

GfK Crossmedia Link (Deutschland)

- Key Fact: Repräsentativität -



GfK Crossmedia Link: Repräsentativität

Rekrutierung und Aufbau des GXL

Die GXL Stichprobe ist Quoten-basiert.

- weil es aus den GfK Consumer Panels heraus rekrutiert wird.



▶ **Die Repräsentativität** wird über Gewichtungen anhand von Außenvorgaben (ma Radio) gewährleistet.

- Das ist Praxis in allen Consumer Panels der GfK,
- sowie bei anderen Anbietern und hat eine breite Akzeptanz bei den Kunden.

▶ **Die Gewichte** werden typischerweise als integriertes Gewicht über alle Devices (TV, Desktop, Mobile) ermittelt.

- Im Sonderfall auch für einzelnes Devices, dies jedoch nicht für Crossmedia Analysen.
- Um bevölkerungsrepräsentativ abzubilden, sind TV-Online, Desktop und Mobil Gemessene enthalten. Aus Gründen der Repräsentativität sind ebenfalls Offline-Haushalte Bestandteil, bei denen die TV-Nutzung gemessen wird.

Fragen? Kontaktieren Sie uns.



Stephan Knäble

Head of Shopper / Consumer Panel
Germany

+49 40 55615990

stephan.knaeble@gfk.com

Deutschland



Björn Sprung

Senior Director GXL Solutions
Germany

+ 49 40 55615987

bjoern.sprung@gfk.com

Deutschland

Thank you!