

Qualitätsinitiative **W**erbewirkungsforschung

Allgemeine Informationen

Genauer Titel der Studie

Studien-Steckbrief Werbewirkungsforschung
(entwickelt vom Forscherkreis Qualitätsinitiative Werbewirkungsforschung)

Jahr der Veröffentlichung bzw. des Studien-Starts

Gattung

Kontaktperson für Rückfragen

E-Mail-Adresse der Kontaktperson

Urheber / Vermarkter

Key Facts

1. Zielsetzung der Studie (inkl. Forschungsfragen)

2. Untersuchte / gemessene KPIs (bitte mit kurzer Erläuterung)

3. In der Studie untersuchte Medien (intramedial / intermedial)

4. Studien-Konzept (Beschreibung in wenigen Sätzen)

5. Auftraggeber

6. Institut(e) / Subinstitute

7. Eingesetzte Methoden (Multi-Methoden-Ansatz oder Single-Ansatz)

8. Art der Veröffentlichung (Broschüre, Tabellen-Band, zählbarer Datensatz)

9. Grundgesamtheit

10. Erhebungsmethode (inkl. Technische Messung)

11. Feldzeiten / Untersuchungszeitraum

12. Fallzahlen (ungewichtet) / Wellen

Details zur Methode

13. Stichproben-Auswahl (z.B. Quote, Random, Einsatz von Access-Panels)

14. Ggf. Rekrutierung / Incentivierung der Probanden / Interview-Dauer

15. Verwendete Datenquellen (z.B. Werbeaufwendungen von Nielsen Media Research)

16. Messung / Berechnung der Kontakte bzw. Kontaktwahrscheinlichkeiten

17. Eingesetzte Analysetechniken

18. Gewichtung (vor oder nach Analyse, Quelle der Gewichtungsvorgaben)

19. Ggf. eingesetzte Fusionstechniken

20. Verwendung von Benchmarks (bitte Erläuterung dazu, z. B. inter- oder intramedial, nach Branchen, nach Werbeformen etc.; Quelle von externen Benchmarks, Art der Berechnung)
