best for tracking (b4t) Brands

Studiensteckbrief

München, 2022

b4t brands

1

b4t Brands

b4t brands

b4t Brands

Die Methode

b4t Brands liefert **kontinuierlich die Markenwahrnehmung, -bewertung** und die **Key-Performance-Indikatoren (KPIs)** von über 200 Marken.

Gleichzeitig wird die **Nutzung von Medienkanälen** gemessen, über die diese Marken beworben wurden. Die daraus ermittelte Nutzungswahrscheinlichkeit für die Werbemedien wird im nächsten Schritt mit konkreten Mediaplänen aus der Nielsen Werbestatistik verrechnet. Daraus ergeben sich Kontakte mit der Werbung, die ein Befragter im Untersuchungszeitraum hatte.

b4t Brands berücksichtigt alle großen Mediengattungen: Zeitschriften, regionale Abo-Zeitung, überregionale Tageszeitung, Kaufzeitungen, Mobile, Online, TV, Radio und Plakat.

Ergänzend zur reinen Onlinebefragung (700 Fälle pro Monat/ Branche) wird ein **technisches Tracking** aufgesetzt, das je Monat bei 500 Fällen die **gesamte Onlinenutzung** und davon bei ca. 200 Fällen pro Monat die **gesamte Mobilenutzung** der Teilnehmer misst.

Der Wirkbeitrag der Medienkanäle kann somit tiefgehend analysiert und bewertet werden!

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t Brands

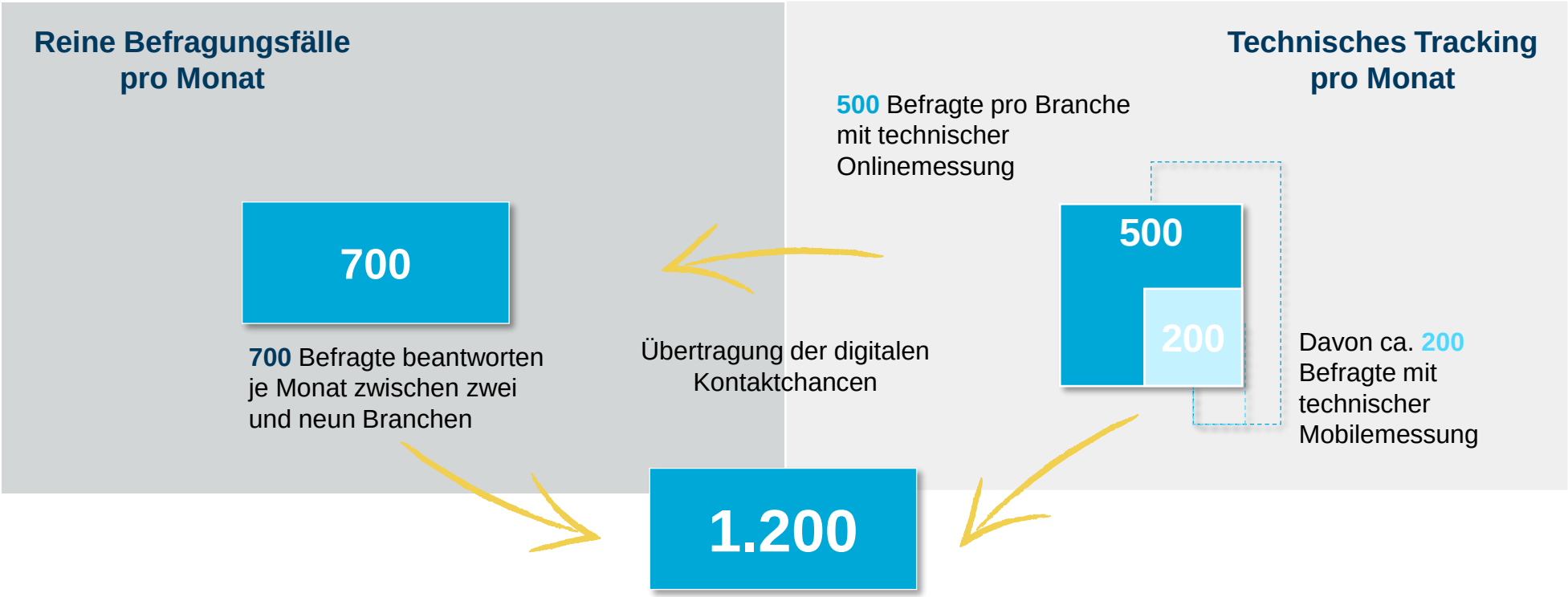
Studiensteckbrief

Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren, Onliner in den letzten 3 Monaten, stationäre und mobile Online-Nutzer (laut b4p 2021: 61,37 Mio.)
Befragung	CAWI (Computer assisted Web Interview) im 3er Split, ergänzt um ein technisches Tracking zur Erfassung der Internet-Nutzung (stationär und mobile)
Fallzahl	pro Branche pro Jahr 8.400 CAWI-Fälle + 6.000 Fälle pro Jahr aus dem technischen Tracking = 14.400 Fälle pro Jahr pro Branche
Institute	Gesamtkoordination und Programmierung: DCORE Feldinstitut: Gapfish; stationäres u. mobiles Tracking: Gemius
Erhebungszeitraum	monatliche Befragung, 12 Wellen (Januar - Dezember)
Veröffentlichung	quartalsweise, pro Quartal auswertbar auf Monatsbasis
Berücksichtigte Branchen	Automotive, Health, Finance, Beauty, Electronics & Communications, Retail, Food & Beverage, Fashion, Travel

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t Brands

Zusammensetzung der Fallzahlen



1.200 Auswertungsfälle pro Branche pro Monat

Es ergeben sich: 1.200 Auswertungsfälle pro Branche und Monat = 3.600 Auswertungsfälle pro Branche und Quartal. Insgesamt liegen pro Jahr 14.400 Auswertungsfälle vor.

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t Brands

Befragungskonzept

Soziodemografie & Medien
Jeder Befragte füllt zunächst einen Fragebogen mit Inhalten zu Soziodemografie und Medien aus.

Branchensplits
Im kurzen zeitlichen Abstand danach wird der Befragte zur Beantwortung einer oder mehrerer Branchensplits eingeladen.

Split A: Automotive, Health, Electronics & Communication

Split B: Finance, Beauty, Food & Beverages

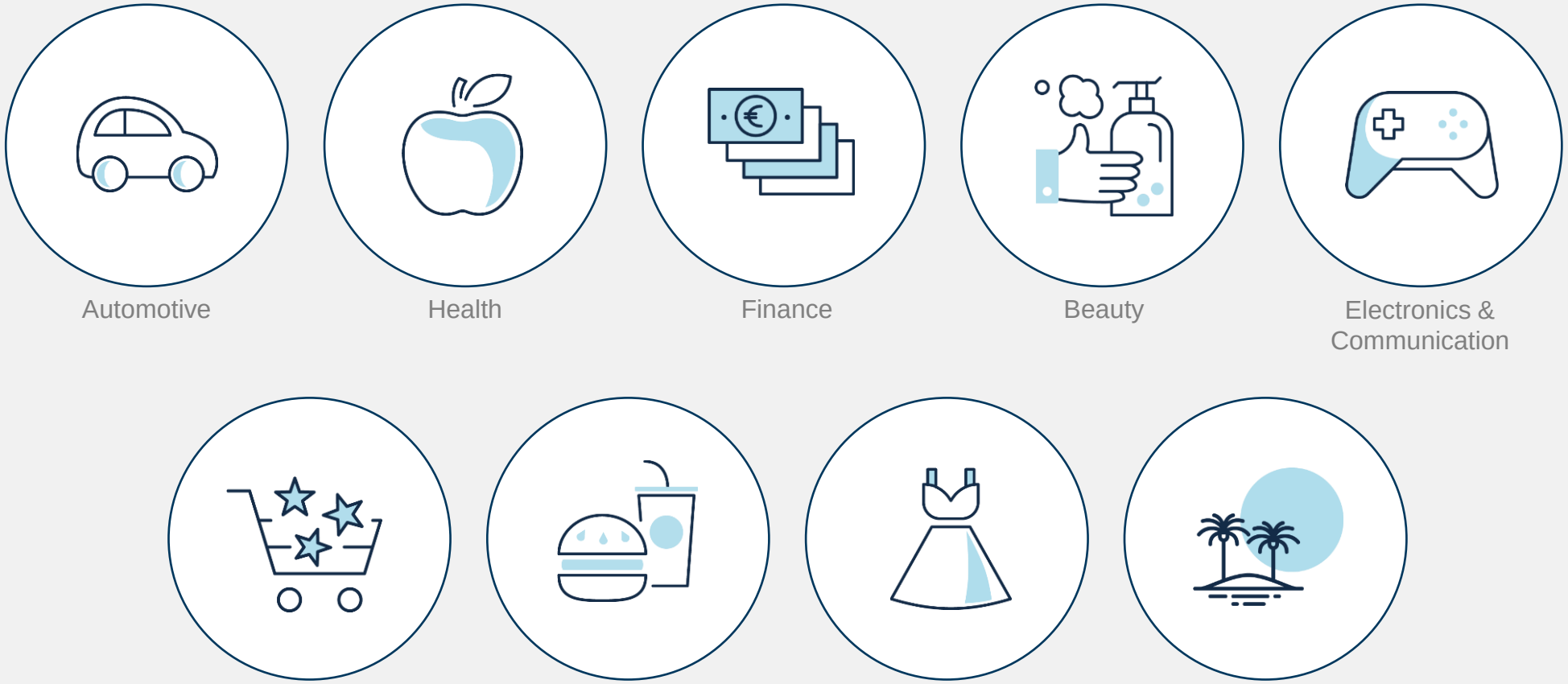
Split C: Retail, Fashion, Travel

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t brands

b4t Brands

Erhobene Branchen und Märkte



| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t brands

b4t Brands

Erhobene KPIs je Branche (1/2)

b4t Brands zeigt die Markenwahrnehmung und -bewertung von über 200 Marken.

Automotive	Health	Finance	Beauty
Bekanntheit	Bekanntheit	Bekanntheit	Bekanntheit
Werbeerinnerung	Werbeerinnerung	Werbeerinnerung	Werbeerinnerung
(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie
Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft
Empfehlung	Empfehlung	Empfehlung	Empfehlung
Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz
Kauf	Kauf	Kauf	Kauf
Weitere KPI	Weitere KPI	Info	Weitere KPI

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t brands

b4t Brands

Erhobene KPIs je Branche (2/2)

b4t Brands zeigt die Markenwahrnehmung und -bewertung von über 200 Marken.

Electronics & Communication	Retail	Food & Beverage	Fashion	Travel
Bekanntheit	Bekanntheit	Bekanntheit	Bekanntheit	Bekanntheit
Werbeerinnerung	Werbeerinnerung	Werbeerinnerung	Werbeerinnerung	Werbeerinnerung
(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie	(Marken) Sympathie
Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft	Kaufbereitschaft
Empfehlung	Empfehlung	Empfehlung	Empfehlung	Empfehlung
Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz	Verwendung, Kunde, Besitz
Kauf	Kauf	Kauf	Kauf	Kauf
Weitere KPI	Weitere KPI	Weitere KPI	Weitere KPI	Weitere KPI

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

b4t brands

b4t Brands berücksichtigt alle relevanten Medien

Print: Zeitschriften, regionale Abo-Zeitungen, überregionale Tageszeitungen, Kaufzeitungen

Digital: Online, Mobile

Out of Home

TV

Radio

b4t brands

b4t Brands berücksichtigt umfangreiche Fragestellungen

- **Soziodemografie**: Ausführliche Demografie
- **Medien**: Zeitschriften, regionale Abo-Zeitungen, überregionale Tageszeitungen, Kaufzeitungen, Mobile, Online, TV, Radio, Plakat
- **KPIs**: Gestützte Werbeerinnerung, Markenbekanntheit, Sympathie, Kaufbereitschaft, Empfehlung sowie verschiedene branchenbezogene KPIs wie z.B. Verwendung, Kauf letzte 3 / 12 Monate, Info letzte 3 Monate, etc.
- **Allgemeine Abfragen**: Persönlichkeitsmerkmale, Produktinformationsinteresse

b4t brands

b4t Brands

Voraussetzungen & Regelungen der Markenauswahl

Voraussetzungen	Die Marke muss zu einer der **erhobenen Branchen** gehören. Derzeit sind dies folgende Branchen: Automotive, Health, Finance (Banken, Bausparkassen, Versicherungen), Beauty, Electronics & Communications, Retail und Food & Beverage.
	Die **Brutto-Spendings** der Marke müssen in den letzten 12 Monaten vor Erhebung mindestens zwei Millionen Euro betragen haben, wovon mindestens eine Million Euro in Print investiert sein sollten.
	Insgesamt können in b4t brands **über 230 Marken** berücksichtigt werden.

Bitte haben Sie Verständnis, dass aufgrund der Fragebogenkapazität und Interviewlänge nicht alle gemeldeten Marken, die den Kriterien entsprechen, berücksichtigt werden können.

2

Auswertungs-möglichkeiten

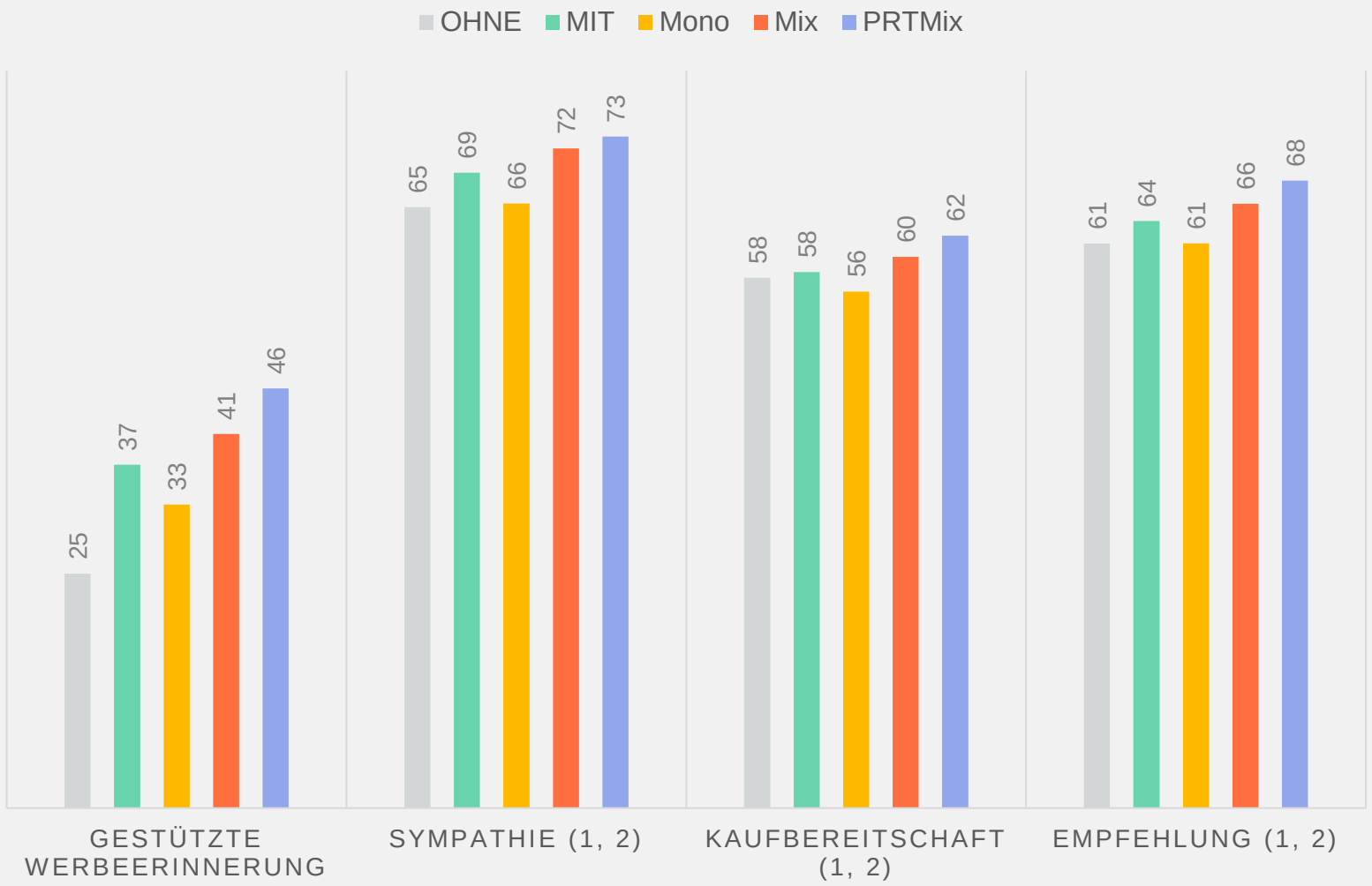
b4t brands

Werbewirkung durch Mono-/ Mixkontakte

b4t Brands ermöglicht die **Analyse auf Einzelmarkenebene**, z.B.:

- KPIs aktuell oder im Zeitverlauf, nach Zielgruppen oder nach Ø Kontakten
- Einfluss der Kontaktdosis auf KPIs
- Einfluss der Mediengattung auf KPIs
- Einfluss des Media-Mix auf KPIs

Diese Analyse ist je Marke für alle erhobenen Marken-KPIs und Kontakte je Mediengattung bzw. Media-Mix möglich.



KPIs: Gestütze Werbeerinnerung, Sympathie (Sehr sympathisch (1), Sympathisch (2), Kaufbereitschaft (Käme in die engere Wahl / Bin dort Kunde (1), käme auch noch in Frage (2)), Empfehlung (Bestimmt empfehlen (1), Eher empfehlen (2)); Zeitraum: 11/2020 - 10/2021; Zielgruppe: Gesamt; Zeithorizont Kontakte: 8 Wochen zurück; Datenquelle: b4t brands; Marke: Automarke

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Quelle: b4t Brands, alle Angaben in %

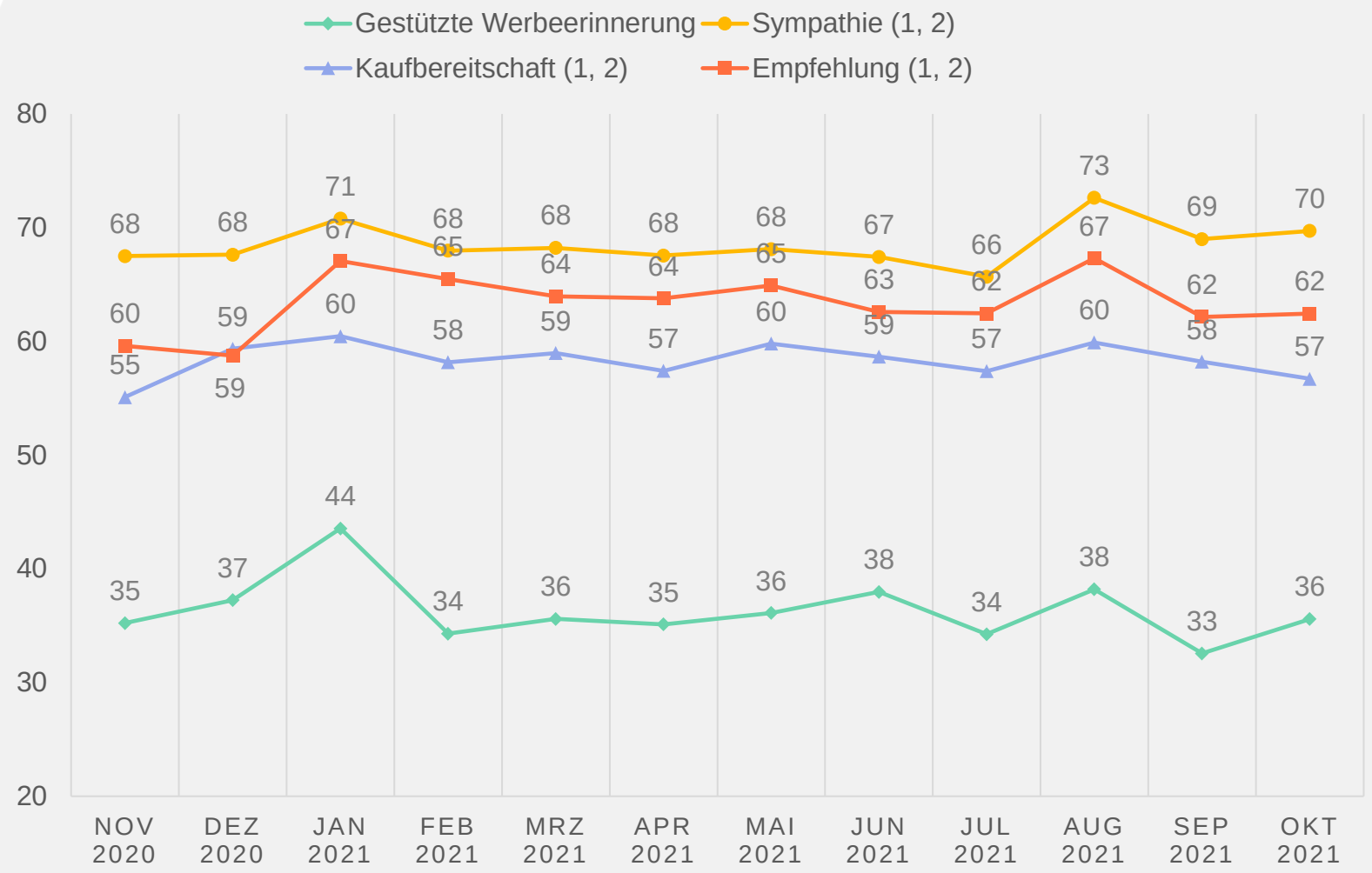
b4t brands

KPIs im Zeitverlauf

b4t Brands ermöglicht **Analysen im Zeitverlauf**, z.B. mit:

- Konsummerkmalen
- KPIs nach Gesamtdurchschnitt oder nach Branchen, Zielgruppen, Medienkanälen
- Wirkungsschwellen
- Wear-Out Effekten

Diese Analyse ist für jede Marke für alle erhobenen Marken-KPIs möglich.



KPIs: Gestütze Werbeerinnerung, Sympathie (Sehr sympathisch (1), Sympathisch (2), Kaufbereitschaft (Käme in die engere Wahl / Bin dort Kunde (1), käme auch noch in Frage (2)), Empfehlung (Bestimmt empfehlen (1), Eher empfehlen (2)); Zeitraum: 11/2020 - 10/2021; Zielgruppe: Gesamt; Datenquelle: b4t brands; Marke: Automarke

| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Quelle: b4t Brands, alle Angaben in %

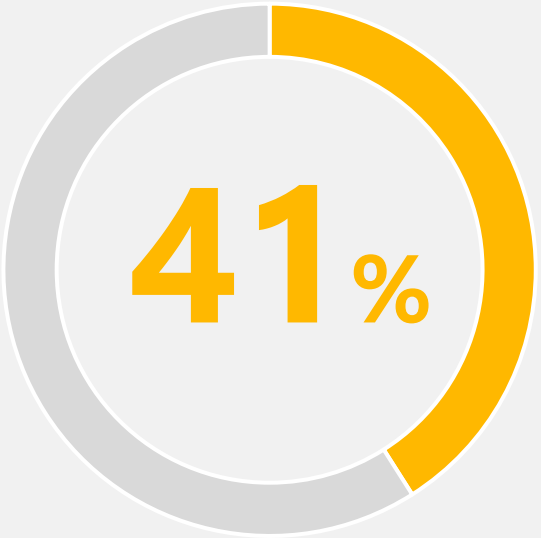
KPIs im Durchschnitt

b4t Brands ermöglicht die Analyse des **Markendreiklangs** für eine Marke oder eine Branche.

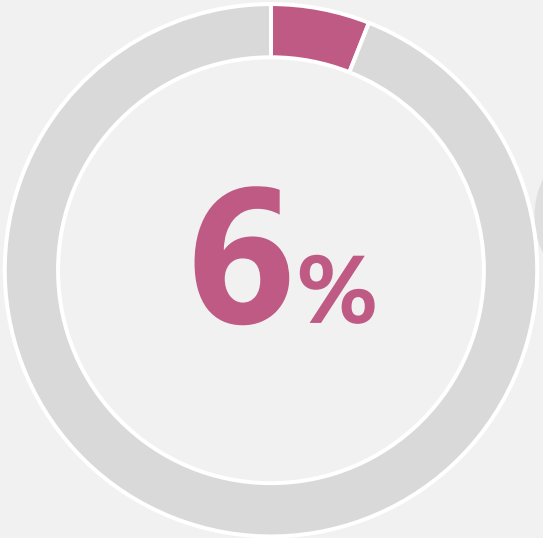
Der Markendreiklang setzt sich aus den drei Elementen **Bekanntheit**, **Sympathie** (Top 2) und **Verwendung** zusammen.

Bekanntheit

Sympathie (1,2)



Verwendung / Besitz



KPIs: Bekanntheit, Sympathie (Sehr sympathisch (1), Sympathisch (2), Verwendung / Besitz / Kunde; Zeitraum: 11/2020 - 10/2021; Zielgruppe: Gesamt; Datenquelle: b4t brands; Marke: Automarke

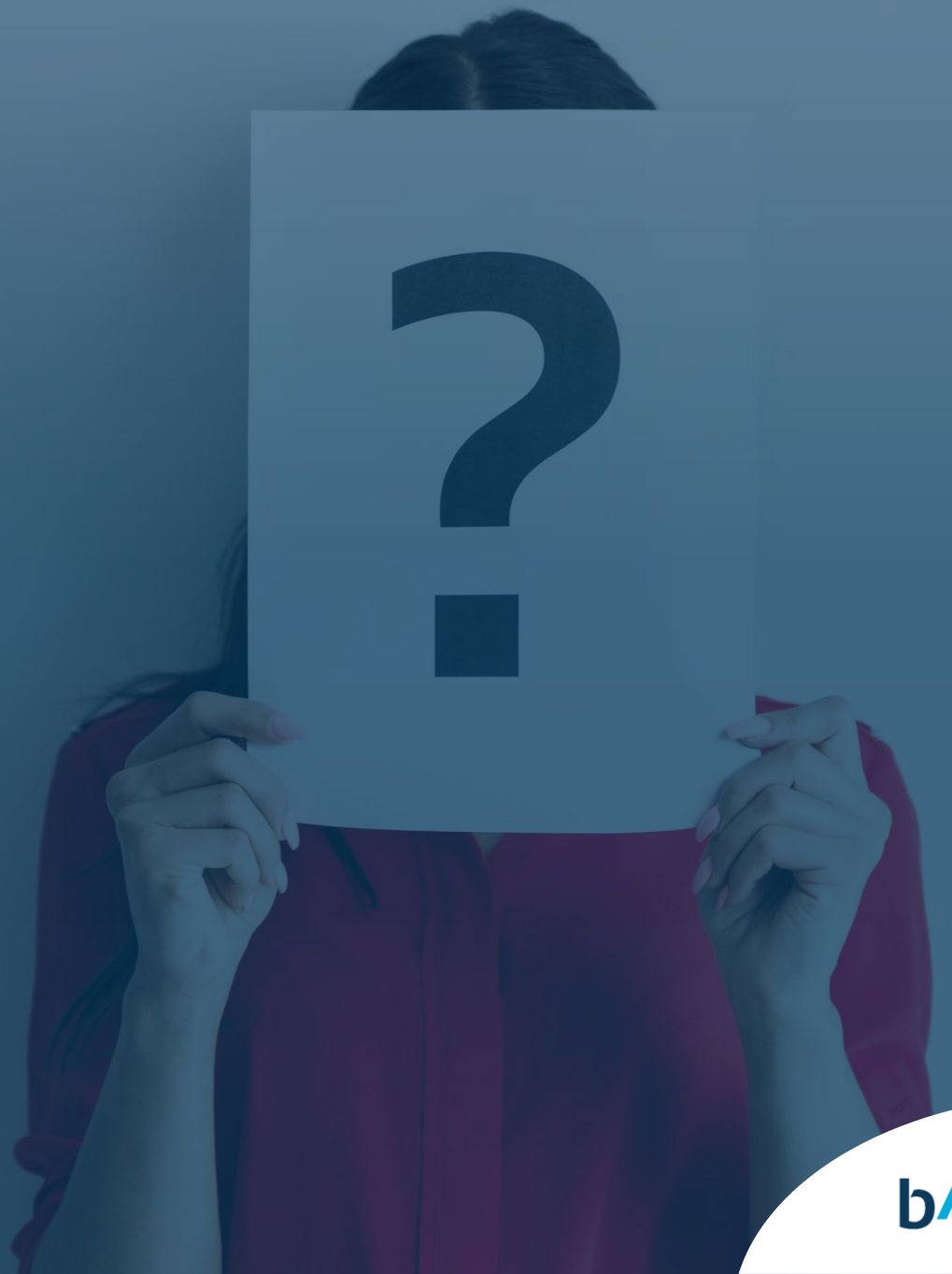
| © GIK | Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung

Quelle: b4t Brands, alle Angaben in %

b4t brands

3

Kontakt



b4t brands

Kontakt

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung mbH & Co. KG

Herzog-Wilhelm-Str. 1
80331 München
Tel. 089 / 716 772 020
E-Mail: info@gik.media

www.gik.media

für methodische Fragen

Bauer Media Group

Andrea Treffenstädt

andrea.treffenstaedt[at]bauermedia.com

FUNKE Mediengruppe

Lena Krüper

lena.krueper[at]funkemedien.de

Hubert Burda Media

Tanja Seiter

tanja.seiter[at]burda.com

b4t brands

Kontakt

Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung mbH & Co. KG

Herzog-Wilhelm-Str. 1
80331 München
Tel. 089 / 716 772 020
E-Mail: info@gik.media

www.gik.media

Fachpresse

FUNKE Mediengruppe

Dennis Jerchow

0201 / 804 889 3
Dennis.jerchow[at]funkemedien.de

Bauer Media Group

Kerstin Walker

040 / 301 910 91
walker.kerstin[at]bauermedia.com

Hubert Burda Media

Alice Wagner

089 / 925 030 67
alice.wagner[at]burda.com

b4t brands