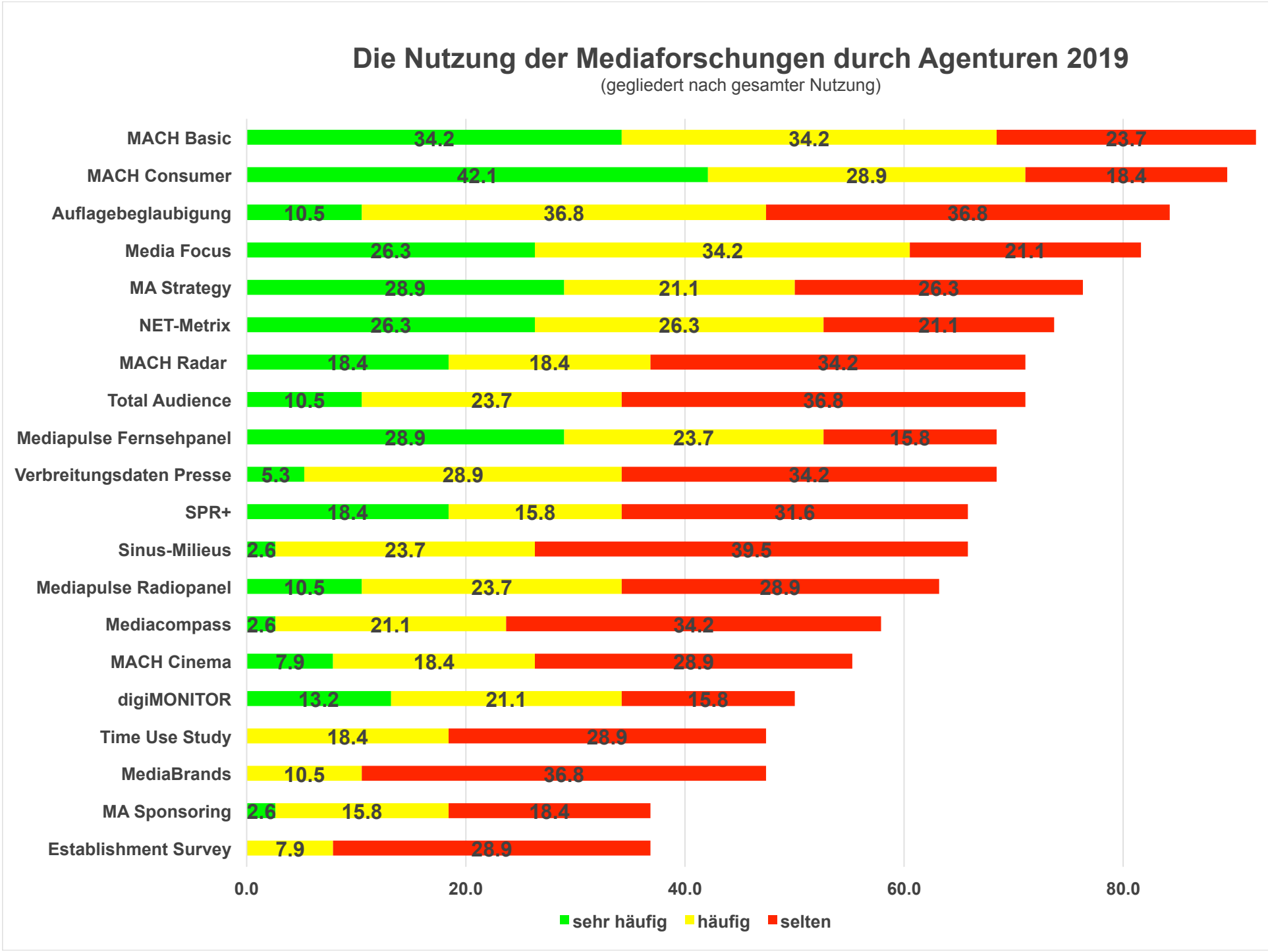
Nutzung und Beurteilung der Mediaforschungen durch Auftraggeber 2019

Auf der Grundlage der Werbemarkt-Studie 2019
der Media.Research.Group

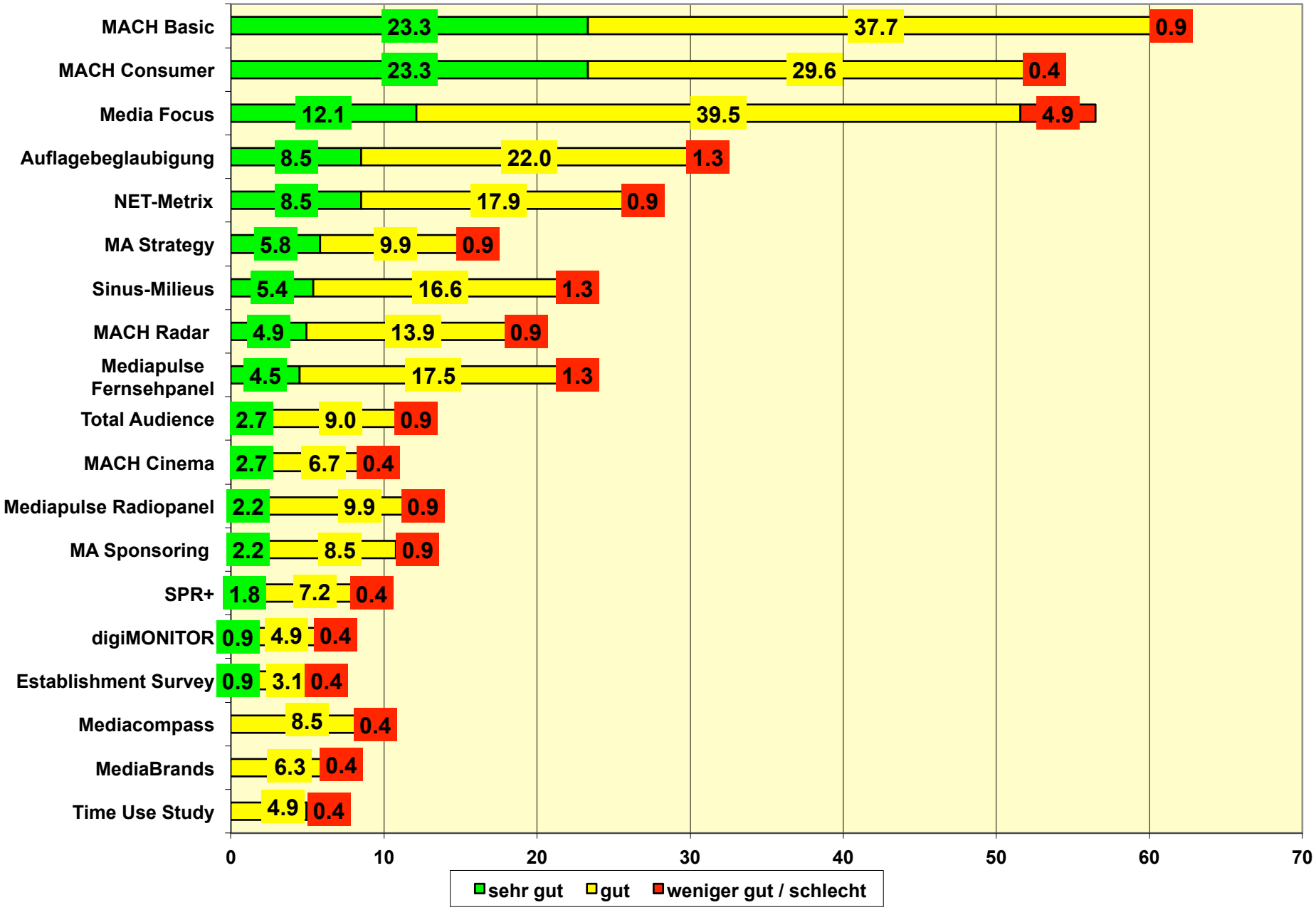
Die Nutzung der Mediaforschungen durch Auftraggeber 2019

(gegliedert nach gesamter Nutzung)




Die Nutzung der Mediaforschungen durch Agenturen 2019
(gegliedert nach gesamter Nutzung)
MACH Basic 34.2 34.2 23.7
MACH Consumer 42.1 28.9 18.4
Auflagebeglaubigung 10.5 36.8 36.8
Media Focus 26.3 34.2 21.1
MA Strategy 28.9 21.1 26.3
NET-Metrix 26.3 26.3 21.1
MACH Radar 18.4 18.4 34.2
Total Audience 10.5 23.7 36.8
Mediapulse Fernsehpanel 28.9 23.7 15.8
Verbreitungsdaten Presse 5.3 28.9 34.2
SPR+ 18.4 15.8 31.6
Sinus-Milieus 2.6 23.7 39.5
Mediapulse Radiopanel 10.5 23.7 28.9
Mediacompass 2.6 21.1 34.2
MACH Cinema 7.9 18.4 28.9
digiMONITOR 13.2 21.1 15.8
Time Use Study 18.4 28.9
MediaBrands 10.5 36.8
MA Sponsoring 2.6 15.8 18.4
Establishment Survey 7.9 28.9
0.0
20.0
40.0
60.0
80.0
sehr häufig
häufig
selten

Die Beurteilung der Mediaforschungen durch Auftraggeber 2019



Die Beurteilung der Mediaforschungen durch Agenturen 2019

