

Untersuchungsdesign

1. Methodik und Stichprobe

Konzeption & Realisierung:	ISPO / Messe München GmbH, Messegelände 81823 München
	Konzept & Markt GmbH Bischof-Blum-Platz 2 65366 Geisenheim
Grundgesamtheit:	Alle deutschsprachigen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
Interviewpartner:	Personen zwischen 16 und 79 Jahren, die in den letzten 1-2 Jahren aus dem Outdoor- / Sportbereich Bekleidung, Schuhe, Ausrüstung, Sport(klein)geräte usw. gekauft haben
Zielgruppen:	Sportlich-Aktive Sportlich-Nicht-Aktive ISPO Follower
Stichprobe:	n=3.584 Befragte, davon (a) n=3.000 Panel D-A-CH und (b) n=584 ISPO Munich
Zeitpunkt der Feldarbeit:	Juli / August 2016
Erhebungsmethode:	Online-Befragung anhand eines strukturierten Fragebogens