

ACTA 2016

Analysensteckbrief

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung

	Gesamt-Deutschland	West	Ost
Gesamt	69,56 Mio	57,41 Mio	12,15 Mio
Männer	34,03 Mio	28,14 Mio	5,88 Mio
Frauen	35,54 Mio	29,26 Mio	6,27 Mio

Stichprobe

Nach dem Quoten-Auswahlverfahren angelegte Personenstichprobe
Fallzahl: 7.026

Erhebungszeitraum

22. April – 5. August 2016

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

- 51 Printmedien (45 Zeitschriften / überregionale Tageszeitungen, 6 Kombinationen)
- 2 TV-Sender
- Kinobesuch pro Woche
- 55 Websites (Nutzung via Desktop-PC, Notebook, Tablet-PC/Hybrid-Gerät sowie via Smartphone)
- 16 Apps
- 7 Crossmedia-Kombinationen, 6 Marken-Kombinationen

Soziodemografie

- Übliche Basis-Statistik
- Gebietsabgrenzungen nach Bundesland, Nielseengebiete, 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 sozialen Netzwerken
- Vernetzungsindex: Digitale Kommunikation
- Überdurchschnittlich Vernetzte - Schwerpunkt Beruf
- Spektrum der mobilen Internetnutzung
- Beruf, ITK-Entscheider
- Ausgeprägt Datenschutzsensible
- Printaffinität

Veröffentlichung und Bezug

Erscheinungsdatum: 10.11.2016

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

Tel: **04503-3535-0**

Email: info@medimach.com