

ACTA 2015

Analysensteckbrief

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

	Gesamt-Deutschland	West	Ost
Gesamt	69,24 Mio	57,19 Mio	12,05 Mio
Männer	33,81 Mio	27,93 Mio	5,87 Mio
Frauen	35,43 Mio	29,26 Mio	6,18 Mio

Stichprobe

Nach dem Quoten-Auswahlverfahren angelegte Personenstichprobe
Fallzahl: 7.009

Erhebungszeitraum

17. April – 7. August 2015

Institute

Institut für Demoskopie Allensbach

Methodische Besonderheiten

Die Umfrage stützt sich ausschließlich auf mündlich-persönliche, nicht auf telefonische Interviews. Die Feldarbeit wurde von geschulten Interviewern des Instituts für Demoskopie Allensbach durchgeführt..

Medien

- 55 Printmedien (50 Zeitschriften / überregionale Tageszeitungen, 5 Kombinationen)
- 8 TV-Sender
- Kinobesuch pro Woche
- 74 Websites (Nutzung via Desktop-PC, Notebook, Tablet-PC/Hybrid-Gerät und Handy/Smartphone)
- 34 Apps (Handy/Smartphone- und Tablet-PC-Nutzung)
- 7 Crossmedia-Kombinationen, 6 Marken-Kombinationen

Soziodemografie

- Übliche Basis-Statistik
- Gebietsabgrenzungen nach Bundesland, Niensengebiete, Nielsen-Ballungsraum, Ortsgrößen (Einwohnerzahl, BIK-Regionstypen), Wohnortgröße (politisch, BIK)
- Tätigkeit und Entscheidungsträger im IT-Bereich
- Lebensphasen, Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status

Märkte, Besitz, Konsum

- Konsumverhalten allgemein
- Stationäre und mobile Internetnutzung
- Internet – genutzte Inhalte, Content-Beiträge
- Social Media, Apps
- Käufertypologie, E-Commerce
- Technik, Internetmarken
- Computer, Tablet-PC
- Handy/Smartphone, Telekommunikation
- Unterhaltungselektronik, TV, Spiele
- Fotografie, Video

Typologien (Zielgruppenmodelle und Marksegmentierungen)

- Digital-Life-Index (6-stufig)
- Nutzungsgruppen nach Kompetenz und Technikaffinität (z.B. Technische Avantgarde)
- Kernzielgruppe Mobile Digitaltechnik
- überzeugte Online-Shopper
- Spektrum der Markenkenntnis (sehr groß, groß, mittel, gering)
- Computer: Hardwareausstattung des selbstgenutzten PCs im Haushalt
- Überzeugte Nutzer von Social Networks
- Vernetzungsindex: Digitale Kommunikation
- Überdurchschnittlich Vernetzte - Schwerpunkt Beruf
- Spektrum der mobilen Internetnutzung
- Intensivnutzer - Digital Audio und Digital TV/Video
- Beruf, ITK-Entscheider
- Ausgeprägt Datenschutzsensible
- Printaffinität

Veröffentlichung und Bezug

Erscheinungsdatum: 20.10.2015

Zu Fragen rund um die Nutzung der ACTA auf mediMACH wenden Sie sich bitte an:

Tel: 04503-3535-0

Email: info@medimach.com