

VERBRAUCHERANALYSE 2011 – KLASSIK I (14 JAHRE +)

Gesamtbevölkerung Potenzial: 100,0 %, 31.918 Fälle, 70,33 Mio. Werbeträger

Qualitative Maßnahmen	Basis			Nutzer pro Einheit		
	Mio.	% vert.	Index	KONPRESS		
Basis	70,33	100,0	100	Mio.	% vert.	Index
Factor-Groups zum Faktor Schlankheitsstreben -Frauen-						
hoch	11,20	15,9	100	0,49	21,0	132
mittel	12,63	18,0	100	0,55	23,8	133
niedrig	12,10	17,2	100	0,51	22,1	128
Ich kaufe gezielt Natur- und Bioprodukte, auch wenn sie teurer sind						
stimme voll und ganz zu	3,33	4,7	100	0,15	6,6	139
stimme weitgehend zu	15,19	21,6	100	0,69	29,9	138
Bei der Körperpflege schätze ich Produkte auf natürlicher Basis und ohne chemische Zusätze						
stimme voll und ganz zu	9,76	13,9	100	0,48	20,7	149
stimme weitgehend zu	29,85	42,4	100	1,11	48,0	113
Ich verwende bevorzugt umweltschonende Haushaltsreiniger und Waschmittel						
stimme voll und ganz zu	8,34	11,9	100	0,44	18,8	159
stimme weitgehend zu	28,23	40,1	100	1,17	50,4	126
Wenn ich die Wahl habe, greife ich lieber zu Naturheilmitteln/homöopathischen Mitteln						
stimme voll und ganz zu	9,04	12,9	100	0,39	16,9	131
stimme weitgehend zu	23,54	33,5	100	1,01	43,5	130
Ich koche sehr gern						
stimme voll und ganz zu	12,34	17,5	100	0,59	25,6	146
stimme weitgehend zu	23,03	32,8	100	0,82	35,5	108
Ich backe sehr gern						
stimme voll und ganz zu	9,14	13,0	100	0,53	22,9	176
stimme weitgehend zu	16,40	23,3	100	0,71	30,5	131
Beim Einkaufen von Lebensmitteln achte ich mehr auf die Marke als auf den Preis						
stimme voll und ganz zu	5,83	8,3	100	0,24	10,4	125
stimme weitgehend zu	24,89	35,4	100	0,87	37,4	106
Ich spare jeden Monat eine feste Summe						
stimme voll und ganz zu	12,86	18,3	100	0,61	26,4	145
Die Aussage: „Werbung ist informativ“						
trifft auf Tageszeitungen zu	26,16	37,2	100	1,00	43,4	117
trifft auf Zeitschriften zu	25,74	36,6	100	0,99	42,7	117
Werbung in Tageszeitungen:						
ist unterhaltend	13,15	18,7	100	0,63	27,2	145
Werbung in Zeitschriften:						
ist unterhaltend	19,66	28,0	100	0,77	33,3	119
Werbeerinnerung: ja für Gesundheitsprodukte, z.B. rezeptfreie Arzneimittel, Nahrungsergänzungsmittel,...						
in einer Tageszeitung	12,18	17,3	100	0,54	23,2	134
in einer Wochen-/Sonntagszeitung	8,92	12,7	100	0,43	18,7	147
Werbeerinnerung: ja für einzelne Medien, z.B. bestimmte Zeitschriften, Tageszeitungen, TV-Sendungen, Internetseiten,...						
in einer Tageszeitung	15,18	21,6	100	0,54	23,5	109
in einer Wochen-/Sonntagszeitung	10,22	14,5	100	0,39	16,7	115

VERBRAUCHERANALYSE 2011 – KLASSIK I (14 JAHRE +)

Gesamtbevölkerung Potenzial: 100,0 %, 31.918 Fälle, 70,33 Mio. Werbeträger

	Basis			Nutzer pro Einheit		
	Mio.	% vert.	Index	KONPRESS		
Qualitative Maßnahmen	Mio.	% vert.	Index	Mio.	% vert.	Index
Basis	70,33	100,0	100	2,31	100,0	100
Wichtige Dinge im Leben: gesunde Ernährung						
besonders wichtig	16,79	23,9	100	0,75	32,2	135
wichtig	37,41	53,2	100	1,21	52,4	99
Wichtige Dinge im Leben (besonders wichtig/wichtig)						
Kinder haben	51,51	73,2	100	2,00	86,5	118
Glaube, Religion	30,62	43,5	100	1,71	73,9	170
Wichtige Dinge im Leben (besonders wichtig)						
Familie, Partnerschaft	45,26	64,3	100	1,61	69,7	108
Kinder haben	31,30	44,5	100	1,33	57,6	129
Glaube, Religion	10,67	15,2	100	0,75	32,3	213
kulturelles Leben	10,06	14,3	100	0,40	17,5	122
soziales Engagement	9,47	13,5	100	0,39	16,8	125
gesunde Ernährung	16,79	23,9	100	0,75	32,2	135
Freizeitbeschäftigung: Wandern						
besonders gern	6,52	9,3	100	0,33	14,3	154
gern	19,49	27,7	100	0,86	37,0	134