

Werbliche Ansprechbarkeit

Definition Werbe-Fans und Werbe-Muffel in best for planning

Score-Summen-Verfahren:

Werbung in Medien

	Punkte
... ist glaubwürdig	+1
... ist interessant	+1
... ist lästig	-2
... ist unterhaltend	+1
... ist überflüssig	-2
... ist nützlich	+1
... ist kaufanregend	+1
... ist störend	-2
... ist informativ	+1
... gehört einfach dazu	0
... beachte ich dort gar nicht	0

- Die Fragen zu Tageszeitungen und zu Zeitschriften/Magazinen werden per Oder-Verknüpfung zu dem Medium Print zusammengefasst. Je Medium wird aus den Items eine Punktschme zwischen 0 und 12 gebildet:
 - Der Anfangswert wird mit 6 Punkten festgelegt.
 - Es gibt 6 positive Items. Für jedes positive Item wird der Wert um einen Punkt erhöht.
 - Es gibt 3 negative Items. Für jedes negative Item werden 2 Punkte abgezogen.
- Die 2 neutralen Items gehen nicht in die Bildung der Punktschme ein. Folgende Abgrenzung wird vorgenommen:
 - Fälle mit Punktschmen zwischen 8 und 12 werden definiert als Werbe-Fans
 - Fälle mit Punktschmen zwischen 0 und 5 werden definiert als Werbe-Muffel.

GIK

Herzog-Wilhelm-Str. 1
80331 München

Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung
mbH & Co. KG
Herzog-Wilhelm-Str. 1
80331 München

HRA 99342
Amtsgericht München

Persönlich haftende
Gesellschafterin:
Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung
Verwaltungs GmbH
Vertreten durch die
Geschäftsführung: Oliver
Perzborn, Catherin Anne Hiller,
Fred Hogrefe, Christine
Henkelmann, Julia Scheel

HRB 195712
Amtsgericht München
Unicredit/HypoVereinsbank AG
Kto-Nr 15224753
BLZ 700 202 70
IBAN DE39700202700015224753
SWIFT HYVEDEMM

