

Quelle:

best for planning 2020 (Basis: Deutschsprachige 14+ Jahre)



Vorfilter:

Gesamt

(30.469 ungew. Fälle, 30.469 gew. Fälle - 100,0% - 70,64 Mio)

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein Eigenheim/Wohnen&Leben | | | |
|---|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Basis | 100,0 | 70,64 | 100 | 100 | 2,4 | 1,72 | 100 | 100 |
| Grundgesamtheiten | | | | | | | | |
| Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre | 100,0 | 70,64 | 100 | 100 | 2,4 | 1,72 | 100 | 100 |
| Informationsinteresse Banken & Versicherungen | | | | | | | | |
| Informationsinteresse Unterhaltungselektronik | | | | | | | | |
| Digitale Kameras/Fotoapparate/Videokameras und Zubehör | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 18,54 | 26 | 100 | 3,2 | 0,59 | 34 | 130 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,73 | 5 | 100 | 4,5 | 0,17 | 10 | 187 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,81 | 21 | 100 | 2,8 | 0,42 | 24 | 116 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,41 | 33 | 100 | 2,5 | 0,57 | 33 | 101 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 28,68 | 41 | 100 | 1,9 | 0,56 | 32 | 80 |
| Unterhaltungselektronik, TV und Hifi | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 30,51 | 43 | 100 | 2,8 | 0,85 | 50 | 115 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 7,14 | 10 | 100 | 2,7 | 0,19 | 11 | 110 |
| Stark interessiert | 100,0 | 23,37 | 33 | 100 | 2,8 | 0,66 | 38 | 116 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 24,48 | 35 | 100 | 2,3 | 0,56 | 33 | 94 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 15,64 | 22 | 100 | 2,0 | 0,31 | 18 | 80 |
| Musik und Filme auf Ton- und Bildträgern | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 22,84 | 32 | 100 | 2,6 | 0,59 | 35 | 107 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 5,00 | 7 | 100 | 3,1 | 0,15 | 9 | 126 |
| Stark interessiert | 100,0 | 17,84 | 25 | 100 | 2,5 | 0,44 | 26 | 102 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|---|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 24,40 | 35 | 100 | 2,6 | 0,62 | 36 | 105 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 23,40 | 33 | 100 | 2,1 | 0,50 | 29 | 88 |
| Computer, Notebooks, Tablets | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 31,99 | 45 | 100 | 2,6 | 0,85 | 49 | 109 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 8,85 | 13 | 100 | 2,4 | 0,21 | 12 | 99 |
| Stark interessiert | 100,0 | 23,15 | 33 | 100 | 2,7 | 0,63 | 37 | 113 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 20,93 | 30 | 100 | 2,4 | 0,51 | 30 | 100 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 17,72 | 25 | 100 | 2,0 | 0,36 | 21 | 84 |
| eBook-Reader | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 8,98 | 13 | 100 | 3,8 | 0,34 | 20 | 156 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 1,76 | 2 | 100 | 4,9 | 0,09 | 5 | 200 |
| Stark interessiert | 100,0 | 7,22 | 10 | 100 | 3,5 | 0,26 | 15 | 145 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 14,63 | 21 | 100 | 2,9 | 0,42 | 25 | 119 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 47,03 | 67 | 100 | 2,0 | 0,96 | 56 | 84 |
| Computersoftware, -spiele | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 18,55 | 26 | 100 | 2,3 | 0,43 | 25 | 96 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 5,34 | 8 | 100 | 2,4 | 0,13 | 8 | 101 |
| Stark interessiert | 100,0 | 13,21 | 19 | 100 | 2,3 | 0,30 | 18 | 94 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 18,16 | 26 | 100 | 2,9 | 0,53 | 31 | 120 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 33,93 | 48 | 100 | 2,2 | 0,75 | 44 | 91 |
| Mobiltelefone, Telefone, Smartphones | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 37,29 | 53 | 100 | 2,5 | 0,93 | 54 | 103 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 10,80 | 15 | 100 | 2,3 | 0,24 | 14 | 93 |
| Stark interessiert | 100,0 | 26,49 | 38 | 100 | 2,6 | 0,69 | 40 | 107 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 20,17 | 29 | 100 | 2,7 | 0,55 | 32 | 111 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 13,17 | 19 | 100 | 1,8 | 0,24 | 14 | 75 |
| Apps/Anwendungen für Mobiltelefone/Smartphones | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 27,42 | 39 | 100 | 2,5 | 0,69 | 40 | 103 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 6,87 | 10 | 100 | 2,3 | 0,16 | 9 | 94 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|----------------------------|---------------------|-------|-----------|-------|-----------------------------|------|-----------|-------|
| | Reichweite | | Zus. % | Index | Reichweite | | Zus. % | Index |
| | % | Mio | | | % | Mio | | |
| Stark interessiert | 100,0 | 20,55 | 29 | 100 | 2,6 | 0,53 | 31 | 106 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 21,63 | 31 | 100 | 2,8 | 0,60 | 35 | 115 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 21,58 | 31 | 100 | 2,0 | 0,43 | 25 | 82 |

Informationsinteresse Haus & Wohnen

Elektrische Haushaltsgeräte

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 22,53 | 32 | 100 | 3,1 | 0,70 | 41 | 127 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,57 | 5 | 100 | 3,4 | 0,12 | 7 | 138 |
| Stark interessiert | 100,0 | 18,96 | 27 | 100 | 3,0 | 0,58 | 34 | 125 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 28,62 | 41 | 100 | 2,6 | 0,74 | 43 | 106 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 19,49 | 28 | 100 | 1,4 | 0,28 | 16 | 59 |

(Elektrische) Heimwerkergeräte

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 19,77 | 28 | 100 | 3,6 | 0,71 | 41 | 147 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 4,11 | 6 | 100 | 5,0 | 0,21 | 12 | 207 |
| Stark interessiert | 100,0 | 15,67 | 22 | 100 | 3,2 | 0,50 | 29 | 131 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 22,82 | 32 | 100 | 2,7 | 0,62 | 36 | 112 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 28,04 | 40 | 100 | 1,4 | 0,39 | 23 | 57 |

Informationsinteresse Gesundheit

Wellnessprodukte (z.B. Duftöle, Wellnessgetränke)

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 17,81 | 25 | 100 | 3,5 | 0,62 | 36 | 143 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 2,95 | 4 | 100 | 5,2 | 0,15 | 9 | 213 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,86 | 21 | 100 | 3,2 | 0,47 | 27 | 130 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 21,09 | 30 | 100 | 2,6 | 0,56 | 32 | 108 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 31,74 | 45 | 100 | 1,7 | 0,54 | 32 | 70 |

Gesundheitsprodukte, -geräte

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 17,13 | 24 | 100 | 3,4 | 0,58 | 34 | 139 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 2,75 | 4 | 100 | 5,2 | 0,14 | 8 | 213 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,38 | 20 | 100 | 3,0 | 0,44 | 25 | 124 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 25,34 | 36 | 100 | 2,6 | 0,67 | 39 | 108 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 28,16 | 40 | 100 | 1,7 | 0,47 | 28 | 69 |

Interessen

Rezeptfreie Medikamente

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein Eigenheim/Wohnen&Leben | | | |
|-------------------------------|---------------------|-------|-----------|-------|-----------------------------|------|-----------|-------|
| | Reichweite | | Zus. % | Index | Reichweite | | Zus. % | Index |
| | % | Mio | | | % | Mio | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 21,30 | 30 | 100 | 3,2 | 0,68 | 40 | 132 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,81 | 5 | 100 | 4,3 | 0,16 | 9 | 175 |
| Stark interessiert | 100,0 | 17,49 | 25 | 100 | 3,0 | 0,52 | 30 | 122 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 28,58 | 40 | 100 | 2,4 | 0,69 | 40 | 99 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 20,76 | 29 | 100 | 1,7 | 0,35 | 20 | 69 |

Informationsinteresse Haus & Wohnen

Möbel und Einrichtung

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 26,76 | 38 | 100 | 2,9 | 0,79 | 46 | 121 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 4,80 | 7 | 100 | 3,4 | 0,16 | 10 | 141 |
| Stark interessiert | 100,0 | 21,97 | 31 | 100 | 2,8 | 0,62 | 36 | 116 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 27,75 | 39 | 100 | 2,6 | 0,72 | 42 | 107 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 16,12 | 23 | 100 | 1,3 | 0,21 | 12 | 54 |

Kücheneinrichtung

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 20,63 | 29 | 100 | 3,2 | 0,67 | 39 | 133 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,97 | 6 | 100 | 3,6 | 0,14 | 8 | 149 |
| Stark interessiert | 100,0 | 16,66 | 24 | 100 | 3,2 | 0,53 | 31 | 130 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 27,32 | 39 | 100 | 2,5 | 0,69 | 40 | 103 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 22,68 | 32 | 100 | 1,6 | 0,36 | 21 | 66 |

Heimtextilien, Dekoration, Wohnaccessoires

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 25,99 | 37 | 100 | 2,8 | 0,72 | 42 | 114 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 7,11 | 10 | 100 | 2,6 | 0,19 | 11 | 107 |
| Stark interessiert | 100,0 | 18,87 | 27 | 100 | 2,9 | 0,54 | 31 | 117 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 24,41 | 35 | 100 | 2,7 | 0,65 | 38 | 110 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 20,24 | 29 | 100 | 1,7 | 0,35 | 20 | 70 |

Elektrische Haushaltsgeräte

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|----|-----|-----|------|----|-----|
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 22,53 | 32 | 100 | 3,1 | 0,70 | 41 | 127 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,57 | 5 | 100 | 3,4 | 0,12 | 7 | 138 |
| Stark interessiert | 100,0 | 18,96 | 27 | 100 | 3,0 | 0,58 | 34 | 125 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|--|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 28,62 | 41 | 100 | 2,6 | 0,74 | 43 | 106 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 19,49 | 28 | 100 | 1,4 | 0,28 | 16 | 59 |
| Materialien zum Heim- und Handwerken | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 20,26 | 29 | 100 | 3,5 | 0,71 | 41 | 144 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 4,17 | 6 | 100 | 4,6 | 0,19 | 11 | 188 |
| Stark interessiert | 100,0 | 16,08 | 23 | 100 | 3,2 | 0,52 | 30 | 133 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,51 | 33 | 100 | 2,5 | 0,58 | 34 | 102 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 26,86 | 38 | 100 | 1,6 | 0,43 | 25 | 65 |
| (Elektrische) Heimwerkergeräte | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 19,77 | 28 | 100 | 3,6 | 0,71 | 41 | 147 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 4,11 | 6 | 100 | 5,0 | 0,21 | 12 | 207 |
| Stark interessiert | 100,0 | 15,67 | 22 | 100 | 3,2 | 0,50 | 29 | 131 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 22,82 | 32 | 100 | 2,7 | 0,62 | 36 | 112 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 28,04 | 40 | 100 | 1,4 | 0,39 | 23 | 57 |
| Produkte für den Garten/Pflanzen/Gartengeräte | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 20,63 | 29 | 100 | 4,2 | 0,86 | 50 | 171 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 5,09 | 7 | 100 | 4,8 | 0,24 | 14 | 196 |
| Stark interessiert | 100,0 | 15,54 | 22 | 100 | 4,0 | 0,62 | 36 | 163 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 19,72 | 28 | 100 | 2,4 | 0,48 | 28 | 99 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 30,28 | 43 | 100 | 1,3 | 0,38 | 22 | 52 |
| Erneuerbare/nachhaltige Energie | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 18,54 | 26 | 100 | 4,0 | 0,74 | 43 | 163 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 4,14 | 6 | 100 | 4,8 | 0,20 | 12 | 198 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,41 | 20 | 100 | 3,7 | 0,54 | 31 | 153 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 22,53 | 32 | 100 | 2,5 | 0,56 | 33 | 102 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 29,56 | 42 | 100 | 1,4 | 0,42 | 25 | 59 |
| Informationsinteresse Kosmetik & Körperpflege | | | | | | | | |
| Körperpflegeprodukte allgemein | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 34,99 | 50 | 100 | 2,8 | 0,99 | 57 | 116 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|--|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 7,87 | 11 | 100 | 3,0 | 0,24 | 14 | 123 |
| Stark interessiert | 100,0 | 27,12 | 38 | 100 | 2,8 | 0,75 | 44 | 114 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,77 | 34 | 100 | 2,3 | 0,56 | 32 | 96 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 11,88 | 17 | 100 | 1,5 | 0,18 | 10 | 61 |
| Haarpflegemittel | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 32,27 | 46 | 100 | 2,8 | 0,89 | 52 | 113 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 7,70 | 11 | 100 | 3,6 | 0,28 | 16 | 150 |
| Stark interessiert | 100,0 | 24,57 | 35 | 100 | 2,5 | 0,61 | 35 | 102 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,96 | 34 | 100 | 2,4 | 0,56 | 33 | 97 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 14,40 | 20 | 100 | 1,9 | 0,27 | 16 | 76 |
| Reinigende/pflegende Gesichtskosmetik | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 30,72 | 43 | 100 | 2,7 | 0,83 | 48 | 111 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 8,70 | 12 | 100 | 3,3 | 0,29 | 17 | 135 |
| Stark interessiert | 100,0 | 22,01 | 31 | 100 | 2,5 | 0,54 | 31 | 101 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 20,91 | 30 | 100 | 2,7 | 0,57 | 33 | 111 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 19,01 | 27 | 100 | 1,7 | 0,33 | 19 | 71 |
| Dekorative Kosmetik | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 22,44 | 32 | 100 | 2,7 | 0,60 | 35 | 109 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 7,63 | 11 | 100 | 2,9 | 0,22 | 13 | 118 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,81 | 21 | 100 | 2,6 | 0,38 | 22 | 105 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 14,16 | 20 | 100 | 3,0 | 0,43 | 25 | 125 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 34,04 | 48 | 100 | 2,0 | 0,69 | 40 | 84 |
| Parfüm/Düfte/Duftwasser/Aftershave | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 32,90 | 47 | 100 | 2,6 | 0,86 | 50 | 107 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 11,01 | 16 | 100 | 2,5 | 0,28 | 16 | 103 |
| Stark interessiert | 100,0 | 21,89 | 31 | 100 | 2,7 | 0,58 | 34 | 109 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 18,48 | 26 | 100 | 2,7 | 0,51 | 29 | 113 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 19,26 | 27 | 100 | 1,8 | 0,35 | 21 | 76 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|--|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Babynahrung/-pflegemittel | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 9,03 | 13 | 100 | 4,5 | 0,41 | 24 | 185 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 2,91 | 4 | 100 | 4,8 | 0,14 | 8 | 198 |
| Stark interessiert | 100,0 | 6,12 | 9 | 100 | 4,3 | 0,27 | 15 | 179 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 7,49 | 11 | 100 | 3,2 | 0,24 | 14 | 131 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 54,11 | 77 | 100 | 2,0 | 1,07 | 62 | 82 |
| Zahn- und Mundpflege | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 26,78 | 38 | 100 | 2,9 | 0,79 | 46 | 121 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 6,53 | 9 | 100 | 4,1 | 0,27 | 15 | 167 |
| Stark interessiert | 100,0 | 20,26 | 29 | 100 | 2,6 | 0,52 | 30 | 106 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,71 | 34 | 100 | 2,2 | 0,51 | 30 | 89 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 20,14 | 29 | 100 | 2,1 | 0,42 | 24 | 85 |
| Informationsinteresse Mode & Bekleidung | | | | | | | | |
| Mode | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 35,87 | 51 | 100 | 2,5 | 0,90 | 53 | 104 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 8,57 | 12 | 100 | 2,7 | 0,23 | 14 | 112 |
| Stark interessiert | 100,0 | 27,30 | 39 | 100 | 2,5 | 0,67 | 39 | 101 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 24,56 | 35 | 100 | 2,5 | 0,61 | 35 | 102 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 10,20 | 14 | 100 | 2,0 | 0,21 | 12 | 84 |
| Schuhe | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 38,11 | 54 | 100 | 2,5 | 0,96 | 56 | 104 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 9,31 | 13 | 100 | 3,0 | 0,28 | 16 | 124 |
| Stark interessiert | 100,0 | 28,80 | 41 | 100 | 2,4 | 0,68 | 40 | 97 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 23,62 | 33 | 100 | 2,4 | 0,57 | 33 | 99 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 8,90 | 13 | 100 | 2,1 | 0,19 | 11 | 87 |
| Armbanduhren | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 18,95 | 27 | 100 | 3,1 | 0,59 | 35 | 129 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,98 | 6 | 100 | 3,8 | 0,15 | 9 | 156 |
| Stark interessiert | 100,0 | 14,96 | 21 | 100 | 3,0 | 0,44 | 26 | 121 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|---|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 26,04 | 37 | 100 | 2,5 | 0,66 | 38 | 103 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 25,65 | 36 | 100 | 1,8 | 0,47 | 27 | 75 |
| Schmuck | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 15,85 | 22 | 100 | 2,8 | 0,45 | 26 | 117 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 3,59 | 5 | 100 | 2,6 | 0,09 | 5 | 107 |
| Stark interessiert | 100,0 | 12,26 | 17 | 100 | 2,9 | 0,36 | 21 | 120 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 22,16 | 31 | 100 | 2,8 | 0,62 | 36 | 114 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 32,62 | 46 | 100 | 2,0 | 0,65 | 38 | 82 |
| Taschen, Reisegepäck, Lederwaren | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 14,16 | 20 | 100 | 3,0 | 0,43 | 25 | 125 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 2,45 | 3 | 100 | 3,8 | 0,09 | 5 | 157 |
| Stark interessiert | 100,0 | 11,71 | 17 | 100 | 2,9 | 0,34 | 20 | 118 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 26,21 | 37 | 100 | 2,6 | 0,69 | 40 | 109 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 30,27 | 43 | 100 | 2,0 | 0,60 | 35 | 81 |
| Informationsinteresse PKW & Zubehör | | | | | | | | |
| PKW/Auto | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 30,13 | 43 | 100 | 3,1 | 0,94 | 55 | 128 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 8,27 | 12 | 100 | 3,7 | 0,30 | 18 | 150 |
| Stark interessiert | 100,0 | 21,85 | 31 | 100 | 2,9 | 0,64 | 37 | 120 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 22,50 | 32 | 100 | 2,3 | 0,51 | 29 | 93 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 18,01 | 26 | 100 | 1,5 | 0,27 | 16 | 62 |
| PKW-Zubehör | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 21,09 | 30 | 100 | 3,4 | 0,71 | 41 | 139 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 5,06 | 7 | 100 | 4,0 | 0,20 | 12 | 163 |
| Stark interessiert | 100,0 | 16,03 | 23 | 100 | 3,2 | 0,51 | 30 | 131 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 25,58 | 36 | 100 | 2,4 | 0,62 | 36 | 100 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 23,97 | 34 | 100 | 1,6 | 0,38 | 22 | 66 |
| Zweiräder (z.B. Motorräder, Roller, Mofas) | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 7,31 | 10 | 100 | 4,6 | 0,34 | 20 | 188 |

Interessen

| | Basis (Deutschland) | | | | Mein EigenHeim/Wohnen&Leben | | | |
|--|---------------------|-------|------|-------|-----------------------------|------|------|-------|
| | Reichweite | | Zus. | Index | Reichweite | | Zus. | Index |
| | % | Mio | % | | % | Mio | % | |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 2,45 | 3 | 100 | 5,7 | 0,14 | 8 | 234 |
| Stark interessiert | 100,0 | 4,86 | 7 | 100 | 4,0 | 0,20 | 11 | 166 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 10,09 | 14 | 100 | 3,1 | 0,31 | 18 | 127 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 53,23 | 75 | 100 | 2,0 | 1,07 | 62 | 83 |
| Informationsinteresse Urlaub & Reisen | | | | | | | | |
| Kurzreisen (max. 5 Tage) | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 33,14 | 47 | 100 | 2,8 | 0,94 | 55 | 117 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 10,84 | 15 | 100 | 3,4 | 0,37 | 21 | 140 |
| Stark interessiert | 100,0 | 22,29 | 32 | 100 | 2,6 | 0,57 | 33 | 106 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 18,63 | 26 | 100 | 2,2 | 0,41 | 24 | 90 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 18,87 | 27 | 100 | 1,9 | 0,37 | 21 | 80 |
| (Längere) Urlaubsreisen | | | | | | | | |
| Sehr stark/stark interessiert | 100,0 | 41,88 | 59 | 100 | 2,5 | 1,03 | 60 | 101 |
| Sehr stark interessiert | 100,0 | 17,05 | 24 | 100 | 2,6 | 0,45 | 26 | 107 |
| Stark interessiert | 100,0 | 24,83 | 35 | 100 | 2,4 | 0,59 | 34 | 97 |
| Weniger stark interessiert | 100,0 | 12,66 | 18 | 100 | 2,9 | 0,37 | 21 | 119 |
| Gar nicht interessiert | 100,0 | 16,09 | 23 | 100 | 2,0 | 0,32 | 19 | 82 |