

BAUER ADVANCE



AUDIENCE **PROFILING**

LIZENZANGEBOT 2023

AUDIENCE PROFILING

DIE HIGHLIGHTS DER AKTUELLEN BEFRAGUNGSWELLE

- **BRAND SAFETY** Häufigkeit des ungewollten Kontaktes mit problematischen oder verstörenden Inhalten und somit für Marken schädlichen Werbeumfeldern als im Markt einzigartige Erhebung der einzelnen Bewegtbildkanäle.
- **CONTENT MONITOR** Detaillierte Erhebung der genutzten Inhalte pro Medienkanal (Sach- und fiktionale Themen/Genres) sowie Youtube- und Social Media Formate.
- **AVOD** Akzeptanz von Werbung bei kostengünstigeren oder vollständig kostenlosen Streaming-Angebote inkl. erster Nutzerdaten zu Amazon Freevee
- **MOODS** Rezeptionsstimmung für die wichtigsten Bewegtbildkanäle als Basis für Werbe-Wahrnehmung und Aufnahmebereitschaft im Stimmungskontext (analog der Screenforce-Studie „Mapping the Moods“)
- **WATCHTIME** Nutzungszeiten der Bewegtbild-Kanäle im Tagesverlauf

... und vieles mehr !

AUDIENCE PROFILING

LIZENZANGEBOT 2023

- Optimieren Sie ihre strategische Mediaplanung mit den Daten der großen Bewegtbildstudie AUDIENCE PROFILING.
- Sie erhalten Zugriff auf die neueste Befragungswelle des umfangreichen Bewegtbild-Datensatzes inklusive eines detaillierten Codeplans.
- Grundlage für die Auswertung ist das Zähltool m-cloud. Die Lizenzkosten betragen:
 - Bei vorhandenem m-cloud Zugang: 1.500 €
 - Lizenz inklusive m-cloud Zugang: 2.200 €
zzgl. MwSt

STUDIENDETAILS



STICHPROBE

- National repräsentativ
- Anzahl Befragte 3.513 Online-Nutzer und Nutzerinnen ab 16 Jahre
- Ausgesteuert und gewichtet nach Geschlecht, Alter, formale Bildung, Region

ERHEBUNGSMETHODE

Online-Interviews mit Online-Access-Panel

FELDZEIT

07.09.–19.09.2022

METHODISCHE BETREUUNG/ FEDERFÜHRENDES INSTITUT

mindline GmbH Institut für Kommunikations- und Marketingforschung, Hamburg

AUDIENCE PROFILING

DIE TYPOLOGIE

- Basierend auf Kanal- und Gerätenutzung, präferiertem Content und weiteren Eigenschaften wurde eine Segmentierung entwickelt, über die sich 12 unterschiedliche Typen von Bewegtbildnutzern definieren lassen.
- Diese Typologie steht Ihnen mit der Lizenz der Bewegtbildstudie ebenfalls zur Verfügung.
- Über ein Tagging bestimmter Fragenkomplexe wurde die Typologie zudem in die große Markt-/Mediastudie Best for Planning (b4p) 2022 II übertragen.
- Somit lassen sich für alle 12 Personas ausführliche Analysen über die gesamte Bandbreite aller ausgewiesenen Märkte und Medien der b4p durchführen.
- Für weiterführende b4p-Analysen im Zusammenhang mit der Typologie kommen sie gern auf uns zu.

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Allgemeine Mediennutzung

Nutzungshäufigkeit Medienarten

Nutzungsmotive Medien

Ausstattung

Geräte im Haushalt (z.B. TV ohne Internetfunktion, Smart-TV, Laptop)

Gerätenutzung (z.B. TV ohne Internetfunktion, Smart-TV, Laptop)

Marke TV-Gerät

Smart TV: Nutzungswahrscheinlichkeit Markeninhalte

TV-Empfangsart

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Allgemeine Bewegtbildnutzung

Nutzungshäufigkeit Bewegtbildkanäle (z.B. TV live, Mediatheken, AVOD, SVOD, Online-Videos)

Nutzungshäufigkeit Bewegtbildkanäle: Veränderung in Zukunft

Nutzungsdauer Bewegtbild

Nutzungsanteile Bewegtbildkanäle

Zeitpunkt Bewegtbildnutzung

Zeitpunkt Bewegtbildnutzung je Kanal

Gerätenutzung je Kanal

Aussagen zu Bewegtbildkanälen (z.B. Nutzungsverhalten, Zufriedenheit)

Aussagen zur Bewegtbildnutzung (z.B. Motive, Programmwahl)

Präferierter Bewegtbildkanal

Bewegtbildinhalte

Bewegtbildinhalte je Kanal

Sicherheit Bewegtbildkanäle (Konfrontation mit problematischen/verstörenden Inhalten)

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Lineares TV

Aussagen zu linearem TV (z.B. Nutzungsverhalten, Störfaktoren)

Nutzung TV-Sender

Mediatheken

Nutzung Mediatheken-Angebote

Nutzungsmotive Mediatheken

Internetnutzung

Nutzungsdauer Internet

Zeitschriftennutzung

Nutzung Zeitschriftensegmente

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Streaming

Nutzung SVOD / AVOD-Angebote

Aussagen zu Streaming (z.B. Nutzungsverhalten, Anforderungen)

Nutzung Aggregator/Plattform

Interesse SVOD Nutzung

Werbeakzeptanz SVOD

Inhaber:in SVOD Account

Bisherige Laufzeit SVOD Angebote

Loyalität SVOD Angebote

Budget SVOD Angebote: aktuelle Ausgaben

Budget SVOD Angebote: maximale Zahlungsbereitschaft

Einstellungen zu Bewegtbild-Abos/ Kosten

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Social Media Nutzung

Nutzungshäufigkeit Social Media Kanäle

Nutzungsdauer Social Media Kanäle

Nutzung Youtube Formate

Nutzung Facebook Formate

Nutzung Instagram Formate

Nutzung Videoinhalte von Influencer:innenn

Nutzung Videoinhalte von Influencer:innen: Themen

Vertrauenswürdigkeit Influencer:innen

AUDIENCE PROFILING

BEFRAGUNGSINHALTE IM ÜBERBLICK

Soziodemographie/Psychographie

Geschlecht

Haushaltsgröße

Alter Befragte:r und Haushaltsmitglieder

Kinder unter 18 Jahren

Bundesland

Bildung

Familienstand

Mit Partner:in zusammenlebend

HH-führend

Haupteinkommensbezieher:in

Berufstätigkeit

Einkommen Befragte:r und Haushalt

Lifestyle Aussagen

KONTAKT

IHRE ANSPRECHPARTNER*INNEN



SILKE HÜLS

RESEARCH MANAGERIN & CONSULTANT
RESEARCH & CONSULTING

silke.huels@bauermedia.com

T +49 40 3019 3222



LUTZ MÜLLER

DEPUTY HEAD OF MARKETING/
CROSSMEDIA | TV-MAGAZINES

lutz.mueller@baueradvance.com

T +49 40 3019 3167
M +49 171 2952500

BAUER ADVANCE