

ACTA 2006

Mediaplanung für attraktive Zielgruppen

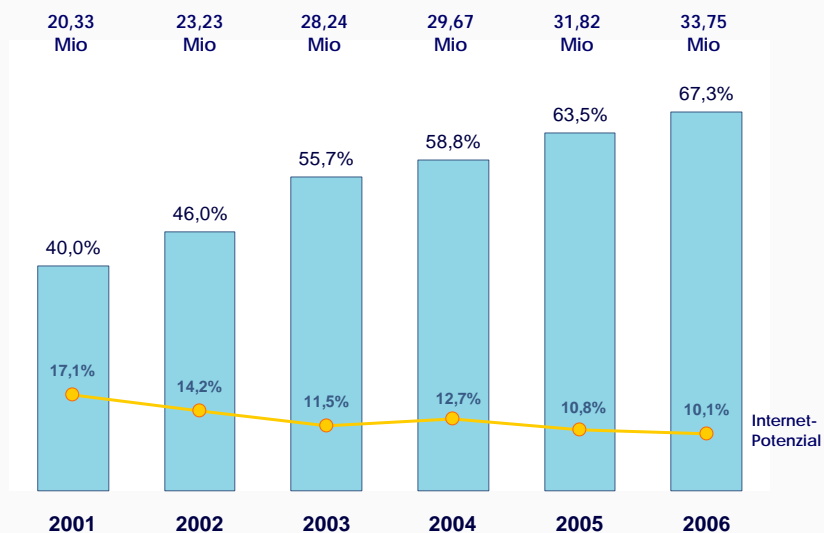
Gerhard Faehling

Präsentation am 11. Oktober 2006 in München

Institut für Demoskopie Allensbach

ACTA 2006

Internetnutzung im Trend

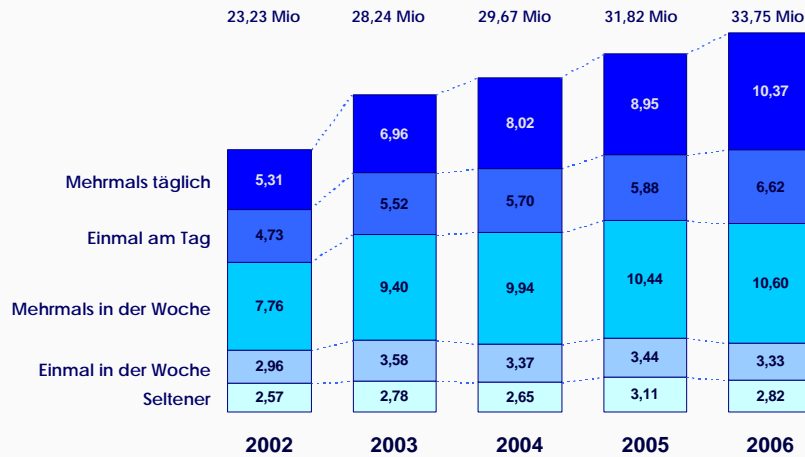


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Internetnutzung im Trend

„Wie oft nutzen Sie das Internet?“

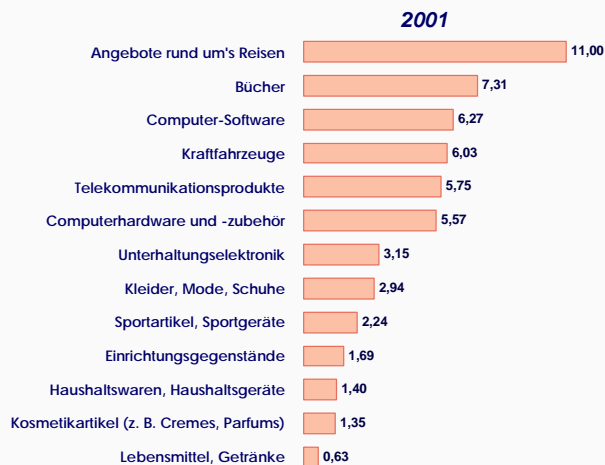


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Produktrecherche im Internet

Nutzer in Mio

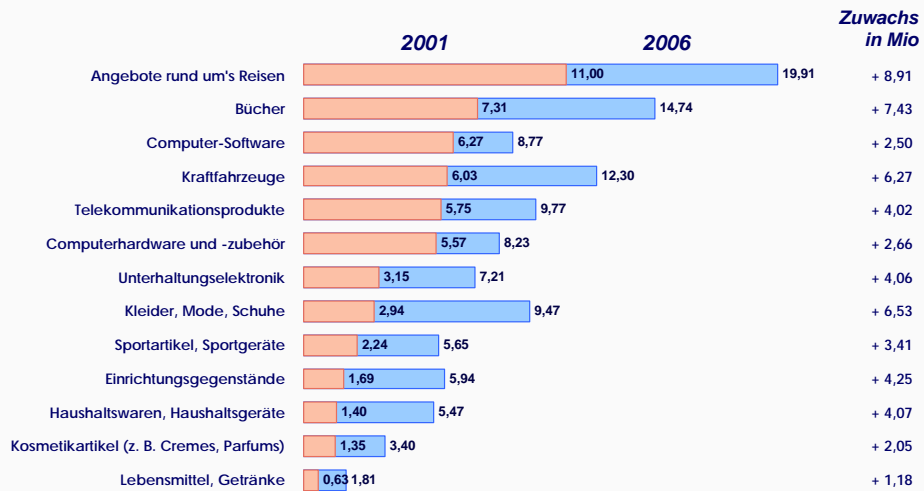


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Produktrecherche im Internet

Nutzer in Mio



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Online-Angebote in der ACTA 2006

Anzahl der Angebote:

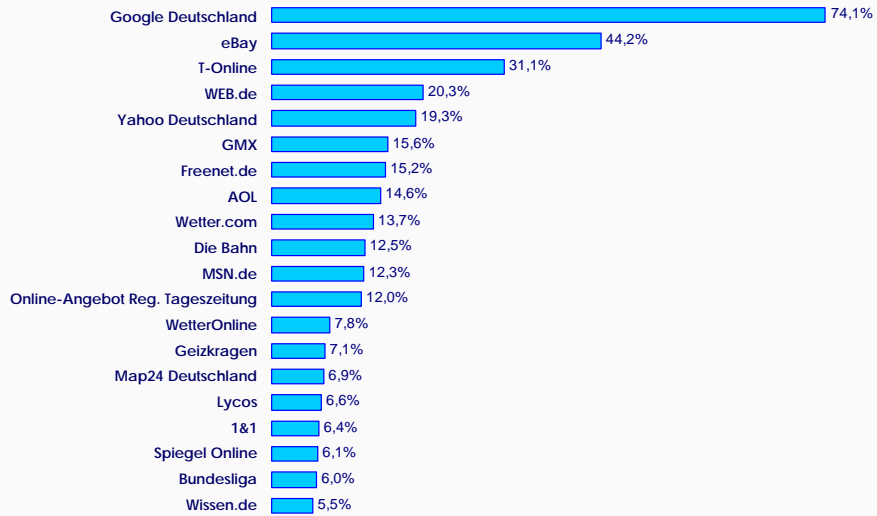
- ➔ Weitester Nutzerkreis: 102 Angebote
- ➔ Nutzer pro Monat: 100 Angebote
- ➔ Nutzer pro Woche: 82 Angebote

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Reichweiten der Online-Medien

Nutzer pro Woche in % / Basis: Internet-Nutzer

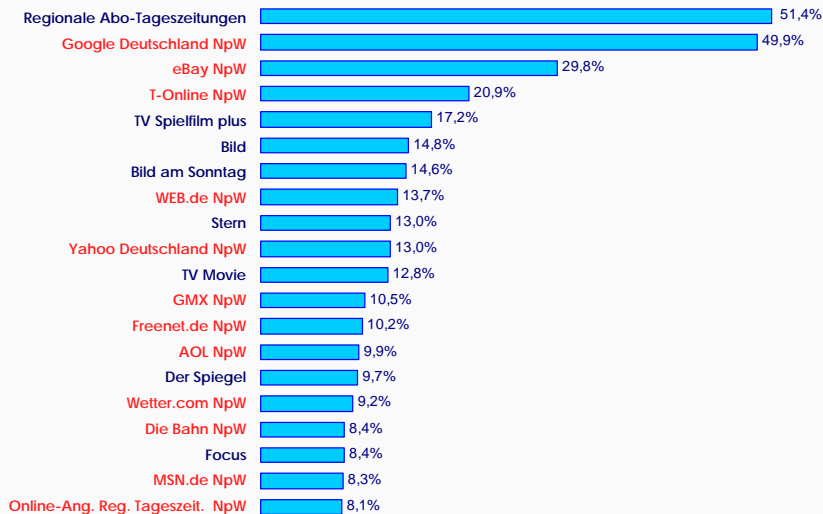


Basis: Internet-Nutzer 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Reichweiten Online- und Printmedien

LpA bzw. Nutzer pro Woche in % / Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre

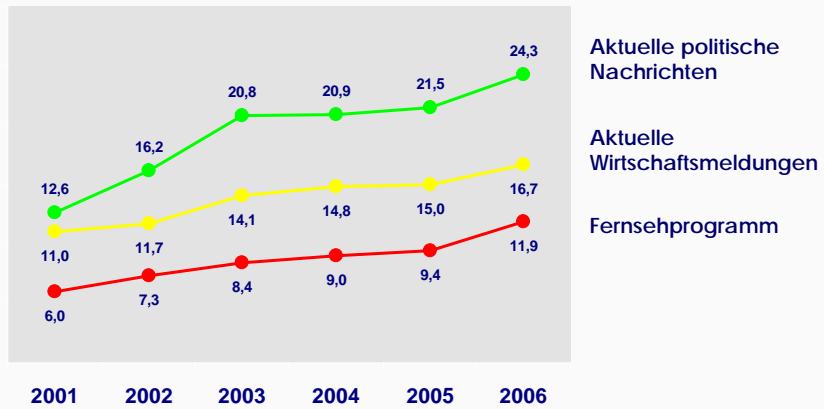


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Aktuelle Informationen aus dem Internet

Es beziehen häufiger / ab und zu



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

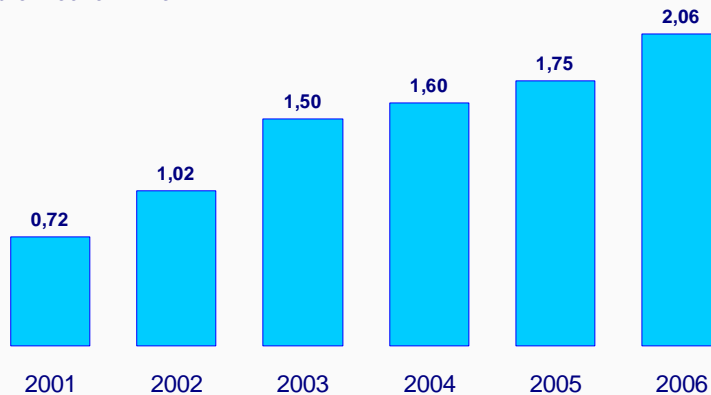
© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Spiegel Online

Reichweitenentwicklung



Nutzer pro Woche in Mio

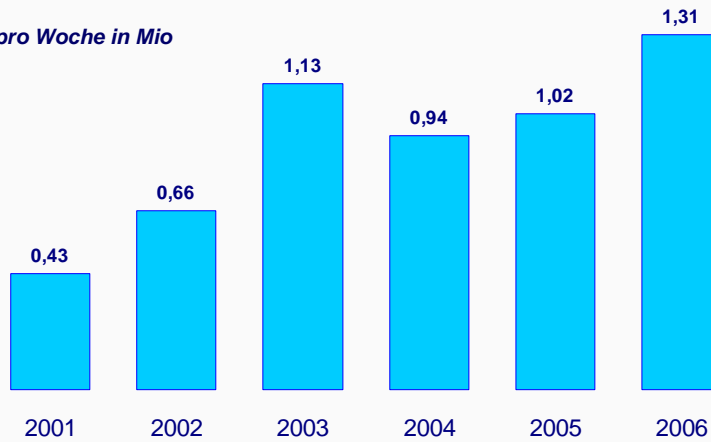


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2005

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH



Nutzer pro Woche in Mio

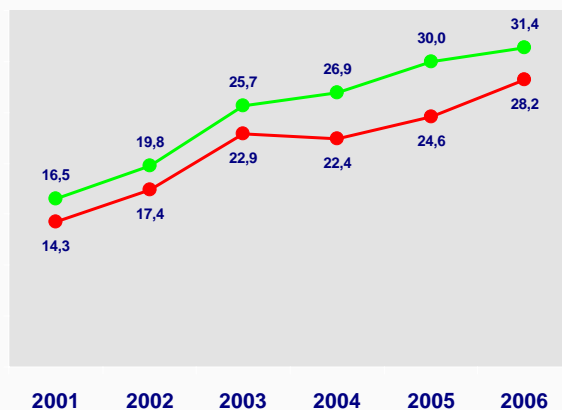


Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2005

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Aktuelle Informationen aus dem Internet

Es beziehen häufiger / ab und zu



Informationen über Reiseziele
Wetterbericht, Reisewetter

Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

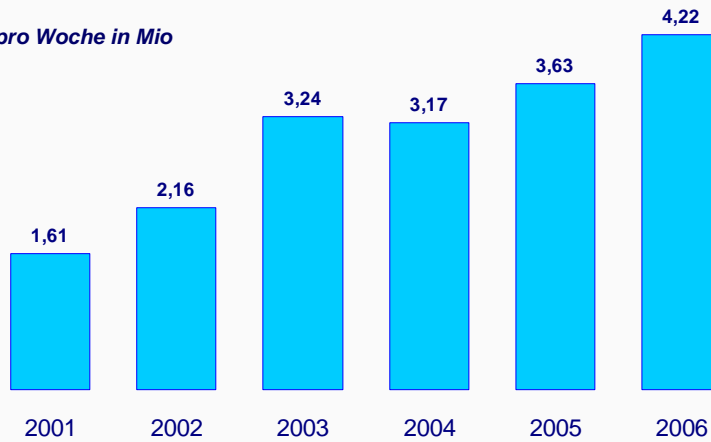
© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Die Bahn

Reichweitenentwicklung



Nutzer pro Woche in Mio

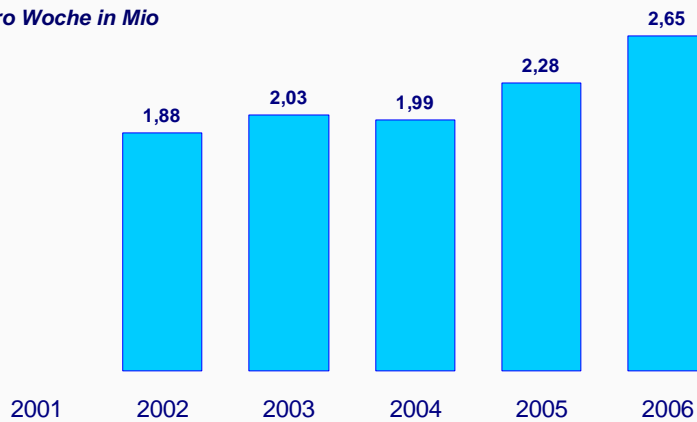


Wetter Online

Reichweitenentwicklung



Nutzer pro Woche in Mio

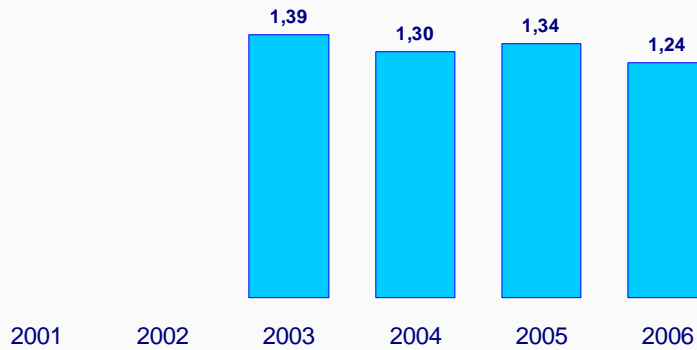


Handy.de

Reichweitenentwicklung



Nutzer pro Monat in Mio



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

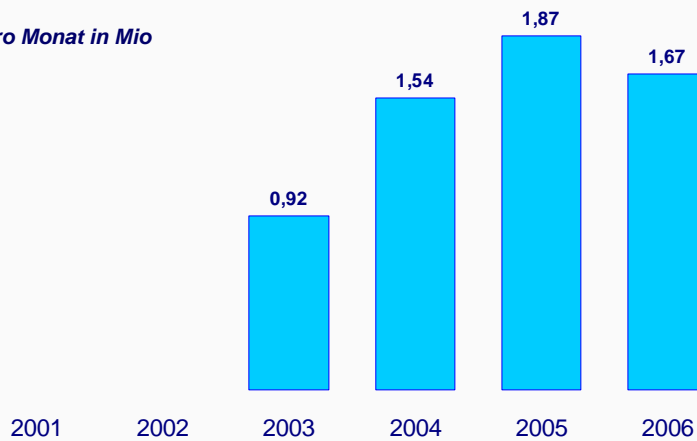
© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Jamba

Reichweitenentwicklung



Nutzer pro Monat in Mio



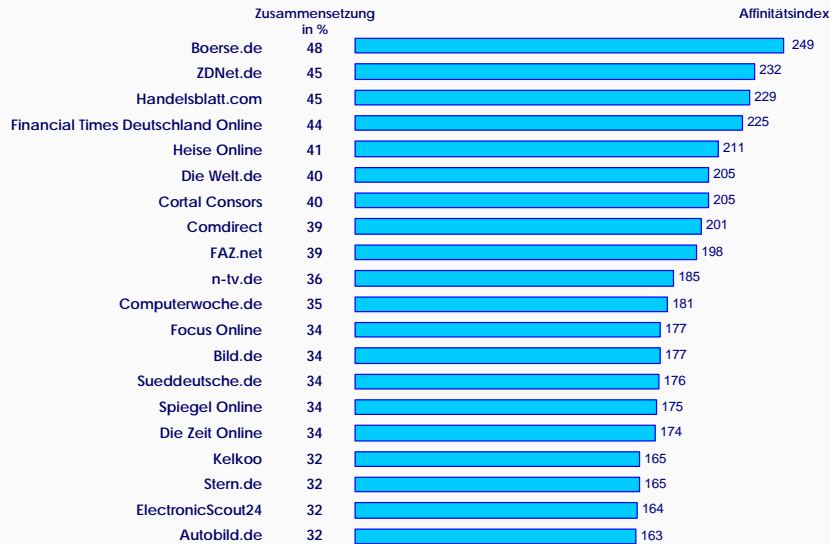
Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Rangreihe nach Zusammensetzung

Zielgruppe: Männer 30-64 Jahre, HHNE 2.500 € und mehr



Basis: Internet-Nutzer 14-64 Jahre

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Zielgruppen für den Automarkt

Autos, Autotechnik

- Interessiert mich insgesamt 28,45 Mio
- Interessiert mich ganz besonders 10,36 Mio
- Bin Ratgeber, Experte 6,53 Mio

Pkw-Kaufplan in den nächsten 12 Monaten

- Pkw-Kaufplan insgesamt 4,34 Mio
- Kaufplan Neuwagen 1,31 Mio
- Kaufplan Gebrauchtwagen 3,03 Mio

Internet

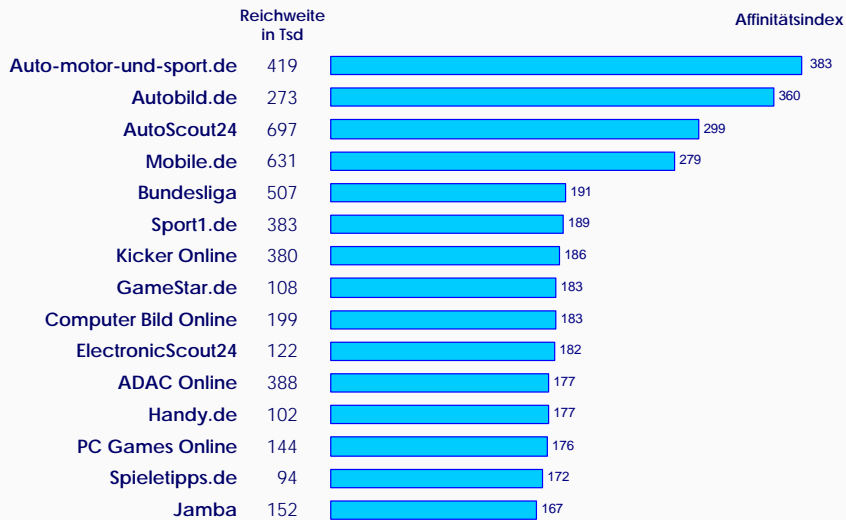
- Produktrecherche im Internet: Kraftfahrzeuge 12,30 Mio
- Käufe/Bestellungen im Internet: Kraftfahrzeuge 3,18 Mio

Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre

Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2001 - 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

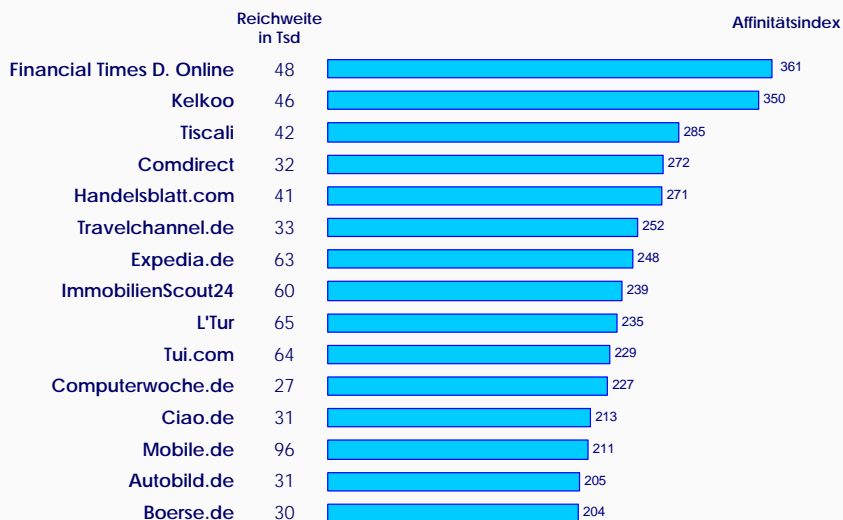
Auto, Autotests: Ratgeber, Experten (6,53 Mio)



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

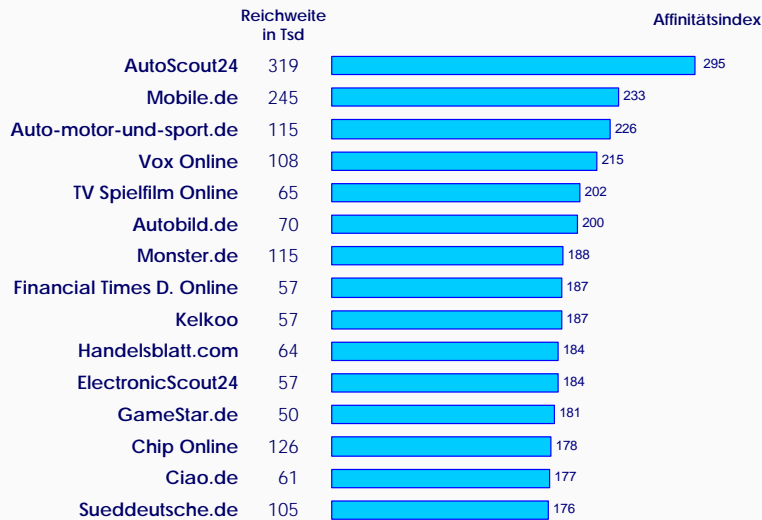
Kaufplan in nächsten 12 Monaten: Neuwagen (1,31 Mio)



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Kaufplan in nächsten 12 Monaten: Gebrauchtwagen (3,03 Mio)



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

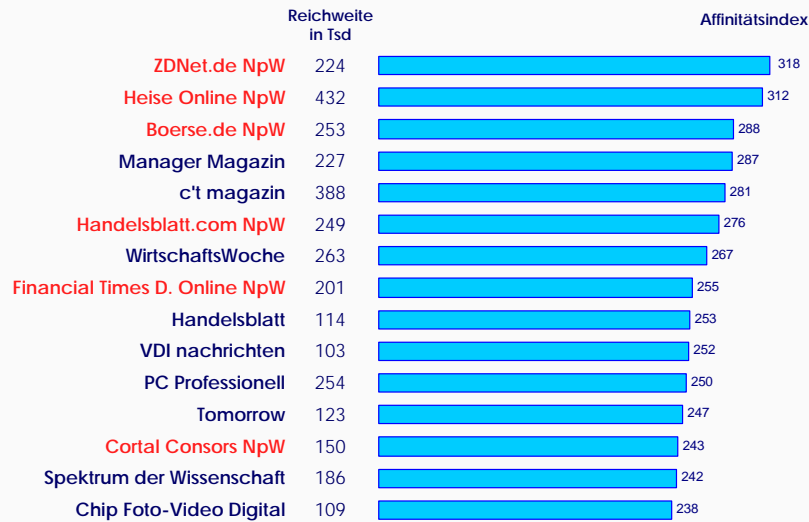
© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Beteiligung an Entscheidungen über IT-Investitionen

1. Wünsche äußern, merken, dass etwas fehlt oder besser laufen könnte
2. Anregungen für Neuanschaffungen geben, Vorschläge machen
3. Informationen beschaffen, sich über die Angebote auf dem Markt informieren
4. Die technischen Möglichkeiten und Eigenschaften prüfen und beurteilen
5. Prüfen der verschiedenen Bezugsmöglichkeiten
6. Entscheidung über Etat und Finanzierungsmöglichkeiten
7. Kaufentscheidung, entscheiden, was letztlich angeschafft oder wer beauftragt wird
8. Bestellung, Besorgung, Kauf

© COMsulting Gerhard Faehling GmbH

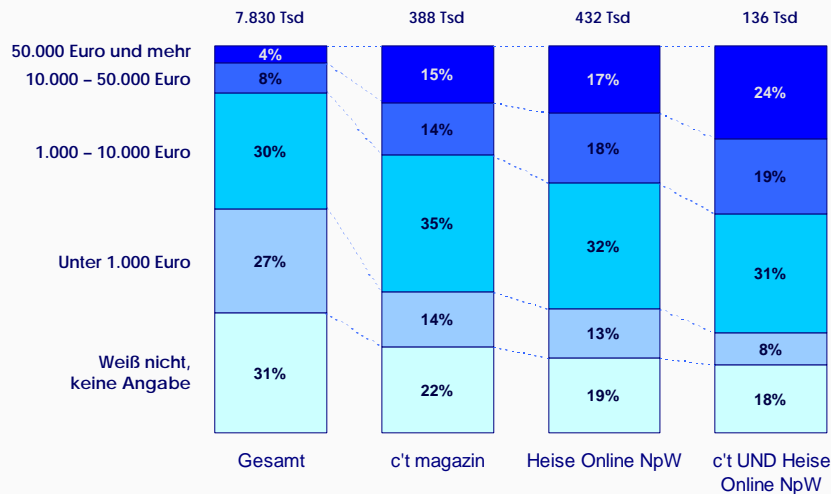
Entscheider bzw. Mitentscheider an IT-Investitionen (7,83 Mio)



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Investitionsvolumen der IT-Entscheider im Entscheidungsbereich



Basis: Entscheider bzw. Mitentscheider bei IT-Investitionen
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Abfrage von 47 Technikmarken

- Bekanntheit
- Sympathie
- Qualitativ hochwertig

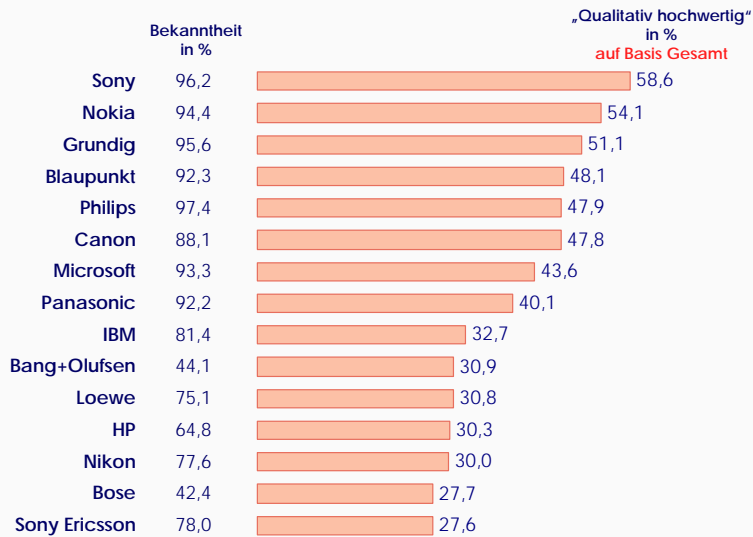
Bekanntheit von 47 Technikmarken

Basis: Gesamtbevölkerung 18-64 Jahre

Basis: Berufliche Führungskräfte

	%		%		%
Telekom	97,6	Arcor	80,6	Pentax	43,4
Philips	97,4	Sony Ericsson	78,0	Bose	42,4
Sony	96,2	Toshiba	77,8	1 & 1	41,8
Grundig	95,6	Nikon	77,6	Adobe	40,1
Nokia	94,4	Loewe	75,1	Data Becker	37,6
Microsoft	93,3	Freenet	74,0	Simyo	36,0
Blaupunkt	92,3	Epson	72,9	Acer	35,1
Panasonic	92,2	Apple	72,3	Sigma	33,6
Canon	88,1	Intel	71,9	Lexware	31,3 58,5
AOL	87,7	Konica	69,8	Datev	30,0 64,3
Samsung	86,3	Casio	67,2	Cisco	25,6 49,8
Motorola	84,1	Olympus	65,0	BenQ	23,1
Nintendo	83,8	HP	64,8	Versatel	20,8
Yamaha	82,4	Lexmark	64,4	Creative	16,0
Sharp	82,4	Dell	58,0	Teufel	10,2
IBM	81,4	Bang+Olufsen	44,1		

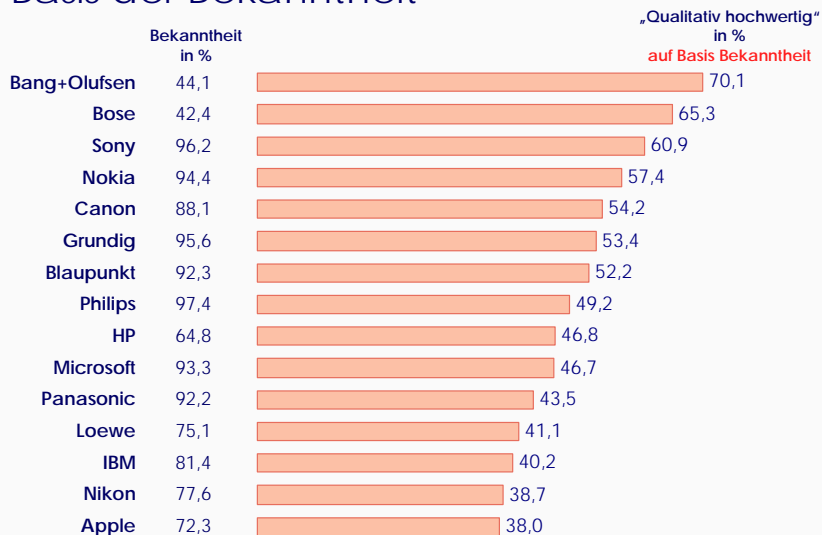
Qualitativ hochwertige Marken



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Qualitativ hochwertige Marken auf Basis der Bekanntheit



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

© COMSulting Gerhard Faehling GmbH

Zielgruppenbildung mit Markeninformationen

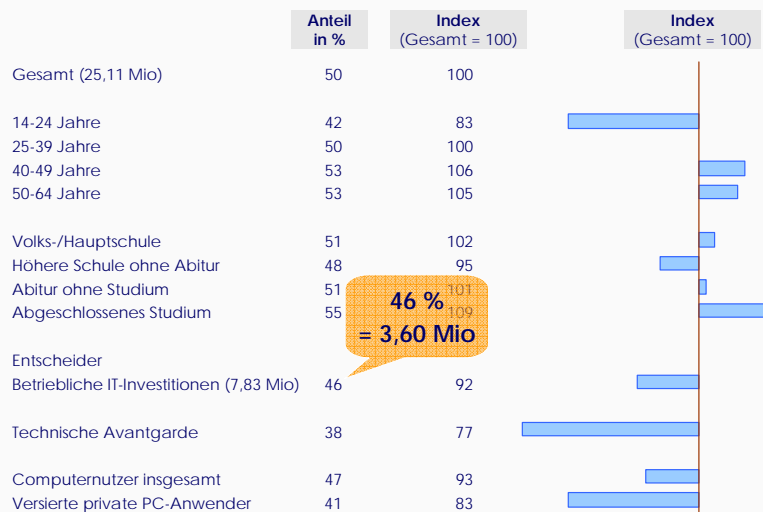
Marke Microsoft

Bekannt 46,78 Mio (93,3%)

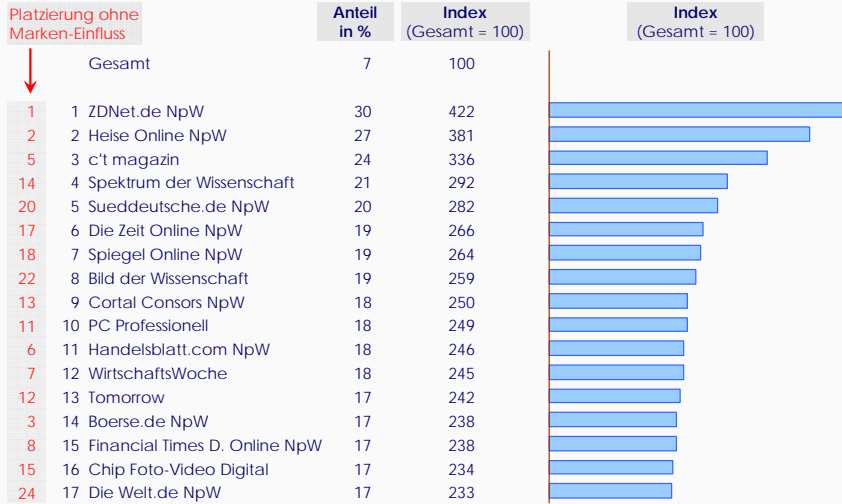
Sympathisch 21,66 Mio
Anteil an bekannt: = 46,3 %

Bekannt, aber nicht sympathisch 25,11 Mio
Anteil an bekannt: = 53,7 %

Microsoft bekannt, aber nicht sympathisch



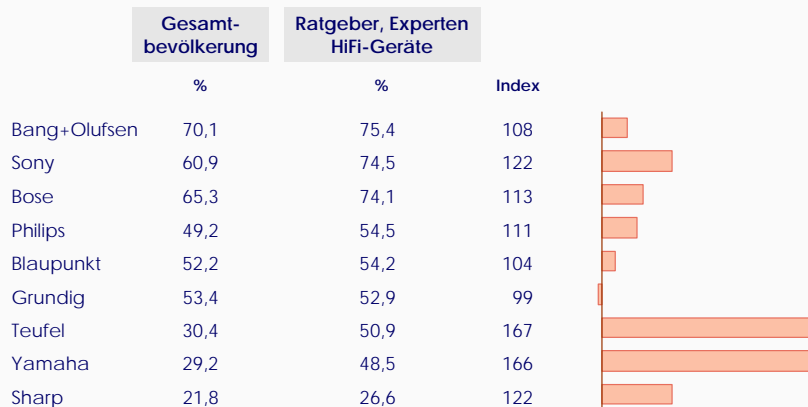
IT-Investitionsentscheider + Microsoft bekannt, aber nicht sympathisch (3,60 Mio)



Basis: Bevölkerung 14-64 Jahre
 Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2006

Markenimages in Zielgruppen

Qualitativ hochwertig auf Basis bekannt



COMsulting Gerhard Faehling GmbH

Oeverdiker Weg 6 • 23669 Timmendorfer Strand

Tel: 04503 / 70 33-0 • Fax: 04503 / 70 33-13

E-Mail: gf@consulting.de

Internet: www.consulting.de