

Die Konsumgewohnheiten der baz-Leser im Wirtschaftsgebiet 31

(Grundgesamtheit: 432'000 Frauen und Männer)

Merkmal	Projektion in 1'000	Reichweite in %	Affinität
Besitz			
Internet-Anschluss	149	50.6	108
Eurocard/Mastercard	92	49.5	106
Visa	53	53.1	113
Laptop/Notebook	66	53.1	113
Aktivitäten			
Weiterbildungs-/Hobbykurse (in d. letzten 12 Monaten)	100	51.1	109
Sport treiben/Fitness	180	47.1	100
„Lädelen“/Shopping (mind. 1x pro Monat)	92	47.9	108
Theater/Konzert (in den letzten 12 Monaten)	145	52.4	112
Kurzreisen Inland 1-2 (in den letzten 12 Monaten)	81	49.1	129
Kurzreisen Ausland 1-2 (in den letzten 12 Monaten)	81	49.4	130
Konsum/Kauf			
Zu gutem Essen guter Wein	149	49.3	105
Lebensmittel → Bioprodukte	109	53.2	114
Schweizer Weisswein (1x monatlich)	31	50.9	109
Schweizer Rotwein (1x monatlich)	30	48.0	102
Champagner/Sekt/Prosecco	164	47.8	102

Quelle: MACH Consumer 2005

Das Informationsverhalten der baz-Leser im Wirtschaftsgebiet 31

(Grundgesamtheit: 432'000 Frauen und Männer)

Informiert sich in Zeitungsinseraten über	Projektion in 1'000	Reichweite in %	Affinität
Lebensmittel und Getränke	85	51.7	110
Freizeitangebote	61	55.0	117
Körperpflege-/Kosmetik-/Toilettenartikel	59	53.6	114
Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel	52	51.3	109
Kleider/Schuhe	47	52.5	112
Ferien, Reiseangebote	38	52.4	112
Stellen-/Arbeitsplatzangebote	35	51.6	110
Möbel/Einrichtungsgegenstände für die Wohnung	31	50.6	108
Sportartikel/Sportgeräte	30	48.2	103
Immobilien: Häuser/Wohnungen	28	49.5	106

Quelle: MACH Consumer 2005