

b4p 2014 - Factsheet

- + b4p liefert umfassend und kontinuierlich Insights zu Menschen, Medien und Märkten und ist damit ein einzigartiges Instrument für die strategische Mediaplanung. Gegenüber 2013 wurde der Medienteil von b4p deutlich erweitert und bietet nun noch mehr Analysemöglichkeiten. Damit ist sie die erste Markt-Media-Studie, die Medienkonvergenz planbar macht.
- + b4p ist eine Gemeinschaftsstudie von Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner + Jahr und Hubert Burda Media. Sie haben ihre forschersiche Kompetenz gebündelt, um einen gemeinsamen Marktstandard zu schaffen.
- + Dabei berücksichtigt b4p die Interessen der Marktpartner 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. 30 Lizenznehmer haben dies bereits getan.

Umfang & Inhalt

- + b4p basiert auf über 45.000 Interviews (bevölkerungsrepräsentativ in vier Befragungswellen; 30.000 aus den Befragungswellen 2013, 15.000 aus den Befragungswellen 2014) mit jeweils über 500 Fragen.
- + **Medien:** b4p betrachtet in diesem Jahr eine noch breitere Medienpalette über alle Medienkanäle hinweg: über 190 Zeitschriftentitel, alle überregionalen Tageszeitungen sowie 39 Belegungseinheiten regionaler Tageszeitungen. Neu in diesem Jahr ist die umfassende Erhebung der Reichweiten digitaler Angebote mit 600 stationären Websites, 400 mobilen Websites und 200 Apps sowie zahlreiche Belegungseinheiten. Die erstmalige Ausweisung aller Online-Angebote der ma Online ermöglicht umfassende crossmediale Insights. Dadurch werden neue Arten von Analysen wie z. B. die Zusammenfassung der Print-, Online- und Mobile-Angebote und Apps zu einer Gesamtreichweite einer Medienmarke. 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. Über 150 Statements zu Einstellungen werden zusätzlich verdichtet zu wichtigen Zielgruppenmodellen, Konstruktypen und Typologien (Sinus, Sigma, Limbic Types, Roper Consumer Styles sowie 12 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 (Sprecherin 2014: Catherin Anne Hiller, Bauer Media Group). 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.de

