



NATIONALER ONLINE COPYTEST PRISMA: STECKBRIEF

NATIONALER
FACE-TO-FACE
ANZEIGEN-
COPYTEST
CAPI-Interview
Starch-Methode

GRUNDGESAMTHEIT:

- *prisma*-Leserinnen und Leser des jeweiligen Testheftes ab 18 Jahren im bundesweiten *prisma*-Verbreitungsgebiet

BEFRAGUNGSZEITRAUM:

- letzte zwei Tage (Do. / Fr.) der betreffenden Programmwoche

Das Online-Panel *prisma*-Trend ist vielseitig einsetzbar, z.B. für:

- Werbemitteltests
- Kunden- / Potenzialkundenbefragungen
- Best-Ager-Studien

FALLZAHL:

- n = 300

STICHPROBE / GEWICHTUNG:

- NEU: Nationaler Ansatz mit proportionaler Verteilung der Befragten auf die Regionen
- Quotenverfahren auf Basis der Leserschaftsdaten lt. ma Presse und nach Auflage lt. IVW

QUOTIERUNGSMERKMALE:

- Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit, politische Ortsgröße und Gebiet (Nord, Ost, Süd, West)

VORAUSSETZUNG ZUR TEILNAHME AN DEN ONLINE COPYTESTS:

- Belegung der Gesamtausgabe

ERGEBNISLIEFERUNG:

- Individualisierte Kundenbroschüren

STANDARDISIERTE COPYTESTFRAGEN:

- Aufmerksamkeitsstärke (Anzeige beachtet)
- Aufmerksamkeitsstärke konkreter Anzeigenelemente (Elementbeachtung)
- Identifikationsleistung (Marke / Firma bemerkt)
- Nutzungsintensität (Hälfte oder mehr Text gelesen)
- Interesse am beworbenen Produkt / Angebot (Produktinteresse)

STANDARDISIERTE SUBGRUPPENANALYSEN:

- Zentrale KPIs zusätzlich nach Geschlecht, Alter, Haushaltsnettoeinkommen sowie für Anzeigenbeachter und wenn fallzahltechnisch möglich für Produktinteressierte

BENCHMARKING:

- Vergleich der individuellen Anzeige mit weiteren Anzeigen in der Testausgabe
- Vergleich mit format- und farbgleichen Anzeigen aus vorherigen Copytests im Durchschnitt