

b4p und b4t 2019 – was gibt es Neues?

25./26.09.2019

GIK / Patricia Dähn



1

b4p



Kleine Auswahl neuer Inhalte b4p 2019



Märkte

- **Food: Einkaufsorte erweitert**
- **Tech Trends: Bekanntheit und Nutzung Mobile Payment und kontaktloses Bezahlen**
- **Action-Kameras und Drohnen: Besitz und Kaufabsicht**



Medien

- **Nutzung von Podcasts auf unterschiedlichen Devices**
- **Einstellungen (z.B. Social Media u. Datenschutz)**

Aktuell Abbildung der wichtigsten Medienkanäle:

- **181 Zeitschriften**
- **63 Belegungseinheiten von Tageszeitungen**
- **10 TV-Sender, alle ma Radiosender, Plakat und Kino, 805 Websites, 453 mobile Angebote und 217 Apps**



Menschen

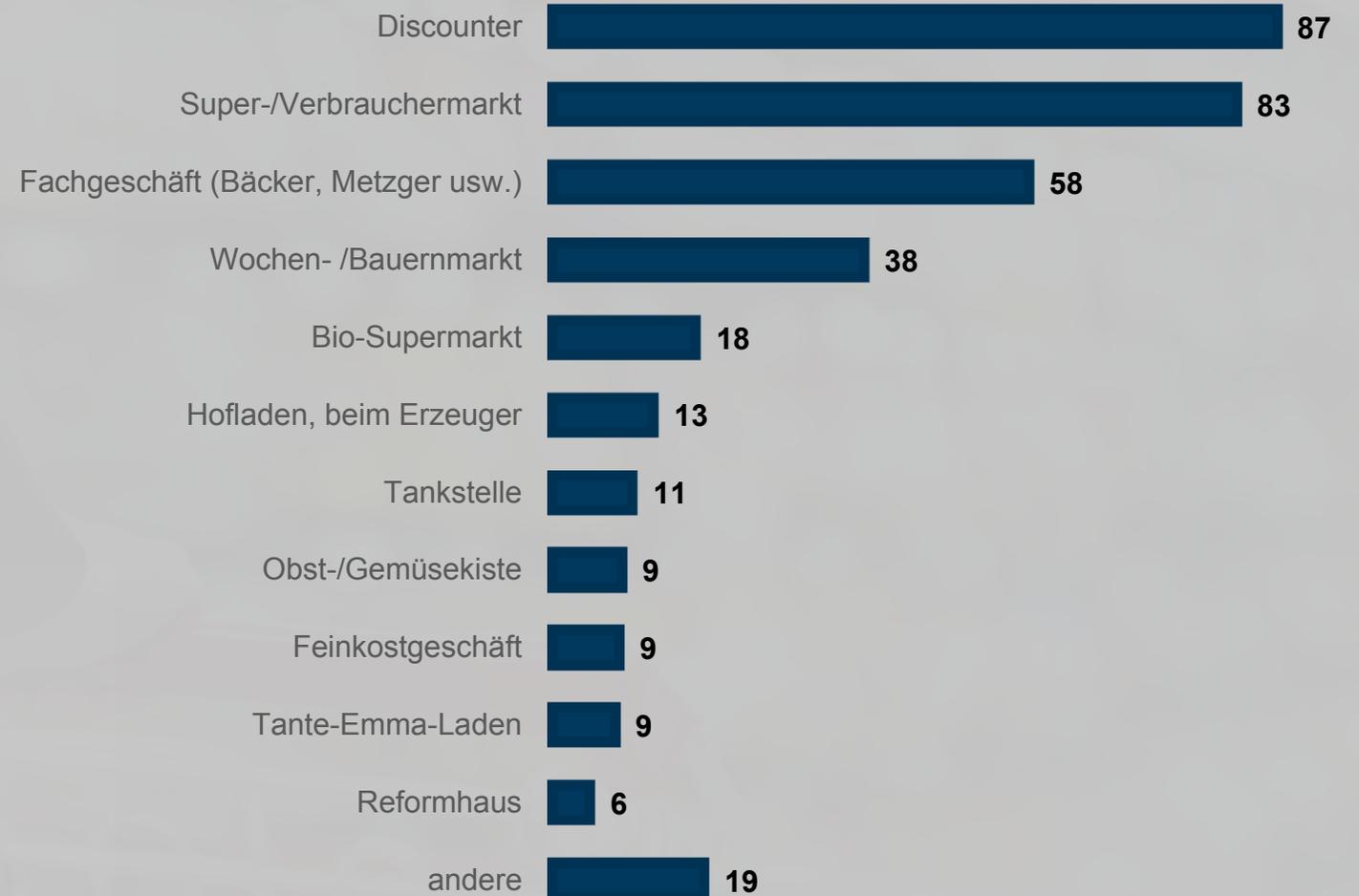
- **Einschätzung Lebenssituation im Alter**
- **Parteienpräferenzen**

Wo kaufen die Deutschen Lebensmittel ein?

Erweiterte Abfrage „Kauforte Lebensmittel / Produkte des täglichen Bedarfs“ – „Wo haben Sie in den letzten 3 Monaten Lebensmittel oder Produkte des täglichen Bedarfs gekauft?“



Supermarkt und Discounter werden am meisten frequentiert.

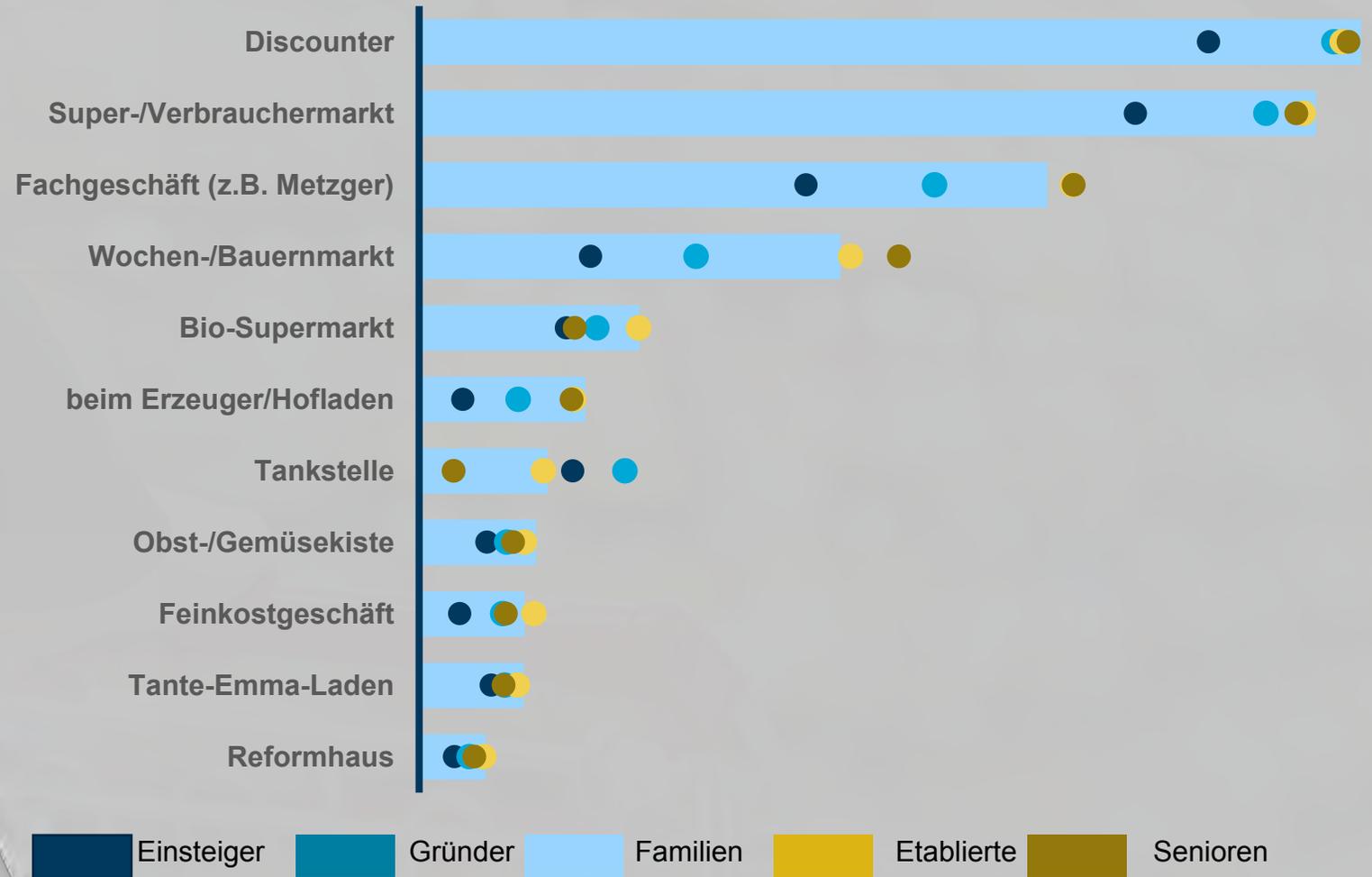


Wo kaufen die Deutschen Lebensmittel ein?

Erweiterte Abfrage „Kauforte Lebensmittel / Produkte des täglichen Bedarfs“



Präferenzen für bestimmte Einkaufsorte wechseln oftmals nach Lebensphase

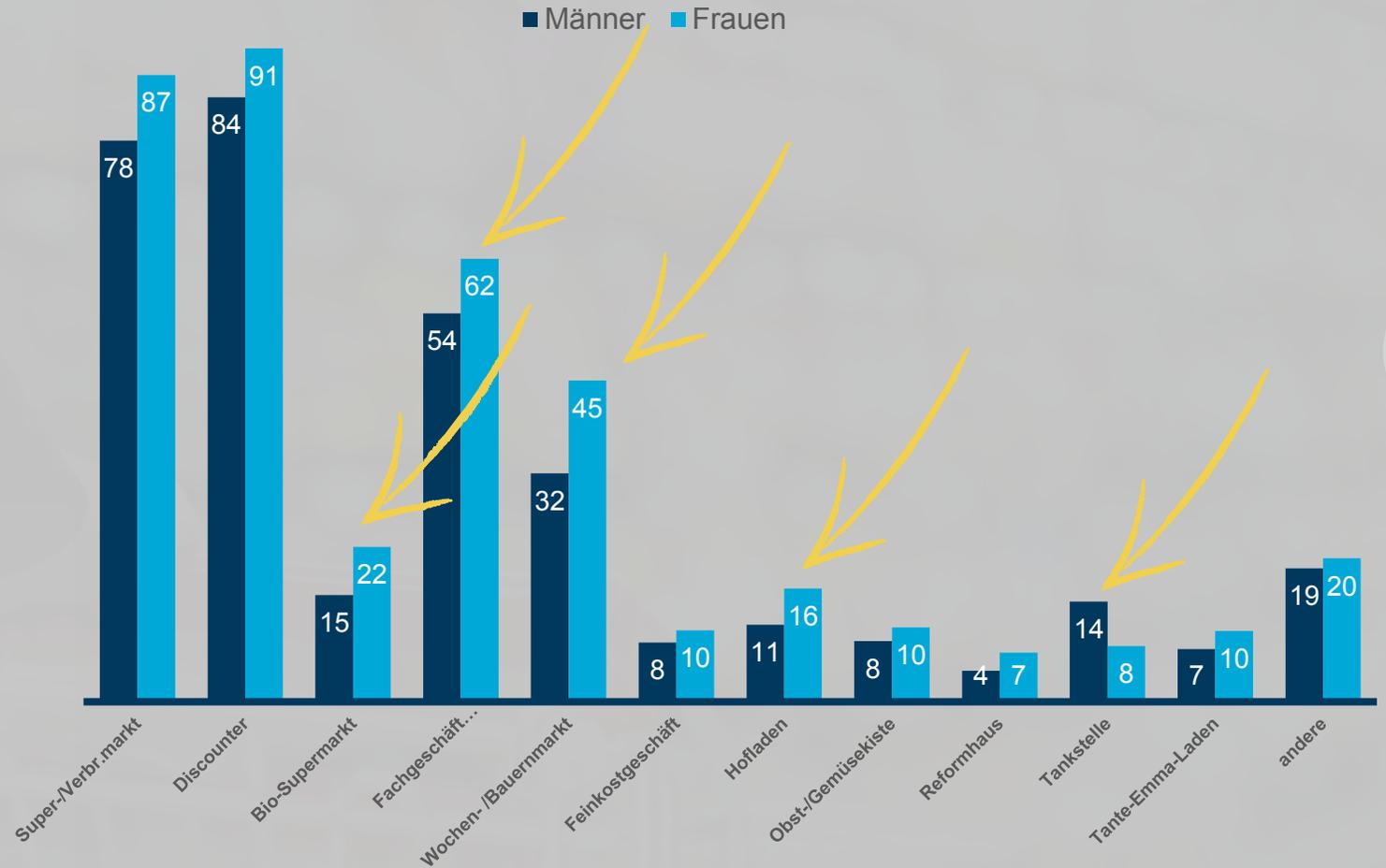


Wo kaufen die Deutschen Lebensmittel ein?

Erweiterte Abfrage „Kauforte Lebensmittel / Produkte des täglichen Bedarfs“



Grundsätzlich: Frauen kaufen bewusster ein. Männer öfter an der Tanke

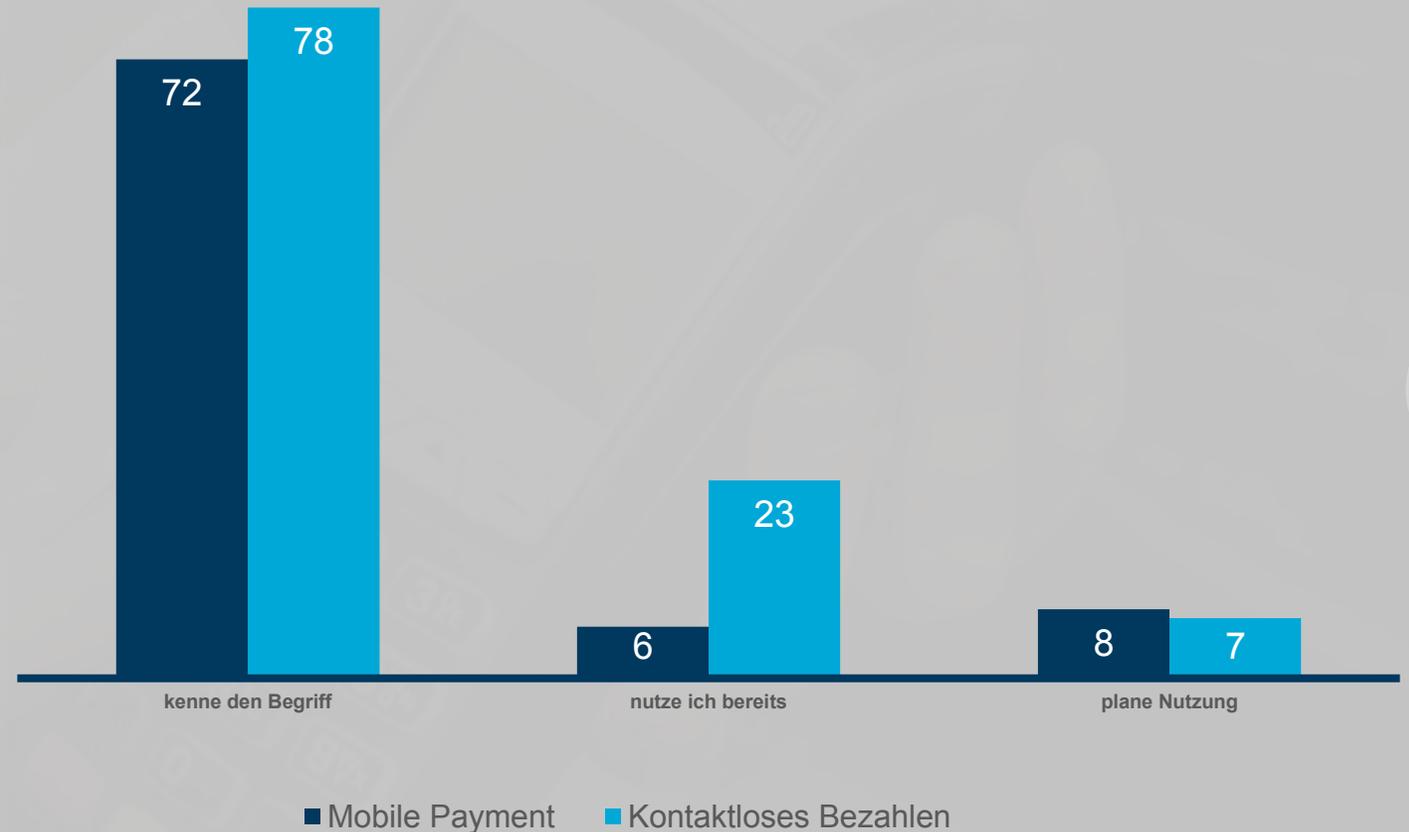


Neu: Abfrage Mobile Payment und kontaktloses Bezahlen

Bekanntheit, Planung und aktuelle Nutzung von Mobile Payment – Bezahlen im Geschäft z.B. mit Smartphone anstelle von Karte oder Bargeld und kontaktloses Bezahlen (Anlegen der Karte an das Kartengerät)



Kontaktloses Bezahlen aktuell deutlich stärker genutzt als Mobile Payment

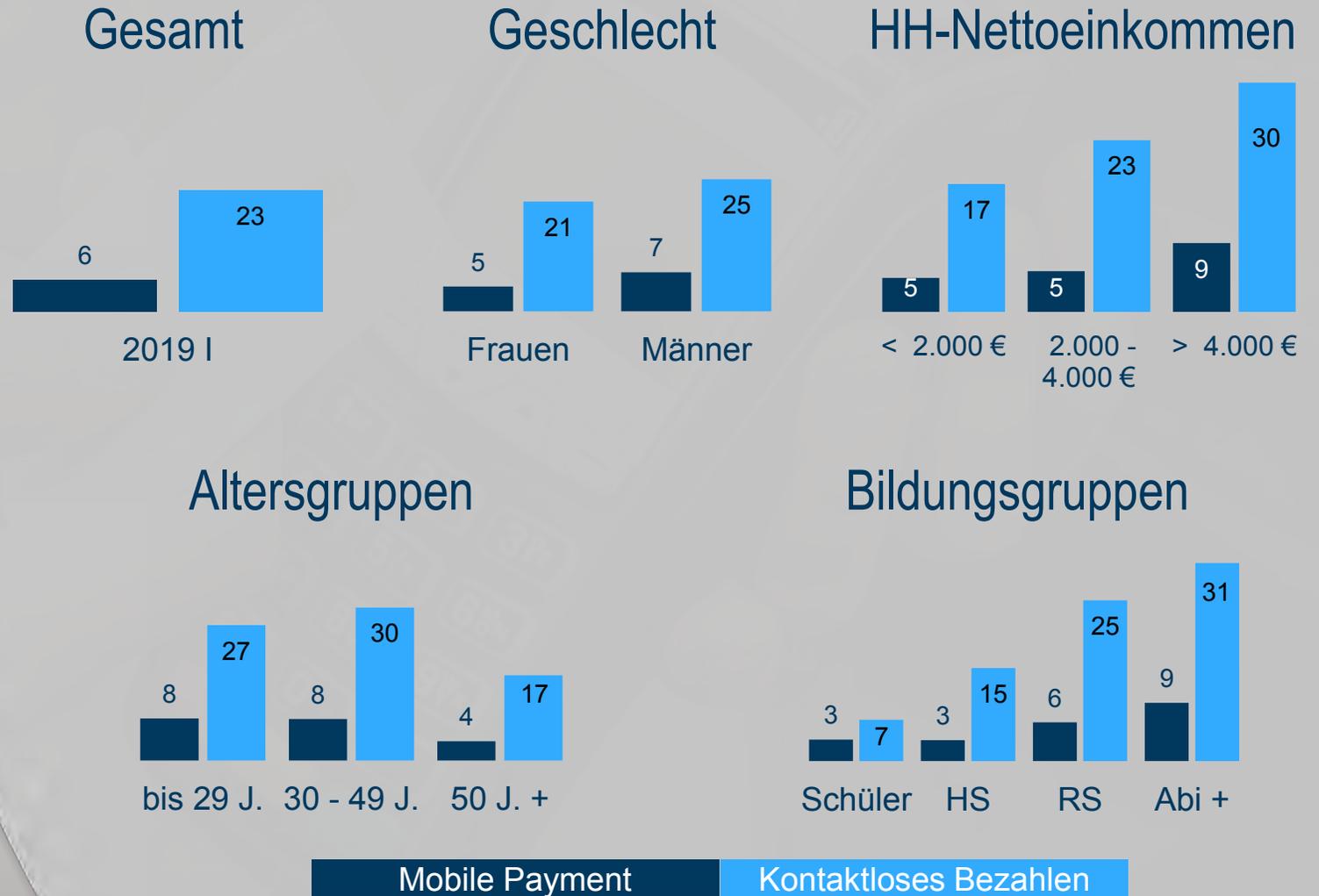


Akzeptanz neuer Bezahlmethoden

Nutzung des mobile Payments und des kontaktlosen Bezahls nach Zielgruppen.



Männer, Jüngere und Personen in Haushalten mit hohem Einkommen nutzen beide Bezahlmethoden sehr viel stärker.

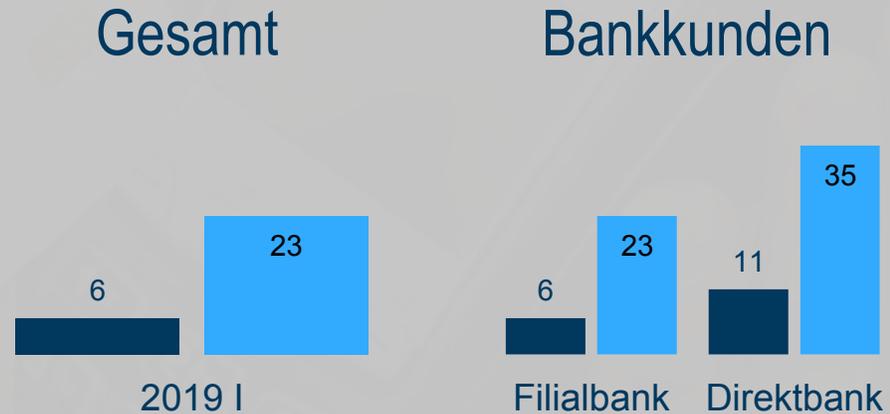


Akzeptanz neuer Bezahlmethoden

Nutzung des mobile Payments und des kontaktlosen Bezahlens nach Zielgruppen.



Direktbank-Kunden stehen den neuen Formen des Bezahlens aufgeschlossener gegenüber als Kunden von Filialbanken

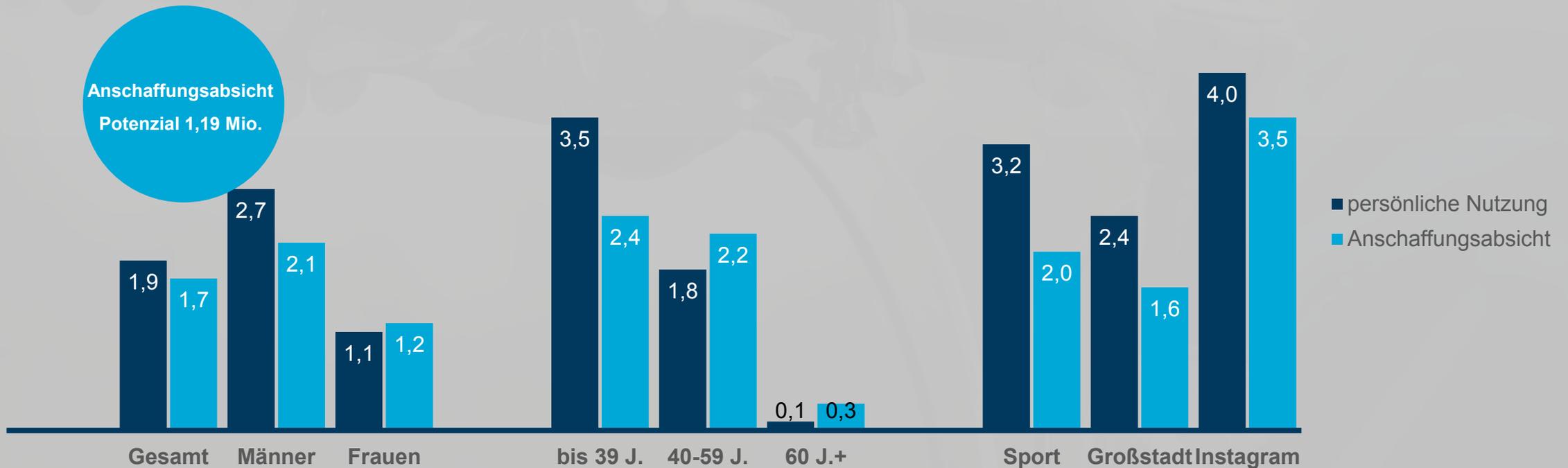


Mobile Payment

Kontaktloses Bezahlen

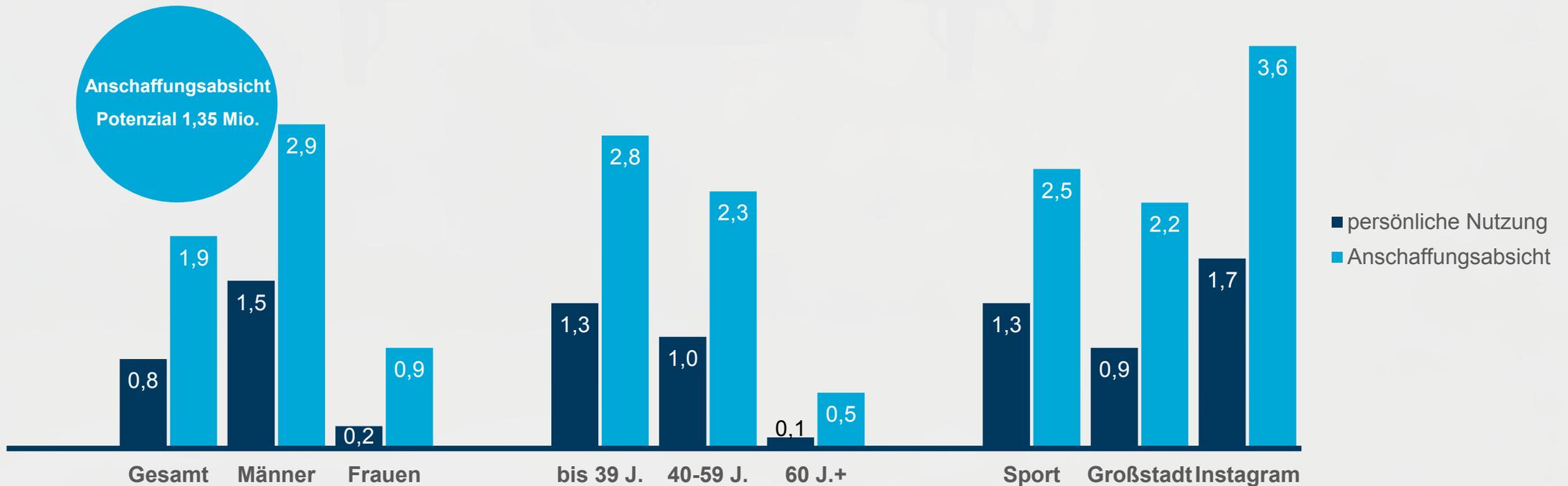
Actionkamera: Persönliche Nutzung und Anschaffungsabsicht

Erwartbar stärkere Nutzung
und Anschaffungsabsicht bei
Männern, Jüngeren,
Sportaffinen und Instagramern



Drohne: Persönliche Nutzung und Anschaffungsabsicht

Auch hier deutlich stärkere
Nutzung und
Anschaffungsabsicht bei
Männern, Jüngeren,
Sportaffinen und Instagramern

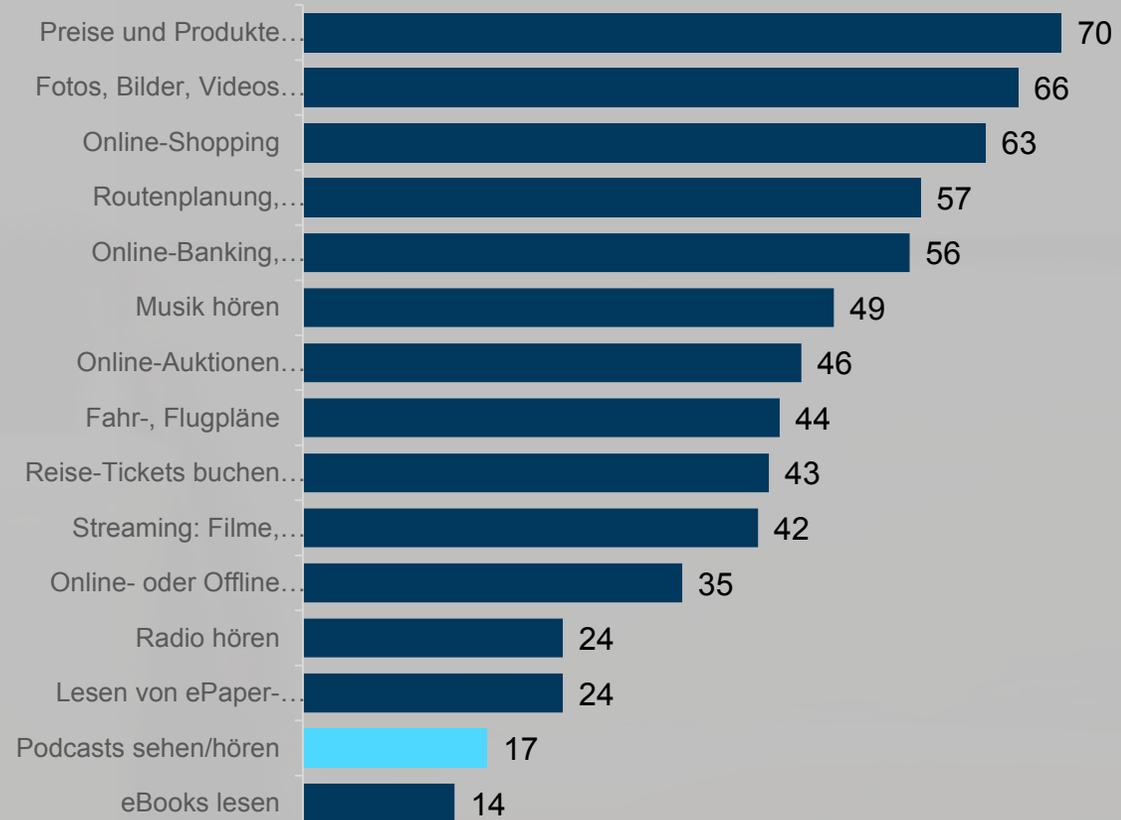


Podcasts

Welche der folgenden Anwendungen nutzen Sie im Internet?



Podcasts werden momentan von 17% der Bevölkerung genutzt

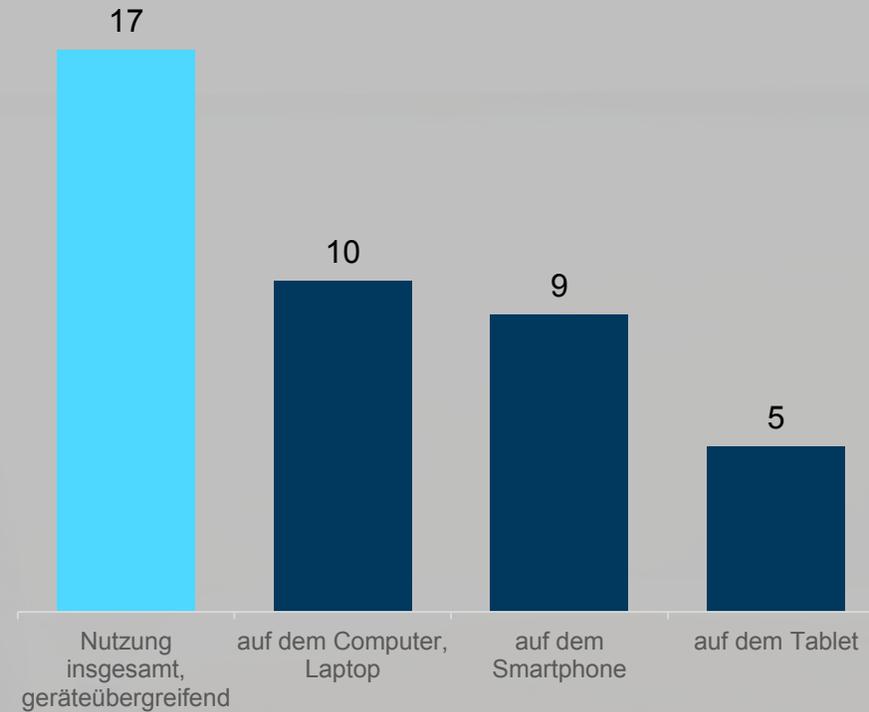




Nutzung von Podcasts findet eher auf Laptop und Smartphone statt

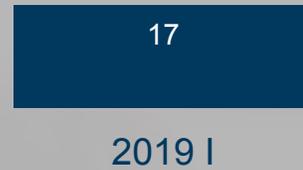
Podcasts: Nutzung auf verschiedenen Devices

Welche der folgenden Anwendungen nutzen Sie und auf welchem Gerät?



Junge, gut Gebildete und „Info-Elite“ nutzen verstärkt Podcasts

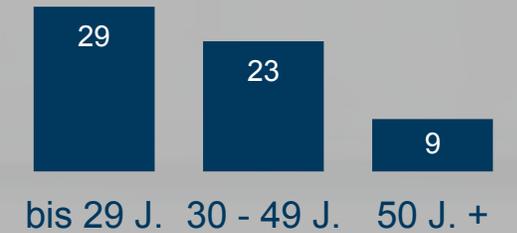
Gesamt



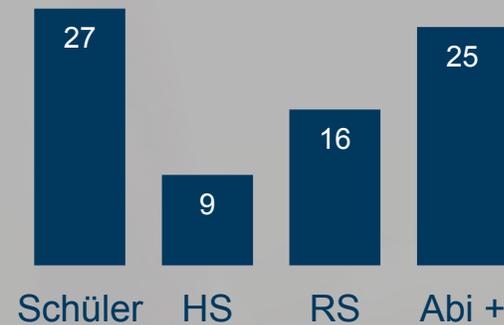
Geschlecht



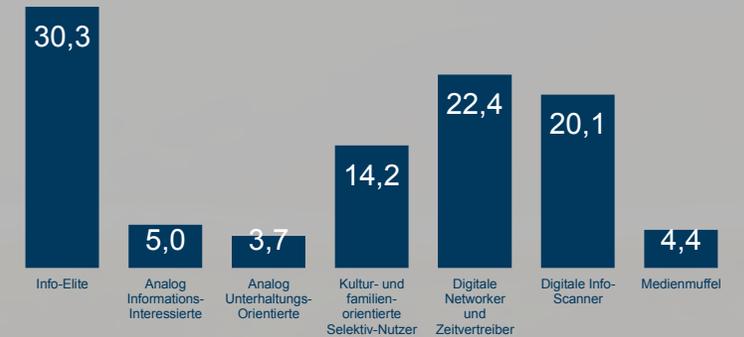
Altersgruppen



Bildungsgruppen



Media-Nutzergruppen



Nutzung geräteübergreifend

Touchpoint-Frage in b4p

b4p 2017

Einführung eines neuen Fragekomplexes „Touchpoints“

Welche Informationsquellen sind für Sie beim Kauf eines der aufgelisteten Produkte (...) wichtig?

• Abfrage für 7 Produktbereiche:

- Reise
- PKW
- U-Elektronik
- Haushalts-Großgeräte
- Möbel, Küchenmöbel
- Geldanlagen, Aktien, Fonds
- Versicherungen (Abschluss, Änderung)

• 24 Touchpoints, davon 3 nur für einen Teil der Produkte

• ... ergibt 154 einzelne Informationen

Fr. 306_1
Informations-
quellen

Welche Informationsquellen sind für Sie beim Kauf eines der aufgelisteten Produkte, beim Abschluss eines Vertrages oder bei der Buchung einer Reise wichtig?

Informationsquellen	Wichtigkeit bei Kauf/Abschluss/Buchung von ...						
	Reisen (Hotel, Flug)	PKW	Unterhaltungselektronik (z. B. TV, Mobiltelefon)	Haushalts-großgeräte (z. B. Kühl-schrank)	neue Küche, hochwertige Möbel	Geld-anlagen, Aktien, Fonds	Versi- cherungen (Abschluss, Änderung)
Gespräche mit/Tipps von Freunden Verwandten, Bekannten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufs-/Kundengespräch im Geschäft/ Ausstellungsraum/Reisebüro etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messebesuch, Ausstellungen, Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kataloge, Broschüren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prospekte, Werbung im Briefkasten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung auf Plakaten, an Bushaltestellen etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Websites von Unternehmen, Marken, Händlern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preisvergleichs- und Bewertungsseiten /-portale im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter und E-mails (z. B. von Händlern, Herstellern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen (Meinungen anderer Verbraucher)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte, Likes, Shares von Social-Media- Nutzern (z. B. Facebook, Twitter, Youtube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social-Media-Kanäle von Unternehmen, Marken, Händlern etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs und Vlogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermittlungsportale (z. B. Airbnb, AutoScout24, Verivox)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
Online-Shops/Auktionshäuser (z. B. Amazon, Ebay)			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Probefahrt		<input type="checkbox"/>					

Touchpoint-Frage in b4p

Neu in b4p 2019

Erweiterung des Fragekomplexes „Touchpoints“

Welche Informationsquellen sind für Sie beim Kauf eines der aufgelisteten Produkte (...) wichtig?

- Abfrage für 3 weitere Produktbereiche:
 - Mode
 - Kosmetik
 - Pharma
- 26 Touchpoints, davon 7 nur für einen Teil der Produkte
- ... ergibt 70 weitere Einzelinformationen

→ Eigenes Workshop-Thema

Informationsquellen

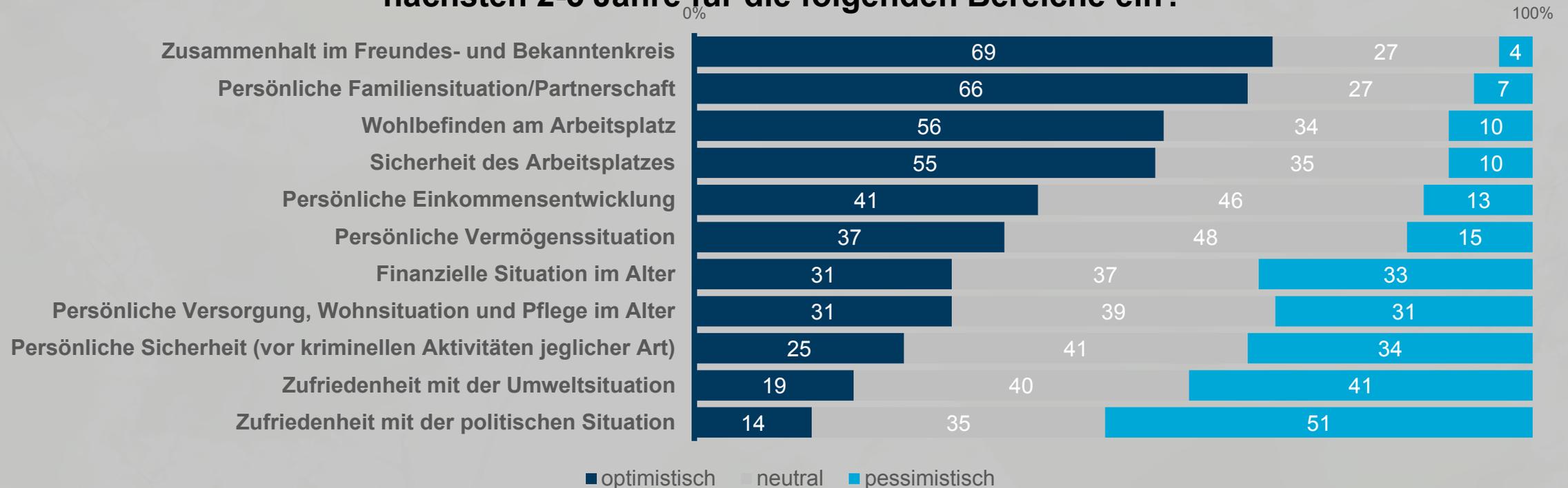
Fortsetzung: Welche Informationsquellen sind für Sie wichtig beim Kauf eines der aufgelisteten Produkte?

Wichtigkeit bei Kauf von ...

Informationsquellen	Mode (z. B. Bekleidung, Schuhe, Schmuck)	Kosmetik (z. B. Haarstyling, Make-up, pflegende Gesichtskosmetik)	Pharma (z. B. rezeptfreie/freiverkäufliche Medikamente, Nahrungsergänzungsmittel, Vitamine)
Gespräche mit/Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An anderen Personen (z. B. auf der Straße, beim Einkaufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beim Schaufensterbummel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei der Kosmetikerin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufs-/Kundengespräch im Geschäft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messebesuch, Veranstaltungen (z. B. Modenschau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kataloge, Broschüren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prospekte, Werbung im Briefkasten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung in Zeitungen und Zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung auf Plakaten, an Bushaltestellen etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte/Tests im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Websites von Unternehmen, Marken, Händlern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preisvergleichs- und Bewertungsseiten /-portale im Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter und E-mails (z. B. von Händlern, Herstellern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetforen (Meinungen anderer Verbraucher)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berichte, Likes, Shares von Social-Media-Nutzern (z. B. Facebook, Twitter, Youtube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social-Media-Kanäle von Unternehmen, Marken, Händlern etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogs und Vlogs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung beim Apotheker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung beim Arzt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung beim Heilpraktiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zukunftserwartungen

Wie schätzen Sie im Hinblick auf Ihre eigenen, persönliche Situation die Entwicklung der nächsten 2-5 Jahre für die folgenden Bereiche ein?



Wichtigkeit verschiedener Lebensaspekte

2-Jahres-Vergleich - Einschätzung der persönlichen Situation in den nächsten 2-5 Jahren in %



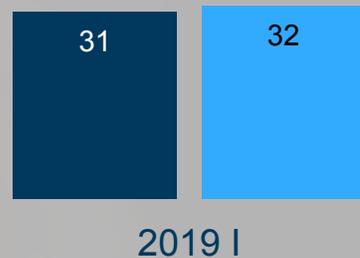
Die Sicherheit des Arbeitsplatzes wird deutlich optimistischer als noch vor zwei Jahren eingeschätzt



Gering-Verdiener und schlechter Gebildete sehen ihre finanzielle Situation im Alter deutlich pessimistischer

Finanzielle Situation im Alter

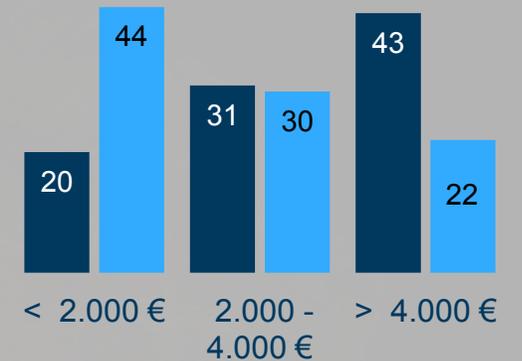
Gesamt



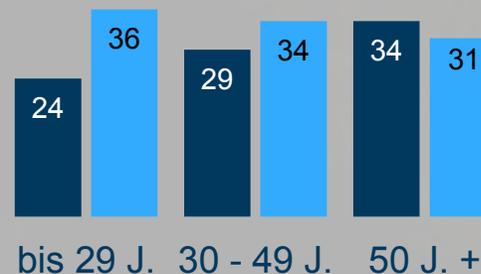
Geschlecht



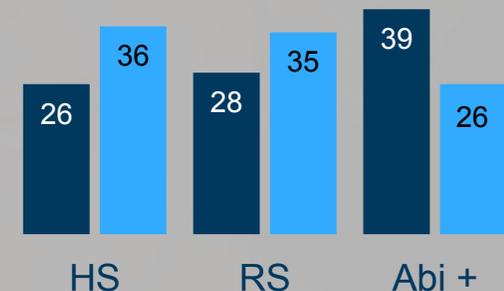
HH-Nettoeinkommen



Altersgruppen



Bildungsgruppen

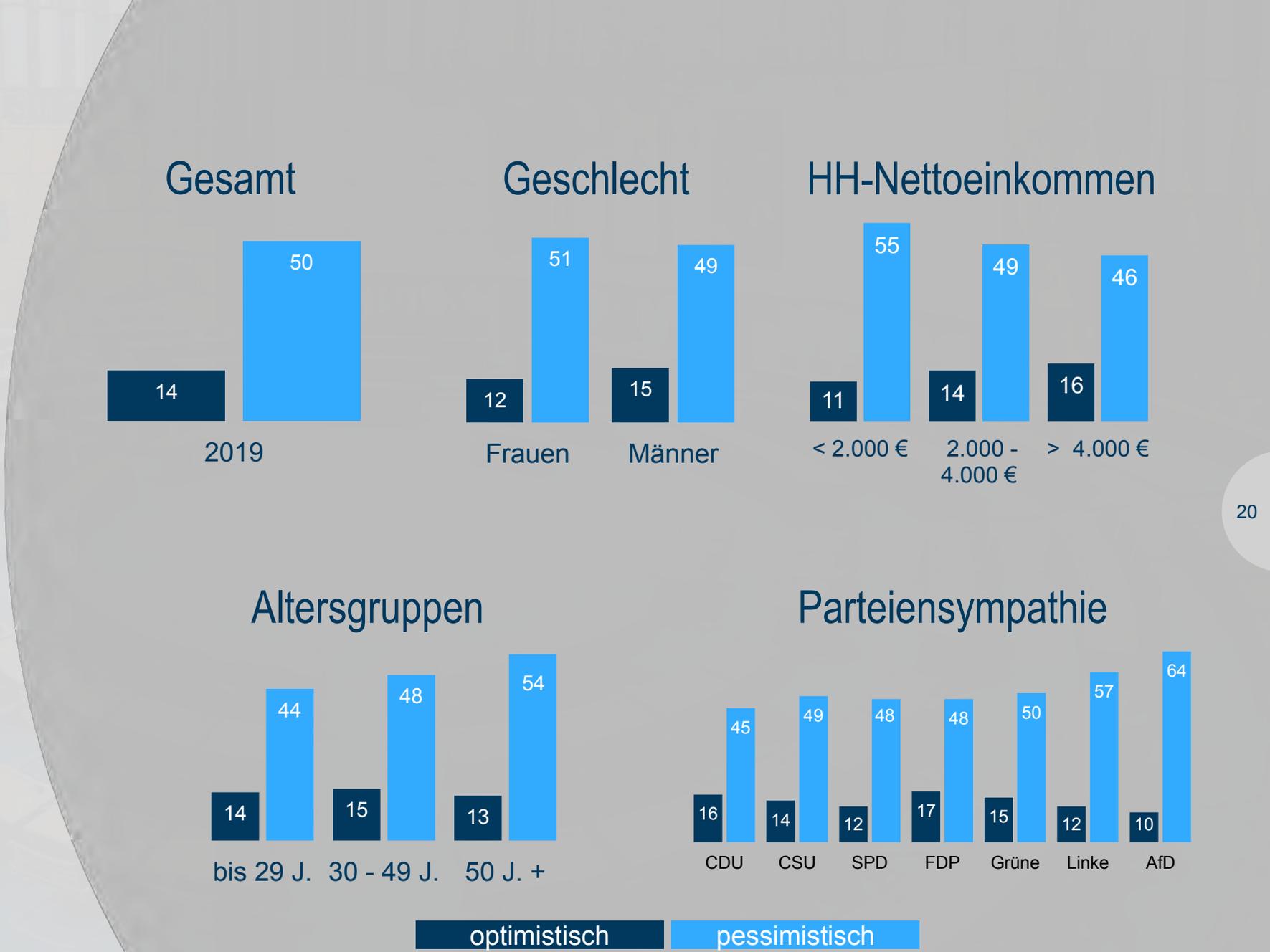


optimistisch

pessimistisch

Einschätzung der politischen Situation in Deutschland: Gering-Verdiener, Ältere und AfD-Anhänger am pessimistischsten

Zufriedenheit mit der politischen Situation

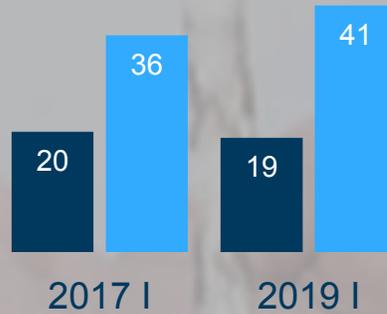


Quelle: b4p 2019 I / Basis: Gesamtbevölkerung, jeweiliger Bereich ist relevant für Befragte

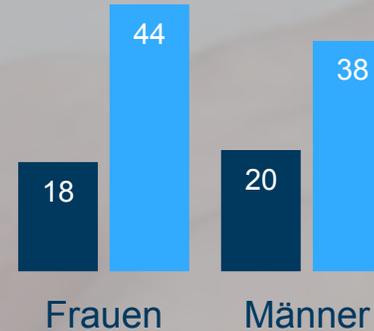
**Sehr wenig Varianz
quer über alle
Zielgruppen.
Dass die Umwelt
zunehmend in Gefahr
ist, ist aber
angekommen**

Zufriedenheit mit der Umweltsituation

2017 vs. 2019



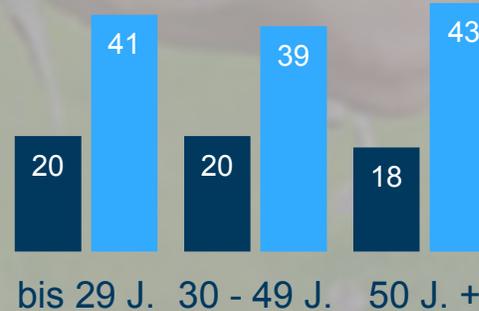
Geschlecht



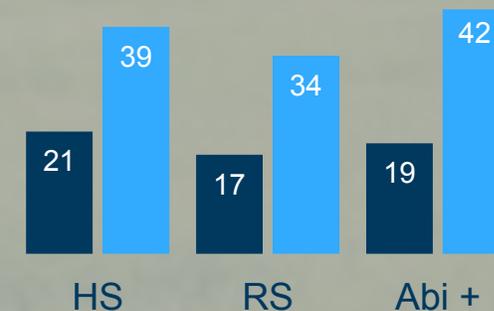
HH-Nettoeinkommen



Altersgruppen



Bildungsgruppen



optimistisch

pessimistisch

**Wie können wir b4p
noch besser
machen?**

**Indem wir mit Ihrem
Input weiterarbeiten!**

- **Input zum Fragebogen:
Wünsche?
Anregungen?
Anmerkungen?**
- **Strategischer Input:
Marktentwicklungen?
Herausforderungen?**



Digitalisierung Fragebogen



Fr. 222 Nun zu den Marken, die Sie verwenden. Welche Marken ...
 ... verwenden Sie bei **Haarpflege**, -kur, Shampoo oder Spülung?

	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Handelsmarke(n) (Beispiele siehe Aufklappseite)	<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>	andere Marke(n)	<input type="checkbox"/>
				verwende ich nicht	<input type="checkbox"/>

Fr. 223 Und welche Marken verwenden Sie bei **Haarfestiger**, -spray, Schaumfestiger, Stylinggel, -wachs, -wax oder -creme?

	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Handelsmarke(n) (Beispiele siehe Aufklappseite)	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	andere Marke(n)	<input type="checkbox"/>
				verwende ich nicht	<input type="checkbox"/>

ER: Bitte vom Laptop übertragen:

Stichproben-Nr.:	Point-Nr.:	Adress-Nr.:

gen A

Befragungsperson

männlich Alter

weiblich

füllen:

Forschungsstudie zu iennutzung und Verbrauch in Deutschland

2017/2018

Gültig von September 2017 bis A

elbstausfüll-Frage

Fr. 133 Einkaufsstätten

Wo haben Sie in den letzten 3 Monaten **Lebensmittel** oder Produkte des täglichen Bedarfs gekauft, egal ob vor Ort oder im Internet?

Mehrere Kreuze möglich — maximal 1 Kreuz pro Geschäft

	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>					

Fr. 257 Lebensbereiche

1 Kreuz pro Zeile

Auf dieser Seite geht es um Ihre ganz **persönliche Einstellung** z des Lebens wie z. B. Gesellschaft, Beruf und Privatleben. Wir mö zutreffen.

Neuen Dingen stehe ich erst einmal ab
 Deutschland ohne Ausländer wäre ein
 In meinem Leben spielen christliche Wertvorstellu
 Meine Fam
 Luxus macht das
 Harmonie und Geborgenheit sind mir wichtiger als fina
 Bei warmherzigen Menschen fühle ich mich
 Man sollte sich politisch engagieren, um Unterdr
 Ausbeutung in unserer Gesellschaft zu
 Ich habe großes Verständnis für Leute, die nur tun, wozu sie gerade Lu
 Ich sitze oft einfach nur da und lasse meinen Gedanken freik
 Ich suche Halt in meiner
 Es sind vor allem die Arbeitsscheuen, die in
 vom Leistungsdruck in unserer Gesellschaft re
 Mir macht meine Arbeit Sp
 Von meinem Freundeskreis erwarte ich ein gewisses Nivea
 Ich bin der Meinung, Freizeit und Beruf lassen sich heute
 gar nicht mehr so deutlich voneinander trennen
 Wenn ich nach Hause komme, möchte ich Glück und Geborgenheit erleb
 Ich träume davon, einmal nicht mehr für andere die Drecksarbeit machen zu müssen
 Was die Zukunft betrifft, vertraue ich voll auf meine Leistungsfähigkeit
 Es ist mir ganz wichtig, gläubiger Mensch
 Ich bin ein religiöser, gläubiger Mensch
 wenn es in meiner Familie Probleme gibt
 Was ich will ist Spaß, Abwechslung und Unterhaltung
 Ich liebe riskante Hobbies (z. B. Drachenfliegen, Motorradfah
 Für uns gibt es heutzutage wenig Cha
 Bergsteigen, Fallsch
 Die zunehmende
 Ich möchte

Fr. 133_1 Einkaufshäufigkeit

Wie häufig kat

Nur 1 Kre

b4p Befragungsmethoden

Bisheriger Methodenmix:

SAB
Papier-Selbstaussfüllbogen



CAPI/CASI
Computer-Assisted



OnPaWe-Fragebogen
Online-Befragung



Neu!

CAWI-Fälle
Online-Befragung



b4p
Umfang
Selbstaussfüller

111
Marken-
listen

rd. 2400
Marken

knapp
800
Fragen

80
Skalen

b4p
Herausforderungen
Digitalisierung
Fragebogen

- andere Interview-Situation
- Extreme Länge des Fragebogens → Interviewte bei der Stange halten / Abbruch vermeiden
- Fragebogen auflockern, interessanter machen
- Online- / Mobile-Fragebogen muss auf den unterschiedlichsten Devices (PC, Laptop, Smartphone, Tablet) funktionieren → Multi-Device-Fähigkeit, responsives Design

Beispiel: Selbstausfülbogen - Markennutzung

Fr. 019
Filter-
kaffee

Nun möchten wir wissen, welche **Marken** von Kaffee Sie **trinken**. Welche **Marken** ...

... trinken Sie bei „normalem“ Kaffee/Espresso (gemahlen oder ganze Bohnen)?

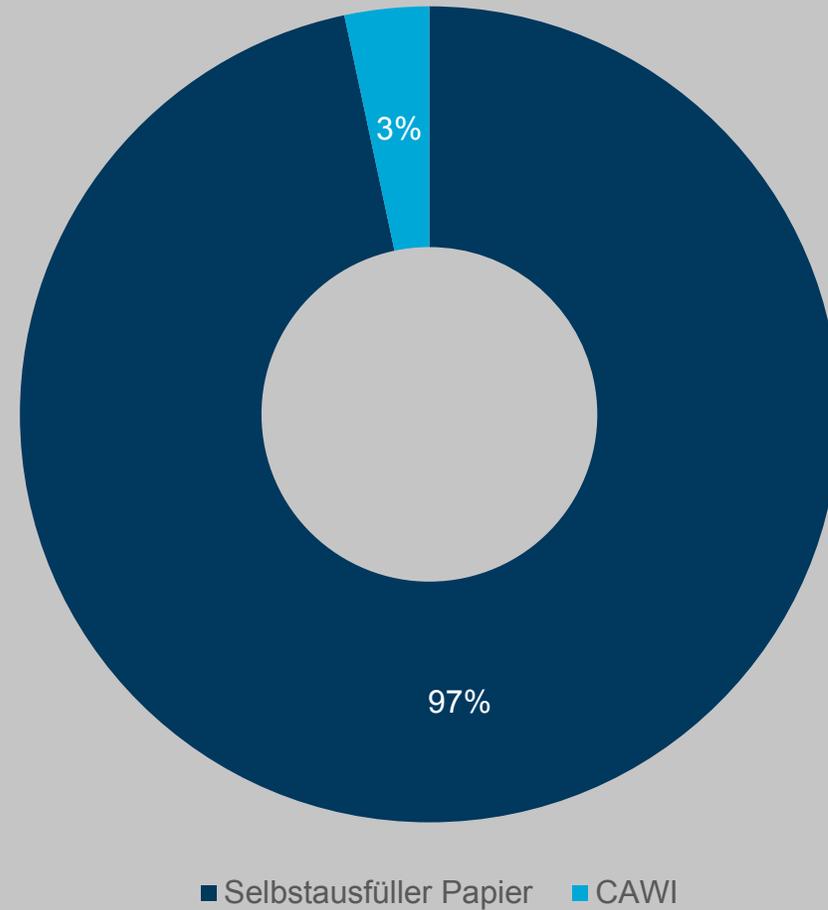
 Dallmayr..... <input type="checkbox"/>	 HAG..... <input type="checkbox"/>	 Tchibo..... <input type="checkbox"/>
 Eilles..... <input type="checkbox"/>	 LAVAZZA..... <input type="checkbox"/>	Handelsmarke(n) (Beispiele siehe Aufklappseite) <input type="checkbox"/>
 Gala..... <input type="checkbox"/>	 Melitta..... <input type="checkbox"/>	andere Marke(n) <input type="checkbox"/>
 IDEE KAFFEE..... <input type="checkbox"/>	 MÖYER-PICK..... <input type="checkbox"/>	weiß ich nicht <input type="checkbox"/>
 JACOBS..... <input type="checkbox"/>	 Segafredo..... <input type="checkbox"/>	trinke ich nicht <input type="checkbox"/>

CAWI Mobile

Beispiel: Neu: CAWI-Abfrage – Desktop: Markennutzung



b4p 2019: Aktueller Anteil CAWI*-Fälle an Gesamtfallzahl



2

Neu: Webshop

Neu: b4p auswertbar als Kurzzeitlizenz

* Wie sieht meine Zielgruppe aus?

* Analyse von Marktsegmenten oder
Produktbereichen

- b4p und



Marktdatensatz als Kurzzeitlizenz (Woche / Monat / Quartal) im
Webshop auf der GIK-Website

Zielgruppe:

- Marketing-Experten, Unternehmensberater u. andere
gewerbliche Anwender, die bisher keine b4p-Lizenz haben
- Nutzer, die nur einmalig / projektbezogen / von Zeit zu Zeit b4p-
Daten benötigen

- **Kosten:**

pro Woche: 250€

pro Monat: 500€

pro Quartal: 1.000€

GIK SHOP

Im GIK SHOP können Sie die Nutzung der best for planning über ein Online-Auswertungstool für einen Zeitraum von einer Woche bis drei Monaten lizenzieren. Außerdem können Sie den Berichtsband als digitales Dokument in Deutsch oder Englisch bestellen. Wir freuen uns über Ihren Besuch.



B4P KURZZEIT-LIZENZ

250,00 € – 1.000,00 €

inkl. MwSt.

zzgl. Versandkosten

Lieferzeit: binnen eines Werktages (Mo-Fr) nach Erhalt der Bestellbestätigung



B4P 2019 BERICHTSBAND (DIGITALES DOKUMENT)

50,00 €

inkl. MwSt.

A hand is shown in the upper right corner, placing a white letter 'D' onto the word 'BRAND' which is spelled out in white 3D block letters on a textured surface. The background is a dark blue gradient.

3

**b4t Marken- und
Kreativtracking**

2018

Markentracking

- **Online-Messung
Werbemittelkontakt (Tracking
der Werbemittel)**

Kreativtracking

- **Implementierung neues
Kreativtracking-Tool**

2019

- **Straffung beider Fragebögen
Marken- und Kreativtracking**
- **Test neues Layout / Handling**
- **Test neuer Fragestellungen**

2020

**Rollout / Anwendung beider
Fragebögen an Januar 2020**

b4t

Beispiel Design Fragebogen Markentracking

2020

BEFRAGUNG

Bitte markieren Sie jede Marke, für die Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gehört oder gelesen haben. Egal ob im Fernsehen, in Zeitungen oder Zeitschriften, im Internet oder im Radio, auf Plakaten, im Kino oder sonst wo.

Wenn Sie in letzter Zeit keine Werbung bemerkt haben, geben Sie an, ob Sie die Marke kennen zumindest dem Namen nach.

	Werbung bemerkt	Keine Werbung bemerkt, aber Marke bekannt	Marke unbekannt
Bekleidungsgeschäfte, Schuhgeschäfte, Versandhandel			
Peek&Cloppenburg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BADER MODE. WOHNEN. LEBEN.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zalando	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OTTO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C&A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D DEICHMANN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BEFRAGUNG

Bitte geben Sie zu jeder Marke an, wann Sie dort das letzte Mal etwas gekauft oder bestellt haben.

Mode, Bekleidung, Accessoires, Schuhe

TOD'S

<input type="checkbox"/>	innerhalb der letzten 3 Monate
<input type="checkbox"/>	4 bis 12 Monate her
<input type="checkbox"/>	länger her
<input type="checkbox"/>	noch nie

b4t

Beispiel Design Kreativtracking- Fragebogen Print

2020

BEFRAGUNG

Motiv 25



Wie beurteilen Sie diese Anzeige?

Ziehen Sie dafür die Karten, auf denen einzelne Aussagen stehen, in die darunterliegenden Felder.

ist optisch ansprechend gestaltet

trifft voll und ganz zu



trifft überwiegend zu



trifft eher nicht zu



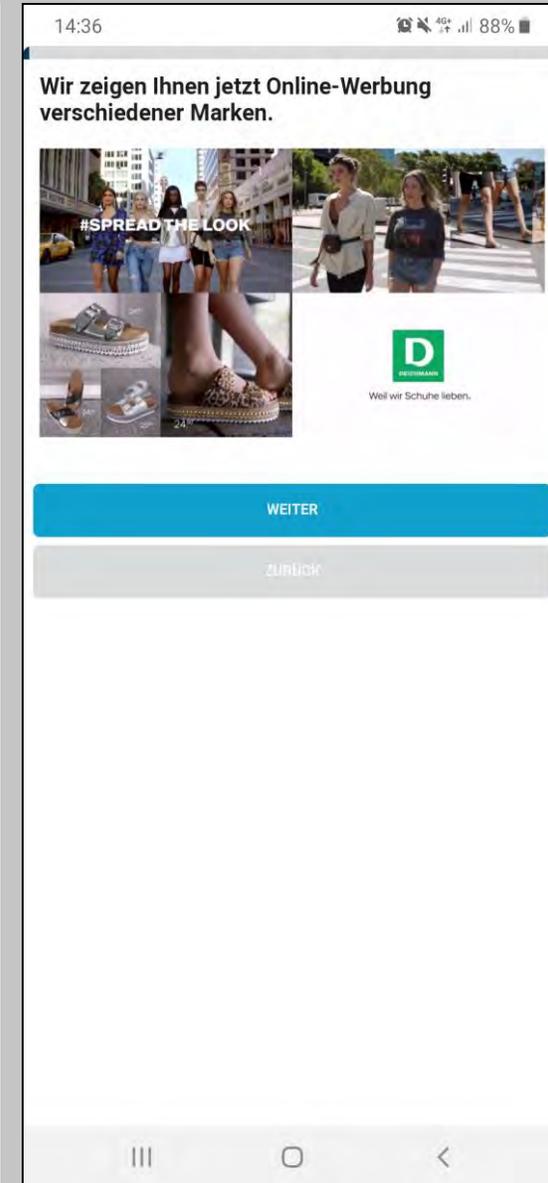
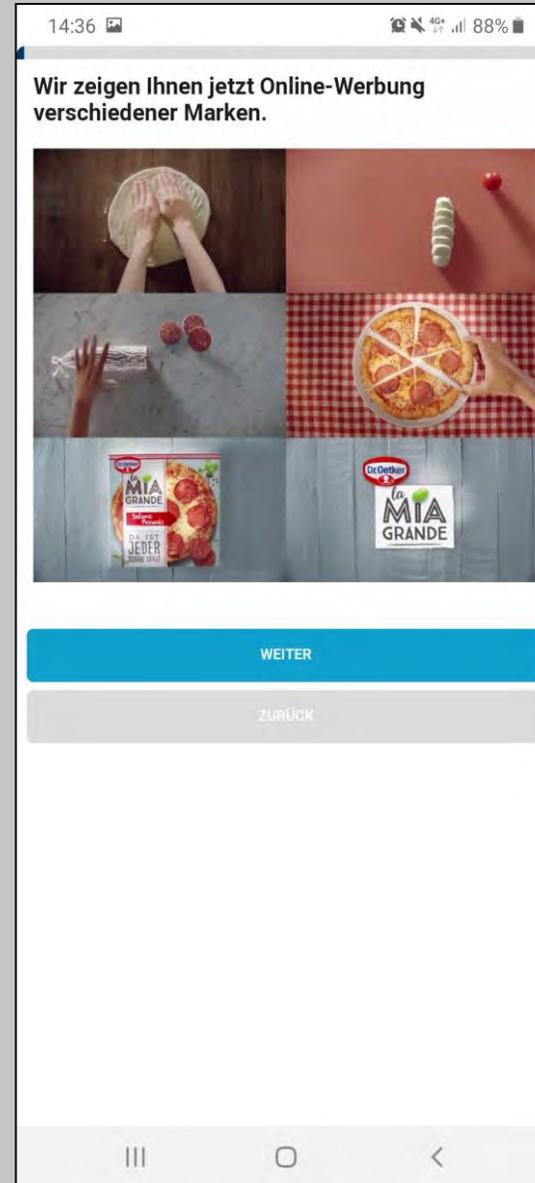
trifft gar nicht zu



b4t

Beispiel Design Kreativtracking- Fragebogen Online

2020





b4p trends

b4p trends

<https://gik.media/b4p-trends/>

b4p trends – was ist das nochmal?

- **Online-Befragungen zu hochaktuellen Themen rund um Mediennutzung, Produktneuheiten, Konsumverhalten**
- **Wie relevant sind aktuelle Entwicklungen? → Potenzialabschätzungen für Hauptstudie b4p**
- **Durchführung seit Frühjahr 2018**
- **Erhebung via Online-Access-Panel**
- **ca. 1.000 Fälle je Welle, repräsentativ für deutsche Onliner, gewichtet nach Alter, Geschlecht, Bildung**
- **6 – 8 Wellen pro Jahr**
- **bisher Befragungen zu insgesamt 13 Themenbereichen**

b4p trends

<https://gik.media/b4p-trends/>

- Sprachassistenten
 - Fake News
 - Fußball-WM
 - Influencer-Werbung
 - Technologie-Trends auf der dmexco
 - Digital Detox
 - LEH und Weihnachten
 - Gute Vorsätze
 - Fitnesstracker
 - Reisetrends 2019
 - Vertrauen in Medien
 - Bedeutung von Marken
 - PKW und E-Mobilität
- Demnächst:**
- Podcasts

b4p trends

... liefert fertig aufbereitete
Charts unserer Trendthemen
zum Download



b4p trends

... Eindruck unseres neuesten
b4p trends auf der GIK-Website
<https://gik.media/b4p-trends/>



Marktdaten gebündelt unter einem Dach

Die Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung, kurz GIK, ist ein **Gemeinschaftsunternehmen der fünf großen Medienhäuser** Axel Springer SE, Bauer Media Group, Funke Mediengruppe, Gruner + Jahr GmbH & Co KG und Hubert Burda Media. Gemeinsam betreiben sie **Markt-Media-Studien**, um Kunden und Marktpartnern **Daten für ihre Werbeplanung** zur Verfügung zu stellen.

Die GIK stellt **zwei crossmediale Markt-Media-Studien** zur Verfügung, um den Einsatz von Werbemitteln zu evaluieren: **best for planning (b4p)** hilft vorab bei der Auswahl der richtigen Kommunikationswege, wohingegen **best for tracking (b4t)** im Nachhinein auswertet, wie effizient diese eingesetzt wurden.

5

Medien-
häuser

axel springer 



MEDIA GROUP

FUNKE
»»» MEDIEN
GRUPPE

G+J

Hubert Burda Media

Kontakt

**Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung mbH & Co. KG**

Goethestr. 21
80336 München
Tel. 089 / 716 772 016
E-Mail. info@gik.media

www.gik.media

Organic Sculpture

by [illegible]

Photography by [illegible]

