

2022

iconkids
& youth



Mehrthemenumfragen (face-to-face, in home) bei Kindern, Jugendlichen + Müttern

Untersuchungsdesign, Timing und Kosten

iconkids & youth international research GmbH

Rückertstraße 4, 80336 München

Tel.: 089 544 629-0, Fax: 089 544 629-24

info@iconkids.com, www.iconkids.com

Was ist eine Mehrthemenumfrage?

Eine Mehrthemenumfrage ist die **repräsentative Befragung** einer **vorab definierten Zielgruppe**.

An einer Mehrthemenuntersuchung können sich mehrere Kunden mit unterschiedlichen Fragestellungen beteiligen.

Die **Ergebnisse** werden **exklusiv nur an den jeweiligen Auftraggeber** übermittelt.

Der Vorteil von Mehrthemenumfragen

Die bei repräsentativen Untersuchungen anfallenden hohen organisatorischen **Fixkosten** (Bildung der Stichprobe, Durchführung der Interviews – face-to-face, in home – Einsatz, Schulung und Kontrolle der Interviewer) **werden** durch die Umverteilung auf mehrere Kunden für jeden Teilnehmer **enorm reduziert**.

Jeder Kunde **zahlt ausschließlich nur für seine individuellen Fragen** – eine Beteiligung mit nur einer Frage ist auch möglich.

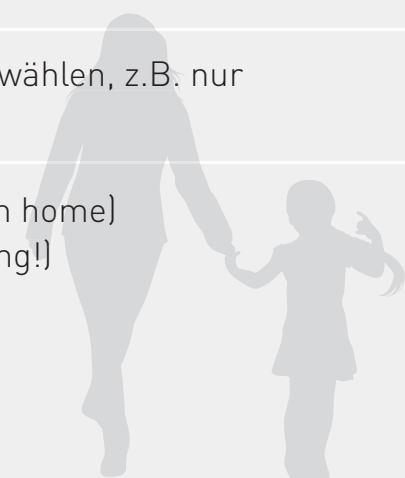
Unsere Zielgruppen bei Mehrthemenumfragen



iconkids & youth bietet **maßgeschneiderte Mehrthemenumfragen** im Hinblick auf **junge Zielgruppen**:

- ▶ Kinder von 3 bis 12 Jahren und / oder deren Mütter
- ▶ Jugendliche von 13 bis 19 Jahren und / oder deren Mütter
- ▶ Mütter von Kindern im Alter von 0 bis 5 Jahren

| | |
|--|---|
| Persönliche Befragungssituation – face-to-face, in home | Die Zielgruppe wird in ihrer gewohnten Umgebung befragt. ▶ <i>Keine künstliche Studioatmosphäre, keine Straßenbefragung, kein Online-Bias!</i> |
| Beratung durch Experten | Beratung bei der Konzeption des Fragebogens und zielgruppengerechte Formulierung der Fragen durch erfahrene Kinder- und Jugendforscher |
| Gezielte Ansprache junger Zielgruppen | Durch die gezielte, exklusive Befragung von Kindern und Jugendlichen werden repräsentative Ergebnisse für die jeweilige Grundgesamtheit garantiert. ▶ <i>Keine Fehlinterpretationen auf der Basis der Ergebnisse von Untergruppen im Rahmen von (gewichteten) Erwachsenenbefragungen!</i> |
| Gruppenunterschiede können analysiert werden | Die Größe der Stichprobe erlaubt eine signifikante Unterscheidung von Untergruppen wie z.B. nach Geschlecht im Altersverlauf. |
| Belegung von Teilstichproben | Pro Zielgruppe ist es möglich, auch Teilstichproben auszuwählen, z.B. nur bestimmte Altersgruppen, nur Mädchen, nur Jungen etc. |
| Testen von Konzepten, Verpackungen und Produkten | Durch die persönliche Befragungssituation (face-to-face, in home) ist es möglich, Konzept- und Produkttests (auch Verkostung!) für bis zu 7 Monaten bzw. Splits durchzuführen. |



Methode

- ▶ **Persönliche face-to-face Interviews in home (CAPI)**
- ▶ weitgehend strukturierter Fragebogen
- ▶ **Einsatz junger Interviewer** - ein Generationsunterschied als störender Einflussfaktor wird weitgehend ausgeschlossen

Stichprobe

- ▶ **Repräsentative Flächenstichprobe in ganz Deutschland** nach **BIK Sample Points**
- ▶ Auswahl der Befragungspersonen im ...
 - **iconBABY+ bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund des Kindes, Schulabschluss des Haushaltsvorstandes, Familienstand der Mutter
 - **iconKIDS bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund des befragten Kindes, Schulabschluss des Haushaltsvorstandes, Familienstand der Mutter
 - **iconYOUTH bus** nach den Quotenmerkmalen Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund und Schulbesuch / -abschluss des befragten Jugendlichen



DIE MEHRTHEMENUMFRAGEN VON ICONKIDS & YOUTH IM ÜBERBLICK

| | | | | |
|--------------------------------|----|---------------|---|--|
| ALTER DER ZIELGRUPPE IN JAHREN | 0 | iconBABY+ bus | Befragung von Müttern mit Kindern ▶ im Alter von 0 bis 5 Jahren ▶ und / oder der 3- bis 5-Jährigen | Stichprobengröße ▶ n = 700 Mütter ▶ n = ca. 350 3- bis 5-Jährige |
| | 5 | iconKIDS bus | Befragung von ▶ 6- bis 12-Jährigen ▶ und / oder deren Mütter | Stichprobengröße ▶ n = 700 Kinder ▶ + deren Mütter |
| | 6 | | | |
| | 12 | iconYOUTH bus | Befragung von ▶ 13- bis 19-Jährigen ▶ und / oder deren Mütter | Stichprobengröße ▶ n = 700 Jugendliche ▶ + deren Mütter |
| | 13 | | | |
| 19 | | | | |

GEPLANTE TERMINE FÜR 2022

| ALTER DER ZIELGRUPPE IN JAHREN | 0 | iconBABY+ bus | Redaktionsschluss: (= Vorlage des finalen Fragebogens für Ihre Fragen) | | Übermittlung der Ergebnisse: (Excel-Tabellen) | |
|--------------------------------|---------------|-----------------|---|----------------|--|----------------|
| | | | 19. Januar | ● → | Anfang März | (Ende KW 9) |
| | | | 23. Februar | ● → | Mitte April | (Anfang KW 16) |
| | | | 13. April | ● → | Anfang Juni | (Anfang KW 22) |
| | | | 25. Mai | ● → | Anfang Juli | (Ende KW 27) |
| 24. August | ● → | Mitte Oktober | (Ende KW 40) | | | |
| 28. September | ● → | Anfang November | (Ende KW 45) | | | |
| 2. November | ● → | Mitte Dezember | (Ende KW 50) | | | |
| 6 | iconKIDS bus | 19. Januar | ● → | Anfang März | (Ende KW 9) | |
| | | 23. Februar | ● → | Mitte April | (Anfang KW 16) | |
| | | 13. April | ● → | Anfang Juni | (Anfang KW 22) | |
| | | 25. Mai | ● → | Anfang Juli | (Ende KW 27) | |
| | | 24. August | ● → | Mitte Oktober | (Ende KW 40) | |
| 28. September | ● → | Anfang November | (Ende KW 45) | | | |
| 2. November | ● → | Mitte Dezember | (Ende KW 50) | | | |
| 13 | iconYOUTH bus | 23. Februar | ● → | Mitte April | (Anfang KW 16) | |
| | | 25. Mai | ● → | Anfang Juli | (Ende KW 27) | |
| | | 24. August | ● → | Mitte Oktober | (Ende KW 40) | |
| | | 2. November | ● → | Mitte Dezember | (Ende KW 50) | |
| 19 | iconYOUTH bus | 23. Februar | ● → | Mitte April | (Anfang KW 16) | |
| | | 25. Mai | ● → | Anfang Juli | (Ende KW 27) | |
| | | 24. August | ● → | Mitte Oktober | (Ende KW 40) | |
| | | 2. November | ● → | Mitte Dezember | (Ende KW 50) | |

KOSTEN FÜR EINE BETEILIGUNG AN DEN MEHRTHEMENUMFRAGEN VON ICONKIDS & YOUTH

| | | |
|---|--|--|
| <p>Generell gilt:</p> | <p>Die Kosten sind abhängig von der Art der Fragestellung und der gewählten Fallzahl!</p> | |
| <p>Kosten pro Frage bei einer Fallzahl von n = 700</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Einfache Ja-Nein-Frage ▶ Geschlossene Frage <ul style="list-style-type: none"> ... mit bis zu 10 Antwortvorgaben ... mit bis zu 20 Antwortvorgaben ▶ Offene Frage ▶ zu skalierende Statements je 4 Statements <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">Diese Preise verstehen sich für Kunden aus Deutschland zzgl. ges. MwSt.</p> | <p style="text-align: right;">700,- Euro</p> <p style="text-align: right;">1.100,- Euro</p> <p style="text-align: right;">1.200,- Euro</p> <p style="text-align: right;">1.400,- Euro</p> <p style="text-align: right;">1.100,- Euro</p> |
| <p>Rabatte</p> | <p>ab 5.000,- Euro Umsatz (netto) gewähren wir einen Rabatt von (mindestens) 5% bei der Belegung von Teilstichproben (z.B. nur ausgewählte Altersgruppen) reduzieren sich die Kosten anteilig</p> | |
| <p>Ergebnisübermittlung</p> | <p>Ergebnisse werden in Form von EDV-Tabellen (Excel-File) und auf Wunsch zusätzlich als SPSS-File übermittelt</p> | |
| <p>Untergruppen in den Tabellen</p> | <p>Gesamt • ABL / NBL • Jungen / Mädchen • 3 Altersgruppen sowie Mädchen und Jungen jeweils nach Altersgruppen • Schulbesuch / -abschluss freie Wahl eines 2. Tabellenkopfes mit bis zu 21 Untergruppen</p> | |
| <p>Grafische Aufbereitung und Analyse</p> | <p>auf Wunsch kalkulieren wir gerne die grafische Aufbereitung und schriftliche Analyse der Ergebnisse; diese ist in den oben ausgewiesenen Kosten noch nicht enthalten</p> | |



Denise Ullrich
+49 (0)89 544 629-28
d.ullrich@iconkids.com

Dieses Angebot ist vorläufig als
freibleibend zu betrachten!

iconkids & youth
international research GmbH
Rückertstraße 4, 80336 München
Tel.: 089 544 629-0
Fax: 089 544 629-24
info@iconkids.com
www.iconkids.com