

Steckbrief Brand Media Monitor 2010

Projektleitung

blue eyes marketing gmbh, luzern

Universum

sprachassimierte Wohnbevölkerung der
deutschen Schweiz
15 – 64 Jahre mit privatem Telefonanschluss

Grundgesamtheit

3'319'000 Personen (DS)

Stichprobenverfahren

repräsentativ
Random-Quota-Verfahren nach Merkmalen
Region (PLZ), Geschlecht, Alter

Methode

Befragung 1: telefonische Befragung von 3574 Personen
Befragung 2: Online-Nachbefragung (Response: 65%)

Stichprobe

2304 abgeschlossene Interviews
(nur DS erhoben)

Befragungszeit

Januar – April 2010

Befragungsthemen

Markenbekanntheit
(top of mind, spontan, gestützt)
Marken-Sympathie
Marken-Verwendung
1293 Marken aus 56 Branchen

Psychografie blue mind

Werbebeachtung / Mobilitätsverhalten /
Wohnsituation / allgemeine Interessen /
politisches Verhalten / Haustiere / Sport-Event
Interesse und Informationsverhalten /
Musik-Event Interessen und
Informationsverhalten