

Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse 2006:



Autokäufer denken praktisch

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 1. Dezember 2005: Zuverlässigkeit und Preis-Leistungsverhältnis sind die wichtigsten Kriterien für den Kauf eines PKW. Jeweils drei Viertel der Bevölkerung (77 und 74 Prozent) bewerten diese Faktoren als „sehr wichtig“ für ihre Kaufentscheidung. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Verbrauchs- und Medienanalyse, der VuMA 2006, die in diesen Tagen veröffentlicht wird. Auf Rang zwei in der Präferenzliste der Autokäufer steht die fortschrittliche Technik, die vier von zehn Personen als sehr wichtig ansehen (43 Prozent). Das Styling eines Fahrzeugs ist insgesamt nur für weniger als ein Drittel entscheidend (29 Prozent). Für junge Autokäufer unter 30 Jahren ist das Design jedoch von größerer Bedeutung (42 Prozent „sehr wichtig“). Diese Kaufkriterien sind in der aktuellen VuMA erstmals ausgewiesen (siehe auch Tabelle Seite 3).

„Damit vervollständigen wir die Informationspalette zum Bereich Pkw um wichtige Einstellungsvariablen“, freut sich Henriette Hoffmann, Sprecherin der VuMA. „Neben ‚harten‘ Daten wie Kaufabsicht oder maximaler Anschaffungspreis stehen nun auch die nicht minder entscheidenden Softfactors für die strategische Planung von TV und Radio zur Verfügung“, ergänzt Dr. Michael Keller, Leiter Sales Marketing Research beim ZDF Werbefernsehen und stellvertretender Sprecher der VuMA.

Auftraggeber der VuMA sind ARD-Werbung SALES & SERVICES, RMS Radio Marketing Service und das ZDF Werbefernsehen. Die VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung von Radio und Fernsehen. Sie liefert Daten zur Mediennutzung, die sich mit einer Vielzahl von Konsuminformationen kombinieren lassen. Insgesamt bildet die VuMA rund **250 Produktfamilien** mit circa **1.000 Marken** ab. Sie konzentriert sich dabei auf Märkte und Marken mit hohen Werbeinvestitionen in Radio und TV, die in enger Abstimmung mit Vertretern von OWM und OMG zusammengestellt wurden. Wie in den Jahren zuvor sind auch diesmal wieder die Sinus-Milieus als psychografische Zielgruppeninformation enthalten.

Die VuMA 2006 stellt mit **mehr als 160 Radiosendern und Kombinationen** nahezu alle in der Media-Analyse der ag.ma (ma) erfassten Programme dar. Die Reichweiten der Radioangebote wurden an die ma 2005 Radio II Update angepasst, so dass eine Währungscompatibilität gewährleistet ist.

Weiterhin sind in der VuMA Nutzungsdaten zu **22 Fernsehsendern** enthalten. Neben dem ZDF, der ARD sowie deren neun Regionalprogrammen können sämtliche großen privaten Angebote mit dem VuMA-Datenbestand analysiert werden. Die TV-Reichweiten wurden an die Daten des AGF-Panels angepasst.

Die Verbrauchs- und Medienanalyse basiert auf einer **Single-Source-Erhebung**, d.h. Konsum und Mediennutzung stammen von ein und demselben Befragten. Damit bietet die VuMA höchstmögliche Datenqualität und somit eine solide Grundlage für die Planung von Radio, Fernsehen sowie Mixkampagnen in den elektronischen Medien auf der Basis von Konsumzielgruppen.

Die Nutzer der Planungstools RadioXpert, MDS und Medimach erhalten den Single Source-Datenbestand „VuMA-PLAN“ kostenfrei und - sofern sie eine Sinus-Zertifizierung haben - inklusive der Milieus. Für die taktische Feinplanung von TV steht die VuMA unter PLAN-TV zur Verfügung. Werbungtreibende und Agenturen können jederzeit Zählungen aus der VuMA bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben.

Untersuchungssteckbrief VuMA 2006

Auftraggeber

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH
RMS Radio Marketing Service
ZDF Werbefernsehen

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Stichprobe

23.921 Interviews

Untersuchungszeitraum

Welle 1: 5. Oktober bis 23. November 2003
Welle 2: 1. Februar bis 21. März 2004
Welle 3: 10. Oktober bis 28. November 2004
Welle 4: 30. Januar bis 20. März 2005

Auswahlverfahren

Random-Route

Befragungsart

Persönlich-mündliches Interview (TV- und Radio-Nutzung)
Haushaltsbuch zum Selbstauffüllen (Konsumverhalten)

Kontakt für Journalisten:

AS&S

RMS

ZDF Werbefernsehen

Projektleitung

Claudia Scheibel, Telefon 069/15424-218

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

Dr. Michael Keller, Telefon 06131/70-4044

Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

Download Berichtsband VuMA 2006

Der Berichtsband VuMA 2006 steht unter **www.vuma.de** als Download zur Verfügung. Darin sind alle Konsuminformationen für die Bevölkerung insgesamt sowie differenziert nach Geschlecht, Alter und Gebiet (alte/neue Bundesländer) dargestellt.

Kaufkriterien PKW

„Wie wichtig sind folgende Kaufkriterien für Sie, wenn Sie sich ein Auto kaufen wollen?“

Zuverlässigkeit	
sehr wichtig	77,2
wichtig	15,5
weniger wichtig	2,2
überhaupt nicht wichtig	1,1
Keine Angabe	4,1
Preis-/Leistung.	
sehr wichtig	73,7
wichtig	18,6
weniger wichtig	2,6
überhaupt nicht wichtig	1,1
Keine Angabe	3,9
Fortschr. Technik	
sehr wichtig	42,7
wichtig	38,4
weniger wichtig	11,0
überhaupt nicht wichtig	3,4
Keine Angabe	4,5
Familientauglichkeit	
sehr wichtig	33,4
wichtig	31,6
weniger wichtig	20,9
überhaupt nicht wichtig	9,2
Keine Angabe	4,9
Styling/Design	
sehr wichtig	28,9
wichtig	37,9
weniger wichtig	20,0
überhaupt nicht wichtig	8,7
Keine Angabe	4,6
Image der Marke	
sehr wichtig	22,6
wichtig	34,3
weniger wichtig	23,7
überhaupt nicht wichtig	14,8
Keine Angabe	4,7

Quelle: VuMA 2006