



**best4
SPEED DATA**

Petra FÜgel

Hamburg, 03.02.2022



Channel Profiler

**Welcher Kanal
für welche
Zielgruppe?**





Mediakompass – Kritiker und Fans

„Strategisch wertvoll, wird zwingend
gebraucht...“

„Das braucht kein Mensch..“

„...Vereinheitlichung der Zeitkorridore...“

„Punktwerte sind erklärungsbedürftig...“

...

Reichweite und Affinität

- sind gelernte KPI's
- erleichtern die Lesbarkeit und das Verständnis
- sind stimmig zu den Mediaplanungs KPI's
- Sind erkennbar mehrdimensional durch zwei Ausprägungen





Das Kind braucht einen
Namen:

Channel Profiler

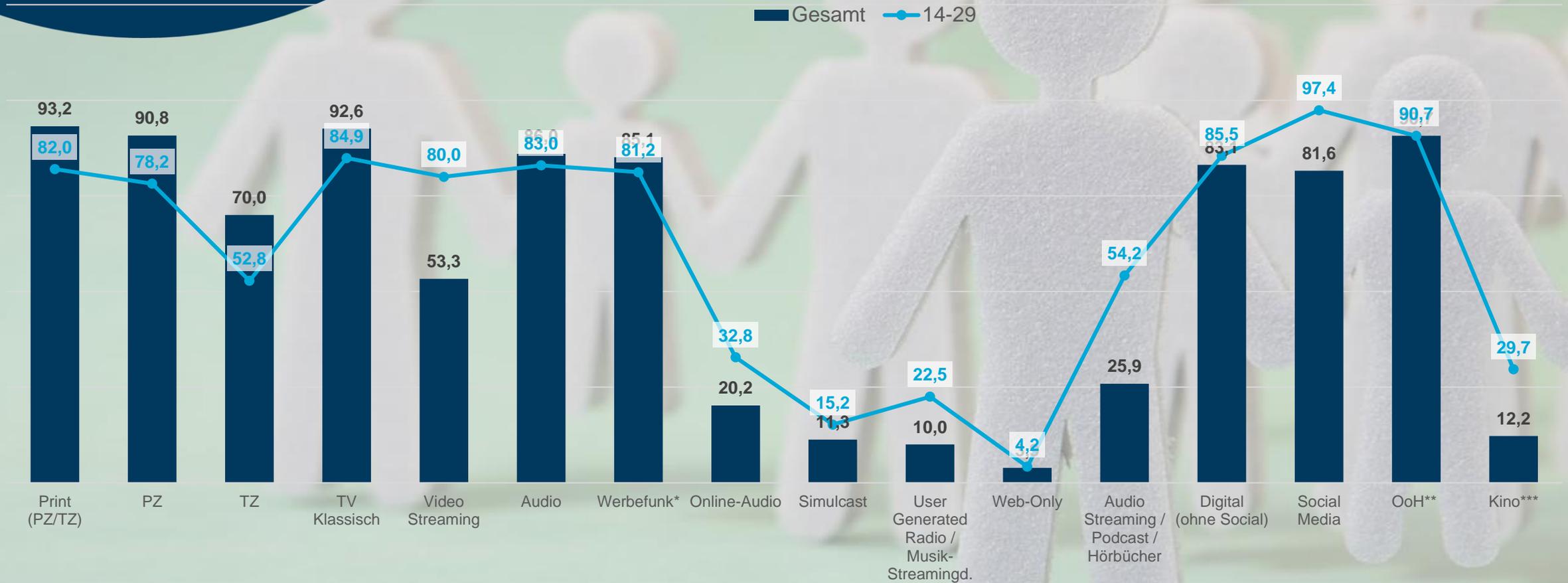
Es lassen sich Profile
von Zielgruppen
entsprechend Ihrer
Mediennutzung
erstellen.

Anspruch Channel Profiler

- **neues b4p-Feature** für die **strategische Planung**
- Bietet **Bewertungsgrundlage** der **Kanaleignung** nach Zielgruppen
- **Währungskonform**
(Bildung über Nutzungswahrscheinlichkeiten, dort wo es geht)
- **Wo möglich, Wochenwerte!**

Channel Profiler

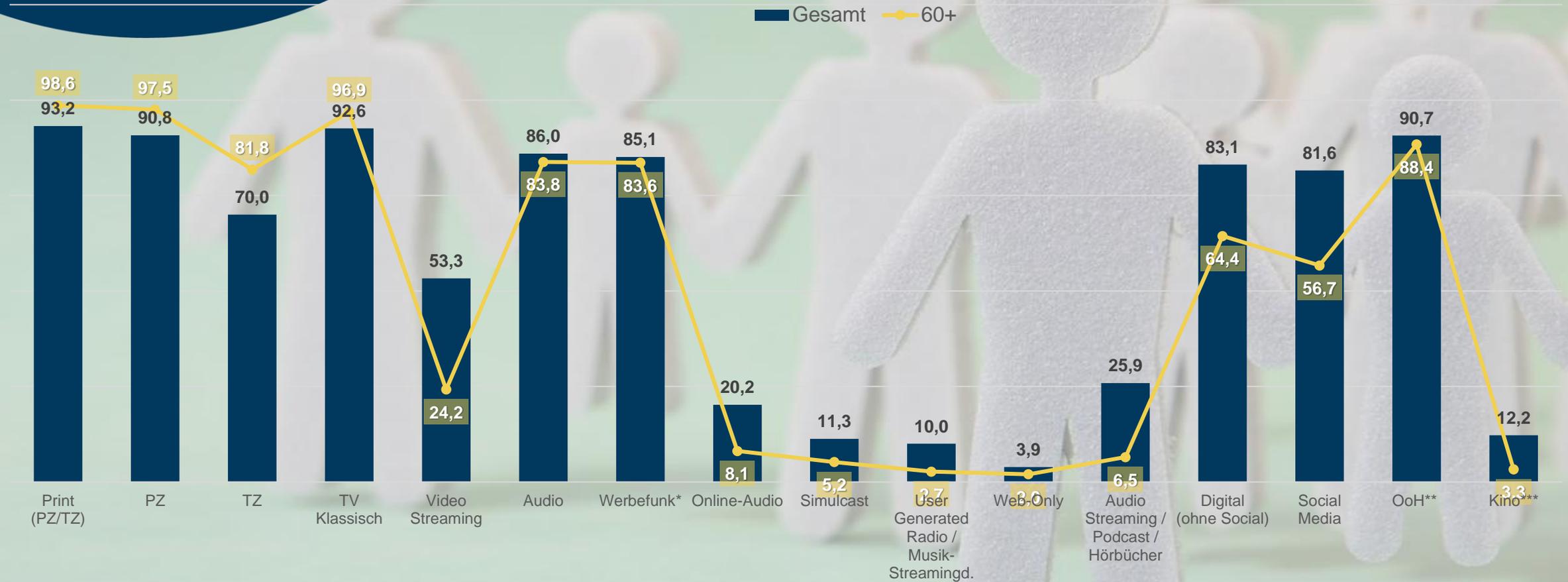
Ein Beispiel für die obere Gattungs-Ebene



Quelle: b4p 2021 II; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,64 Mio.);
Basis: NpW; Werbefunk: Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); PZ: LpA; | *Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); **NpW/Dekade; ***Kino: NpM

Channel Profiler

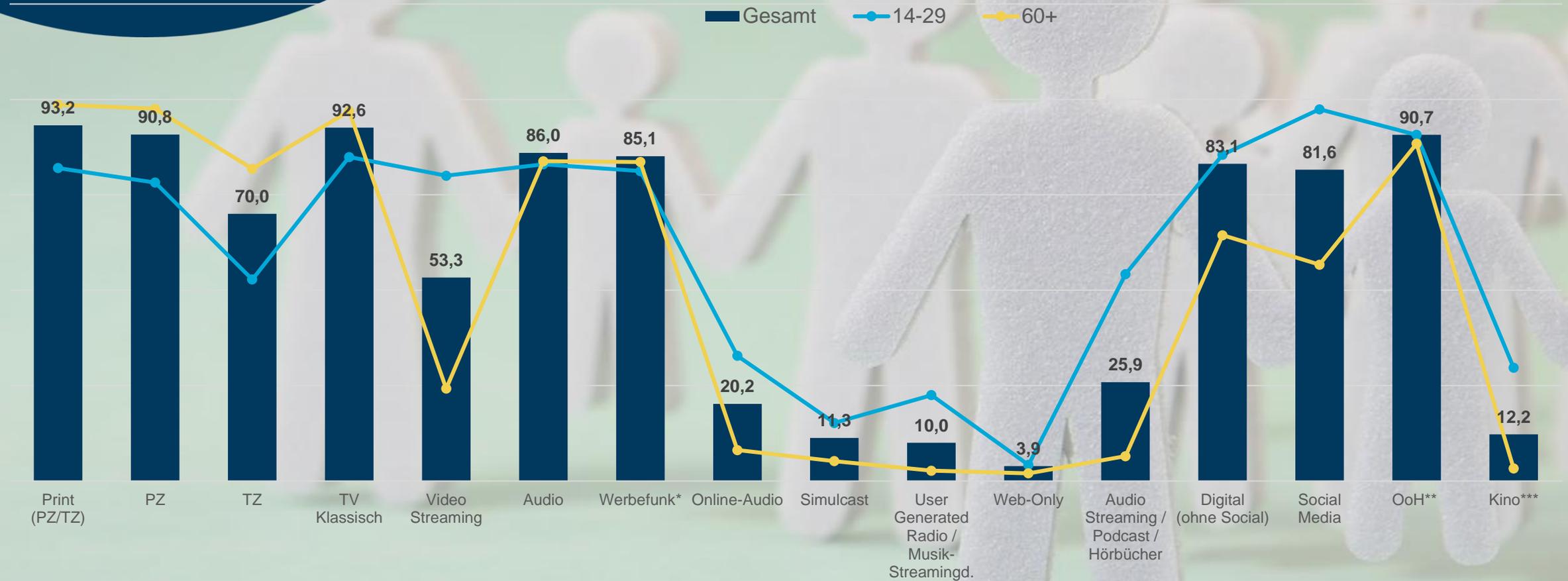
Ein Beispiel für die obere Gattungs-Ebene



Quelle: b4p 2021 II; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,64 Mio.); Basis: NpW; Werbefunk: Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); PZ: LpA; | *Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); **NpW/Dekade; ***Kino: NpM

Channel Profiler

Ein Beispiel für die obere Gattungs-Ebene



Quelle: b4p 2021 II; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,64 Mio.);
Basis: NpW; Werbefunk: Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); PZ: LpA; | *Klassische Angebote (inkl. deren OA/DAB+); **NpW/Dekade; ***Kino: NpM

TV Gesamt

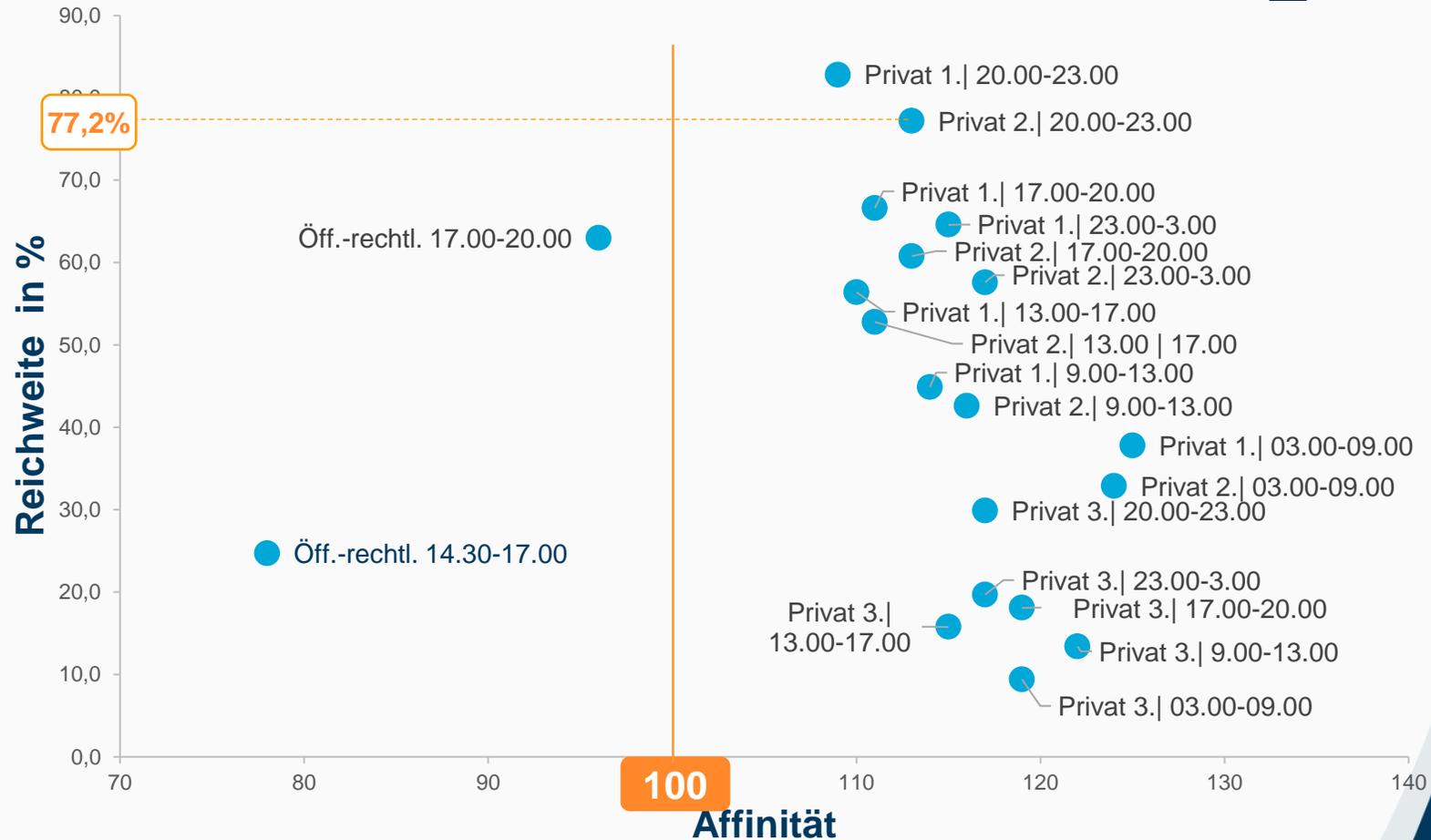
Differenzierungen

TV Gesamt



Channel Profiler | TV:

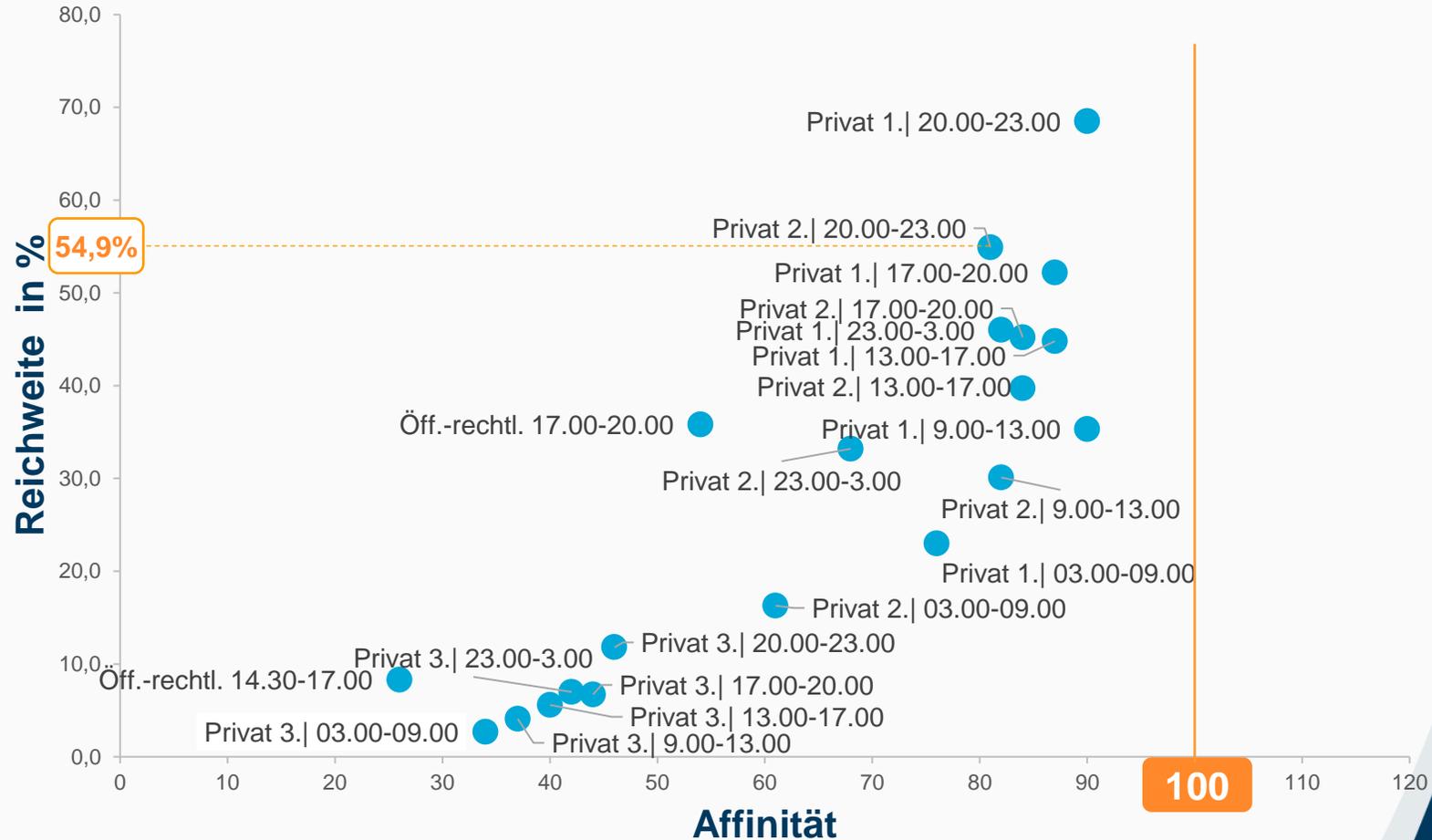
Exemplarische Darstellung



Zielgruppe
30-59 Jahre

Channel Profiler | TV:

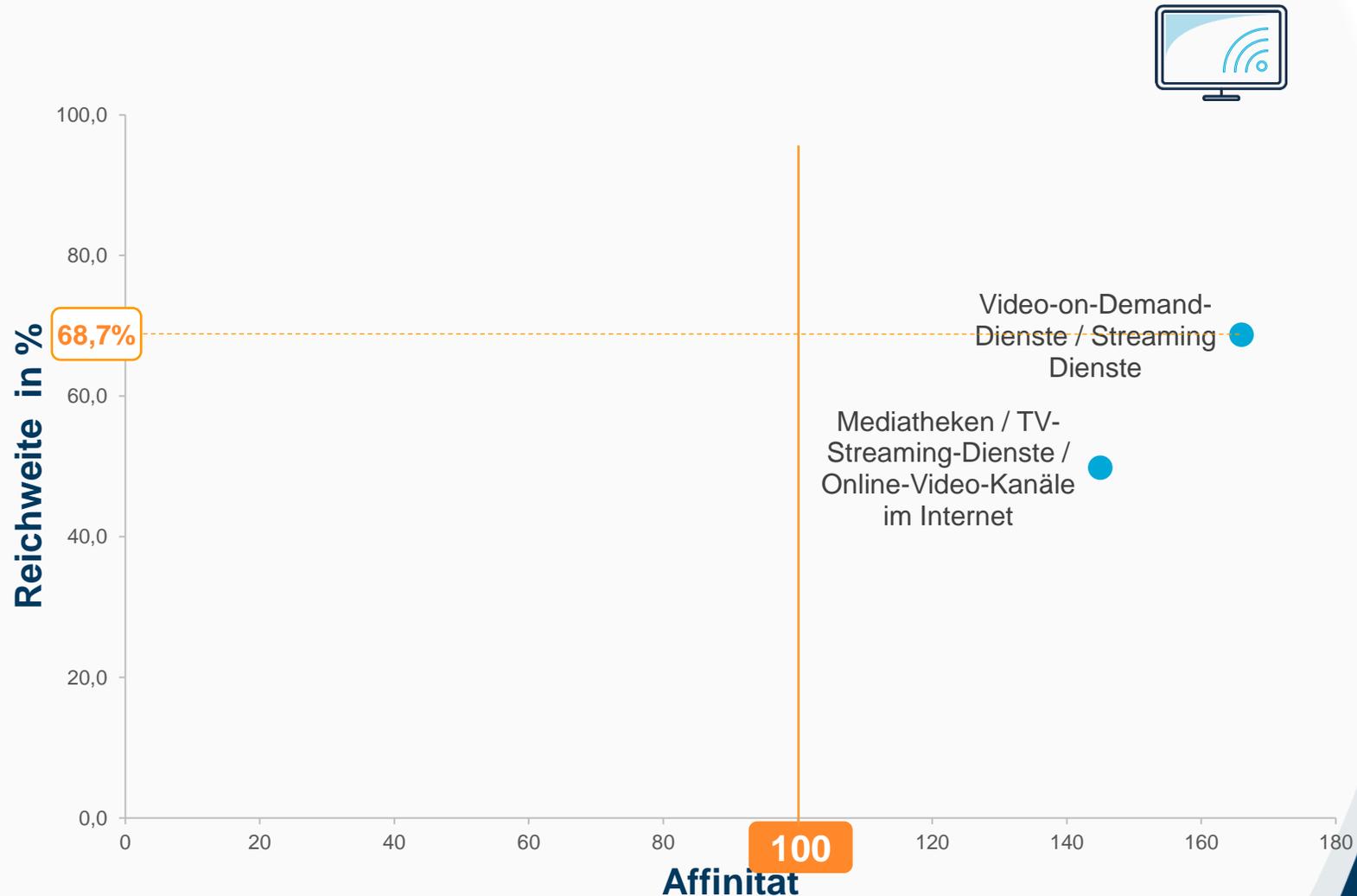
Exemplarische Darstellung



Zielgruppe
14-29 Jahre

Channel Profiler | Streaming/Bewegtbild:

Exemplarische Darstellung



Zielgruppe
14-29 Jahre

Video-on-Demand / Bewegtbild

Video Streaming



- Video-on-Demand-Dienste / Streaming Dienste
- Mediatheken / TV-Streaming-Dienste / Online-Video-Kanäle im Internet

Nutzungsfrequenz Audio/Video

Frage 405_2

Wie häufig sehen Sie Filme, Videos oder Serien bzw. hören Sie Radio, Musik oder Hörbücher im Internet, im Fernsehen oder im Radio?

1 Kreuz pro Zeile

Filme, Videos oder Serien

	täglich / fast täglich	mehrmals pro Woche	etwa 1-mal pro Woche	mehrmals pro Monat	etwa 1-mal pro Monat	alle 2-3 Monate	seltener	nie
über Streaming-Dienste bzw. Video-on-Demand-Dienste (z.B. Netflix, Disney+, Amazon Prime)	17,3	19,5	7,1	7,6	2,3	1,2	5,9	39,2
über Mediatheken, TV-Streaming-Dienste bzw. Online-Video-Kanäle im Internet (z.B. TV Now, Mediatheken, YouTube)	11,4	16,9	8,7	11,2	4,2	2,5	10,5	34,5

Fr. 405_3
Audio-Angebote

Abgesehen von heute: Wann haben Sie zuletzt Filme, Videos, Serien, Musik oder Podcasts angesehen bzw. angehört?

1 Kreuz pro Zeile

	Gestern	innerhalb der letzten 3-7 Tage	vor 8 bis 14 Tagen	2 bis 4 Wochen her	1 bis 3 Monate her	länger her	noch nie
Filme, Videos oder Serien							
im normalen Fernsehprogramm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
über Streaming-Dienste bzw. Video-on-Demand-Dienste (z.B. Netflix, Disney+, Amazon Prime)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
über Mediatheken, TV-Streaming-Dienste bzw. Online-Video-Kanäle im Internet (z.B. TV Now, Mediatheken, YouTube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Print Gesamt

PZ Gesamt



- Aktuelle Zeitschriften/Magazine
- Hochpreisige wö. Programm-ZS
- Mittel- und niedrigpreisige wö. Programm-ZS
- 14-tägl./Monatliche Programm-ZS
- Supplements
- Unterhaltende wö. Frauen-ZS
- Aktuelle wö. Frauen-ZS
- 14-tägl. Frauen-ZS
- Monatliche Frauen-ZS
- Elternzeitschriften
- Musik- und Jugendzeitschriften
- Wohn-/Gartenzeitschriften
- Ess-Zeitschriften
- Lifestyle/Stadtmagazine/ Erotik/ Gesundes Leben
- Motorpresse
- Sportzeitschriften
- Wissenschaft/Technik/Kultur
- EDV-/PC-Zeitschriften
- U-Elektronik-Zeitschriften
- Wirtschaftspresse
- Gesundheits-/Apothekenkundenzeitschriften
- Wochen-/Sonntagszeitungen
- Lesezirkel
- Anzeigenblätter
- Einkauf Aktuell

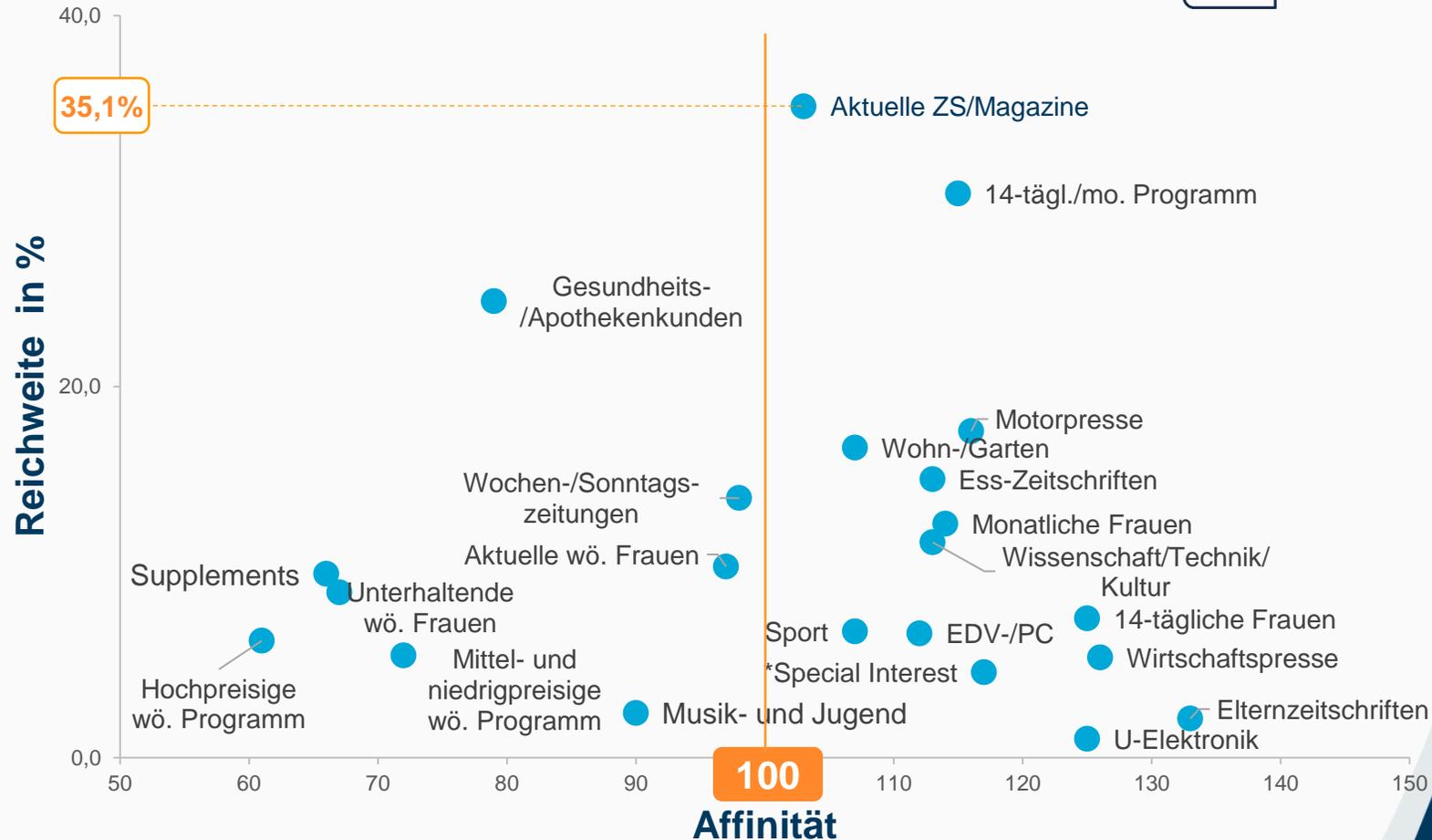
TZ Gesamt



- TZ Kauftitle
- Überregionale Abo-Zeitungen
- Regionale Abo-Zeitungen

Channel Profiler | PZ:

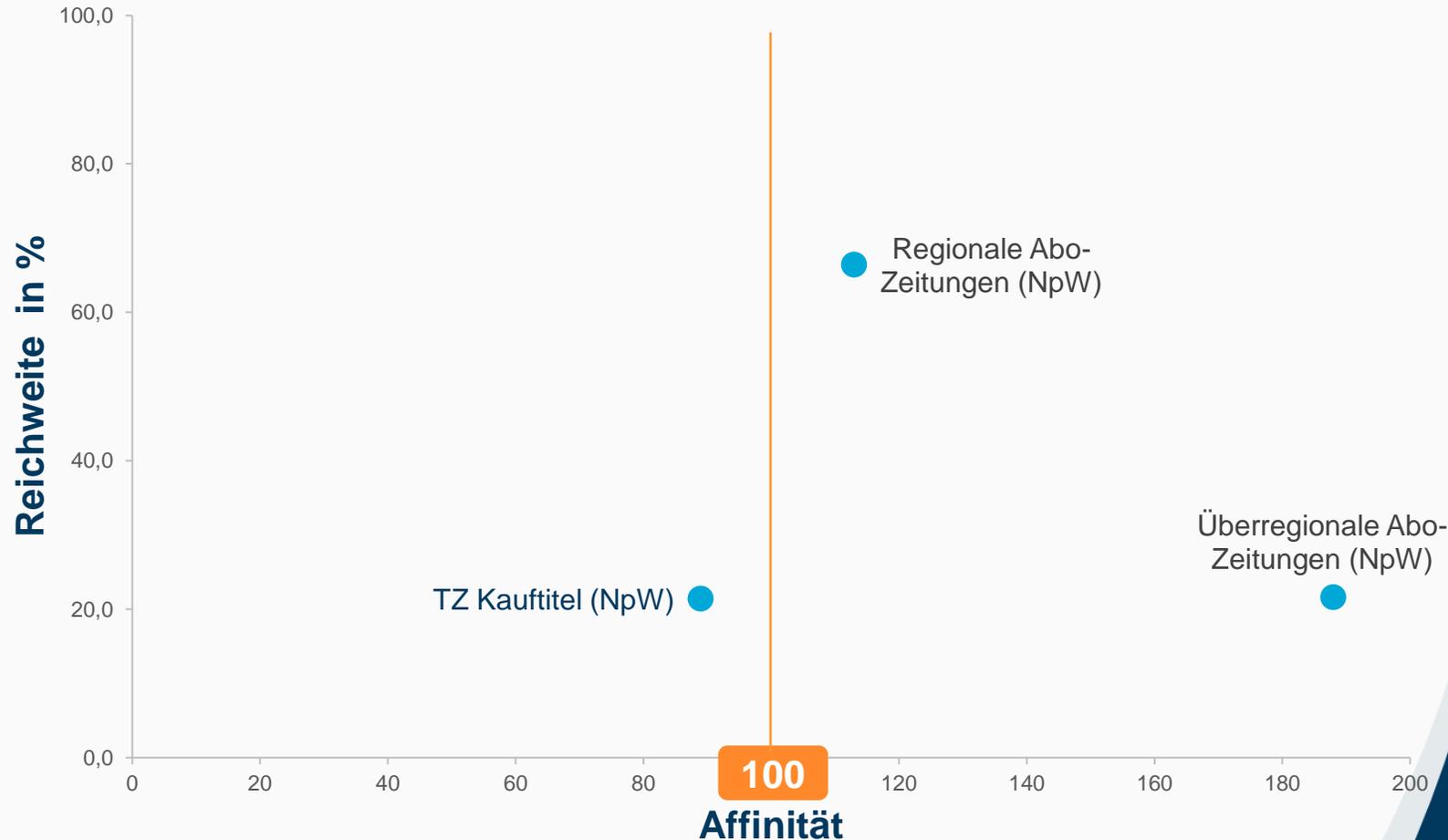
Exemplarische Darstellung



Zielgruppe
30-59 Jahre

Channel Profiler | TZ:

Exemplarische Darstellung



**Zielgruppe:
Sozio-
ökonomischer
Status 1 + 2**

Audio Gesamt

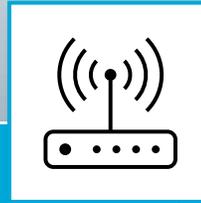
Werbefunk*



- Adult Contemporary
- Contemporary Hit Radio / Urban Contemporary
- Jazz, Klassik
- Oldie based Adult Contemporary
- Melodie / Schlager
- Talkradio

*Klassische Angebote
(inkl. deren OA/DAB+)

Online-Audio



- Simulcast
- User Generated Radio / Musik-Streamingdienste
- Web-Only

Audio Streaming /
Podcast / Hörbücher



- ...über Audio Streaming-Dienste
- ...über Podcast-Dienste
- ...über andere Quellen

Musik, Podcasts, Hörbücher

über Audio-Streaming-Dienste wie z.B. Spotify

8,4 9,9 4,1

über Podcast-Dienste wie z.B. AudioNow oder Audible

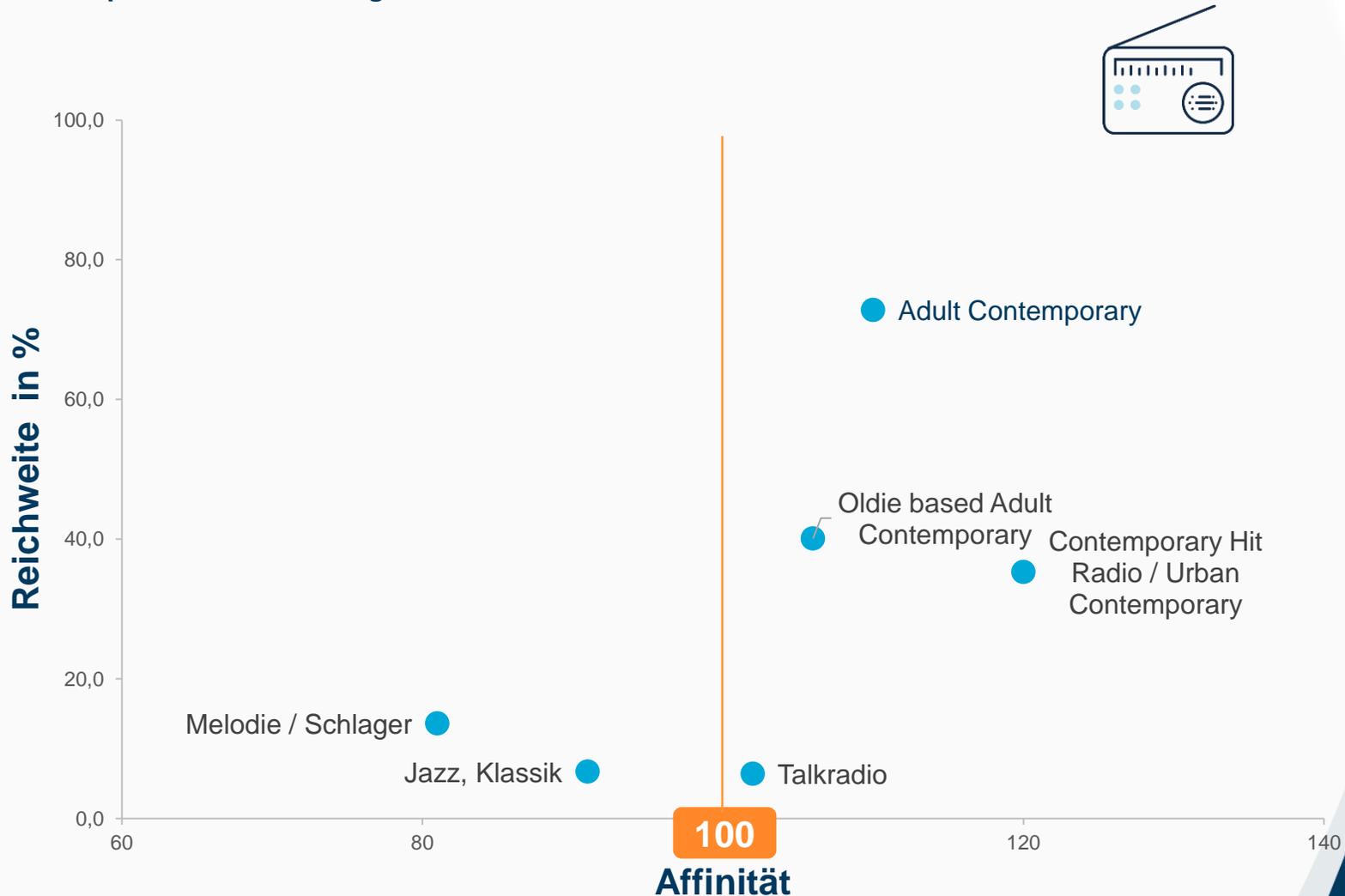
2,5 5,1 3,7

über andere Quellen, z.B. Angebote von News-Medien

1,6 3,0 2,7

Channel Profiler | Klassische Radiosender*:

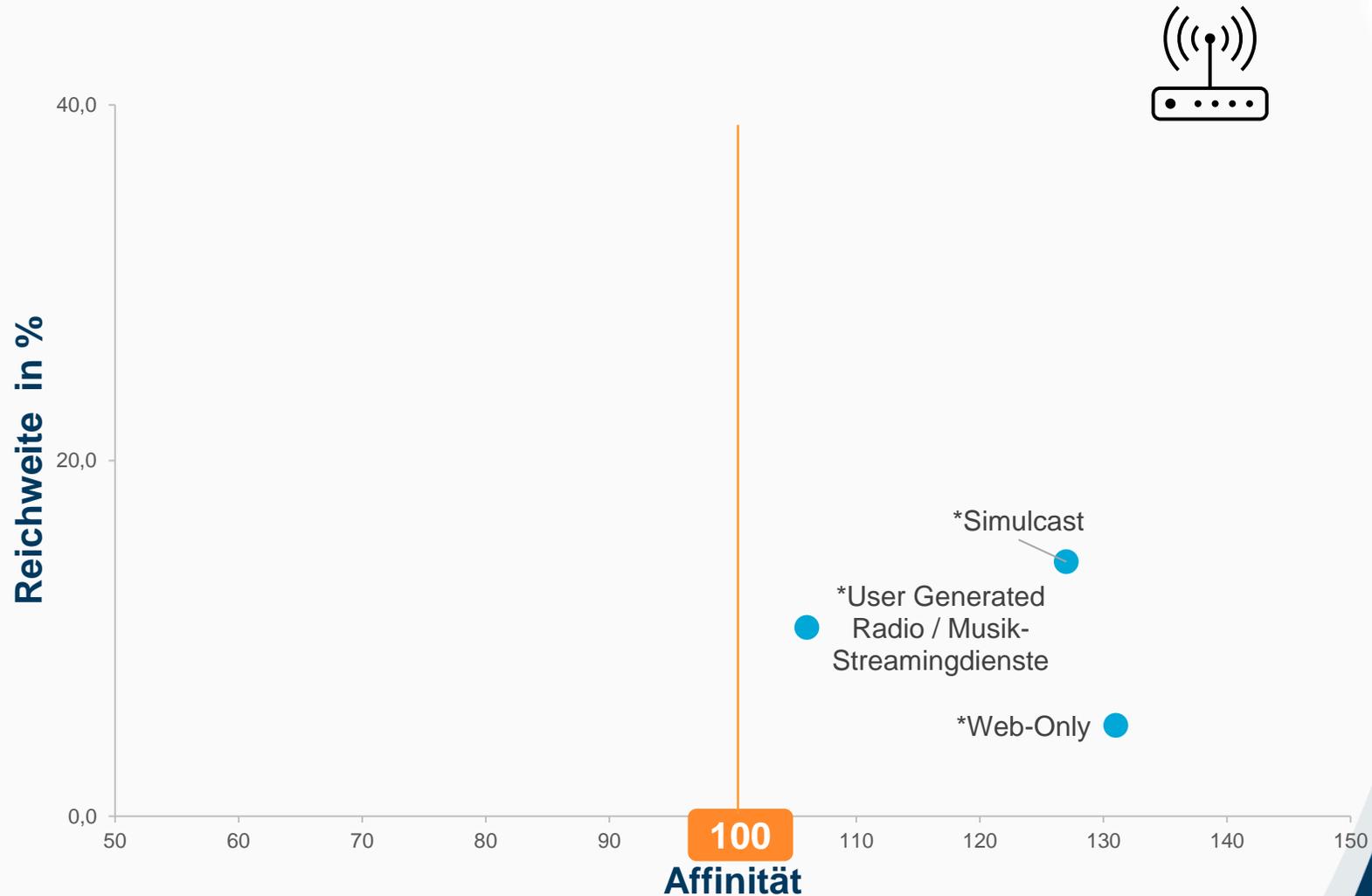
Exemplarische Darstellung



Zielgruppe:
30-59 Jahre

Channel Profiler | Audio online:

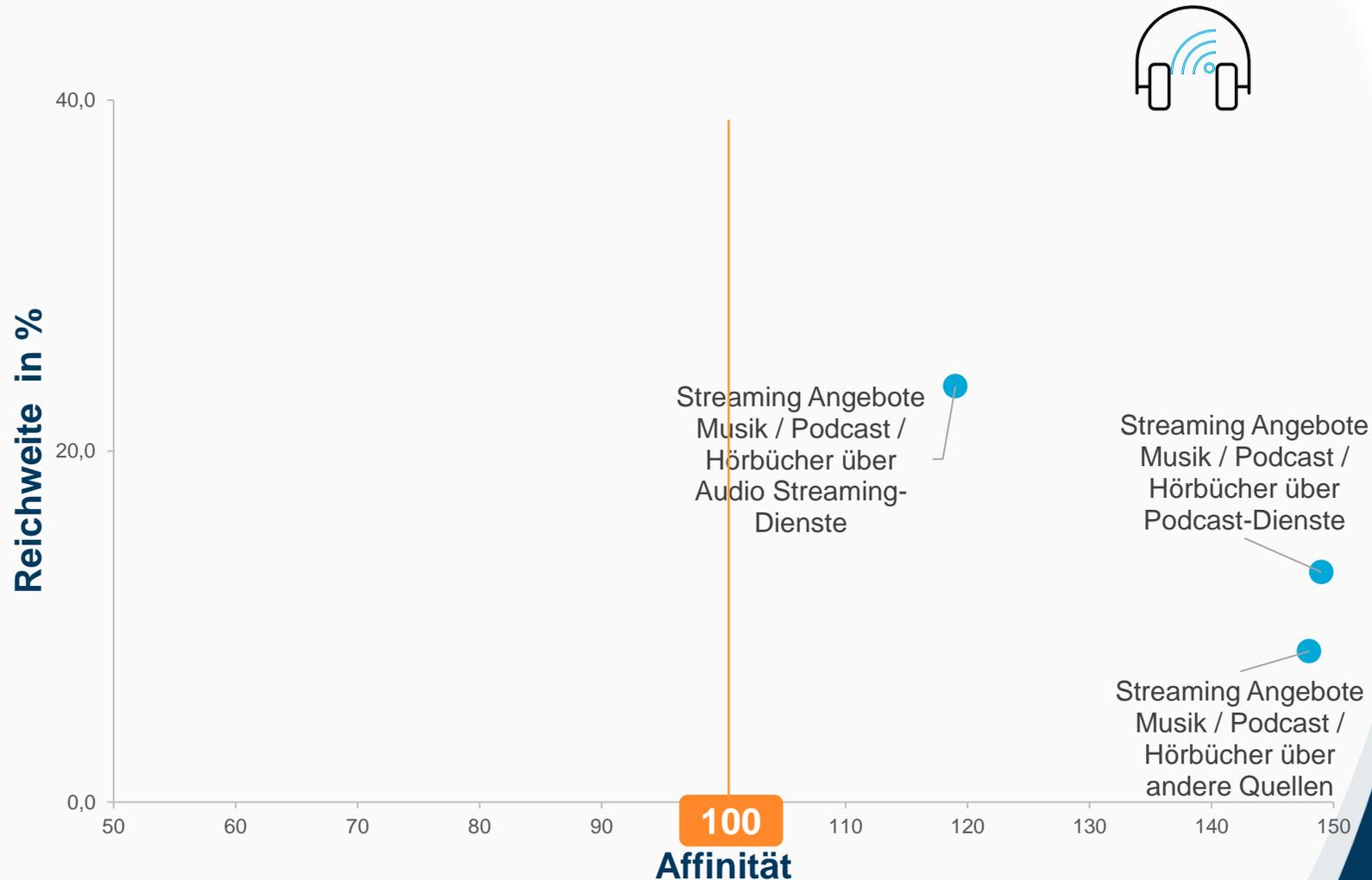
Exemplarische Darstellung



**Zielgruppe:
Sozio-
ökonomischer
Status 1 + 2**

Channel Profiler | Audio online:

Exemplarische Darstellung



**Zielgruppe:
Sozio-
ökonomischer
Status 1 + 2**

Digital Gesamt*

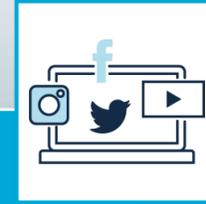
- Desktop
- Mobile
- App
- Mobile / App Gesamt

*Ohne Social Media



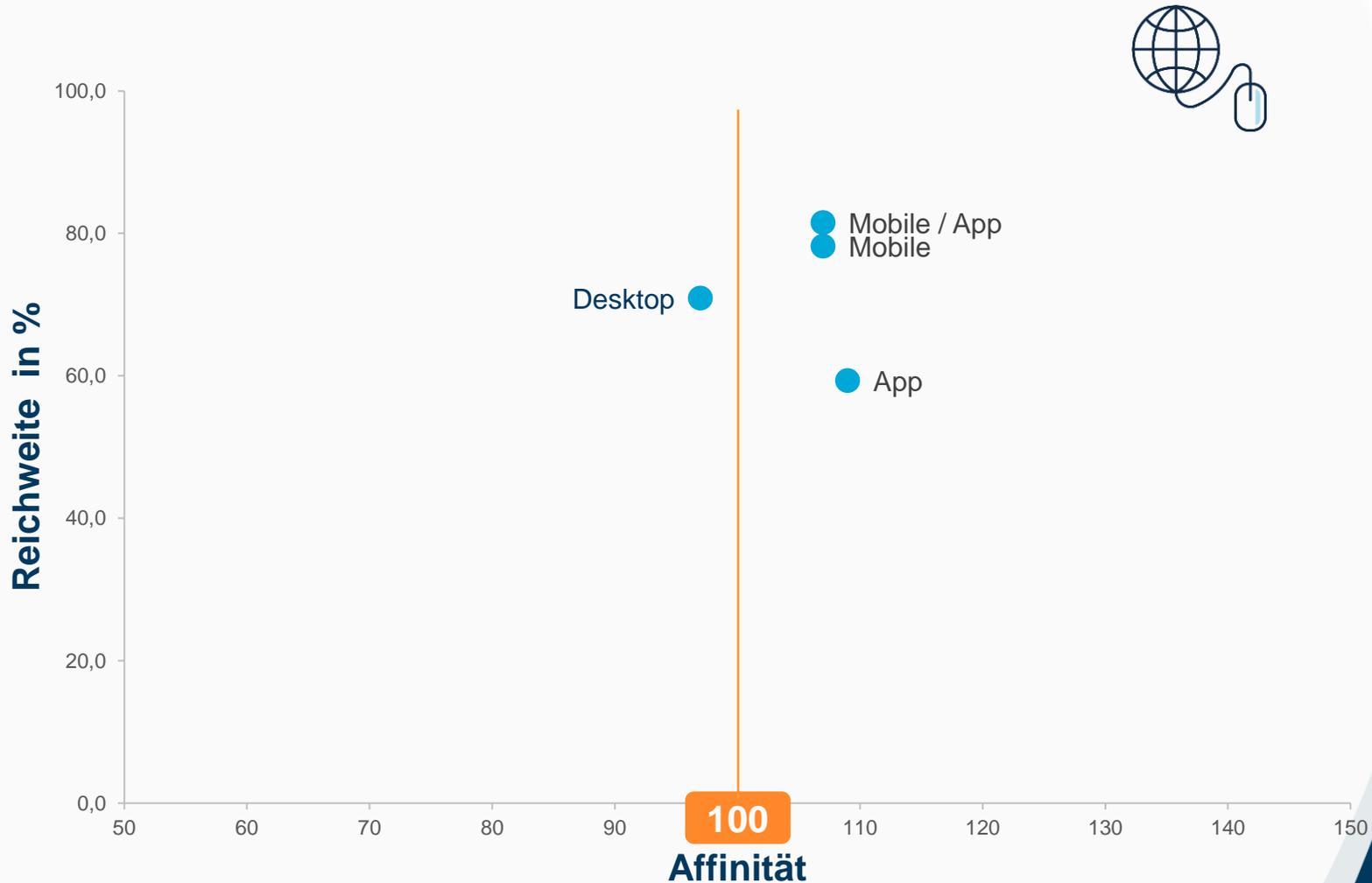
Social Media Gesamt

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Twitter
- Messenger Dienste (WhatsApp, Threema, Telegram, Signal)
- Berufliche, soziale Netzwerke



Channel Profiler | Online:

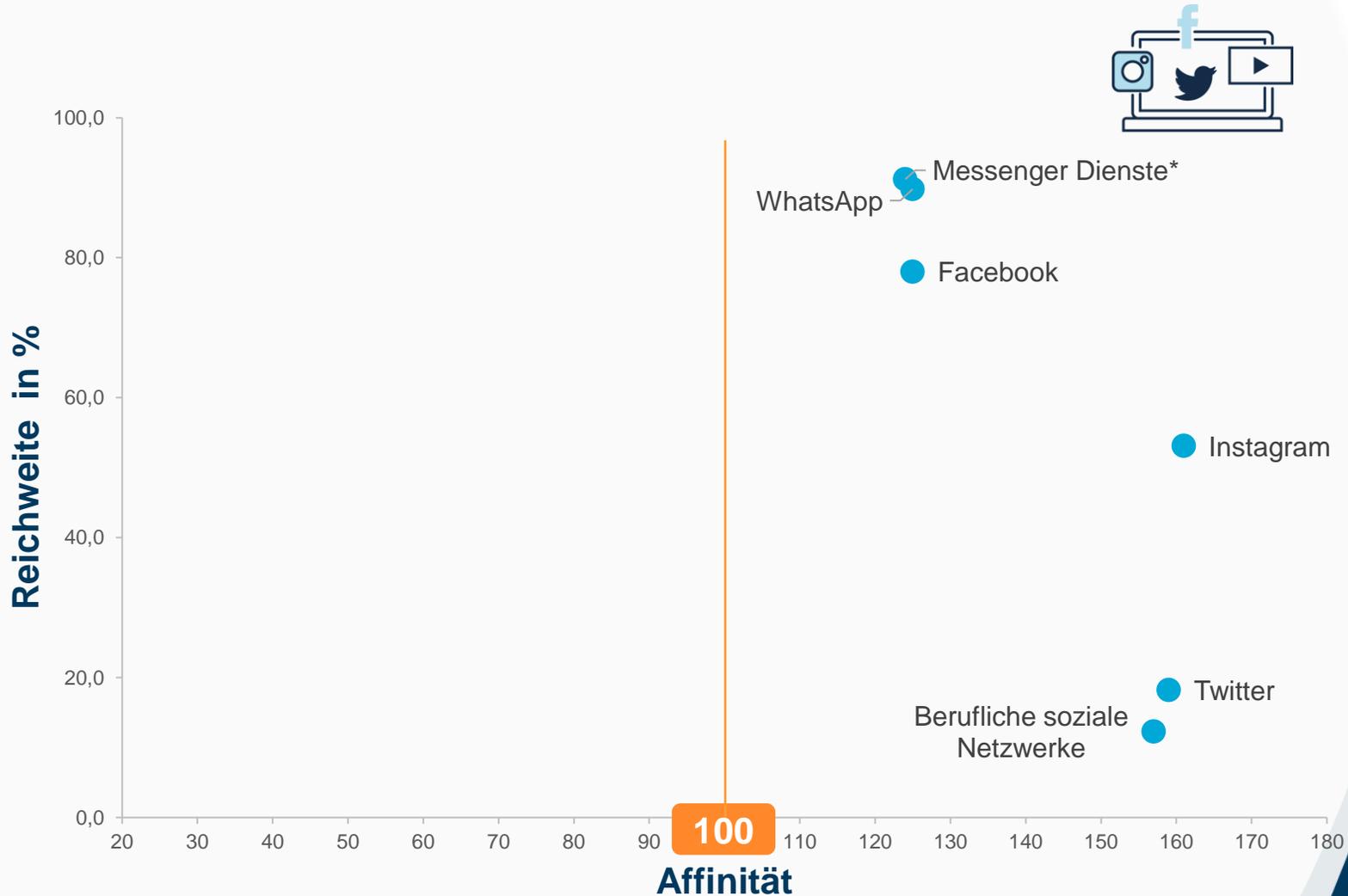
Exemplarische Darstellung



**Zielgruppe:
14-29 Jahre**

Channel Profiler | Social Media:

Exemplarische Darstellung



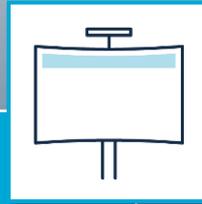
**Zielgruppe:
14-29 Jahre**

Out of Home, Kino

Out of Home

Orte:

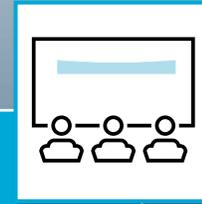
- bis unter 20.000 EW
- 20.000 bis unter 100.000 EW
- 100.000 bis unter 500.000 EW
- 500.000 EW und mehr



Kino

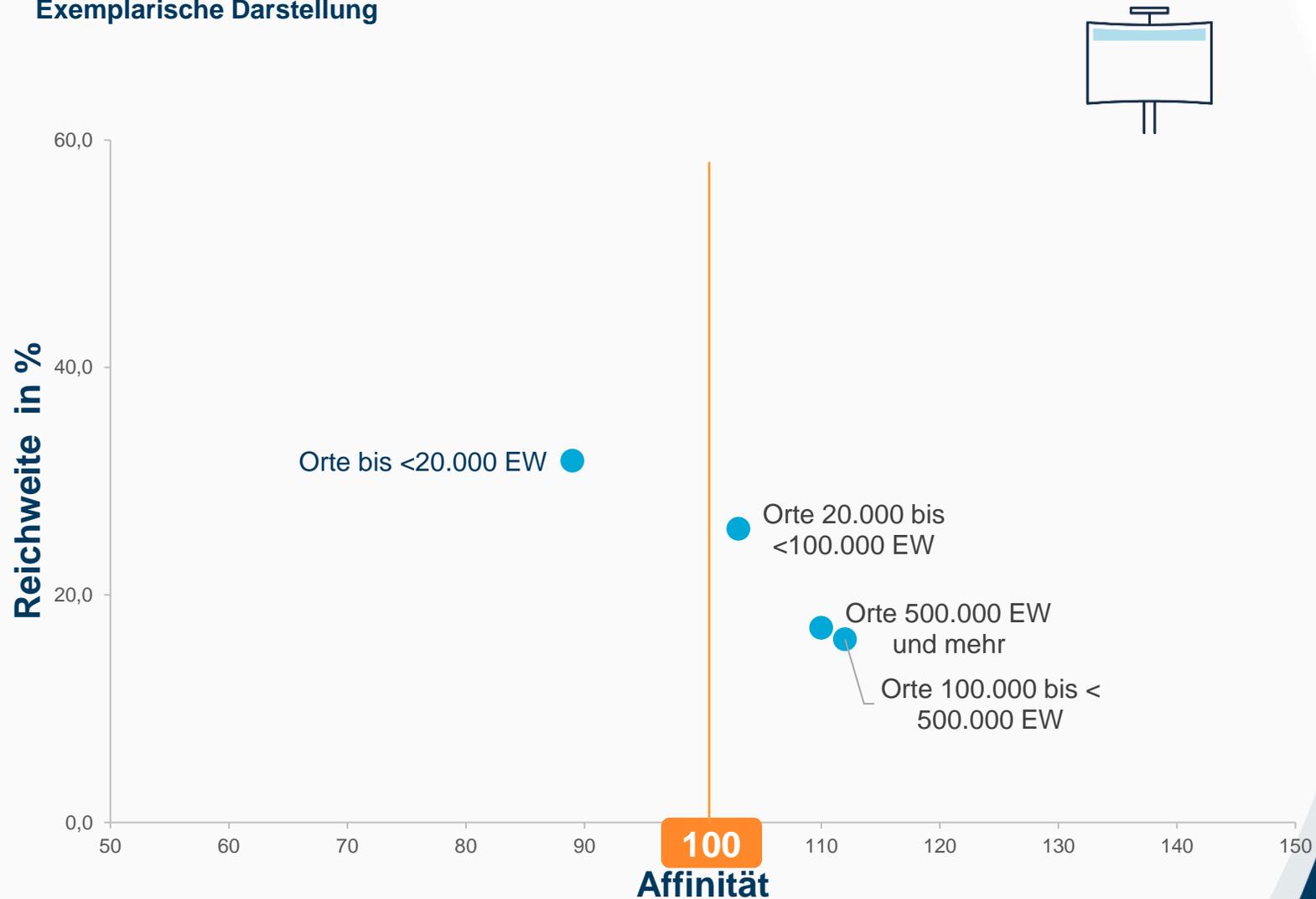
Orte:

- bis unter 20.000 EW
- 20.000 bis unter 100.000 EW
- 100.000 bis unter 500.000 EW
- 500.000 EW und mehr



Channel Profiler | OoH:

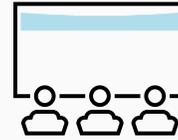
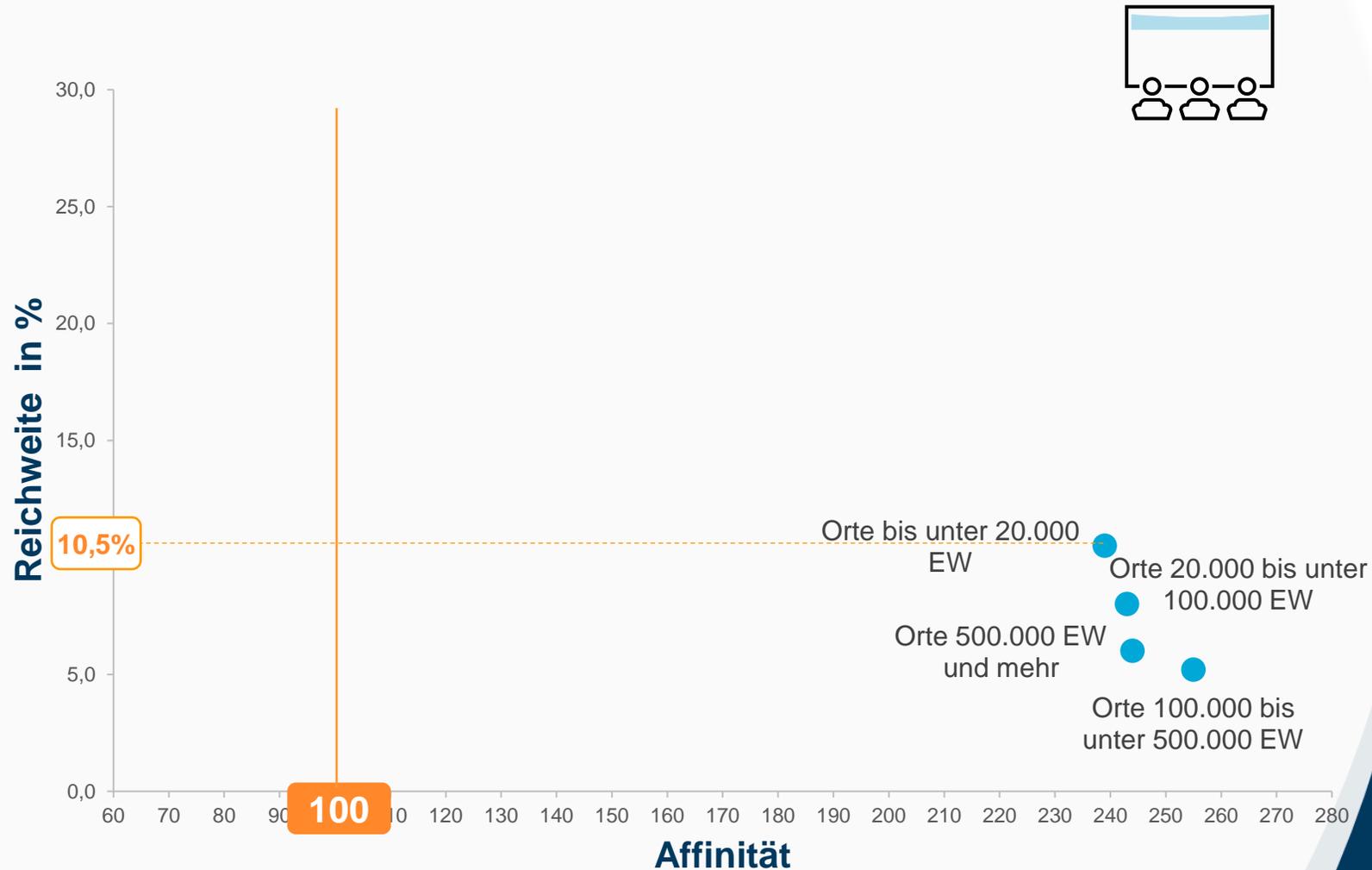
Exemplarische Darstellung



**Zielgruppe:
14-29 Jahre**

Channel Profiler | Kino:

Exemplarische Darstellung

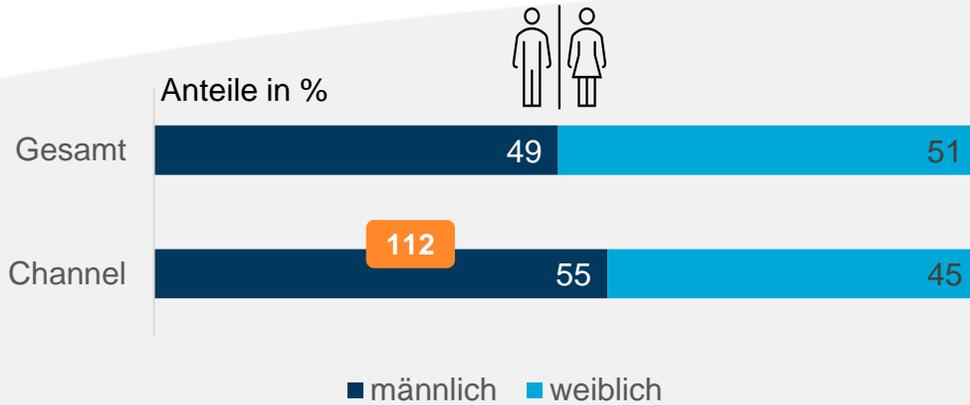


Zielgruppe:
14-29 Jahre

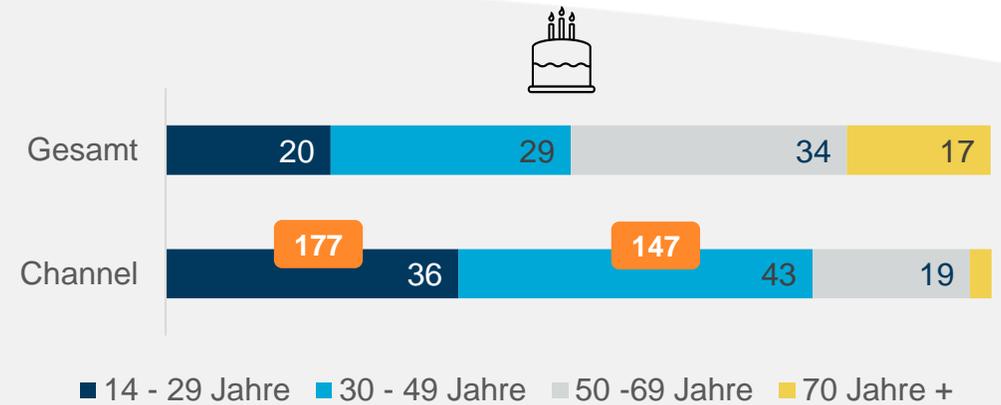
Strukturen Channelnutzer

Bsp. Streaming Angebote Musik / Podcast / Hörbücher über Podcast-Dienste

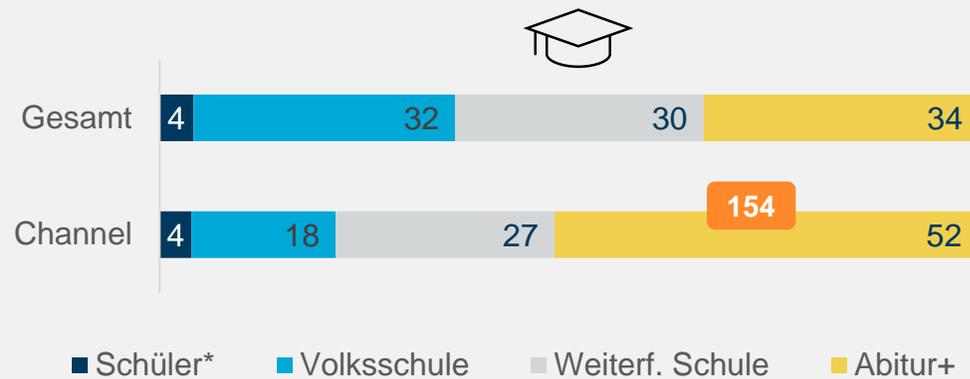
Geschlecht



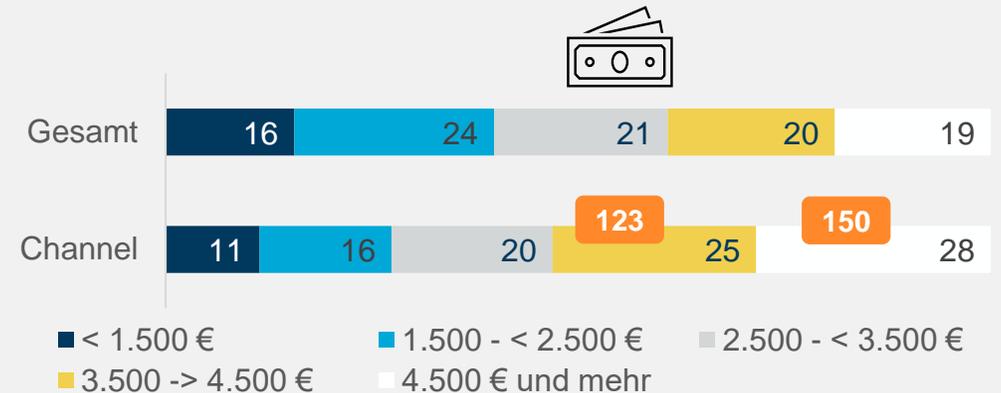
Alter



Bildung



HHNE



Quelle: b4p 2021 II; Channel Profiler; Anteile in %; *(noch) kein allgemeiner Schulabschluss, noch Schüler in allgemeinbildender Schule

Affinitätsindex (Signifikant überproportional)

Vielen Dank.



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



Petra Fügel

E-Mail petra.fuegel@axelspringer.com