



The Opinion Tech Company

Civey Zielgruppenmerkmale

Soziodemografie

Geschlecht

Männer

Frauen

Alter

18-29

30-39

40-49

50-64

65+

Familienstand

Ledig

Verheiratet / Verwitwet

Geschieden

Kinder im Haushalt

Kindern im Haushalt

Keine Kinder im Haushalt

Religionszugehörigkeit

Katholisch

Evangelisch

Eine andere

Konfessionslos

Bevölkerungsdichte

Niedrig

Mittel

Hoch

Bevölkerungsdichte - Region

Bevölkerungsdichte - Land

Regionale Kaufkraft

Niedrig

Mittel

Hoch

Regionale Kaufkraft - Region

Regionale Kaufkraft - Land

Ost/West

Osten

Westen

Bildung und Beruf

Schulbildung

Abitur

Mittlere Reife

Hauptschulabschluss / kein Abschluss

Beruflicher Bildungsstatus

Studium oder höher

Berufsausbildung

Noch in Ausbildung

Ohne Berufsabschluss

Beschäftigungsstatus

Selbstständig
Im Ruhestand
Student
Abhängig beschäftigt
Arbeitslos / Nichterwerbsperson

Berufliche Stellung

Arbeiter
Angestellter
Leitender Angestellter
Beamter

Werte und Haltungen

Parteieneigung

CDU/CSU
SPD
GRÜNE
FDP
LINKE
AFD

Wahlabsicht

Wahlabsicht -Land

Politische Haltung

Liberal
Konservativ
Links
Neutral
Rechts

Werte

Optimismus
Pessimismus
Zufriedenheit allgemein
Extrovertiert
Introvertiert
Materialismus
Erfolgsorientierung
Spaßorientierung
Risikoaffinität
Risikoaversion
Umweltbewusstsein
Weltoffenheit
Religiösität
Altruismus
Familienorientierung
Experimentierfreudigkeit

Medien und Werbung

Einfluss von Werbung

Fernsehwerbung

Radiowerbung

Zeitungs-/Zeitschriftenwerbung

Webseiten-Werbung

Social-Media-Werbung

Mediennutzung

Nachrichten-Websites (Mindestens einmal in der Woche)

Special-Interest-Websites (Mindestens einmal in der Woche)

Soziale Netzwerke (Mindestens einmal in der Woche)

Instagram (Mindestens einmal in der Woche)

Twitter (Mindestens einmal in der Woche)

Snapchat (Mindestens einmal in der Woche)

Facebook (Mindestens einmal in der Woche)

Fernsehen (Mindestens einmal am Tag)

Musikhören (Mindestens einmal am Tag)

Tageszeitungen (Print) (Mindestens einmal in der Woche)

Zeitschriften (Print) (Mindestens einmal in der Woche)

Computerspiele (Mindestens einmal in der Woche)

Bücher (Mindestens einmal in der Woche)

Radio (Mindestens einmal am Tag)

Beliebtstes TV-Format

Nachrichten

Serien

Filme

Sportsendungen

Freizeit und Konsum

Konsumeinstellungen

Markenbewusstsein
Preissensibilität
Konsumfreude
Bevorzugt Ladengeschäfte
Bevorzugt Online Shops
Werbeaffinität
Serviceorientierung
Sparneigung

Freizeitgestaltung

Sport (Mindestens einmal in der Woche)
Theater (Mindestens einmal im Jahr)
Museum (Mindestens einmal im Jahr)
Konzerte (Mindestens einmal im Jahr)
Kino (Mindestens einmal im Monat)
Urlaubsreisen (Mindestens einmal im Jahr)
Gesellschaftsspiele (Mindestens einmal im Monat)
Heimwerken (Mindestens einmal im Monat)

Malen und Handarbeit (Mindestens einmal im Monat)
Freunden treffen (Mindestens einmal in der Woche)
Ausflüge (Mindestens einmal im Monat)

Interessen

Technologien
Autos
Film und Fernsehen
Fremde Kulturen
Mode und Kleidung
Wirtschaft
Kunst
Tiere und Natur
Musik
Sport
Ernährung
Boulevardthemen