INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2018

Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download www.awa-online.de

				Gesamt 100 % = 70,45 Mio %	Gesamt 100 % = 70,45 Mio Mio
		Informationsinteresse: Mode, Modetrends (s.S. 131)			
2 51	7	Interessiert mich ganz besonders		17,0	11,95
2 56	7	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr		37,0	26,06
2 61	7	Interessiert mich kaum, gar nicht		46,0	32,44
23 62	6	Interessiert insgesamt		54,0	38,01
2 66	7	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte		12,8	9,04
2 74	7	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet		13,4	9,43
		Einstellungen, Käufertypologie (s.S. 160)			
3 79	1	Kleidung kaufen macht mir Spaß		38,9	27,41
3 79	2	Mir ist es wichtig, gut gekleidet zu sein		56,6	39,88
3 79	3	Ich habe im Bereich Mode bestimmte Marken, die mir besonders gefallen, die ich gerne kaufe		37,9	26,73
3 79	4	Wenn ich sportliche Kleidung kaufe, bevorzuge ich hochklassige Marken wie Escada Sport oder Polo Ralph Lauren		5,8	4,11
3 79	5	Ich kaufe meine Kleidung oft bei Ketten wie H&M, New Yorker und Zara		28,1	19,76
3 79	6	Ich kaufe gern Produkte einer exklusiven Firma wie z.B. Armani, Gucci oder Prada		3,7	2,59
3 79	7	Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas		23,5	16,57
3 79	8	Ich achte beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden ist		14,8	10,42
3 79	9	Kleidung ist für mich etwas, mit dem ich meinen Geschmack, meinen Stil ausdrücke		46,0	32,40
3 79	0	Ich unterhalte mich gerne mit anderen über Mode		15,7	11,09
3 80	1	Ich lege besonderen Wert auf schicke Accessoires, z.B. Gürtel, Schals, Taschen		18,3	12,90
3 80	2	Ich nähe oder schneidere mir gerne Kleidung selbst		3,9	2,75
3 80	3	Mich interessieren bei Mode die neuesten Trends		12,6	8,85
3 80	4	Zeitschriften sind mit meine wichtigsten Informationsquellen über Mode		5,9	4,14
3 80	5	Für mich ist es beruflich wichtig, gut angezogen zu sein		20,1	14,15
3 64	7	Kaufe lieber preiswertere Kleidung und dafür öfter mal etwas Neues		38,0	26,79
3 64	8	Kaufe lieber hochwertigere, teurere Kleidung, die dafür länger hält		33,2	23,38
		Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 119)			
2 24	2	Kleidung		46,3	32,59
		Berufliche Fachgebiete (s.S. 181)			
11 71	6	Mode, Design		2,9	2,05
		Top Profis nach Berufsfeldern (s.S. 205)			
17 63	6	Top Profi Mode, Design		0,3	0,22
		Besitz bzw. Kaufplan in 1-2 Jahren (s.S. 141, 142)			
3 34	1	Accessoires (schicke Gürtel, Taschen usw.)	Besitz	30,1	21,18
3 39	1		Kaufplan	5,2	3,69
3 34	2	Exklusive Brille	Besitz	16,5	11,66
3 39	2		Kaufplan	3,0	2,09
3 35	7	Hochwertige Armbanduhr (ab 500 Euro)	Besitz	10,0	7,07
3 40	7		Kaufplan	1,8	1,26
3 37	2	Smartwatch	Besitz	4,3	3,00
3 42	2		Kaufplan	4,1	2,90
3 35	9	Wertvoller Schmuck (Einzelstücke ab 1.000 Euro)	Besitz	10,0	7,05
3 40	9		Kaufplan	1,6	1,10
3 36	3	Outdoorbekleidung für Sport und Alltag, z.B. von Jack Wolfskin,	Besitz	29,9	21,04
3 41	3	The North Face, Schöffel	Kaufplan	6,0	4,25

Auszug - Download

			Gesamt 100 % = 70,45 Mio %	Gesamt 100 % = 70,45 Mio Mio
		Informationsinteresse: Hautpflege, Körperpflege (s.S. 131)		
2 51	9	Interessiert mich ganz besonders	27,6	19,43
2 56	9	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	46,7	32,91
2 61	9	Interessiert mich kaum, gar nicht	25,7	18,10
23 64	6	Interessiert insgesamt	74,3	52,34
2 66	9	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	11,3	7,94
2 74	9	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	6,8	4,80
		Informationsinteresse: Kosmetik, Make-up (s.S. 131)		
2 51	8	Interessiert mich ganz besonders	13,8	9,70
2 56	8	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	25,1	17,66
2 61	8	Interessiert mich kaum, gar nicht	61,2	43,08
23 63	6	Interessiert insgesamt	38,8	27,36
2 66	8	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	9,6	6,74
2 74	8	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	7,0	4,90
		Informationsinteresse: Haarpflege, Frisuren (s.S. 132)		
2 51	0	Interessiert mich ganz besonders	21,0	14,76
2 56	0	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	38,9	27,38
2 61	0	Interessiert mich kaum, gar nicht	40,2	28,30
23 65	6	Interessiert insgesamt	59,8	42,14
2 66	0	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	11,6	8,15
2 74	0	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	7,4	5,19
		Informationsinteresse: Parfum, Eau de Toilette und andere Düfte für Männer und Frauen (s.S. 133)		
2 52	9	Interessiert mich ganz besonders	13,4	9,45
2 57	9	Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	39,0	27,50
2 62	9	Interessiert mich kaum, gar nicht	47,6	33,50
23 76	6	Interessiert insgesamt	52,4	36,95
2 67	9	Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	7,2	5,06
2 75	9	Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	4,4	3,09
		Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 119)		
2 27	8	Kosmetik	16,8	11,84
		Einstellungen, Käufertypologie (s.S. 160, 178)		
3 80	6	Ich benutze täglich Parfum bzw. Eau de Toilette	36,1	25,41
11 15	4	Ich achte bei Kosmetika darauf, dass sie nur aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen	17,1	12,01

Auszug - Download

			Gesamt 100 % = 70,45 Mio %	Mio
		Körper-, Haarpflegemittel: Persönliche Verwendung in den letzten 7 Tagen (s.S. 144)		
3 57	1	Duschzusatz, Duschgel	91,8	64,64
3 57	2	Badezusatz (Schaumbad, Creme-, Ölbäder)	27,7	19,49
3 57	3	Deo (Spray, Roller, Stift)	80,7	56,87
3 57	4	Hautcreme für alle Zwecke	50,7	35,70
3 57	5	Körperlotion	43,0	30,29
3 57	8	Mundwasser, Mundspülung	38,3	27,01
3 57	9	Pflegemittel für den Zahnersatz	17,2	12,13
3 57	0	Haarshampoo	90,0	63,39
3 58	1	Haarkuren, Pflegespülungen	28,7	20,22
3 58	2	Haartönung, Haarfärbung (Coloration)	11,3	7,98
3 58	6	Haargel oder andere Produkte zum Stylen des Haares	17,2	12,15
3 58	7	Spezielle Pflegemittel für die Hände	32,4	22,80
3 59	8	Produkte für die Fußpflege, z.B. Fußbalsam, Fußbad-Zusatz	22,0	15,49
		Nur an Frauen!	Frauen 100 % = 35,75 Mio %	Mio
3 57	6	Enthaarungscreme	8,6	3,07
3 57	7	Rasierschaum, Rasiergel für Beine oder Achseln	19,0	6,79
3 58	3	Schaumfestiger für das Haar oder anderer Haarfestiger, der nach der Haarwäsche verwendet wird	33,7	12,04
3 58	4	Haarspray	41,6	14,87
3 58	5	Haarlack	6,8	2,42
3 58	8	Gesichtsmasken	18,7	6,69
3 58	9	Reinigungsmilch für das Gesicht	34,0	12,15
3 58	0	Gesichtswasser, Gesichtslotion	25,4	9,09
3 59	1	Tagescreme	64,2	22,94
3 59	2	Nachtcreme	43,3	15,50
3 59	3	Make-up für das Gesicht	44,5	15,92
3 59	4	Lippenstift	48,4	17,32
3 59	5	Nagellack	36,4	13,01
3 59	6	Augen-Make-up	48,0	17,14
3 59	7	Eau de Toilette, Eau de Parfum, Parfum	65,0	23,25
3 59	9	Antifaltencreme	19,2	6,88
17 44	Y	**Kernzielgruppe Dekorative Kosmetik für Frauen** (s.S. 217)	35,8	12,81
17 45	Y	**Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Frauen** (s.S. 217)	26,9	9,61
		Nur an Männer!	Männer 100 % = 34,70 Mio %	Mio
3 11	1	Haarwasser	6,4	2,22
3 11	2	Spezielle Gesichtscreme, Feuchtigkeitscreme	15,0	5,19
3 11	3	Rasierschaum, Rasiergel (aus der Dose)	49,3	17,10
3 11	4	Rasiercreme (aus der Tube)	13,8	4,78
3 11	5	After-shave-Lotion, Rasierwasser, das man nach dem Rasieren nimmt	54,9	19,03
3 11	6	Pre-shave-Lotion, Gesichtswasser, das man vor dem Rasieren nimmt	5,0	1,72
3 11	7	Eau de Toilette, Parfum, speziell für Männer	45,5	15,79
3 11	8	Antifaltencreme	1,9	0,66
17 39	Y	**Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Männer** (s.S. 217)	12,3	4,26

Auszug - Download