

mifm aktuell

Marktforschungsergebnisse

Lage | Wirtschaft | Soziales | Politik | Lebensformen

REGION MÜNCHEN

Ihre Ansprechpartnerin

Katharina Schmitt

Projektleitung (Auswertung & Methoden)

Tel.: +49 89 46 13 90-18

Fax: +49 89 46 13 90-29

E-Mail: ks@mifm.de

Viele weitere Ergebnisse finden Sie unter www.mifm.de/downloads.

Inhaltsverzeichnis		Seite
Methodenbeschreibung & Begriffsdefinitionen		3
Wohlfühlen	Wie gerne leben Sie zur Zeit hier in der Region München?	4
Lebenseinstellung	Sind Sie alles in allem zur Zeit eher optimistisch oder eher pessimistisch?	5
Ausgabenneigung	Glauben Sie, dass Sie in nächster Zeit für Ihre persönlichen Wünsche eher mehr oder eher weniger Geld ausgeben werden als zur Zeit?	6
Anschaffungsplanung	Welche größeren Anschaffungen wollen Sie in den nächsten Monaten machen?	7
Preis-/Qualitätsorientierung	Wenn Sie alles in allem nehmen, welche Preiskategorie bevorzugen Sie im Allgemeinen beim Einkauf?	8
Preisentwicklung	Wenn Sie einmal ganz allgemein an die wirtschaftliche Situation in der Bundesrepublik denken, was glauben Sie dann persönlich für die nächsten Monate?	9
Arbeitslosigkeit	Wenn Sie einmal ganz allgemein an die wirtschaftliche Situation in der Bundesrepublik denken, was glauben Sie dann persönlich für die nächsten Monate?	10
Wirtschaftliche Situation	Wenn Sie einmal ganz allgemein an die wirtschaftliche Situation in der Bundesrepublik denken, was glauben Sie dann persönlich für die nächsten Monate?	11
Ausbildungsmöglichkeiten	Wie gut sind derzeit die Möglichkeiten in der Region München, einen Ausbildungsplatz zu finden?	12
Karrieremöglichkeiten	Wie gut sind im Augenblick die Chancen für Beruf und Karriere in der Region München?	12
Lebensformen	Welche der folgenden Lebensformen sind heutzutage am erstrebenswertesten?	13
Internet-Abdeckung	Verfügen Sie über einen Internet-Anschluss?	14
Wer wir sind.		15
NEU! Terminplan Repräsentative Mehrthemenbefragungen: Geplante Termine 2008		16

Methodenbeschreibung

Befragungsart	Repräsentative schriftliche Mehrthemen-Befragung mit zwei Nachfassaktionen.
Befragungsrhythmus	Alle zwei Monate
Befragungszeitraum	Etwa 4 Wochen
Befragungsgebiet	Region München, d.h. Stadt München, Landkreise: München, Ebersberg, Dachau, Fürstenfeldbruck, Starnberg, Erding, Freising
Grundgesamtheit	Alle Personen ab 18 Jahren mit deutscher Staatsangehörigkeit in Privathaushalten in der Region München. Die Grundgesamtheit besteht zum 31.12.2006 aus ca. 1,69 Millionen Personen.
Stichprobe	Brutto-Stichprobe: rund 1.400 Adressen Ausschöpfung: Zwischen 45 % und 50 % der um neutrale Ausfälle bereinigten Brutto-Stichprobe: ca. 700 Interviews
Gewichtung	Die Gewichtung wird auf der Basis der amtlichen Bevölkerungsstatistik mit einem Verfahren des "minimalen Informationsverlusts" in drei Schritten durchgeführt: 1. Schritt: simultane Haushaltsgewichtung nach Kreisen und Gemeindetypen bzw. Stadtteilen sowie Haushaltsgröße 2. Schritt: Transformierung der Haushalts- in eine Personenstichprobe 3. Schritt: simultanes Redressement nach Geschlecht und Kreisen bzw. Stadtteilen in München, Altersgruppen in Kombination mit Geschlecht nach München-Stadt und Umland

Begriffsdefinitionen

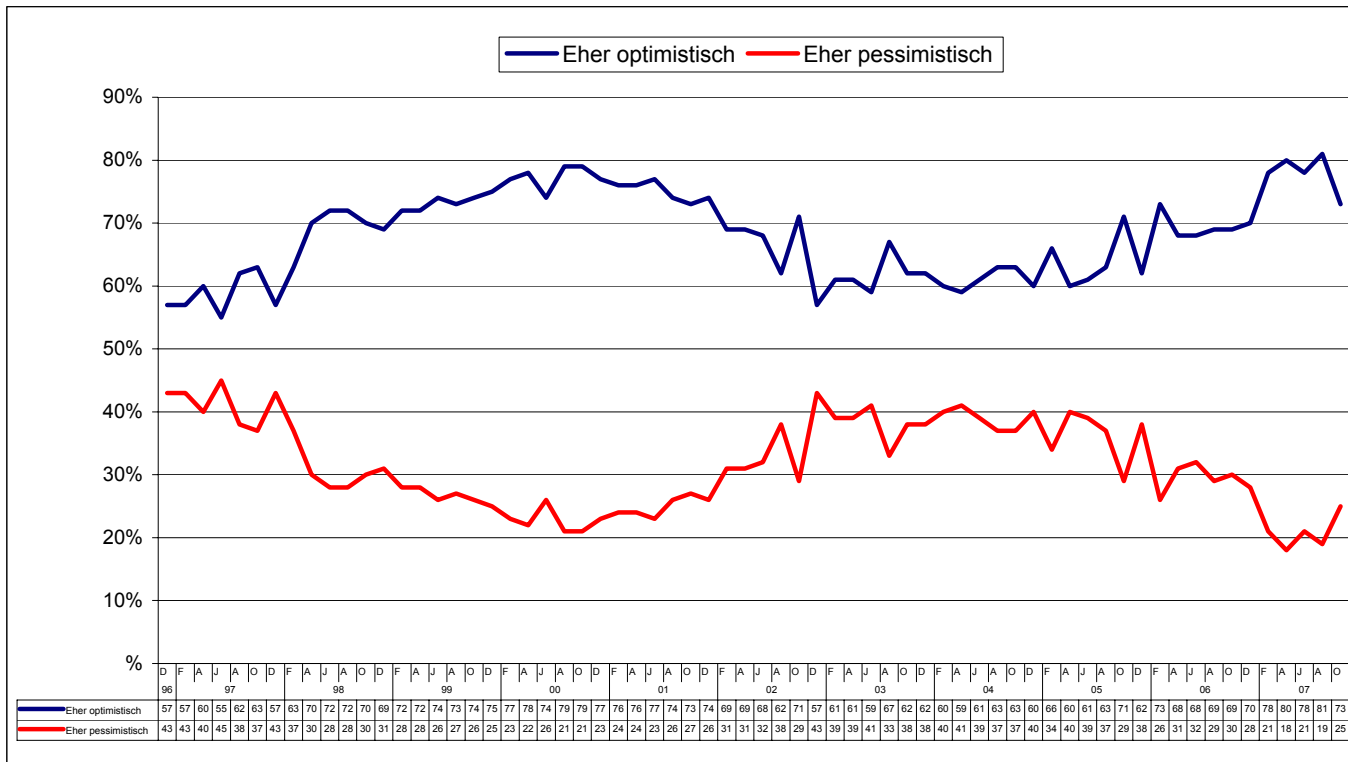
Aktuelle Werte	Aktuelle Werte der jeweiligen Befragung.
Trendwerte	Trendwerte sind gleitende Durchschnittswerte, d.h. das arithmetische Mittel der jeweils letzten 6 Befragungen.

Wünschen Sie detailliertere Informationen zur angewendeten Methode?
Rufen Sie uns an! Wir beantworten gerne Ihre Fragen.

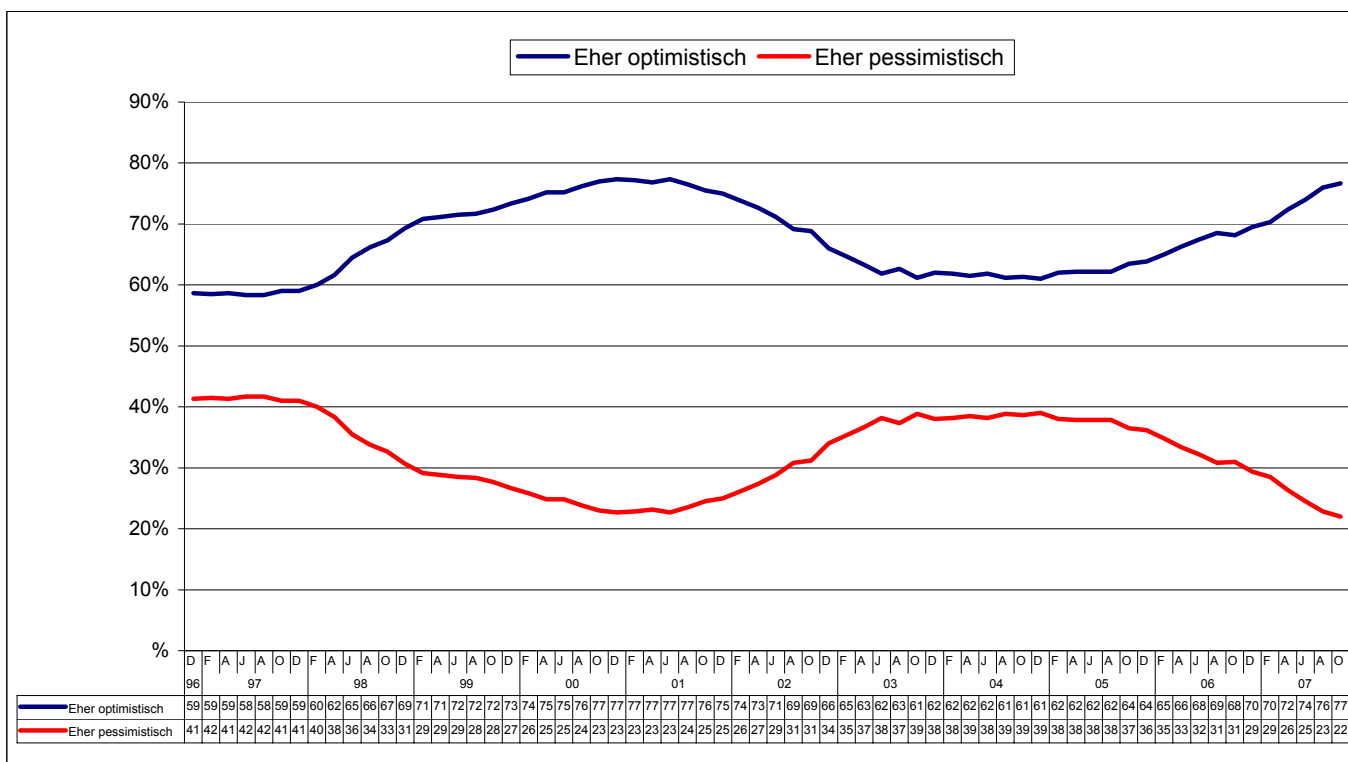
Lebenseinstellung

Sind Sie alles in allem zur Zeit eher optimistisch oder eher pessimistisch?

Aktuelle Werte



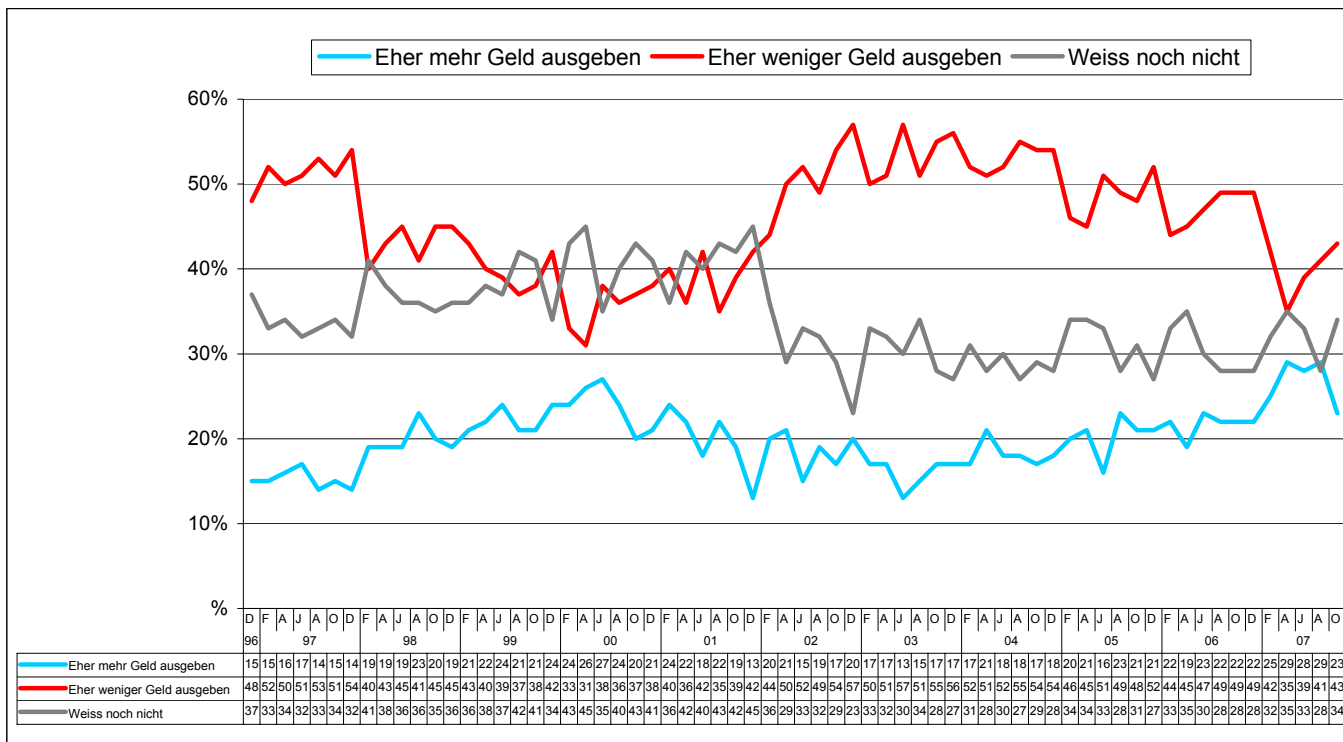
Trendwerte



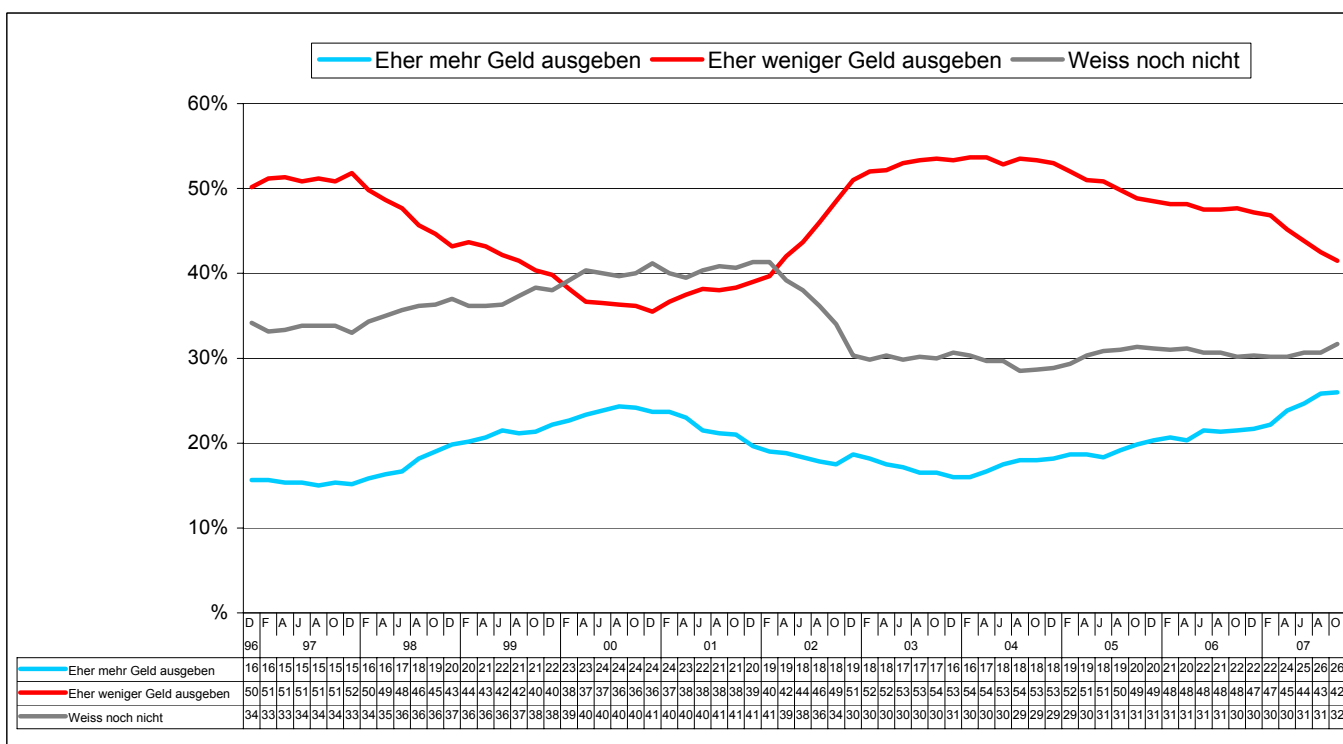
Ausgabenneigung

Glauben Sie, dass Sie in nächster Zeit für Ihre persönlichen Wünsche eher mehr oder eher weniger Geld ausgeben werden als zur Zeit?

Aktuelle Werte



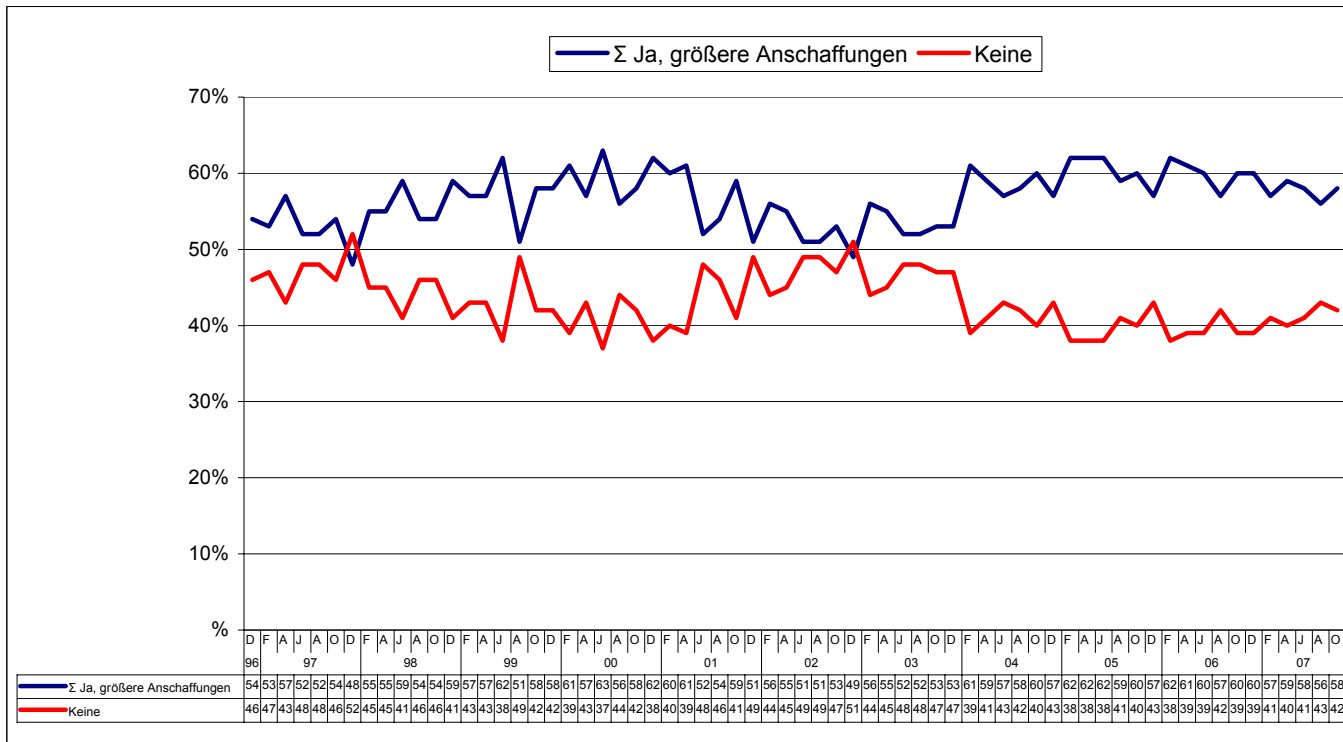
Trendwerte



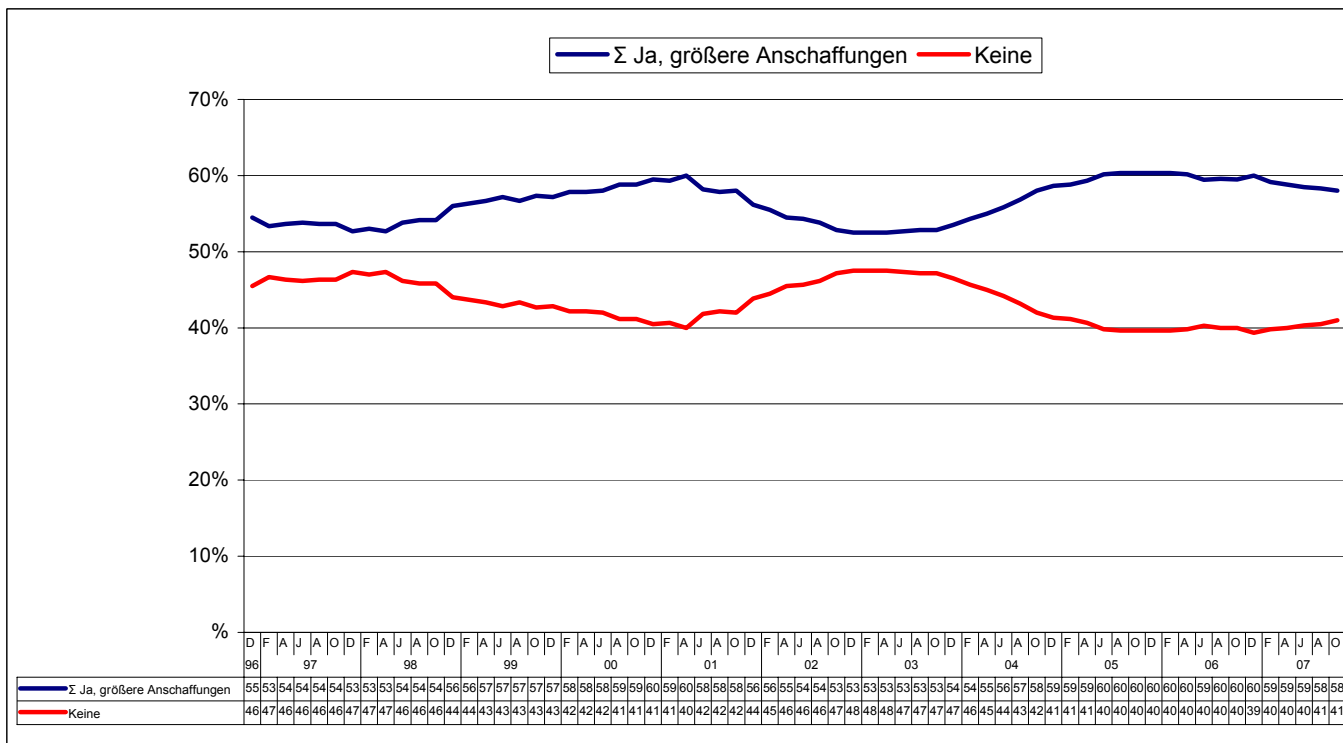
Anschaffungsplanung

Welche größeren Anschaffungen wollen Sie in den nächsten Monaten machen?

Aktuelle Werte



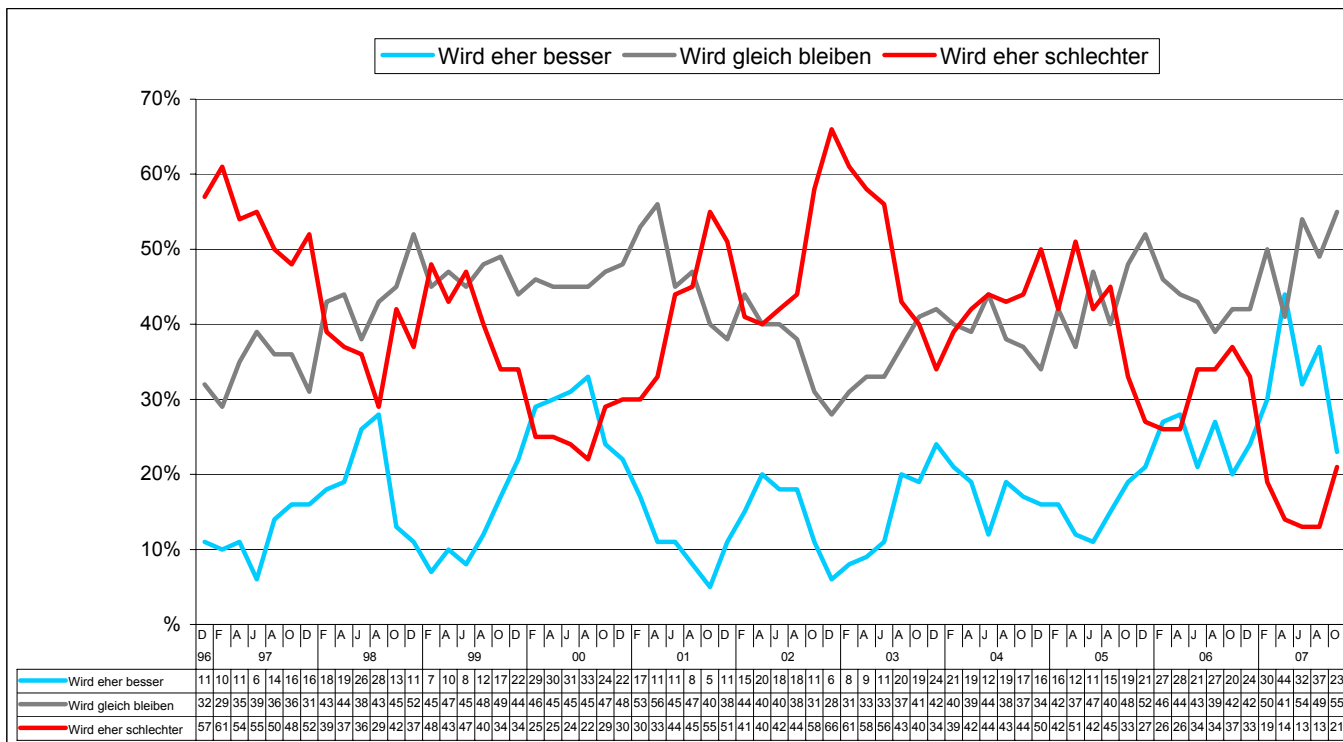
Trendwerte



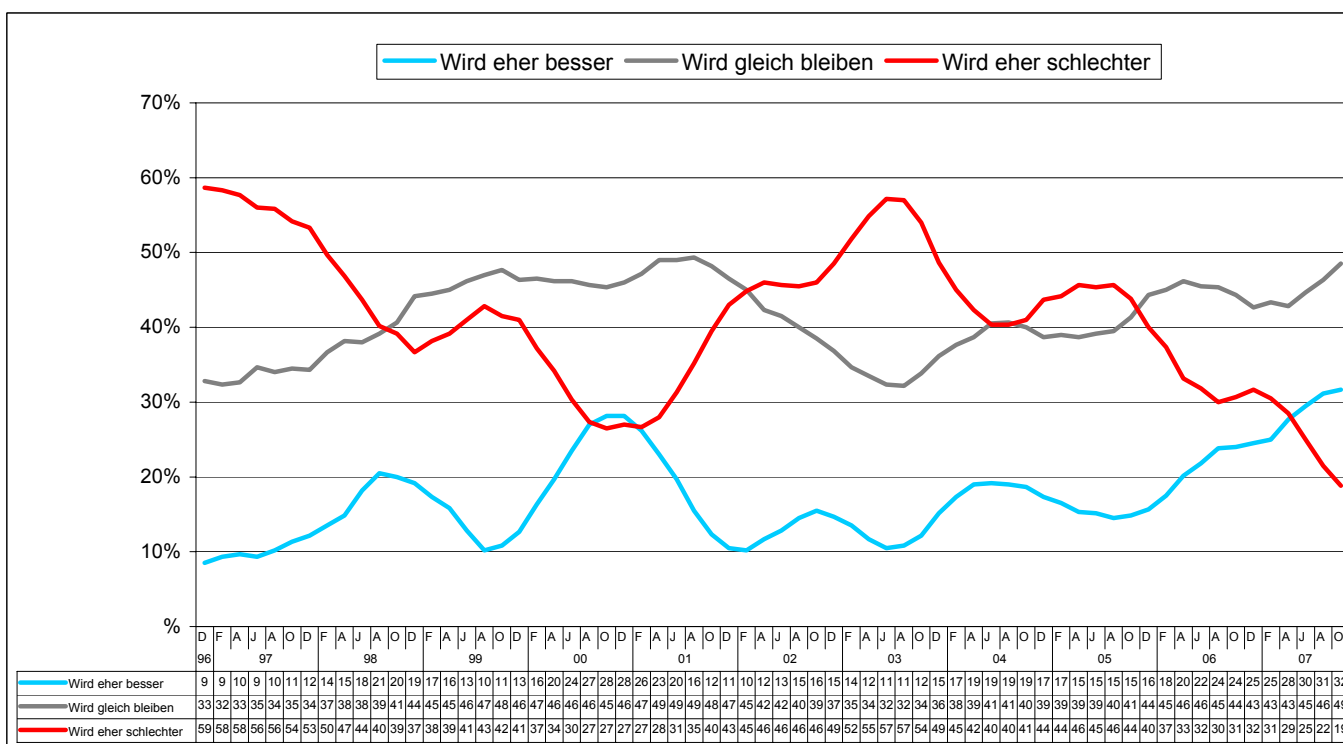
Wirtschaftliche Situation

Wenn Sie einmal ganz allgemein an die wirtschaftliche Situation in der Bundesrepublik denken, was glauben Sie dann persönlich für die nächsten Monate?

Aktuelle Werte



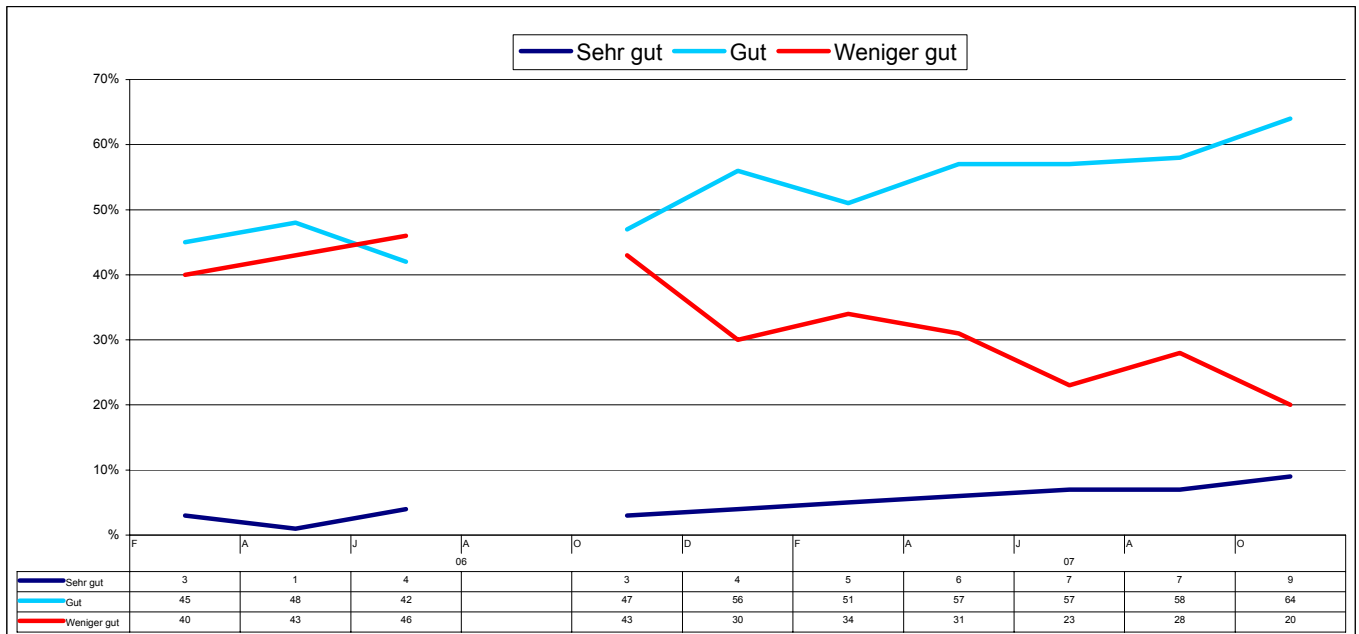
Trendwerte



Ausbildungsmöglichkeiten

Wie gut sind derzeit die Möglichkeiten in der Region München, einen Ausbildungsplatz zu finden?

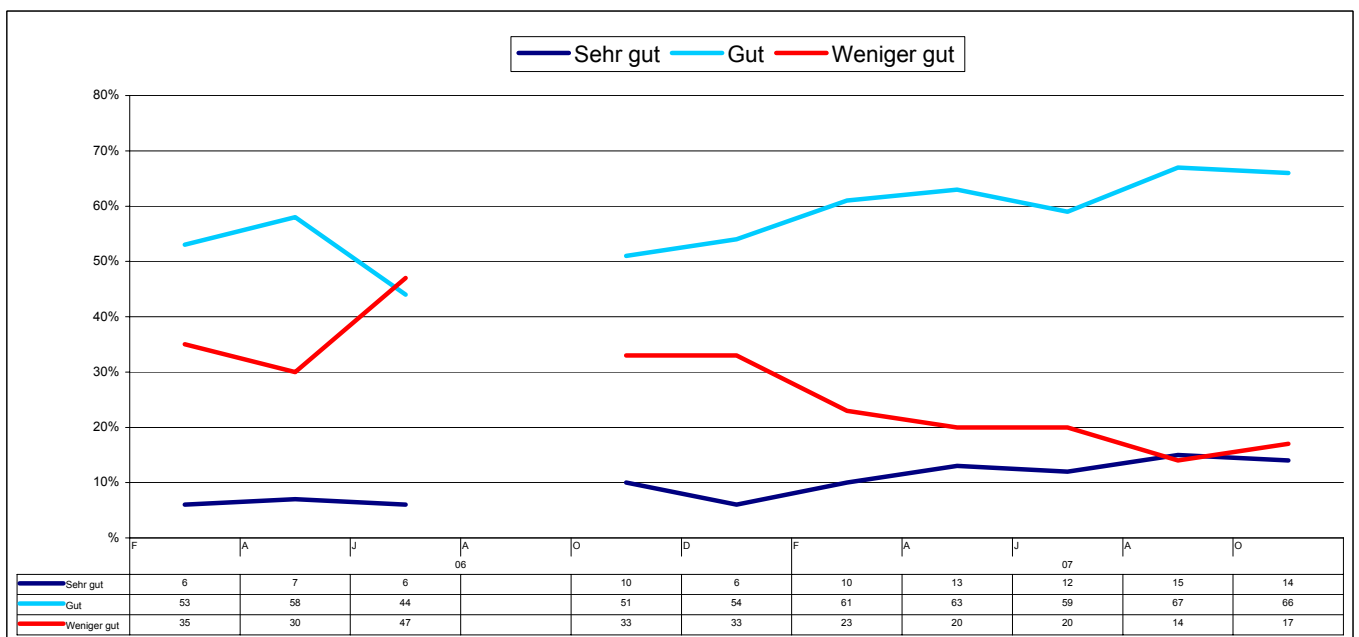
Aktuelle Werte



Karrieremöglichkeiten

Wie gut sind im Augenblick die Chancen für Beruf und Karriere in der Region München?

Aktuelle Werte

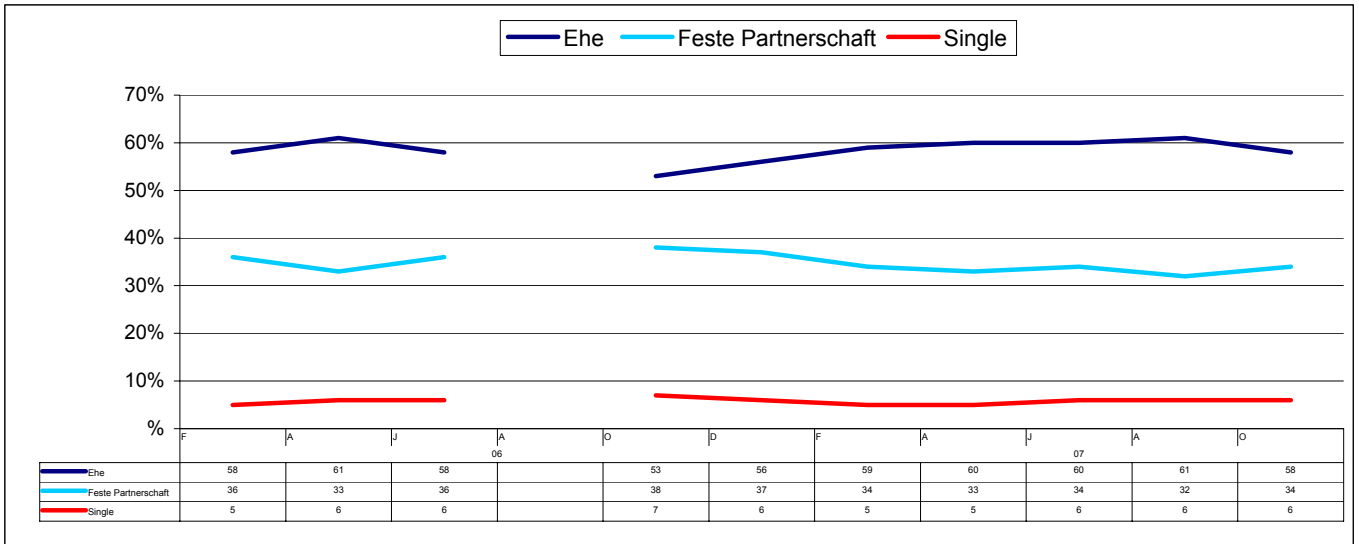


Lebensformen

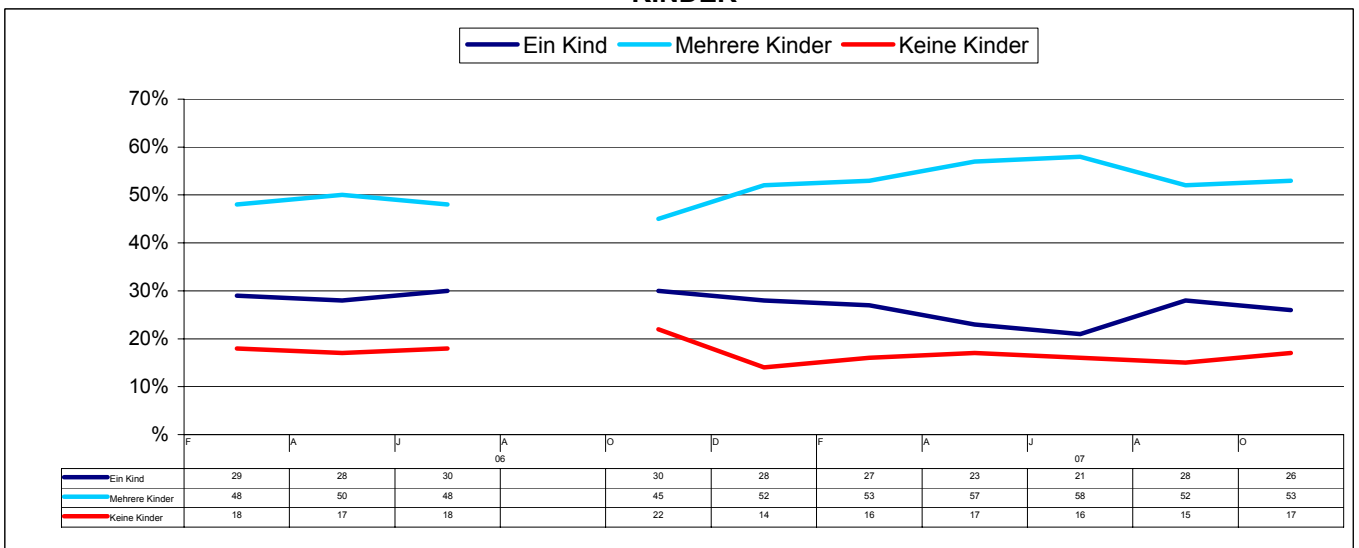
Welche der folgenden Lebensformen sind heutzutage am erstrebenswertesten?

Aktuelle Werte

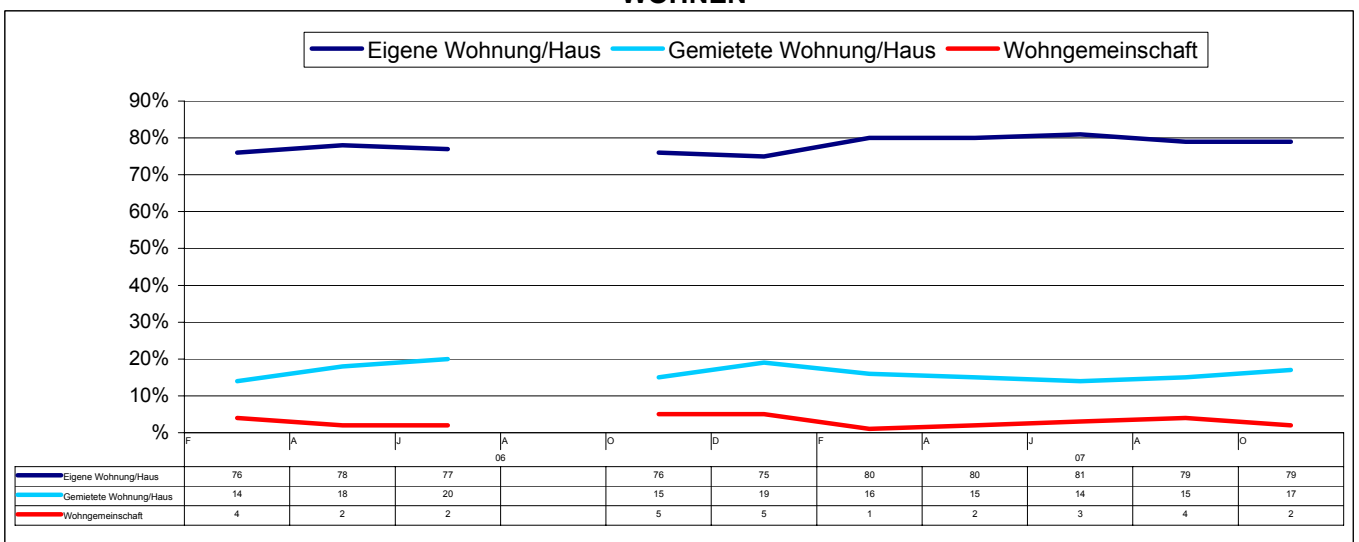
FAMILIE



KINDER



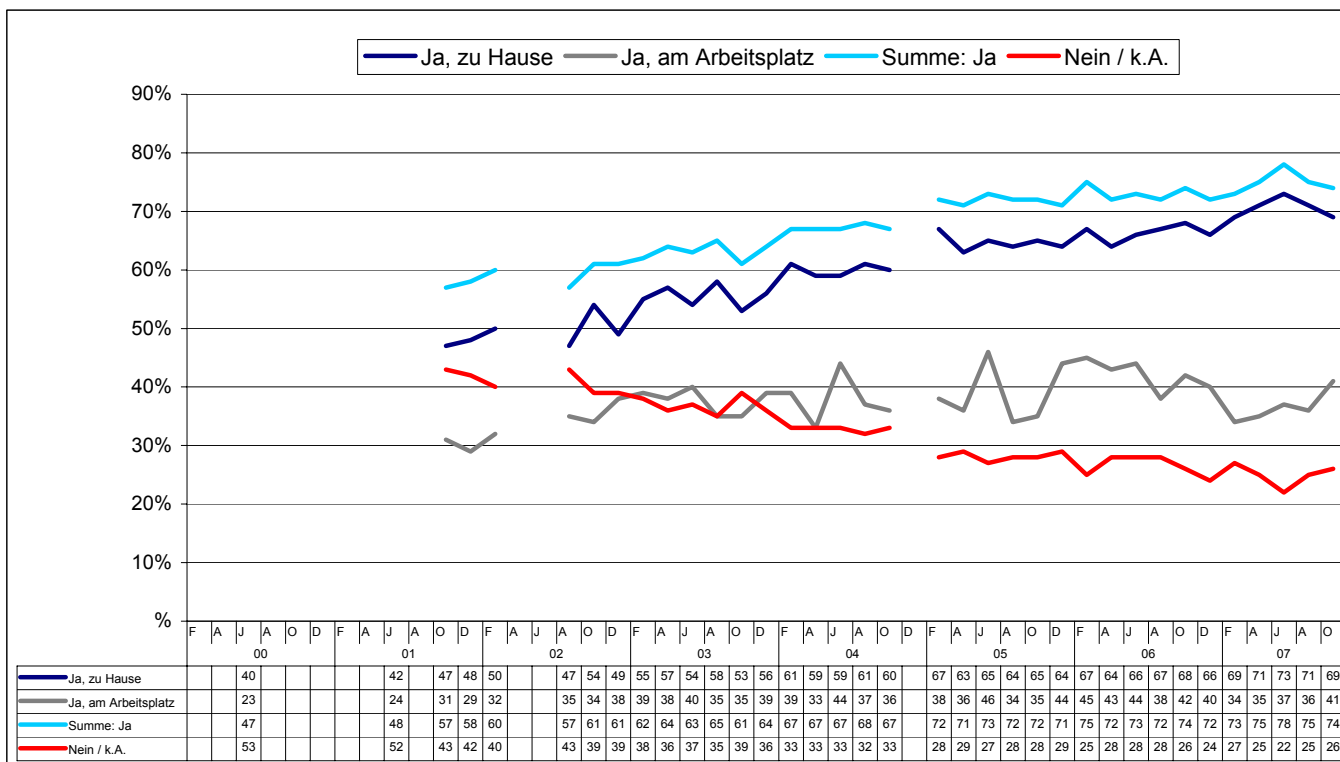
WOHNEN



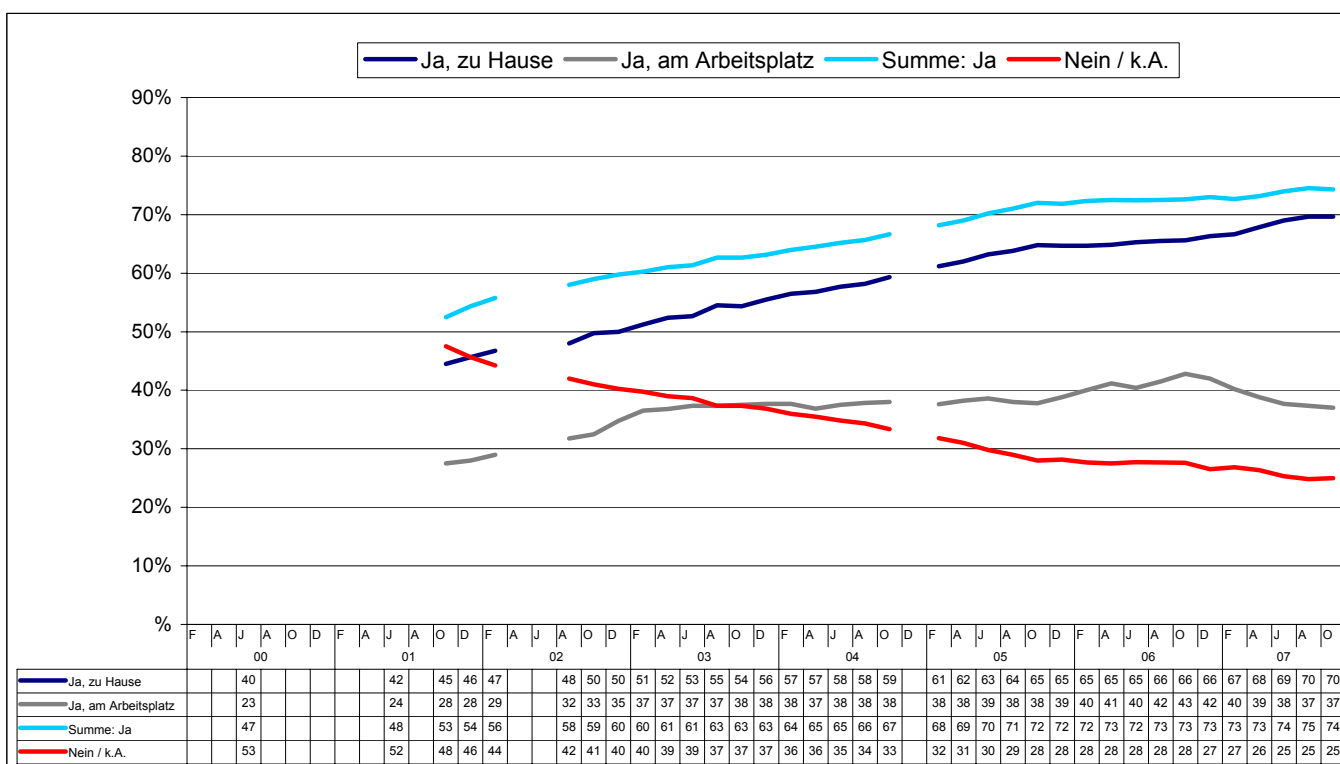
Internet-Abdeckung

Verfügen Sie über einen Internet-Anschluss?

Aktuelle Werte



Trendwerte



Wer wir sind.

Das mifm München – Institut für Marktforschung GmbH bietet Marktforschung aus einer Hand.

orientieren • analysieren • optimieren: Full-Service für alle Fragen der Marktforschung.

Unser Leistungsspektrum steht auf zwei Säulen: der quantitativen und der qualitativen Marktforschung. Die Verknüpfung von quantitativer und qualitativer Forschung rückt mittlerweile immer mehr in den Fokus und wird durch unsere Mitarbeiter mit großem Erfolg bedient.

Unsere Wurzeln sind die regionalen und schriftlichen Befragungen.

Wir sind Mitglied in den führenden Branchenverbänden **ADM** (Arbeitskreis deutscher Marktforschungsinstitute) und **BVM** (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.). Die Aufnahme in diese Marktforschungsvereinigungen setzt die Erfüllung strenger Forschungskriterien in Bezug auf Seriosität der Forschung, Qualifikation der Mitarbeiter und Forschungsqualität voraus.

Mehrthemenbefragung – Regionalspezialisten. Bundesweit.

Wir führen regelmäßig Mehrthemenbefragungen in den wichtigsten Ballungsräumen Deutschlands durch.

Sie wollen:

Bevölkerungsrepräsentative Ergebnisse zu wirtschaftlichen Kosten
Hochrechenbare Ergebnisse für regionale Märkte

Wenden Sie sich an uns!

Wir bieten schriftliche, regionale Mehrthemenbefragungen (Omnibusumfragen):

Erhebung von Marktpotentialen, Bekanntheitsgrad, Besucher- und Käuferpotentialen, Werbewahrnehmung, Meinungsforschung (Wahlforschung) u. v. m.

Attraktive Durchführungskosten

Höchsten methodischen Standard

Ausgezeichnete Stichprobenqualität (**Rösch-Stichproben-System**)

Erreichung schwieriger Zielgruppen

Bevölkerungsrepräsentativität

Nähere Informationen sowie interessante Forschungsergebnisse finden Sie auf unserer Homepage.

www.mifm.de/downloads

NEU! Geplante Befragungstermine 2007/2008 NEU!

Studie	Redaktionsschluss	Feldzeit	Ergebnisse
Region München (700 Interviews)			
Winter 2008	24.01.	31.01. - 22.02.	03.03.
Frühjahr 2008	03.04.	10.04. - 02.05.	12.05.
Sommer 2008	26.06.	03.07. - 25.07.	04.08.
Herbst 2008	25.09.	02.10. - 24.10.	03.11.
Bayern (inkl. Region München) (1.000 Interviews)			
Herbst/Winter 2007	07.11.	15.11. - 07.12.	17.12.
Frühjahr/Sommer 2008	05.06.	12.06. - 04.07.	14.07.
Herbst/Winter 2008	30.10.	06.11. - 28.11.	08.12.

Weitere Regionen auf Anfrage.