

b4p 2022 - 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 Mediaplanung.
- + 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.

Umfang & Inhalt

- + **Allgemein:** b4p 2022 basiert auf 30.810 Interviews (bevölkerungsrepräsentativ in vier Befragungswellen; jeweils hälftig aus den Befragungswellen 2021 und 2022) mit jeweils über 500 Fragen in einem ausführlichen persönlich-mündlichen Interview für Medien und Menschen sowie in einem Selbstausfüllbogen für die Märkte. Ein Teil der Studienteilnehmer beantworteten die Frage ausschließlich in einem Online-Fragebogen. Die Fallzahlen verteilen sich dabei auf 22.253 persönliche und 9.557 Online-Interviews.
- + **Medien:** b4p betrachtet eine umfassende Medienpalette über alle Medienkanäle hinweg: 178 Zeitschriftentitel, 67 Belegungseinheiten von Tageszeitungen, Anzeigenblätter, zwölf TV-Sender, alle ma Radiosender, Plakat, Kino und einige kleinere Medien. Die Erhebung der Leistungswerte von Online-Angeboten erfolgt durch eine technische Messung der stationären und mobilen Internetnutzung. Dadurch können rund 789 Websites, 553 Angebote der mobilen Nutzung, 262 Apps und 151 Digitale Gesamtangebote ausgewiesen werden. Wo möglich erfolgt bei den Online-Reichweiten eine Anpassung an die AGOF daily digital facts. Diese Vielfalt an Leistungswerten ermöglicht die Berechnung von Crossmedialen Markenreichweiten und Crossmedialen Kombinationen und damit noch weitergehende crossmediale Insights und Planungsmöglichkeiten.



- + **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. Rund 148 Statements zu Einstellungen werden zusätzlich verdichtet zu wichtigen Zielgruppenmodellen, Konstrukttypen und Typologien (Sinus, Sigma, Limbic Types sowie 9 Branchentypologien).
- + **Märkte:** b4p ist mit der Erhebung von ca. 2.432 Marken in ca. 111 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 GeschäftsführerInnen geführt (Sprecher 2022: Catherin Anne Hiller, FUNKE Mediengruppe). Eine technische Kommission, bestehend aus fünf GesellschaftervertreterInnen (Forscherkreis) der Verlage, unterstützt und berät die GeschäftsführerInnen.
- + Studienkoordinator ist das Unternehmen DCORE GmbH, das auch die Lizenznehmer betreut.

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

