

Medieninformation

Winterthur, Mai 2009

Fünfte Befragungswelle des "Brand Media Monitor" abgeschlossen: 4'900 Personen befragt

Das Schweizer Marketing-Instrument „Brand Media Monitor“ hat vor kurzem die fünfte Befragungswelle abgeschlossen. Bekanntheit, Sympathie und Verwendung von über 1'200 Brands aus 52 Branchen können per sofort über einen Zeitraum von fünf Jahren miteinander verglichen werden.

Der Brand Media Monitor (BMM) untersucht die wichtigsten Marken aus 52 Branchen und bewertet diese mittels eines standardisierten, zweistufigen Befragungskonzepts. Seit fünf Jahren untersucht die Studie als einzige in der Schweiz den sogenannten „Markendreiklang“: Bekanntheit, Sympathie und Verwendung. Die Korrelation dieser Werte mit den psychografischen Daten der blue mind Psychografie (www.blueeyesmarketing.ch) erlaubt interessante Einsatzmöglichkeiten des BMM in Marketing und Kommunikation und ermöglicht wertvolle Rückschlüsse für die Planung, Konzeption und Kontrolle strategischer Entscheide.

Fünfte Befragungswelle mit erweiterter Datenbasis

Der Verein Brand Media Monitor hat im ersten Quartal 2009 insgesamt 3'168 Interviews für die Studie abgeschlossen. Die Datenbasis wurde auch dieses Jahr wieder erweitert, um die Repräsentativität in der Romandie zu gewährleisten. Neu gehören 1'269 Marken zum Brand Media Monitor. Die neusten Daten stehen per sofort zur Verfügung und können beim Verein Brand Media Monitor bezogen werden (www.brandmediamonitor.ch).

Weitere Informationen:

www.brandmediamonitor.ch

Steckbrief des Brand Media Monitor

Projektleitung:

blue eyes marketing, luzern

Universum:

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

Grundgesamtheit

3'319'000 Personen (Deutschschweiz)
1'069'000 Personen (Westschweiz)
4'388 000 Personen (Total)

Stichprobenverfahren:

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

Methode:

Befragung 1: telefonische Befragung von 4900 Personen
Befragung 2: Online-Nachbefragung (Response: 64.7%)

Stichprobe:

3168 abgeschlossene Interviews
(D-CH: 2448 / F-CH: 720)

Befragungszeit:

Januar – April 2009

Befragungsthemen:

Markenbekanntheit (top of mind, spontane und gestützte Bekanntheit)
Marken-Sympathie
Marken-Verwendung
1269 Marken aus 52 Branchen

Psychografie blue mind

Werbebeachtung / Mobilitätsverhalten / Wohn-
situation / allgemeine Interessen / politisches
Verhalten / Haustiere / Sport-Event Interesse und
Informationsverhalten

Der Verein Brand Media Monitor

Der Verein Brand Media Monitor wurde 2004 gegründet. Seine Aufgabe besteht darin, die Finanzierung der Studie sicherzustellen und für die Weiterentwicklung der Brand-Media-Plattform zu sorgen.

Mitglieder:

Ringier AG, Zeitschriften, www.go4media.ch

Ringier AG, Blick/SonntagsBlick, www.go4media.ch

20 Minuten (Schweiz) AG, www.20minuten.ch

Publicitas Radiotele AG, www.radiotele.ch

Publicitas Cinecom AG, www.cinecom.ch

Publicitas web2com AG, www.web2com.ch

Konnex – Agentur für Medien-Kommunikation AG, www.konnex-media.ch

blue eyes marketing, www.blueeyesmarketing.ch

Kontakt:

Herr Ronny Schmid

Verein Brand Media Monitor

Garnmarkt 1

Postfach 1987

8401 Winterthur

Telefon: 052 202 91 02

Telefax: 052 209 03 55

www.brandmediamonitor.ch