
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Auszug

AWA 2022 Allensbacher
Marktanalyse
Werbeträgeranalyse

CODEBUCH

Download www.awa-online.de

		Gesamt 100 % = 70,60 Mio %	
Informationsinteresse: Mode, Modetrends (s.S. 137)			
Interessiert mich ganz besonders		16,8	11,85
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr		35,5	25,03
Interessiert mich kaum, gar nicht		47,8	33,72
Interessiert insgesamt		52,2	36,88
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte		12,1	8,55
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet		14,7	10,36
Einstellungen, Käufertypologie (s.S. 167)			
Kleidung kaufen macht mir Spaß		38,7	27,32
Mir ist es wichtig, gut gekleidet zu sein		54,2	38,24
Ich habe im Bereich Mode bestimmte Marken, die mir besonders gefallen, die ich gerne kaufe		39,0	27,50
Wenn ich sportliche Kleidung kaufe, bevorzuge ich hochklassige Marken wie Escada Sport oder Polo Ralph Lauren		6,2	4,37
Ich kaufe meine Kleidung oft bei Ketten wie H&M, New Yorker und Zara		25,0	17,64
Ich kaufe gern Produkte einer exklusiven Firma wie z.B. Armani, Gucci oder Prada		4,1	2,91
Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas		24,9	17,56
Ich achte beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden ist		15,7	11,11
Kleidung ist für mich etwas, mit dem ich meinen Geschmack, meinen Stil ausdrücke		46,6	32,88
Ich unterhalte mich gerne mit anderen über Mode		15,8	11,15
Ich lege besonderen Wert auf schicke Accessoires, z.B. Gürtel, Schals, Taschen		19,2	13,56
Ich nähe oder schneidere mir gerne Kleidung selbst		4,9	3,46
Mich interessieren bei Mode die neuesten Trends		12,6	8,91
Zeitschriften sind mit meine wichtigsten Informationsquellen über Mode		5,5	3,85
Für mich ist es beruflich wichtig, gut angezogen zu sein		19,6	13,82
Ich gehe beim Kleiderkauf gezielt auf Suche, wenn ich was Bestimmtes brauche		47,6	33,64
Kaufe Kleidung, wenn mir zufällig etwas Schönes auffällt		31,0	21,91
Gehe beim Kleiderkauf gezielt auf Suche, kaufe aber auch wenn mir zufällig etwas Schönes auffällt		21,3	15,05
Ich habe ein oder mehrere Tattoos bzw. Tätowierungen		18,4	12,98
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 125)			
Kleidung		42,1	29,73
Berufliche Fachgebiete (s.S. 191)			
Mode, Design		2,8	1,96
Top Profis nach Berufsfeldern (s.S. 215)			
Top Profi Mode, Design		0,4	0,27
Besitz bzw. Kaufplan in 1-2 Jahren (s.S. 148, 149)			
Accessoires (schicke Gürtel, Taschen usw.)	Besitz	28,2	19,92
	Kaufplan	3,9	2,72
Exklusive Brille	Besitz	14,6	10,28
	Kaufplan	1,9	1,36
Hochwertige Armbanduhr	Besitz	11,7	8,29
	Kaufplan	1,9	1,35
Smartwatch	Besitz	16,8	11,83
	Kaufplan	7,3	5,16
Wertvoller Schmuck	Besitz	11,1	7,84
	Kaufplan	1,3	0,90
Outdoorbekleidung für Sport und Alltag	Besitz	30,6	21,59
	Kaufplan	5,2	3,70

	Gesamt 100 % = 70,60 Mio %		Mio
Informationsinteresse: Hautpflege, Körperpflege (s.S. 137)			
Interessiert mich ganz besonders	25,3		17,83
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	46,3		32,71
Interessiert mich kaum, gar nicht	28,4		20,06
Interessiert insgesamt	71,6		50,54
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	9,9		6,96
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	8,8		6,24
Informationsinteresse: Kosmetik, Make-up (s.S. 137)			
Interessiert mich ganz besonders	13,8		9,71
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	24,5		17,28
Interessiert mich kaum, gar nicht	61,8		43,61
Interessiert insgesamt	38,2		26,99
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	9,4		6,60
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	8,8		6,25
Informationsinteresse: Haarpflege, Frisuren (s.S. 137)			
Interessiert mich ganz besonders	20,6		14,55
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	38,2		26,95
Interessiert mich kaum, gar nicht	41,2		29,10
Interessiert insgesamt	58,8		41,50
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	10,3		7,30
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	8,9		6,27
Informationsinteresse: Parfum, Eau de Toilette und andere Düfte für Männer und Frauen (s.S. 139)			
Interessiert mich ganz besonders	14,0		9,87
Interessiert mich auch, aber nicht so sehr	38,4		27,14
Interessiert mich kaum, gar nicht	47,6		33,60
Interessiert insgesamt	52,4		37,01
Interessiert und - gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte	6,8		4,83
Über dieses Thema informiere ich mich häufiger im Internet	5,6		3,95
Hohe Ausgabebereitschaft (s.S. 125)			
Kosmetik	15,6		11,03
Einstellungen, Käufertypologie (s.S. 167, 188)			
Ich benutze täglich Parfum bzw. Eau de Toilette	35,8		25,28
Ich achte bei Kosmetika darauf, dass sie nur aus natürlichen Inhaltsstoffen bestehen	18,6		13,10
Ich habe ein oder mehrere Tattoos bzw. Tätowierungen	18,4		12,98

Körper-, Haarpflegemittel: Persönliche Verwendung in den letzten 7 Tagen
(s.S. 150)

	Gesamt 100 % = 70,60 Mio %	
		Mio
Duschzusatz, Duschgel	90,3	63,75
Badezusatz (Schaumbad, Creme-, Ölbäder)	26,1	18,41
Deo	80,3	56,67
Hautcreme für alle Zwecke	44,5	31,44
Körperlotion	42,9	30,29
Mundwasser, Mundspülung	36,6	25,84
Pflegemittel für den Zahnersatz	14,7	10,38
Haarshampoo	88,5	62,47
Haarkuren, Pflegespülungen	28,8	20,32
Haartönung, Haarfärbung (Coloration)	12,4	8,78
Haargel oder andere Produkte zum Stylen des Haares	16,9	11,90
Spezielle Pflegemittel für die Hände	34,8	24,59
Produkte für die Fußpflege	22,4	15,78

Nur an Frauen!

Enthaarungscreme	5,6	3,93
Rasierschaum, Rasiergel für Beine oder Achseln	9,7	6,82
Schaumfestiger für das Haar oder anderer Haarfestiger, der nach der Haarwäsche verwendet wird	15,7	11,05
Haarspray	18,3	12,92
Haarlack	3,3	2,35
Gesichtsmasken	11,2	7,90
Reinigungsmilch für das Gesicht	18,4	13,00
Gesichtswasser, Gesichtslotion	13,4	9,45
Tagescreme	31,6	22,31
Nachtcreme	22,4	15,81
Make-up für das Gesicht	21,8	15,39
Lippenstift	23,1	16,34
Nagellack	19,9	14,03
Augen-Make-up	24,6	17,37
Eau de Toilette, Eau de Parfum, Parfum	32,1	22,63
Antifaltencreme	10,7	7,57

Kernzielgruppe Dekorative Kosmetik für Frauen (s.S. 228) 17,9 12,64

Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Frauen (s.S. 228) 13,8 9,77

Nur an Männer!

Haarwasser	2,6	1,87
Spezielle Gesichtscreme, Feuchtigkeitscreme	7,4	5,20
Rasierschaum, Rasiergel	24,0	16,97
Rasiercreme	6,8	4,81
After-shave-Lotion	27,0	19,03
Pre-shave-Lotion	2,6	1,86
Eau de Toilette, Parfum, speziell für Männer	22,5	15,91
Antifaltencreme	1,2	0,83
Produkte für die Bartpflege	4,2	2,96

Kernzielgruppe Pflegende Kosmetik für Männer (s.S. 228) 5,7 4,03