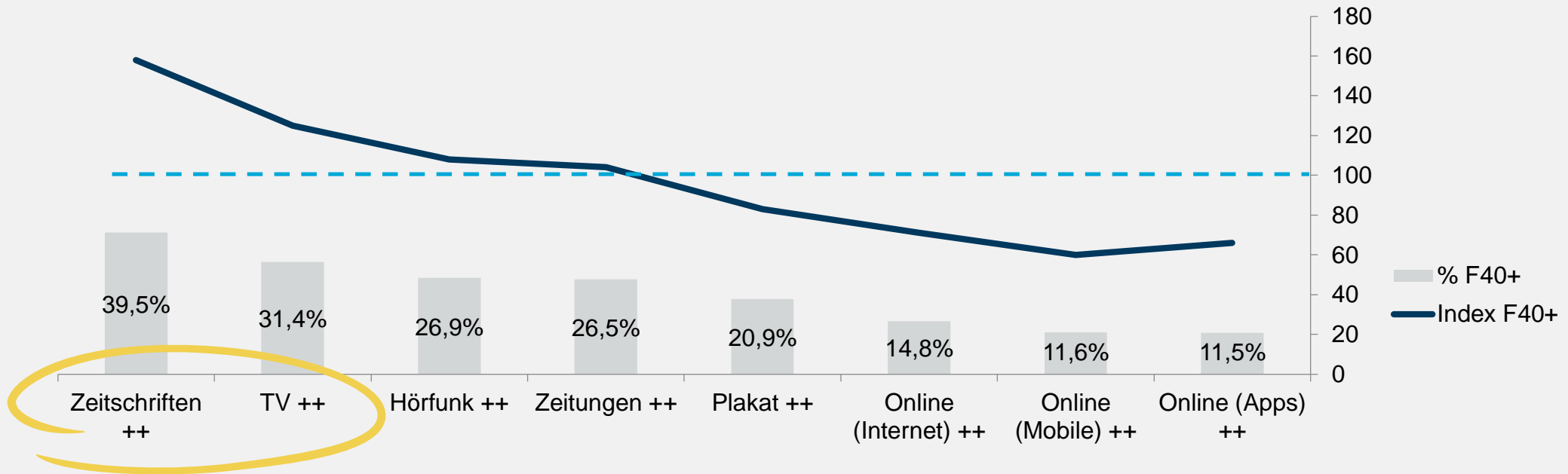
Kein Währungscharakter!
Zähltools: qualitative Merkmale bei Menschen
Werte: Prozent, Affinität

Quelle: best for planning 2018 III (14 Jahre +) ZG-Potenzial: 34%, 10.674 ungew. Fälle, 23,82 Mio.

Mediennutzung

Beispiel Medianutzergruppen für "Frauen 40+" (intensive Nutzer, sortiert nach Prozent)

Kontaktsummen-Konstrukt
Zähltools: Medien-nutzungskategorien
Werte: Prozent, Affinität

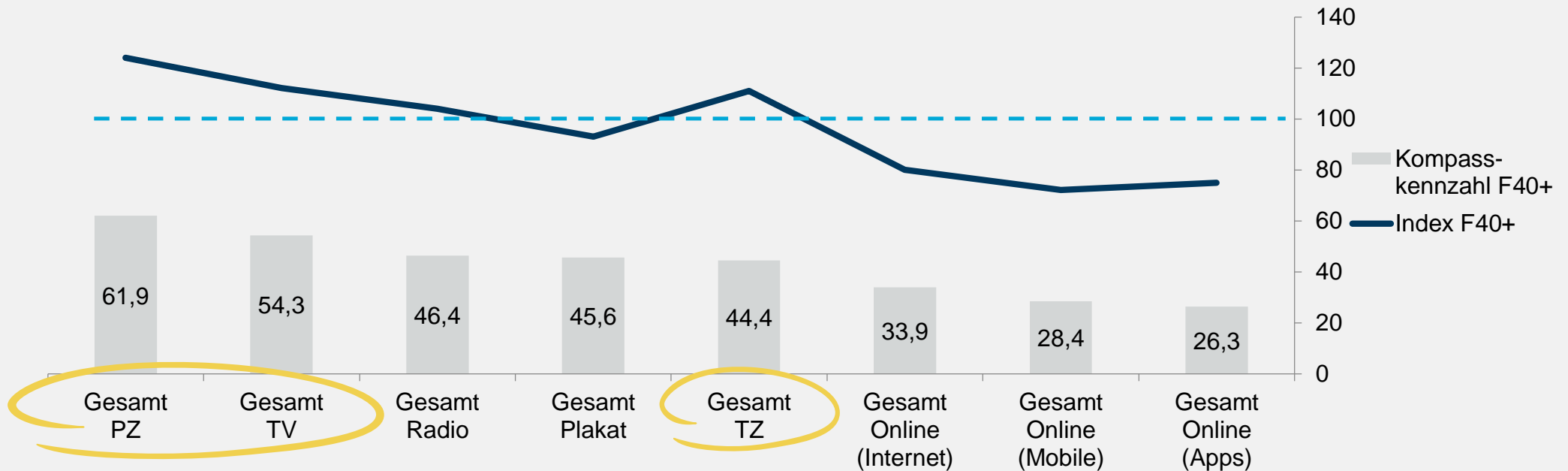


Quelle: best for planning 2018 III (14 Jahre +) ZG-Potenzial: 34%, 10.674 ungew. Fälle, 23,82 Mio.

Mediennutzung

Beispiel Mediakompass für "Frauen 40+" (Gattungen Gesamt)

Kontaktsummen-Konstrukt
Zähltools: Medien-nutzungskategorien
Werte: Kompass-kennzahl, Affinität



Quelle: best for planning 2018 III (14 Jahre +) ZG-Potenzial: 34%, 10.674 ungew. Fälle, 23,82 Mio.