

b4p 2015 - Factsheet

- + b4p liefert seit 2013 umfassend und kontinuierlich Insights zu Menschen, Medien und Märkten und ist damit ein einzigartiges Instrument für die strategische Mediaplanung. Gegenüber 2014 wurde der Medienteil von b4p 2015 erneut erweitert und bietet nun noch mehr Analysemöglichkeiten.
- + b4p ist eine Gemeinschaftsstudie von Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media. Sie haben ihre forschersische Kompetenz gebündelt, um einen gemeinsamen Marktstandard zu schaffen.
- + Dabei berücksichtigt b4p 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. Über 30 Lizenznehmer haben dies bereits getan.

Umfang & Inhalt

- + b4p 2015 basiert auf über 30.000 Interviews (bevölkerungsrepräsentativ in vier Befragungswellen; 15.000 aus den Befragungswellen 2014, 15.000 aus den Befragungswellen 2015) mit jeweils über 500 Fragen. Hinzu kommen 9.400 digital begleitete Customer Journeys.
- + **Medien:** b4p betrachtet in diesem Jahr eine noch breitere Medienpalette über alle Medienkanäle hinweg: über 180 Zeitschriftentitel, alle überregionalen Tageszeitungen sowie 64 Belegungseinheiten regionaler Tageszeitungen, 10 TV-Sender, alle ma-Radiosender, Plakat, Kino und einige kleinere Medien. Bereits zum zweiten Mal erfolgt eine umfassende Erhebung der Reichweiten digitaler Angebote in Form aller Angebote der ma-Online sowie Online-Belegungseinheiten von vielen wichtigen Medienpartner-Websites. Zusätzlich weist b4p rund 200 Apps und 300 mobil genutzte Websites aus. Diese Vielfalt an Leistungswerten ermöglicht die Berechnung von crossmedialen Markenreichweiten und damit noch weitergehende crossmediale Insights und Planungsmöglichkeiten. Dort, wo es machbar ist, werden Medienreichweiten an die währungsgebenden Studien der ag.ma angepasst.
- + **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, Motivation, Einstellungen und Bedürfnisse. Abgefragt werden Informationsinteressen in 41 Themenbereichen sowie 28 redaktionelle Themeninteressen in Print und 68 TV-Genres. Über 150 Statements zu Einstellungen werden zusätzlich verdichtet zu wichtigen Zielgruppenmodellen, Konstrukttypen und Typologien (Sinus, Sigma, Limbic Types sowie 10 Branchentypologien).



- + **Märkte:** b4p ist mit der Erhebung von über 2.400 Marken in 110 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, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media, die jeweils 25 Prozent halten.
- + Die GIK wird von vier Geschäftsführern geführt (Sprecher 2015: Frank Vogel, Gruner + Jahr). Eine technische Kommission, bestehend aus vier Gesellschaftervertretern (Forschern) der Verlage, unterstützt und berät die Geschäftsführer.
- + Studienkoordinator ist das Unternehmen d.core GmbH, das auch die Lizenznehmer betreut.

Weitere Informationen finden Sie auf der Website: www.b4p.media

