

Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse 2009:



Konsumdaten auf breiterer Basis

VuMA als erste Markt-Media-Studie mit EU-Ausländern

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 12. November 2008

In diesen Tagen erscheint die aktuelle Verbrauchs- und Medienanalyse, die VuMA 2009. Sie basiert als erste Markt-Media-Studie auf der Grundgesamtheit Deutsche und in Deutschland lebende EU-Ausländer ab 14 Jahre. Dies entspricht einem Potenzial von 67.026 Millionen Personen. „Mit der Erweiterung der Datenbasis um die EU-Ausländer folgen wir dem von der Media-Analyse Radio eingeschlagenen Weg“, erläutert VuMA-Sprecherin Henriette Hoffmann. „Damit können Werbekunden die Leistungsdaten von Fernsehen und Radio auch auf dieser breiten Basis vergleichen“, ergänzt Dr. Michael Keller, stellvertretender Sprecher der VuMA. Das AGF/GfK-Fernsehpanel beinhaltet bereits seit mehreren Jahren die Gruppe der EU-Ausländer.

Mit der Aufnahme der EU-Ausländer kommt ein mit 2,16 Millionen Personen ab 14 Jahre beträchtliches Konsumpotenzial zum VuMA-Datenpool hinzu. Im Übrigen sind nach wie vor Auswertungen auf Basis der Deutschen allein möglich. Auftraggeber der VuMA sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS Radio Marketing Service und das ZDF Werbefernsehen. Die VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung von Radio und Fernsehen. Daten zur Mediennutzung lassen sich mit unterschiedlichsten Konsumdaten kombinieren: Enthalten sind rund 1.200 Marken aus den Bereichen schnell-drehende Konsumgüter (FMCGs), langlebige Gebrauchsgegenstände, Dienstleistungen/Handel und die Sinus-Milieus als psychografische Zielgruppeninformation.

Das Medienangebot deckt sämtliche wichtigen Fernseh- und Radioangebote ab: Die Leistungswerte von 172 Radiosendern und Kombinationen wurden an die ma 2008 Radio II Update angepasst. Beim Fernsehen sind es Nutzungsdaten zu 20 Fernsehsendern, u.a. zum ZDF, zur ARD, inkl. deren neun Regionalprogramme, sowie sämtliche großen privaten Angebote, die entsprechend an die Daten des AGF/GfK Fernsehpanels angepasst wurden. Die Anpassungen gewährleisten eine größtmögliche Währungscompatibilität.

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

Kontakt für Journalisten:

AS&S
RMS
ZDF Werbefernsehen
Projektleitung

Claudia Scheibel, Telefon 069/15424-218
Fabian Menzel, Telefon 040/23890-153
Susanne Brock, Telefon 06131/70-5457
Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

Download Berichtsband VuMA 2009

Der Berichtsband VuMA 2009 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.

Untersuchungssteckbrief VuMA 2009**Auftraggeber**

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S)
RMS Radio Marketing Service
ZDF Werbefernsehen

Grundgesamtheit

Deutsche und EU-Ausländer ab 14 Jahren

Stichprobe

23.362 Interviews

Untersuchungszeitraum

Welle 1: 8. Oktober bis 26. November 2006
Welle 2: 4. Februar bis 25. März 2007
Welle 3: 7. Oktober bis 25. November 2007
Welle 4: 3. Februar bis 23. März 2008

Auswahlverfahren

Random-Route

Befragungsart

Persönlich-mündliches Interview (Fernseh- und Radionutzung)
Haushaltsbuch zum Selbstauffüllen (Konsumverhalten)