

ma 2014 Plakat

Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung

am 25. September 2014



ma 2014 **Plakat**

Methoden-Steckbrief zur Berichterstattung

am 25. September 2014

© ma 2014 Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. und Media-Micro-Census GmbH

Zitate und Teilveröffentlichungen sind nur mit der Quellenangabe "ma 2014 Plakat" gestattet.
Jede kommerzielle Verwendung von Daten aus dieser Analyse durch Nicht-Mitglieder der agma bedarf schriftlicher
Zustimmung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma), Am Weingarten 25, 60487 Frankfurt am Main.

ISSN 0933-0372

Im Auftrag der
Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

ma 2014 Plakat Methoden-Steckbrief

Inhaltsverzeichnis

Das 3-Säulen-Modell	2
Stellenarten	3
Plakatseher pro Stelle (PpS)	4
Erhebung von Mobilität	4
Grundgesamtheit.....	5
Stichprobe.....	5
Feldmodell.....	6
Erhebungszeiträume.....	6
Institute.....	7
Fallzahlen	7
Berichterstattung: Ausgewiesene Merkmale	9
Strukturzählungen.....	14
Veröffentlichungen zur ma 2014 Plakat	16

Das 3-Säulen-Modell

Die ma Plakat ist eine Reichweitenuntersuchung und bildet für Agenturen und Werbungtreibende die Grundlage zur Planung von Außenwerbung. Die ma Plakat berücksichtigt, dass Kontakte mit Plakaten aufgrund mangelnder Erinnerungsleistung der Interviewten nicht zuverlässig direkt erfragbar sind. Sie geht davon aus, dass Kontaktchancen mit Plakatstellen immer dort entstehen, wo Personen auf ihren täglichen Wegen außer Haus unterwegs sind.

Um die „Begegnungswahrscheinlichkeit“ mit einem Plakatstandort abzubilden und die planungsrelevanten Leistungswerte zu berechnen, werden in der ma Plakat die „Wege außer Haus“ in der Bevölkerung erhoben. Anhand der erhobenen Mobilitätsdaten werden die Leistungsdaten der Plakatstandorte ermittelt. Im Kontakt- und Reichweiten-Modell der ma Plakat werden dazu die Wege der Personen mit den Plakatstandorten („Werbeträger-Stammdaten“ des FAW) unter Berücksichtigung der Verkehrsfrequenzen aus dem FAW Frequenzatlas und von standortspezifischen Wirk-Parametern der einzelnen Werbeträger („k-Werte“) in Zusammenhang gebracht.

Veranschaulicht wird dies durch das „3-Säulen-Modell“ der ma Plakat:



Das von der Firma ISBA (Hamburg) entwickelte Reichweiten-Modell setzt diese Komponenten miteinander in Beziehung, so dass sie in einem Datensatz gemeinsam auswertbar sind. In diesem sind zu jedem Befragten die Kontaktwahrscheinlichkeit („p-Wert Netto“) sowie die Anzahl zu erwartender Kontakte („p-Wert Brutto“, der „Plakatseher pro Stelle“, PpS) zu jeder Belegungseinheit festgehalten, außerdem die Varianz der modellierten Kontaktverteilung.

Eine detaillierte Beschreibung des Reichweiten-Modells ist der ma Plakat Dokumentation zu entnehmen.

Stellenarten

In der ma 2014 Plakat werden Leistungswerte für folgende Stellenarten ausgewiesen:

Großfläche (GF)

- Ausweisung auf Basis von Einzel-Plakat-Werbeträgern
- Belegungsdauer: 10,5 Tage



Mega-Light-Poster/City-Light-Board (ML / CLB)

- Ausweisung auf Basis von Netzbelegungen
- Belegungsdauer: 1 Woche



Ganzsäule (GZ)

- Ausweisung auf Basis von Einzel-Plakat-Werbeträgern
- Belegungsdauer: 10,5 Tage



City-Light-Poster (CLP)

- Ausweisung auf Basis von Netzbelegungen
- Belegungsdauer: 1 Woche



Plakatseher pro Stelle (PpS)

Werbemittelkontaktchance

Der PpS gibt die Kontaktsumme eines Werbeträgers bzw. eines Werbeträgernetzes wieder und ist als Werbemittelkontaktchance einzustufen. Im agma-Zähl Datensatz bzw. in den Planungstools wie z.B. MDS erfolgt die Abbildung der Kontaktsummen nach dem jeweiligen Belegungszeitraum des Werbeträgers (7 bzw. 10,5 Tage). Die Berechnung der Leistungswerte beruht auf der Bestimmung der Passagefrequenz und der Berücksichtigung von qualifizierenden Stellenstandort-Parametern (sog. „k-Wert“).

Definition:

- **Sichtbarkeitsgewichteter Passage-Kontakt mit einer einzelnen Plakatstelle**

Erhebung von Mobilität

Die Mobilitäts- und Befragten-Daten der ma Plakat werden über die Kombination von zwei Erhebungsmethoden erhoben:

CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)

Die Erhebung der „Wege außer Haus“ erfolgt mittels telefonischer Befragung flächenrepräsentativ. Die CATI-Befragten werden zu ihren Wegen am Vortag bzw. am letzten Tag außer Haus befragt. Die vom Befragten berichteten Wege werden mit einer kartenbasierten Software erfasst, die in das CATI-Interview eingebettet ist: Startpunkt eines Weges, Zielpunkt eines Weges, relevante Zwischenpunkte und genutzte Verkehrsmittel. Die Wege werden von der Software während des Interviews auf das Navteq-Straßennetz geroutet und können vom Interviewer sofort anhand der genannten Punkte auf der Karte nachvollzogen und validiert werden.

GPS (Global Positioning System)

Die Erhebung der „Wege außer Haus“ erfolgt mittels einer technischen Messung mit einem GPS-Empfänger. GPS ist ein satellitengestütztes System zur geographischen Positions- und Standortbestimmung mittels eines Empfangsgerätes. In ausgewählten Städten rekrutierte GPS-Probanden tragen für einen Zeitraum von 7 Tagen einen GPS-Empfänger mit sich, der die zurückgelegten Wege aufzeichnet. Dieser GPS-Empfänger soll auf allen Wegen außer Haus mitgeführt werden und speichert die zurückgelegten Wege anhand von GPS-Koordinaten im Sekundentakt. Die gemessenen Wegpunkte werden in der weiteren Datenverarbeitung ebenfalls dem Navteq-Straßennetz zugeordnet. Die Platzierung des GPS-Empfängers im Haushalt ist mit einem Paper-and-Pencil-Interview (PAPI) verbunden.

Grundgesamtheit

Personen

Deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahre:

- **70,326 Millionen**

Haushalte

Privathaushalte am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland mit deutschsprachiger Bezugsperson:

- **39,866 Millionen**

Gebietsstand

Statistisches Bundesamt; Quelle: Gemeindeverzeichnis (GV 100):

- **31.12.2011**

Fortschreibung auf den Gebietsstand 31.12.2012 durch BIK ASCHPURWIS+BEHRENS GmbH aufgrund der Veränderungsmitteilungen durch die Statistischen Landesämter

Stichprobe

CATI

Die Auswahl der Zielpersonen erfolgt in den CATI-Erhebungen durch eine Zufallsstichprobe auf Basis der ADM-Auswahlgrundlage für Telefonstichproben, innerhalb der Haushalte per Schwedenschlüssel. Die Stichprobe ist bundesweit proportional angelegt, enthält also keine Aufstockungen in bestimmten Gebieten.

GPS (face-to-face)

Zur Rekrutierung der GPS-Probanden wird ein zweistufiges Stichprobenverfahren eingesetzt. In ausgewählten deutschen Städten (z.T. plus Kerngebiet nach BIK-Systematik) werden in einer Zufallsauswahl Sample Points gezogen. Die Auswahl der Zielperson im Point erfolgt über ein Quotenverfahren. Die dabei eingesetzten Quoten-Merkmale sind: Alter (7 Klassen) x Geschlecht; Anzahl Personen im Haushalt (3 Klassen); Kinder unter 14 Jahren im Haushalt (ja/nein); Schulbildung (3 Klassen); Berufstätigkeit (2 Klassen).

Feldmodell

Die Erhebungen zur ma Plakat werden nahezu ganzjährig durchgeführt. In einer Berichterstattung zur ma Plakat werden jeweils mehrere Erhebungswellen (CATI & GPS) zusammengefasst:



Erhebungszeiträume

Die Feldzeiten der einzelnen Erhebungswellen zur ma 2014 Plakat:

Erhebungswelle	Erhebungswochen	Feldbeginn		Feldende
Welle 2009 CATI & GPS	23	16.02.2009	bis	09.08.2009
Welle 2010 CATI	40	12.04.2010	bis	30.01.2011
Welle 2011 CATI & GPS	50	14.02.2011	bis	12.02.2012
Welle 2012 CATI & GPS	45	05.03.2012	bis	27.01.2013
Welle 2013 CATI & GPS	45	04.03.2013	bis	26.01.2014

Die Erhebungszeiträume werden jeweils von einer Weihnachtspause (2 Wochen) und einer Oster-Pause (Karfreitag bis Ostermontag) unterbrochen.

Institute

Für die Durchführung der Interviews zur ma 2014 Plakat waren folgende Institute in den jeweiligen Erhebungswellen im Einsatz:

	Welle 2009 CATI	Welle 2009 GPS	Welle 2010 CATI	Welle 2011 CATI	Welle 2011 GPS	Welle 2012 CATI	Welle 2012 GPS	Welle 2013 CATI	Welle 2013 GPS
GfK Enigma	X		X	X		X		X	
Ifak	X		X	X	X		X		X
IM Leipzig		X			X				
Ipsos		X			X			X	
Marplan	X	X							
MMA		X		X		X	X	X	X
TNS Infratest	X		X			X			
uniQma							X		X

Fallzahlen

Die Gesamtfallzahl der ma 2014 Plakat (entspricht der Summe der Personen-Gewichte):

- **62.352**

Die Fallzahlen der einzelnen Erhebungswellen zur ma 2014 Plakat:

Erhebungs- Methode	Welle 2009	Welle 2010	Welle 2011	Welle 2012	Welle 2013	ma 2014 gesamt
CATI	9.885	10.096	10.091	10.064	10.043	50.179
GPS	3.175	-	2.993	3.005	3.000	12.173
Summe	13.060	10.096	13.084	13.069	13.043	62.352

GPS-Städte mit Fallzahl (ohne CATI)

GPS-Stadt	Welle 2009	Welle 2011	Welle 2012	Welle 2013	ma 2014
Aachen				81	81
Augsburg		80	60	60	200
Bamberg	120	30		30	180
Berlin		330	405	245	980
Bielefeld				80	80
Bochum		110	60	60	230
Bonn				80	80
Brandenburg		59	30		89
Braunschweig				80	80
Bremen		119	120	69	308
Castrop-Rauxel		60	30		90
Chemnitz		80	59	60	199
Cottbus				50	50
Dortmund		120	120	70	310
Dresden		120	120	70	310
Duisburg		120	121	70	311
Düsseldorf		119	120	70	309
Eberswalde	99				99
Erfurt	180	40		40	260
Essen		120	120	70	310
Frankfurt a.M.	96	144	63	95	398
Freiburg i. B.	80	60		60	200
Gießen		60	30		90
Grabow	34				34
Halle				80	80
Hamburg	99	150	175	95	519
Hannover		130	121	60	311
Ingolstadt	149		30	30	209
Jena			80	50	130
Kassel	226	40		38	304
Kiel	222	40		40	302
Köln		154	195	96	445
Lahnstein	90				90
Leipzig	79	70	100	70	319
Lübeck				80	80
Magdeburg			80	40	120
Malchin	33				33
Mannheim / Ludwigshafen	528			95	623
Marburg	135	30	30	30	225
Memmingen	115				115
München	100	153	150	95	498
Münster			100	40	140
Nürnberg		135	105	60	300
Oldenburg		60	60	40	160
Potsdam				50	50
Regensburg				50	50
Rodgau	107			50	157
Rosenheim	150				150
Rostock		70	60	61	191
Saarbrücken	249	40	30	40	359
Schwerin	140	30	30	30	230
Stavenhagen-Reuterstadt	35				35
Steinfurt	109				109
Stuttgart		120	121	70	311
Wiesbaden				80	80
Wolfsburg				50	50
Würzburg			80	40	120
Summe	3.175	2.993	3.005	3.000	12.173
Anzahl Städte	23	31	31	46	57

Berichterstattung: Ausgewiesene Merkmale

Leistungswerte Plakatstellenarten: Tabellen-Vorspalten

- Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren
- Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren
- Reichweite in %
- Hochrechnung in Mio. (Personen)
- Kontakte in Mio.

 Großfläche (GF) Belegungsdauer: 10,5 Tage Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J. Reichweite in %	 Mega-Light-Poster (ML) City-Light-Board (CLB) Belegungsdauer: 1 Woche Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J. Reichweite in %	 Ganzsäule (GZ) Belegungsdauer: 10,5 Tage Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J. Reichweite in %	 City-Light-Poster (CLP) Belegungsdauer: 1 Woche Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J. Reichweite in %
Fallzahl (gew.) Fallzahl (ungew.) Deutschland gesamt Vollbelegung intensiver Werbedruck (1:2000) normal hoher Werbedruck (1:3000) mittlerer Werbedruck (1:4000) niedriger Werbedruck (1:5000) Belegungsgebiet: OG politisch Orte ab 20.000 Einwohner Vollbelegung intensiver Werbedruck (1:2000) normal hoher Werbedruck (1:3000) mittlerer Werbedruck (1:4000) niedriger Werbedruck (1:5000) Orte ab 50.000 Einwohner Vollbelegung intensiver Werbedruck (1:2000) normal hoher Werbedruck (1:3000) mittlerer Werbedruck (1:4000) niedriger Werbedruck (1:5000) Orte ab 100.000 Einwohner Vollbelegung intensiver Werbedruck (1:2000) normal hoher Werbedruck (1:3000) mittlerer Werbedruck (1:4000) niedriger Werbedruck (1:5000) Orte ab 500.000 Einwohner Vollbelegung intensiver Werbedruck (1:2000) normal hoher Werbedruck (1:3000) mittlerer Werbedruck (1:4000) niedriger Werbedruck (1:5000)	Fallzahl (gew.) Fallzahl (ungew.) Belegungsgebiet: OG politisch Orte ab 100.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz Orte ab 500.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz	Fallzahl (gew.) Fallzahl (ungew.) Deutschland gesamt Vollbelegung normal hoher Werbedruck (1:8000) Belegungsgebiet: OG politisch Orte ab 20.000 Einwohner Vollbelegung normal hoher Werbedruck (1:8000) Orte ab 50.000 Einwohner Vollbelegung normal hoher Werbedruck (1:8000) Orte ab 100.000 Einwohner Vollbelegung normal hoher Werbedruck (1:8000) Orte ab 500.000 Einwohner Vollbelegung normal hoher Werbedruck (1:8000)	Fallzahl (gew.) Fallzahl (ungew.) Deutschland gesamt Vollbelegung Hauptnetz Belegungsgebiet: OG politisch Orte ab 20.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz Orte ab 50.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz Orte ab 100.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz Orte ab 500.000 Einwohner Vollbelegung Hauptnetz

Leistungswerte Plakatstellenarten: Tabellen-Kopf

- Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren - Reichweite in %
- Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren - Hochrechnung in Mio. (Personen)
- Kontakte in Mio.

Total (Dspr. Bev. ab 14 Jahren)	Geschlecht	Alter	Ausbildung	Tätigkeit	Gemeindegroße politisch
	Männer	14 bis 29 Jahre	Hauptschule, Lehre	in Ausbildung, Schüler, Student	
Frauen	30 bis 49 Jahre	weiterführende Schule ohne Abitur		Rentner, Pensionär	ab 20.000 Einwohner
	50 Jahre und älter	Abitur, Studium		nicht berufstätig	ab 50.000 Einwohner
				Haushaltführende	ab 100.000 Einwohner
					ab 500.000 Einwohner

Generalübersicht Bevölkerung: Tabellen-Vorspalten

ma 2014 Plakat		ma 2014 Plakat	
ungewogene Fallzahl	gewogene Fallzahl	ungewogene Fallzahl	gewogene Fallzahl
210/1	Männer		
210/2	Frauen	413/1	Haushaltsgröße
283/1	Haushaltführende	413/2	1 Person im Haushalt
281/1	Haupteinkommensbezieher	413/3	2 Personen im Haushalt
		413/4	3 Personen im Haushalt
		413/5	4 Personen im Haushalt
			5 und mehr Personen
213/1	Altersgruppen		Kinder im Haushalt
213/2	14- 19 Jahre	551/1	Kinder unter 2 Jahre
213/3	20- 29 Jahre	553/1	2 bis unter 4 Jahre
213/4	30- 39 Jahre	556/1	4 bis unter 6 Jahre
213/5	40- 49 Jahre	557/1	6 bis unter 10 Jahre
213/6	50- 59 Jahre	559/1	10 bis unter 14 Jahre
213/7	60- 69 Jahre	563/2	kein Kind unter 14
	70 Jahre und älter		Zahl der Verdiener
	Ausbildung	422/1	1 Verdiener
243/1	Schülerin allgemeinbild. Schule	422/2	2 Verdiener
243/2	Haupt- /Volksschulabschluss ohne Lehre	422/3	3 und mehr
243/3	Haupt- /Volksschulabschluss mit Lehre		Haushaltsnettoeinkommen
243/4	weiterführende Schule ohne Abi, Mittlere Reife	468/1	bis unter 1000 Euro
243/5	Fach- /Hochschulreife ohne Studium	468/2	1000 bis unter 1500 Euro
243/6	Fach- /Hochschulreife mit Studium	468/3	1500 bis unter 2000 Euro
	Berufstätigkeit	468/4	2000 bis unter 2500 Euro
254/1	in Ausbildung, Lehrling, Schüler, Student	468/5	2500 Euro und mehr
254/2	berufstätig (inkl. "vorübergehend arbeitslos")		Gemeindegrößenklassen politisch
254/3	Rentner, Pensionär	111/1- 3	Wohnort unter 20.000 Einwohner
254/4	nicht berufstätig, keine Angabe	111/4	Wohnort 20.000 bis unter 50.000 Ew.
	Beruf des Haupteinkommensbeziehers	111/5	Wohnort 50.000 bis unter 100.000 Ew.
361/1	Selbständige, groß-/Freiberufler	111/6	Wohnort 100.000 bis unter 500.000 Ew.
361/2	Selbständ., klein u. mittel/Landwirte	111/7	Wohnort 500.000 und mehr Einwohner
361/3	leitende Angestellte und Beamte		Bundesländergruppen
361/4	sonstige Angestellte und Beamte	101/1	Nielsen I
361/5	Facharbeiter	83/1	Schleswig- Holstein
361/6	sonstige Arbeiter	83/2	Hamburg
	Haushaltsnettoeinkommen	83/3	Niedersachsen
468/1	bis unter 1000 Euro	83/4	Bremen
468/2	1000 bis unter 1500 Euro	101/2	Nordrhein- Westfalen/Nielsen II
468/3	1500 bis unter 2000 Euro	101/3	Nielsen III a
468/4	2000 bis unter 2500 Euro	83/6	Hessen
468/5	2500 Euro und mehr	83/7	Rheinland- Pfalz
	Zahl der Verdiener	83/10	Saarland
422/1	1 Verdiener	101/4	Baden- Württemberg/Nielsen IIIb
422/2	2 Verdiener	101/5	Bayern/Nielsen IV
422/3	3 und mehr	101/6	Berlin (gesamt)/Nielsen V
	Haushaltsgröße	101/7	Nielsen VI
413/1	1 Person im Haushalt	83/13	Mecklenburg- Vorpommern
413/2	2 Personen im Haushalt	83/12	Brandenburg
413/3	3 Personen im Haushalt	83/15	Sachsen- Anhalt
413/4	4 Personen im Haushalt	101/8	Nielsen VII
413/5	5 und mehr Personen	83/14	Sachsen
	Kinder im Haushalt	83/16	Thüringen
551/1	Kinder unter 2 Jahre	1975/1	Berlin/Brandenburg
553/1	2 bis unter 4 Jahre	1979/1	Sachsen- Anhalt/Sachsen/Thüringen
556/1	4 bis unter 6 Jahre	86/1	BRD West u. Berlin- West (Def. ma Radio)
557/1	6 bis unter 10 Jahre	86/2	BRD Ost u. Berlin- Ost (Def. ma Radio)
559/1	10 bis unter 14 Jahre		
563/2	kein Kind unter 14		
	Nettoeinkommen des Befragten		
267/1	bis unter 500 Euro		
267/2	500 bis unter 1000 Euro	354/1	Haushalte:
267/3	1000 bis unter 1500 Euro	354/2	Haupteinkommensbezieher
267/4	1500 und mehr		berufstätig
267/5	kein eigenes Einkommen		nicht berufstätig
	Gemeindegrößenklassen politisch		
111/1- 3	Wohnort unter 20.000 Einwohner	310/1	männlich
111/4	Wohnort 20.000 bis unter 50.000 Ew.	310/2	weiblich
111/5	Wohnort 50.000 bis unter 100.000 Ew.		Altersgruppen
111/6	Wohnort 100.000 bis unter 500.000 Ew.	315/1	bis 29 Jahre
111/7	Wohnort 500.000 und mehr Einwohner	315/2	30- 39 Jahre
	Bundesländergruppen	315/3	40- 49 Jahre
101/1	Nielsen I	315/4	50- 59 Jahre
83/1	Schleswig- Holstein	315/5	60- 69 Jahre
83/2	Hamburg	315/6	70 Jahre und älter
83/3	Niedersachsen		
83/4	Bremen		
101/2	Nordrhein- Westfalen/Nielsen II		
101/3	Nielsen III a		
83/6	Hessen		
83/7	Rheinland- Pfalz		
83/10	Saarland		
101/4	Baden- Württemberg/Nielsen IIIb		
101/5	Bayern/Nielsen IV		
101/6	Berlin (gesamt)/Nielsen V		
101/7	Nielsen VI		
83/13	Mecklenburg- Vorpommern		
83/12	Brandenburg		
83/15	Sachsen- Anhalt		
101/8	Nielsen VII		
83/14	Sachsen		
83/16	Thüringen		
1975/1	Berlin/Brandenburg		
1979/1	Sachsen- Anhalt/Sachsen/Thüringen		
86/1	BRD West u. Berlin- West (Def. ma Radio)		
86/2	BRD Ost u. Berlin- Ost (Def. ma Radio)		

Generalübersicht Bevölkerung: Tabellen-Köpfe
Zusatzinformationen über Zielgruppen: Tabellen-Köpfe

Total	Geschlecht		Altersgruppen							Ausbildung						Tätigkeit			
	Männer	Frauen	14-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-69 Jahre	70 Jahre und älter	Schüler in allgem. Schule	Haupt/Volksschulabschluss ohne Lehre	Haupt/Volksschulabschluss mit Lehre	weiterführende Schule ohne Abitur, Mittlere Reife	Fach-Hochschulreife ohne Studium	Fach-Hochschulreife mit Studium	In Ausbildung, Lehrling, Schüler, Student	berufstätig	Rentner, Pensionär	nicht berufstätig, keine Angabe
2021	2101	2102	2131	2132	2133	2134	2135	2136	2137	2431	2432	2433	2434	2435	2436	2541	2542	2543	2544

Total	Bundesländer/-gruppen (Nielsengebiete)										Gemeindegrößenklassen politisch					
	Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg, Bremen Nielsen I	Nordrhein-Westfalen Nielsen II	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland Nielsen IIIa	Baden-Württemberg Nielsen IIIb	Bayern Nielsen IV	Berlin Nielsen V	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt Nielsen VI	Thüringen, Sachsen Nielsen VII	BFD West u. Berlin-West	BFD Ost u. Berlin-Ost	Wohnort unter 20 000 Ew.	20 000 bis unter 50 000 Ew.	50 000 bis unter 100 000 Ew.	100 000 bis unter 500 000 Ew.	500 000 Einwohner und mehr	
2021	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	881	882	1111-3	1114	1115	1116	1117	

Total	Haushaltsführende	Haupteinkommensbezieher	Haushaltseinkommen monatlich netto			Beruf des Haupteinkommensbeziehers					Kinder im Haushalt					
			bis unter 1000 Euro	1000 bis unter 1500 Euro	1500 bis unter 2000 Euro	2000 bis unter 2500 Euro	2500 Euro und mehr	Selbständige, groß/freiberuflich	Selbständ., klein u. mittel/Landwirte	leitende Angestellte und Beamte sonstige Angestellte und Beamte, nie berufstätig bewiesen, k. A.	Facharbeiter	sonstige Arbeiter	Kinder bis unter 6 Jahre	6 bis unter 14 Jahre	Kinder unter 14 Jahre	
2021	2831	2811	4681	4682	4683	4684	4685	3611	3612	3613	3614	3615	3616	5621	5681	5631

Total	Bundesländer/-gruppen (Nielsengebiete)										Gemeindegrößenklassen politisch					
	Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg, Bremen Nielsen I	Nordrhein-Westfalen Nielsen II	Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland Nielsen IIIa	Baden-Württemberg Nielsen IIIb	Bayern Nielsen IV	Berlin Nielsen V	Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt Nielsen VI	Thüringen, Sachsen Nielsen VII	BFD West u. Berlin-West	BFD Ost u. Berlin-Ost	Wohnort unter 20 000 Ew.	20 000 bis unter 50 000 Ew.	50 000 bis unter 100 000 Ew.	100 000 bis unter 500 000 Ew.	500 000 Einwohner und mehr	
2021	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	881	882	1111-3	1114	1115	1116	1117	

Total	Haushaltseink. monatlich netto			Beruf des Haupteinkommensbeziehers					Kinder im Haushalt					
	bis unter 1000 Euro	1000 bis unter 1500 Euro	1500 bis unter 2000 Euro	2000 bis unter 2500 Euro	2500 Euro und mehr	Selbständige, groß / Freiberuflich	Selbständige, klein und mittel / Landwirte	leitende Angestellte und Beamte	sonstige Angestellte und Beamte, nie berufstätig bewiesen, k. A.	Facharbeiter	sonstige Arbeiter	Kinder bis unter 6 Jahre	6 bis unter 14 Jahre	Kinder unter 14 Jahre
2021	4681	4682	4683	4684	4685	3611	3612	3613	3614	3615	3616	5621	5681	5631

Zusatzinformationen über Zielgruppen: Tabellen-Vorspalten

		
<p>ungewogene Fallzahl gewogene Fallzahl</p> <p>Wege außer Haus i. d. letzten 7 Tagen</p> <p>1261/1 Wege zur Arbeitsstätte 1262/1 Wege in der Mittagspause der Arbeitszeit 1263/1 Wege im Rahmen der beruflichen Tätigkeit 1264/1 Wege zur Schule, Hochschule, Ausbildung 1265/1 Wege zum Einkaufen 1266/1 Wege zur Begleitung von Kindern 1267/1 Wege zu Verwandten/ Bekannten 1268/1 Schaufensterbummel 1269/1 Spazieren gehen/Ausflüge 1270/1 Wege um außer Haus Sport zu treiben 1271/1 Wege für Vereine/Organisationen/Clubs 1272/1 Wege zu Veranstaltungsorten 1273/1 Wege zu Gaststätten/Restaurants/Diskotheken 1274/1 Wege zum Friseur/Arzt/zur Behörden 1275/1 Sonstige Wege</p> <p>Schätz. Befr.: Dauer außer Haus (Mo-Fr) 1282/1 normalerweise nicht ausser Haus 1282/2 unter einer Stunde 1282/3 1 bis unter 1,5 Stunden 1282/4 1,5 bis unter 2 Stunden 1282/5 2 bis unter 2,5 Stunden 1282/6 mehr als 2,5 Stunden</p> <p>Schätz. Befr.: Dauer außer Haus Sa 1283/1 normalerweise nicht ausser Haus 1283/2 unter einer Stunde 1283/3 1 bis unter 1,5 Stunden 1283/4 1,5 bis unter 2 Stunden 1283/5 2 bis unter 2,5 Stunden 1283/6 mehr als 2,5 Stunden</p> <p>Schätz. Befr.: Dauer außer Haus So 1284/1 normalerweise nicht ausser Haus 1284/2 unter einer Stunde 1284/3 1 bis unter 1,5 Stunden 1284/4 1,5 bis unter 2 Stunden 1284/5 2 bis unter 2,5 Stunden 1284/6 mehr als 2,5 Stunden</p> <p>Verfügbarkeit eines PKW 1231/1 jederzeit 1231/2 hin und wieder 1231/3 überhaupt nicht 1001/1 Führerscheinbesitz (PKW)</p> <p>Nutzung Verkehrsmittel täglich 1232/1 Auto (auch als Mitfahrer) 1233/1 Motorrad 1234/1 Moped, Mofa 1235/1 Fahrrad 1236/1 Bus oder Bahn in der Region 1237/1 Bahn auf längeren Strecken</p> <p>Nutzung Verkehrsmittel wöchentlich 1232/2,3 Auto (auch als Mitfahrer) 1233/2,3 Motorrad 1234/2,3 Moped, Mofa 1235/2,3 Fahrrad 1236/2,3 Bus oder Bahn in der Region 1237/2,3 Bahn auf längeren Strecken</p> <p>Überwiegend genutzte Fahrkartenart 1241/1 Einzelfahrschein oder Tageskarte 1241/2 Mehrfachfahrkarte/Streifenkarte 1241/3 Wochenkarte 1241/4 Monatskarte 1241/5 Jahreskarte 1241/6 Jobticket/Semesterticket 1241/7 anderes 1241/8 fahre nie, fast nie mit öffentl. Verkehrsmitteln</p> <p>Meinungen zum Thema Einkaufen 1251/1,2 Markenartikel qualitativ besser als markenlose Ware 1252/1,2 Für besondere Qualität gebe ich gerne mehr aus 1253/1,2 Werbung ist hilfreich für den Verbraucher 1254/1,2 Werbung gibt nützliche Hinweise über neue Produkte 1255/1,2 Ich probiere gerne mal ein neues Produkt aus 1256/1,2 Ich suche immer nach Billigangeboten</p> <p>Arbeitsort 291/1 Arbeitsort ist Wohnort 291/2 Arbeitsort ist anderer Ort</p>	<p>ungewogene Fallzahl gewogene Fallzahl</p> <p>Im Haushalt vorhanden</p> <p>624/1 Privat-PKW 1240/1-9 Motorrad 1239/1-9 Moped/Mofa 1238/1-9 Fahrrad</p> <p>Wohnungsart 626/1 eigenes Haus 626/2 Eigentumswohnung 626/3 zur Miete/Untermiete</p> <p>Internet- Nutzung 1169/1 in den letzten 12 Monaten 1170/1 in den letzten 3 Monaten</p> <p>Internet- Nutzung in normaler Woche 1176/1 an einem Tag in einer normalen Woche 1176/2 an zwei Tagen in einer normalen Woche 1176/3 an drei Tagen in einer normalen Woche 1176/4 an vier Tagen in einer normalen Woche 1176/5 an fünf Tagen in einer normalen Woche 1176/6 an sechs Tagen in einer normalen Woche 1176/7 an sieben Tagen in einer normalen Woche</p> <p>Urlaubsreise/Ferreise 1051/1 innerhalb der letzten 12 Monate 1051/2 1-2 Jahre her 1051/3 länger her 1051/4 nie</p> <p>Kurzreise 1062/1 innerhalb der letzten 12 Monate</p> <p>Freizeitaktivitäten mehrmals im Monat 901/1,2 Fernsehen 902/1,2 Radio hören 905/1,2 ins Kino gehen 906/1,2 in Theater/Konzert/kulturelle Veran. gehen 907/1,2 Zeitung lesen 908/1,2 Zeitschriften/Illustrierte lesen 909/1,2 Bücher lesen 910/1,2 Spazieren gehen 912/1,2 Fitness/Sport treiben 915/1,2 Ausgehen: Restaurant/Gaststätte/Kneipe/Disco/Club 918/1,2 Basteln, Heimwerken, Do-it-Yourself 919/1,2 Stricken, Häkeln, Schneiden</p>	<p>ungewogene Fallzahl gewogene Fallzahl</p> <p>Im Haushalt vorhanden</p> <p>624/1 Privat-PKW 1240/1-9 Motorrad 1239/1-9 Moped/Mofa 1238/1-9 Fahrrad</p> <p>Wohnungsart 626/1 eigenes Haus 626/2 Eigentumswohnung 626/3 zur Miete/Untermiete</p>

Strukturzählungen

ma 2014 Plakat
vs.
ma 2013 Plakat

Haushaltsgewichtet

ma 2014 Plakat vs. ma 2013 Plakat Strukturvergleich Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren Haushaltsgewichtet	Hochrechnung in Mio		INDEX	Zusammensetzung in %		INDEX
	ma 2014	ma 2013	ma 2014 ----- ma 2013	ma 2014	ma 2013	ma 2014 ----- ma 2013
ungewogene Fallzahl	62.352	54.899		62.352	54.899	
gewogene Fallzahl	62.352	54.899		62.352	54.899	
Total	39,87	39,68	100,5	100,0%	100,0%	100,0
Haushaltsgröße						
1 Person im Haushalt	15,89	15,72	101,1	39,9%	39,6%	100,6
2 Personen im Haushalt	13,77	13,68	100,6	34,5%	34,5%	100,1
3 Personen im Haushalt	5,08	5,07	100,1	12,7%	12,8%	99,6
4 Personen im Haushalt	3,78	3,83	98,7	9,5%	9,7%	98,2
5 und mehr Personen	1,36	1,37	98,8	3,4%	3,5%	98,4
Kinder im Haushalt						
Kinder unter 2 Jahre	0,91	0,95	96,2	2,3%	2,4%	95,7
2 bis unter 4 Jahre	1,16	1,18	98,1	2,9%	3,0%	97,6
4 bis unter 6 Jahre	1,24	1,24	100,2	3,1%	3,1%	99,8
6 bis unter 10 Jahre	2,46	2,50	98,6	6,2%	6,3%	98,1
10 bis unter 14 Jahre	2,96	2,96	100,0	7,4%	7,5%	99,6
kein Kind unter 14	33,46	33,21	100,8	83,9%	83,7%	100,3
Zahl der Verdiener						
1 Verdiener	20,62	20,72	99,5	51,7%	52,2%	99,1
2 Verdiener	16,87	16,63	101,4	42,3%	41,9%	100,9
3 und mehr	2,38	2,33	102,2	6,0%	5,9%	101,7
Haushaltsnettoeinkommen						
bis unter 1000 Euro	4,92	5,21	94,4	12,3%	13,1%	93,9
1000 bis unter 1500 Euro	6,01	6,21	96,8	15,1%	15,7%	96,3
1500 bis unter 2000 Euro	6,66	6,82	97,7	16,7%	17,2%	97,2
2000 bis unter 2500 Euro	4,99	5,01	99,6	12,5%	12,6%	99,1
2500 Euro und mehr	17,29	16,42	105,3	43,4%	41,4%	104,8
Gemeindegrößenklassen politisch						
Wohnort unter 20.000 Einwohner	15,56	15,44	100,8	39,0%	38,9%	100,3
Wohnort 20.000 bis unter 50.000 Ew.	7,07	7,15	98,8	17,7%	18,0%	98,4
Wohnort 50.000 bis unter 100.000 Ew.	3,57	3,50	101,9	9,0%	8,8%	101,4
Wohnort 100.000 bis unter 500.000 Ew.	6,41	6,38	100,5	16,1%	16,1%	100,0
Wohnort 500.000 und mehr Einwohner	7,26	7,21	100,8	18,2%	18,2%	100,3
Bundesländergruppen						
Nielsen I	6,55	6,51	100,5	16,4%	16,4%	100,0
Schleswig-Holstein	1,37	1,36	100,6	3,4%	3,4%	100,1
Hamburg	0,99	0,97	102,3	2,5%	2,4%	101,8
Niedersachsen	3,82	3,82	100,0	9,6%	9,6%	99,5
Bremen	0,36	0,36	101,4	0,9%	0,9%	100,9
Nordrhein-Westfalen/Nielsen II	8,61	8,55	100,6	21,6%	21,6%	100,1
Nielsen III a	5,26	5,24	100,3	13,2%	13,2%	99,8
Hessen	2,91	2,89	100,7	7,3%	7,3%	100,2
Rheinland-Pfalz	1,87	1,87	99,9	4,7%	4,7%	99,4
Saarland	0,48	0,48	99,6	1,2%	1,2%	99,1
Baden-Württemberg/Nielsen IIIb	4,97	4,95	100,4	12,5%	12,5%	99,9
Bayern/Nielsen IV	5,92	5,87	100,8	14,8%	14,8%	100,3
Berlin (gesamt)/Nielsen V	1,98	1,97	100,5	5,0%	5,0%	100,0
Nielsen VI	3,27	3,27	100,2	8,2%	8,2%	99,7
Mecklenburg-Vorpommern	0,84	0,84	100,4	2,1%	2,1%	99,9
Brandenburg	1,25	1,24	101,0	3,1%	3,1%	100,5
Sachsen-Anhalt	1,18	1,19	99,2	3,0%	3,0%	98,7
Nielsen VII	3,31	3,30	100,2	8,3%	8,3%	99,7
Sachsen	2,20	2,20	100,2	5,5%	5,5%	99,7
Thüringen	1,11	1,10	100,2	2,8%	2,8%	99,7
Berlin/Brandenburg	3,24	3,21	100,7	8,1%	8,1%	100,2
Sachsen-Anhalt/Sachsen/Thüringen	4,49	4,49	99,9	11,3%	11,3%	99,4
BRD West u. Berlin-West* (Def. ma Radio)	32,48	32,30	100,5	81,5%	81,4%	100,1
BRD Ost u. Berlin-Ost* (Def. ma Radio)	7,39	7,38	100,2	18,5%	18,6%	99,7
Haupteinkommensbezieher	28,60	27,90	102,5	71,7%	70,3%	102,0
Berufstätigkeit des Haupteinkommensbeziehers						
berufstätig	24,77	24,71	100,2	62,1%	62,3%	99,8
nicht berufstätig	15,09	14,96	100,9	37,9%	37,7%	100,4
Geschlecht des Haupteinkommensbeziehers						
männlich	24,41	24,54	99,5	61,2%	61,9%	99,0
weiblich	15,46	15,13	102,1	38,8%	38,1%	101,7
Alter der Haupteinkommensbeziehers						
bis 29 Jahre	3,04	3,12	97,4	7,6%	7,9%	97,0
30-39 Jahre	4,89	5,05	96,9	12,3%	12,7%	96,4
40-49 Jahre	8,27	8,46	97,7	20,8%	21,3%	97,3
50-59 Jahre	8,49	8,29	102,4	21,3%	20,9%	102,0
60-69 Jahre	7,12	7,07	100,6	17,8%	17,8%	100,1
70 Jahre und älter	8,06	7,69	104,9	20,2%	19,4%	104,4

ma 2014 Plakat Methoden-Steckbrief

ma 2014 Plakat
vs.
ma 2013 Plakat

Personengewichtet

ma 2014 Plakat vs. ma 2013 Plakat Strukturvergleich Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren Personengewichtet	Hochrechnung in Mio		INDEX	Zusammensetzung in %		INDEX
	ma 2014	ma 2013	ma 2014 ----- ma 2013	ma 2014	ma 2013	ma 2014 ----- ma 2013
ungewogene Fallzahl	62.352	54.899		62.352	54.899	
gewogene Fallzahl	62.352	54.899		62.352	54.899	
Total	70,33	70,21	100,2	100,0%	100,0%	100,0
Männer	34,46	34,37	100,3	49,0%	48,9%	100,1
Frauen	35,86	35,85	100,0	51,0%	51,1%	99,9
Haushaltführende	39,87	39,67	100,5	56,7%	56,5%	100,3
Haupteinkommensbezieher	39,87	39,68	100,5	56,7%	56,5%	100,3
Alter des Befragten						
14-19 Jahre	4,89	5,00	97,8	7,0%	7,1%	97,6
20-29 Jahre	9,81	9,84	99,7	14,0%	14,0%	99,5
30-39 Jahre	9,56	9,66	98,9	13,6%	13,8%	98,8
40-49 Jahre	13,21	13,37	98,8	18,8%	19,0%	98,6
50-59 Jahre	11,81	11,52	102,5	16,8%	16,4%	102,4
60-69 Jahre	8,80	9,01	97,6	12,5%	12,8%	97,5
70 Jahre und älter	12,24	11,80	103,7	17,4%	16,8%	103,6
Ausbildung des Befragten						
Schüler in allgemeinbildender Schule	3,15	3,08	102,2	4,5%	4,4%	102,1
Haupt-/Volksschulabschluss ohne Lehre	6,38	6,57	97,1	9,1%	9,4%	97,0
Haupt-/Volksschulabschluss mit Lehre	21,27	21,70	98,0	30,2%	30,9%	97,9
weiterf. Schule ohne Abitur, Mittlere Reife	20,59	20,53	100,3	29,3%	29,2%	100,1
Fach-/Hochschulreife ohne Studium	8,74	8,48	103,0	12,4%	12,1%	102,9
Fach-/Hochschulreife mit Studium	10,20	9,85	103,5	14,5%	14,0%	103,4
Berufstätigkeit des Befragten						
in Ausbildung: Lehrling, Schüler, Student	7,58	7,52	100,8	10,8%	10,7%	100,6
berufstätig (inkl. "vorübergehend arbeitslos")	39,25	38,68	101,5	55,8%	55,1%	101,3
Rentner, Pensionär	17,99	17,98	100,1	25,6%	25,6%	99,9
nicht berufstätig, keine Angabe	5,51	6,04	91,2	7,8%	8,6%	91,0
Beruf des Haupteinkommensbeziehers						
Selbständige, groß-/Freiberufler	1,29	1,23	104,7	1,8%	1,8%	104,5
Selbständ., klein u. mittel/Landwirte	6,49	6,42	101,0	9,2%	9,1%	100,9
leitende Angestellte und Beamte	10,61	10,20	104,0	15,1%	14,5%	103,8
sonstige Angestellte und Beamte	37,24	36,93	100,8	53,0%	52,6%	100,7
Facharbeiter	8,28	8,73	94,8	11,8%	12,4%	94,7
sonstige Arbeiter	6,42	6,70	95,8	9,1%	9,5%	95,7
Haushaltsnettoeinkommen						
bis unter 1.000 €	6,18	6,65	92,8	8,8%	9,5%	92,7
1.000 bis unter 1.500 €	8,53	9,04	94,4	12,1%	12,9%	94,2
1.500 bis unter 2.000 €	10,74	11,17	96,2	15,3%	15,9%	96,0
2.000 bis unter 2.500 €	9,16	9,29	98,6	13,0%	13,2%	98,4
2.500 € und mehr	35,72	34,07	104,9	50,8%	48,5%	104,7
Zahl der Verdienner						
1 Verdienner	25,27	25,86	97,7	35,9%	36,8%	97,6
2 Verdienner	36,31	35,79	101,5	51,6%	51,0%	101,3
3 und mehr	8,75	8,57	102,1	12,4%	12,2%	101,9
Haushaltsgröße						
1 Person im Haushalt	15,89	15,72	101,1	22,6%	22,4%	100,9
2 Personen im Haushalt	26,64	26,44	100,8	37,9%	37,7%	100,6
3 Personen im Haushalt	12,52	12,53	99,9	17,8%	17,8%	99,7
4 Personen im Haushalt	10,13	10,39	97,5	14,4%	14,8%	97,3
5 und mehr Personen	5,15	5,13	100,4	7,3%	7,3%	100,2
Kinder im Haushalt						
Kinder unter 2 Jahre	2,04	2,11	96,5	2,9%	3,0%	96,3
2 bis unter 4 Jahre	2,55	2,60	98,1	3,6%	3,7%	98,0
4 bis unter 6 Jahre	2,63	2,64	99,7	3,7%	3,8%	99,5
6 bis unter 10 Jahre	5,04	5,20	96,8	7,2%	7,4%	96,6
10 bis unter 14 Jahre	6,38	6,35	100,4	9,1%	9,0%	100,3
kein Kind unter 14	56,75	56,46	100,5	80,7%	80,4%	100,3
Nettoeinkommen des Befragten						
bis unter 1.000 €	20,91	21,37	97,9	29,7%	30,4%	97,7
1.000 bis unter 1.500 €	13,87	14,00	99,1	19,7%	19,9%	98,9
1.500 € und mehr	28,94	27,91	103,7	41,2%	39,8%	103,5
kein eigenes Einkommen	6,61	6,93	95,3	9,4%	9,9%	95,2
BIK-Regionsgrößenklassen						
unter 5.000 Ew.	3,38	3,50	96,6	4,8%	5,0%	96,4
5.000 bis unter 20.000 Ew.	5,94	5,74	103,4	8,4%	8,2%	103,3
20.000 bis unter 100.000 Ew.	14,77	15,24	97,0	21,0%	21,7%	96,8
100.000 bis unter 500.000 Ew.	20,92	20,95	99,8	29,7%	29,8%	99,7
500.000 und mehr Einwohner	25,31	24,78	102,1	36,0%	35,3%	102,0
Bundesländergruppen						
Nielsen I	11,32	11,28	100,4	16,1%	16,1%	100,2
Schleswig-Holstein	2,43	2,41	100,7	3,5%	3,4%	100,5
Hamburg	1,55	1,53	101,2	2,2%	2,2%	101,1
Niedersachsen	6,77	6,76	100,1	9,6%	9,6%	100,0
Bremen	0,57	0,57	100,0	0,8%	0,8%	99,8
Nordrhein-Westfalen/Nielsen II	15,27	15,23	100,3	21,7%	21,7%	100,1
Nielsen III a	9,53	9,51	100,2	13,6%	13,5%	100,1
Hessen	5,20	5,18	100,3	7,4%	7,4%	100,2
Rheinland-Pfalz	3,46	3,44	100,4	4,9%	4,9%	100,2
Saarland	0,88	0,88	99,2	1,2%	1,3%	99,1
Baden-Württemberg/Nielsen IIIb	9,14	9,12	100,2	13,0%	13,0%	100,0
Bayern/Nielsen IV	10,71	10,65	100,5	15,2%	15,2%	100,3
Berlin (gesamt)/Nielsen V	3,00	2,99	100,6	4,3%	4,3%	100,4
Berlin-West (Def. ma Radio)	1,84	1,81	101,6	2,6%	2,6%	101,4
Berlin-Ost (Def. ma Radio)	1,16	1,17	99,1	1,7%	1,7%	98,9
Nielsen VI	5,71	5,76	99,1	8,1%	8,2%	98,9
Mecklenburg-Vorpommern	1,45	1,46	99,1	2,1%	2,1%	99,0
Brandenburg	2,21	2,23	99,5	3,1%	3,2%	99,4
Sachsen-Anhalt	2,05	2,08	98,7	2,9%	3,0%	98,5
Nielsen VII	5,65	5,68	99,5	8,0%	8,1%	99,3
Sachsen	3,69	3,71	99,4	5,2%	5,3%	99,3
Thüringen	1,96	1,97	99,5	2,8%	2,8%	99,3
Berlin/Brandenburg	5,22	5,21	100,1	7,4%	7,4%	100,0
Sachsen-Anhalt/Sachsen/Thüringen	7,69	7,75	99,2	10,9%	11,0%	99,1
BRD-West und Berlin-W. (Def. ma Radio)	57,80	57,60	100,4	82,2%	82,0%	100,2
BRD-Ost und Berlin-O. (Def. ma Radio)	12,52	12,61	99,3	17,8%	18,0%	99,1

Veröffentlichungen zur ma 2014 Plakat

Erscheinungstermin: 25. September 2014

Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) können mit dem Termin zur Berichterstattung unter <https://www.agma-mmc-downloadbereich.de> mit ihrer Zugangsberechtigung auf folgende Dokumente im pdf-Format zugreifen:

- **ma 2014 Plakat Basisberichterstattung**
Übersicht Leistungswerte (Standardbelegungen) für die Plakatstellenarten Großfläche, Mega-Light-Poster (ML)/City-Light-Board (CLB), Ganzsäule, City Light Poster (CLP) nach ausgewählten demografischen Merkmalen
- **ma 2014 Plakat Generalübersicht Bevölkerung**
- **ma 2014 Plakat Dokumentation**
- **ma 2014 Plakat Methoden-Steckbrief**
- **ma 2014 Plakat Datensatz Codeplan**

Auf Bestellung ist zudem für Auswertungsberechtigte mit bestehendem Nutzungsvertrag für die Datensätze der ma verfügbar:

- **ma 2014 Plakat Datensatz**

Die Daten der ma Plakat werden in zwei separaten Dateien geliefert:

- Teil A: Demografie (Codes ganzzahlig in 2-Byte-Feldern nach ma-Standard)
- Teil B: Leistungswerte/Reichweiten/Kontakte (ASCII)

Beide Teile können anhand einer Schlüssel-ID verknüpft werden. Pro Proband und von ihm berührter Belegungseinheit findet sich ein Satz in den Mobilitätsdaten, so dass alle Sätze mit der ID des Probanden den kompletten Berührungsvektor des Probanden aufbauen.

Der Datensatz enthält den kompletten Datenbestand auf Basis der Grundgesamtheit „Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre“. Die Zielgruppen „Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre“ und „Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre und EU-Ausländer ab 14 Jahre“ sind als zudem repräsentativ auswertbar. Es ist zwingend erforderlich, auf jeder produzierten Tabelle oder Grafik die entsprechende Zielgruppe genau zu benennen: z.B. „Deutsche ab 14 Jahre“ oder „D14+“.

Bei allen Veröffentlichungen gelten neben den „Richtlinien für die Ausübung von Nutzungsrechten an den Veröffentlichungen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma)“ Stand November 2004 die mit der Einführung des rollierenden Berichtssystems neu formulierten Hinweise im Umgang mit den ma-Daten ab der ma 1996 und die „ma-Fusionsrichtlinien“ (Stand: November 2013).

Mitglieder der agma können zudem auf die Planungsdaten der ma 2014 Plakat via **MDS-Planungstool** zugreifen.

Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.

Am Weingarten 25
60487 Frankfurt am Main

Telefon: 069.15 68 05-0

Fax: 069.15 68 05-40

E-Mail: agma@agma-mmc.de

www.agma-mmc.de