

## TGI Consumer Data

# Eine Übersicht unserer Studien

---

Die Markt-Media Daten von Kantar's TGI Studien sind ein wichtiges Instrument für Medienagenturen, Medieninhabende und Werbetreibende, um wichtige Verbraucherzielgruppen zu verstehen und zu erreichen.

---

Die TGI (Target Group Index) Daten bieten eine unvergleichliche Tiefe hinsichtlich des Verbraucherverhaltens, Eigenschaften, Einstellungen und Medienkonsum.

Wir führen eine Reihe von Umfragen in verschiedenen Regionen und für eine Vielzahl von Verbrauchergruppen durch. In dieser Übersicht finden Sie Informationen über einige unserer bekanntesten Studien.

Erfahren Sie mehr:

[anfragen@kantarmedia.com](mailto:anfragen@kantarmedia.com)

[www.kantarmedia.com](http://www.kantarmedia.com)

## TGI Deutschland

Umfangreiche lokale Markt-Media Studie

---

## TGI Europa

Länderübergreifende Zielgruppenprofilierung in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Spanien

## TGI Global Quick View

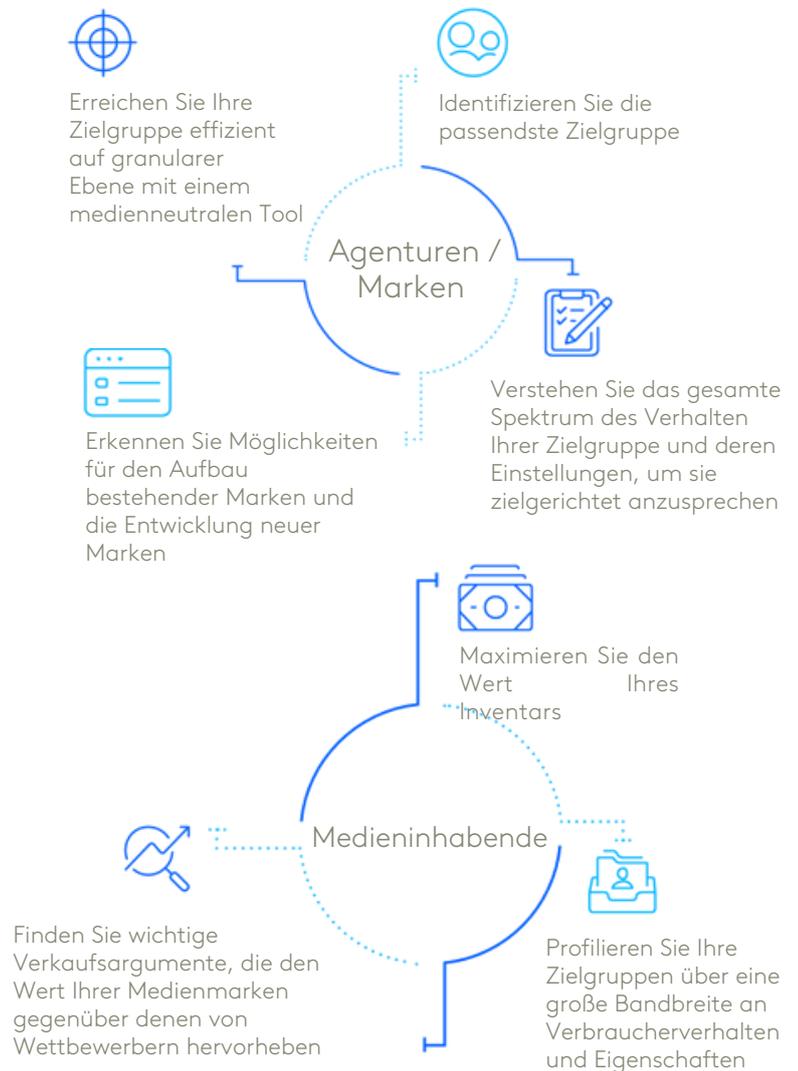
Harmonisierte Befragung in über 35 Ländern weltweit für internationale Zielgruppenprofilierung mit Fokus auf Online-Affine Verbraucher

## Verbraucher verstehen und effizient erreichen



### TGI Consumer Data - Eine einzigartige Lösung

Die Markt-Media Daten von Kantar's TGI Studie erleichtern die Medienplanung für alle Akteure in der Medienbranche. Keine andere Lösung misst so zuverlässig das Verbraucherverhalten und die Konsumenteneigenschaften in dieser Breite und Tiefe.



# Kantar's TGI Markt-Media Daten in Deutschland

Die TGI Markt-Media Daten für Deutschland werden seit 1999 erhoben. Die Studie basiert auf einer äußerst robusten repräsentativen Stichprobe von 10.000 Erwachsenen ab 15 Jahren pro Jahr. Die Daten werden zweimal im Jahr veröffentlicht, im Mai und Oktober.

---

## 10.000 Befragte

---

ab 15 Jahren  
pro Jahr

## Datenabdeckung



Verwendung  
von 4.000+  
Marken in vielen  
unterschiedlichen  
Produktbereichen



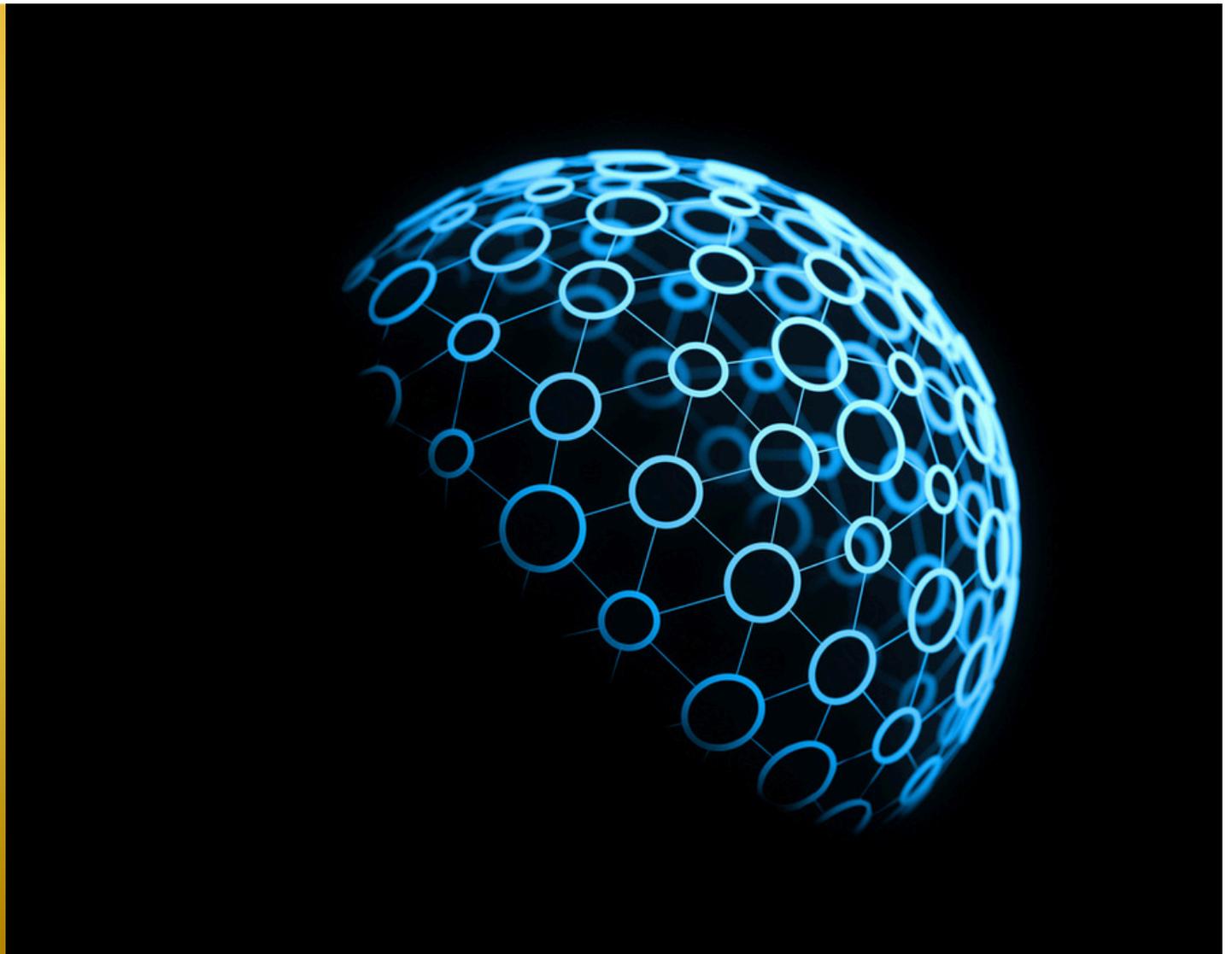
Über 300  
Einstellungstatements  
und Motivationen



Freizeitaktivitäten



Alle on- und  
offline  
Mediengattungen



## TGI Europa

# Zielgruppenverständnis und -ansprache über zahlreiche Märkte hinweg



## Verbessertes marktübergreifendes Verständnis von Verbrauchern

TGI Europa bietet umfassende, tiefgehende und harmonisierte Einblicke in das Verbraucherverhalten in den wichtigsten westeuropäischen Märkten:



Deutschland



Frankreich



Großbritannien



Spanien

Ob Sie einen konsistenten länderübergreifenden Überblick über das Verbraucherverhalten oder einen tiefen Einblick in einen bestimmten Markt benötigen, TGI Europa liefert umfassende Erkenntnisse, um Zielgruppen zu identifizieren und zu erreichen.



Ansprache von Zielgruppen auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene in einem einzigen, harmonisierten Datensatz



Den internationalen Markttrends voraus sein



Identifizierung neuer paneuropäischer Marketing- und Werbestrategien



Analyse kultureller Unterschiede & grenzüberschreitende Synergien

Erfahren Sie mehr:

[anfragen@kantarmedia.com](mailto:anfragen@kantarmedia.com)

[www.kantarmedia.com](http://www.kantarmedia.com)

# Kantar's Markt-Media Daten in Europa

Wir befragen jährlich eine Auswahl von 60.000 Erwachsenen ab 15 Jahren in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und ab 14 Jahren in Spanien, die über 215 Millionen Verbraucher repräsentieren. Die Daten von TGI Europa werden täglich von vielen der bekanntesten internationalen Medienagenturen, Medieninhabenden und Marken genutzt. Die Daten werden zweimal im Jahr veröffentlicht (Frühjahr und Herbst).

---

## 60.000 Erwachsene

ab 15 Jahren in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und ab 14 Jahren in Spanien, die über 215 Millionen Verbraucher repräsentieren

---

## Umfassende Datenabdeckung



Verwendung von über 500 Produkten und 10.000 Marken in vielen verschiedenen Bereichen



Eingehende Abdeckung aller on- und offline & Medienarten und Marken



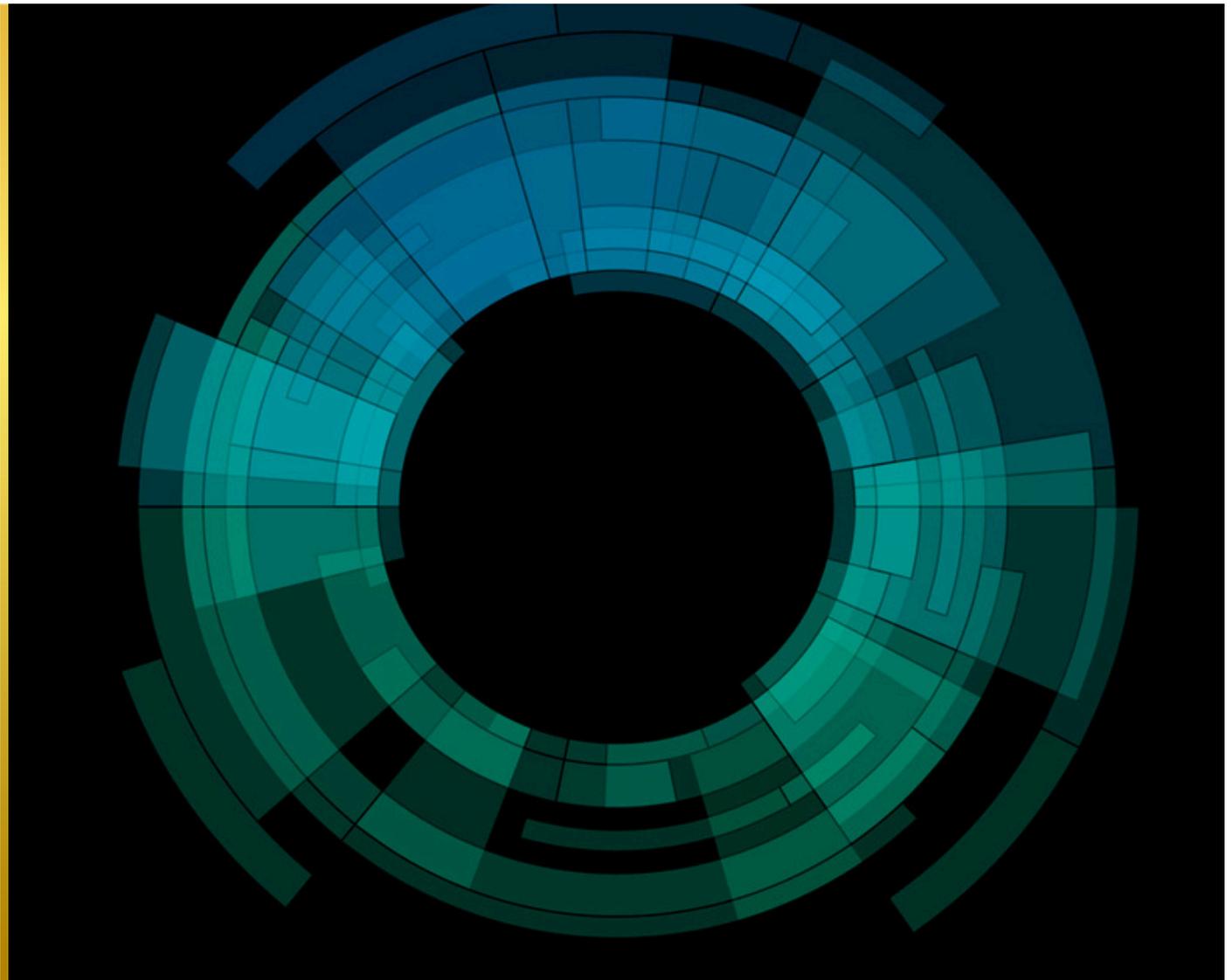
Über 250 Einstellungen & Motivationen



Freizeitaktivitäten

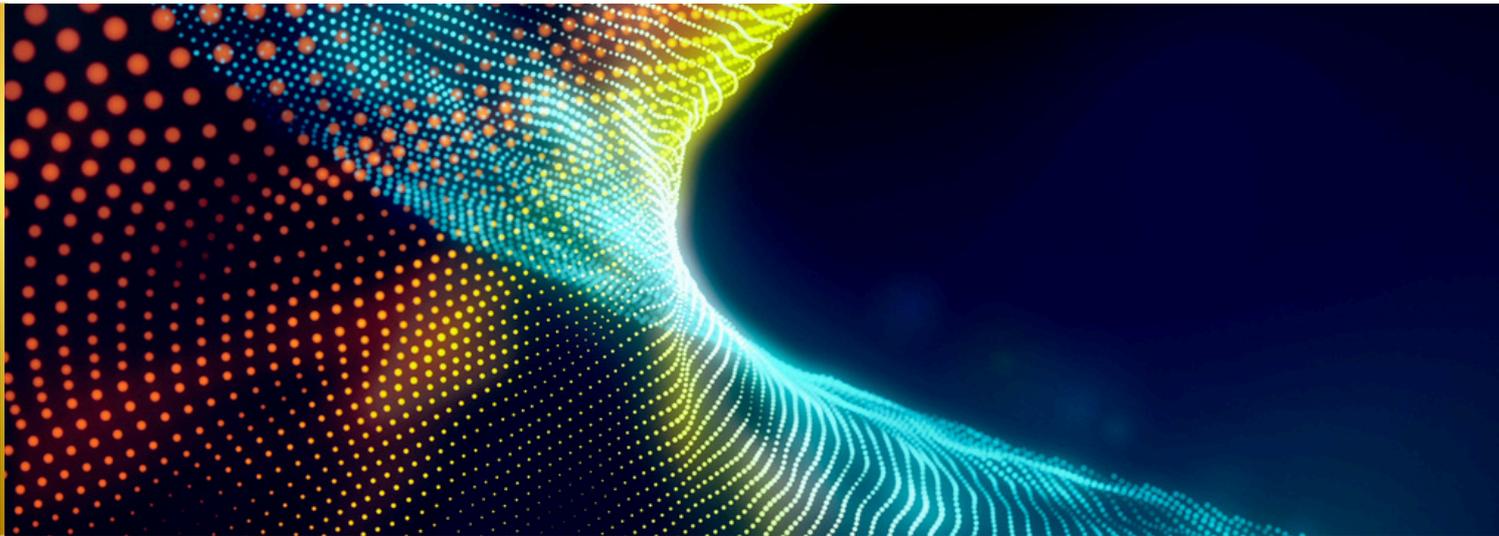


Demografische Daten



## TGI Global Quick View

# Profilieren und Planen mit weltweit harmonisierten Verbraucherdaten



Vergleichbare Daten von über 80.000 vernetzten Verbrauchern in 37 Ländern weltweit

TGI Global Quick View liefert ein ganzheitliches Bild der Online-Konsumenten, welches Ihnen ermöglicht, digitale Konsum- und Kaufpräferenzen der Zielgruppen auf globaler Ebene zu profilieren.

Neben der Erstellung von Profile globaler Zielgruppen können die TGI Global Quick View Daten für eine tiefergehende und lokale Mediaplanung mit den TGI Einzelländer-Studien komplementiert werden.

Kantars TGI-Einzelländerdatensätze decken sowohl globale und nationale Marken im Detail ab und gelten in der Regel als die lokale Währung für die Mediaplanung.

Erfahren Sie mehr:  
[anfragen@kantarmedia.com](mailto:anfragen@kantarmedia.com)  
[www.kantarmedia.com](http://www.kantarmedia.com)

## Medieninhabende

- Verstehen Sie Online-Trends, beurteilen Sie die Wettbewerbslandschaft und identifizieren Sie Unterscheidungsmerkmale.
- Erstellen Sie konsistente Zielgruppenprofile für alle Märkte, um die Werbeeinnahmen/Anzeigenumsätze von Werbetreibenden auf der ganzen Welt zu steigern.

## Medienagenturen

- Bewertung der digitalen Kompetenz eines Marktes und Identifizierung lokaler Unterschiede für die erfolgreiche Zielgruppenansprache.
- Einbeziehung internationaler Daten in den Planungsprozess für die regionenübergreifende Budgetverteilung.

## Werbetreibende

- Konzentrieren Sie Ihre Marketingaktivitäten auf die richtigen digitalen Kanäle und Online-Zielgruppen.
- Gewinnen Sie Einblicke in digitale kommerzielle Verhaltensweisen, um nationales, regionales und globales Wachstum zu identifizieren.

  
Mediale  
Gewohnheiten

  
Häufigkeit der  
Mediennutzung

  
Online-  
Nachrichten &  
Podcasts

  
Online-  
Plattform  
Nutzung

  
Nachhaltigkeit

  
Persönliche  
Finanzen

# Länderabdeckung



## Nord- und Südamerika

- Argentinien
- Brasilien
- Kanada
- Mexiko
- USA

## EMEA

- Österreich
- Belgien
- Dänemark
- Ägypten
- Frankreich
- Deutschland
- Grossbritannien
- Italien
- Niederlande
- Nigeria
- Norwegen
- Polen
- Südafrika
- Spanien
- Schweden
- Schweiz

## APAC

- Australien
- China
- Hongkong
- Indien
- Indonesien
- Japan
- Malaysia
- Neuseeland
- Philippinen
- Saudi-Arabien
- Singapur
- Südkorea
- Taiwan
- Thailand
- Türkei
- VAE

# Datenabdeckung

## Demografische Daten

- Online-Nutzungshäufigkeit
- Geschlecht und Alter
- Stadt oder Region
- Höchster Bildungsgrad
- Beruflicher Status
- Struktur des Haushalts
- Alter der Kinder
- Haushaltseinkommen
- Wohneigentum
- Pendeln
- Finanzen - Sparen
- Finanzen - Ausgaben
- COVID-Einstellungen

## Andere Medien

- Offline-Medienverhalten
- Globale TV-Marken
- OOH
- Spiele - Häufigkeit
- Gespielte Arten von Spielen
- Aktivitäten während des Spielens

## Interessen

- Ausflüge
- Kurzurlaube / Ferien
- Sportinteresse
- Interesse an Fussballturnieren
- Interesse an anderen Wettkämpfen
- Anhängerschaft von Fußballvereinen

## Produkt/Marken

- Produktkategorien
- Flugreisen
- Fluggesellschaften
- Besitz von Haushaltsgeräten/Geräten
- Autobesitz
- Automarken
- Marken für Finanzdienstleistungen
- Anbieter von Mobilfunkdiensten
- Technologie-Marken
- Sport-Marken
- Marken für Hygieneprodukte
- Lebensmittel-/Getränkemarken
- Marken für alkoholische Getränke
- Verhaltensweisen - Nachhaltigkeit
- Einstellungen zur Nachhaltigkeit

## Digitales Engagement & Marken

- Audio-Streaming
- Kostenpflichtige Videoinhalte
- Kostenlose Videoinhalte
- Soziale Netzwerke
- Online-Nachrichten
- Podcasts

## TGI Personas

- OCEAN
- Life Values
- Connected Life
- Socio Economic Levels (SEL)

## Onlineverhalten

- Online-Volumen
- Gerätebesitz
- Online-Aktivitäten nach Gerät

## Inhaltliche Präferenzen

- Themen von Interesse
- Blockierung von Werbung
- Technologie-Einstellungen
- Interessen: Online recherchiert
- Musikgenres
- Podcast-Genres
- Filmgenres
- Genres von TV-Programmen

# Über 200 Medienmarken

## Globale TV-Marken



## Bezahltes Video-Streaming



## Audio-Streaming



## Gaming-Marken



## Kostenloses Video-Streaming



## Soziale Netzwerke



## Gaming-Netzwerke



# Über 500 globale Marken aus einer Vielzahl von Branchen

## Technologie



## Mobilfunkdienste



## Finanzdienstleistungen



## E-Commerce



## Essen und Trinken



## Automobilindustrie



# Sportarten und Fans

## Wettbewerbe



## Clubs/Mannschaften



## Sportmarken



# Durchführung von Mehrländeranalysen mit TGI Snapshot

Der Zugriff auf die Daten von TGI Global Quick View erfolgt über das Datenvisualisierungstool TGI Snapshot von Kantar. Die intuitive Software, optimiert für den internationalen Datensatz, ist mit neuen Funktionen ausgestattet, die den Nutzern helfen, globale Trends zu erkennen und zusammenhängende Verbrauchervariablen über Märkte hinweg zu vergleichen.

## Interaktive Karten

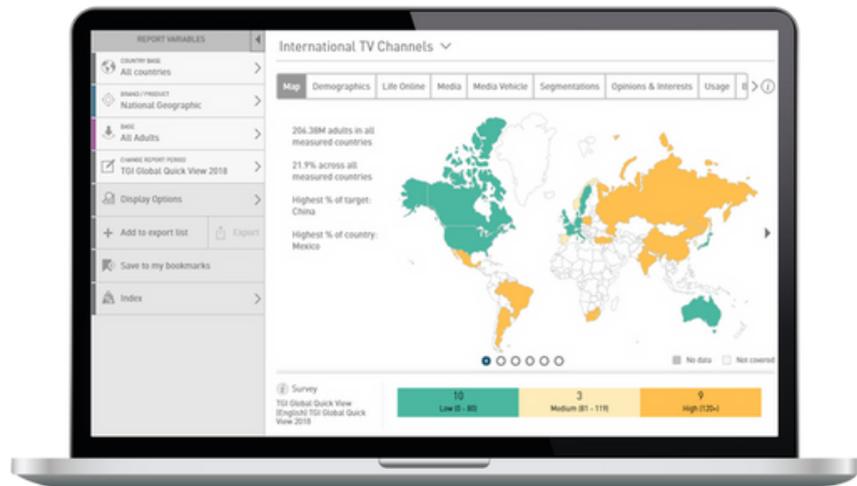
Identifizieren Sie schnell die Länder, die für Ihr Publikum von Interesse sind, mit einer globalen und regionalen Ansicht.

## Zielgruppenvergleich

Erstellen Sie Ihre eigenen Listen um Zielgruppen schnell zu vergleichen.

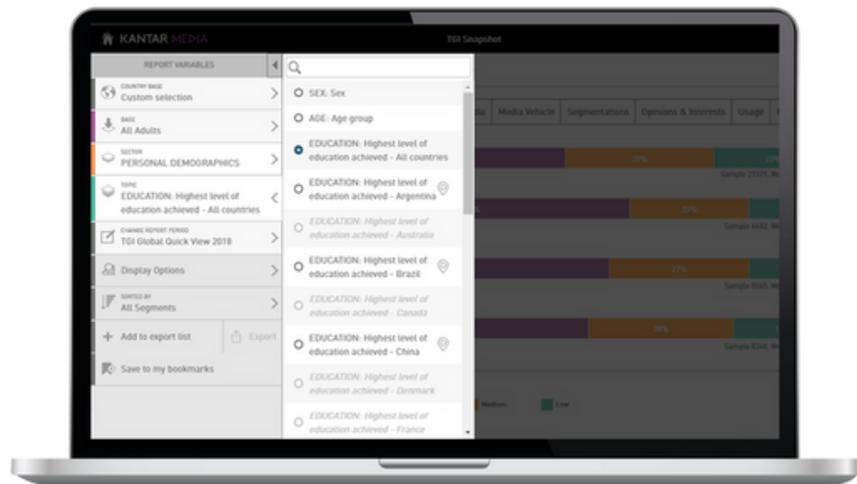
## Länderstatistiken

Sofortige Erstellung von Statistiken für Ihre Zielgruppen über einzelne Länder oder als Kombinationen für eine länderübergreifende Analyse.



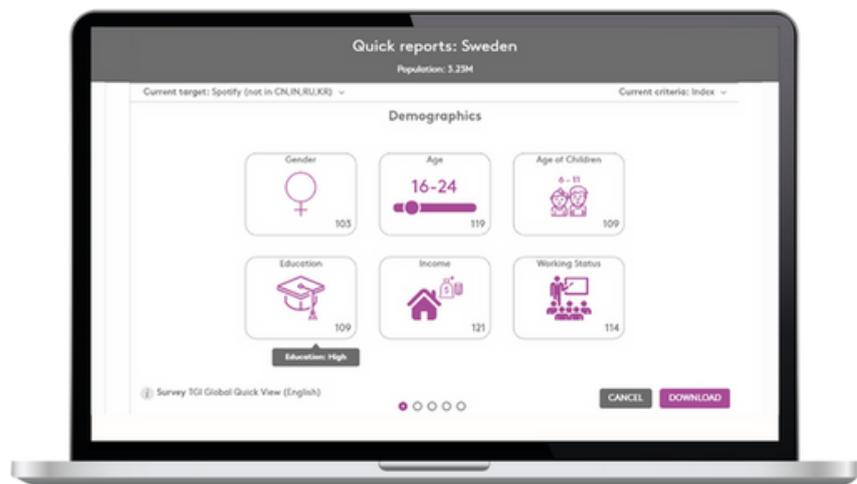
## Auto-Filterung

Erleichtert die fehlerfreie Analyse von internationalen Daten. Die Ergebnisse werden automatisch nach den Ländern gefiltert, in denen Ihre Zielgruppe verfügbar ist und visuelle Wegweiser helfen bei der Auswahl der Profilierungsvariablen für die jeweilige Region.



## Schnelle Berichte

Interaktive Datenvisualisierung, die in PowerPoint-Folien heruntergeladen werden kann.



Alternativ können die TGI Global Quick View Daten in der Choices Online Software verwendet werden, deren Fokus auf der nutzerfreundlichen Analyse in Form von Kreuztabellen liegt.