

MEDIA BIAS – MEDIENNUTZUNG DER MARKETING- UND MEDIENPROFIS IM VERGLEICH ZUR SCHWEIZER BEVÖLKERUNG

3. November 2021 | Medienforschungstag WEMF
Siri Fischer, Geschäftsführerin IGEM
Guido Trevisan, CMO Goldbach

GOLDBACH

in Kooperation mit der WEMF

**YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION**



VIelfältiges Angebot von Forschungsdaten vorhanden

Nutzer- und Nutzungsforschung

Währungsforschung

Marktstudien



Mediapulse



Mediapulse



Mediapulse



WEMF



WEMF



SPR+

IGEM
digiMONITOR

Time Use
Study

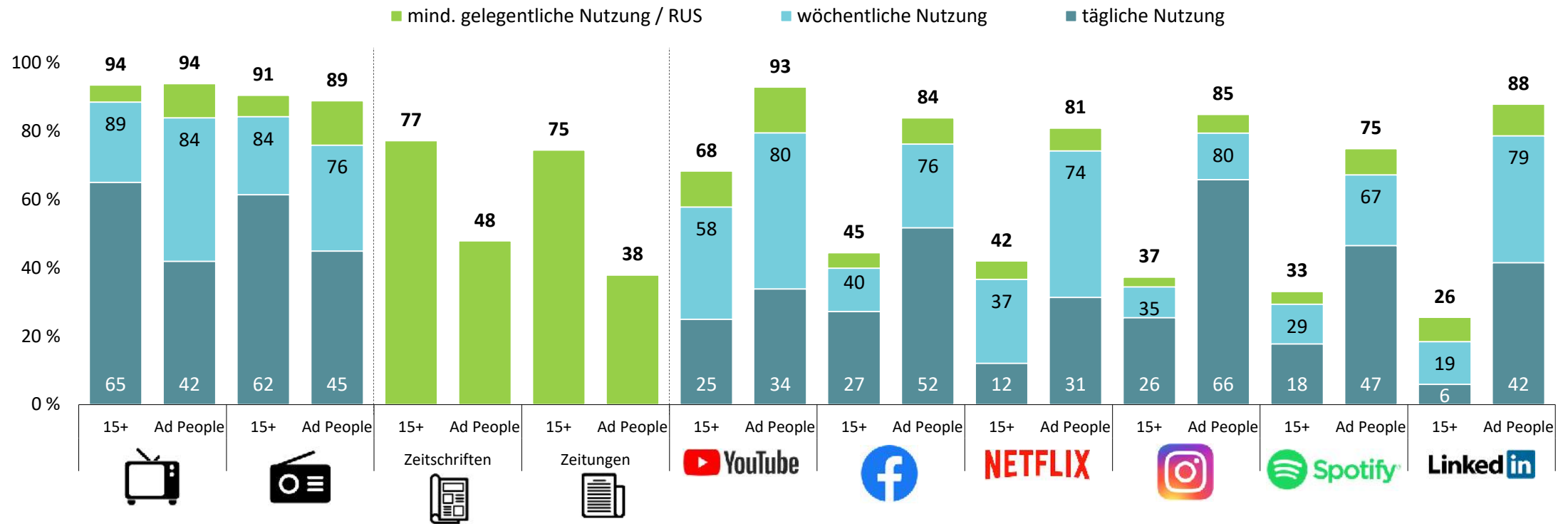
MA Strategy

und einige
mehr

AD PEOPLE NUTZEN VIELE MEDIEN UND LIEBEN DIGITALE MEDIEN

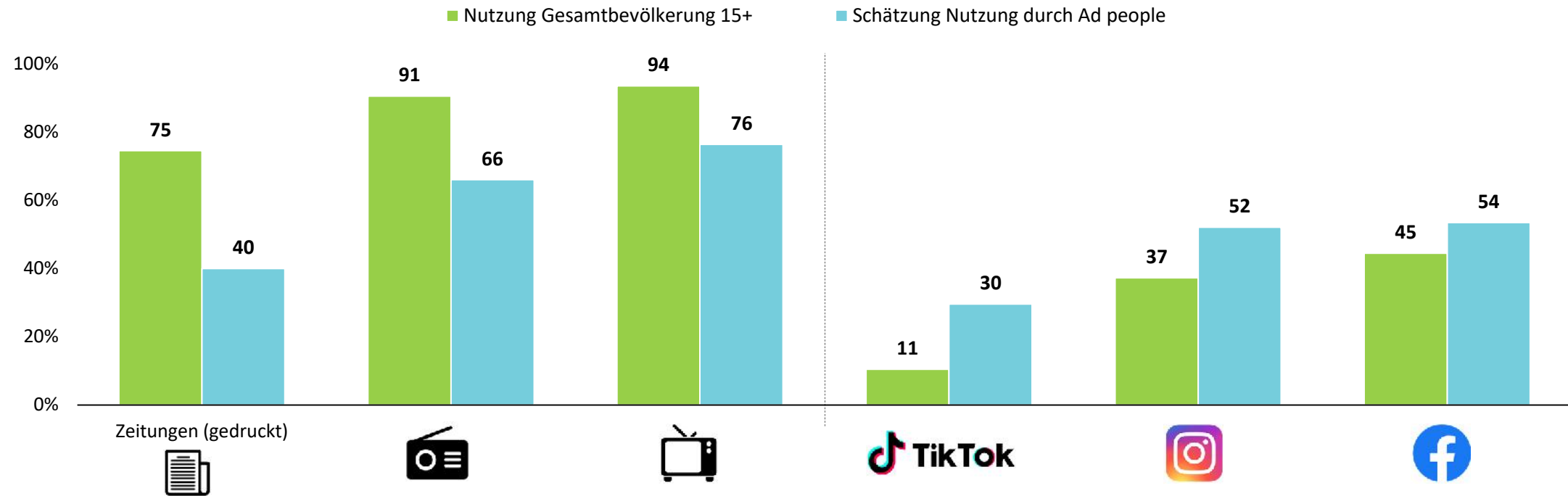
MEDIENNUTZUNG IM VERGLEICH

NUTZERANTEILE IN %



IM Ø 10%-PUNKTE DIFFERENZ ZWISCHEN SCHÄTZUNG UND NUTZUNG NUTZUNG UND SCHÄTZUNG IM VERGLEICH

NUTZERANTEILE IN %



ANDERE NUTZUNGSMUSTER FÜHREN ZU VERZERRTEN SCHÄTZUNGEN

NUTZUNG UND SCHÄTZUNG IM VERGLEICH

NUTZERANTEILE IN %

