

# Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse 2008:



## Besserer Kontakt

### Markt-Media-Studie erstmals mit neuem Werbemittelkontakt für TV

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 21. November 2007

In diesen Tagen erscheint die aktuelle Verbrauchs- und Medienanalyse, die VuMA 2008. Sie enthält erstmals TV-Nutzungsdaten auf Basis des Werbemittelkontaktes wie sie bereits Mitte Oktober mit der ma intermedia veröffentlicht wurden. Der Werbemittelkontakt Fernsehen ist definiert mit sieben Sekunden konsekutiver Nutzung pro Werbeblock in einer halben Stunde. Werbemittelkontakt Radio ist, wie schon in den Jahren zuvor, der Hörer einer durchschnittlichen Viertelstunde, in der Werbung geschaltet ist. „Mit dieser schnellen Umsetzung deragma-Konventionen stärken wir die VuMA als die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung der elektronischen Medien Radio und Fernsehen“, freut sich VuMA-Sprecherin Henriette Hoffmann. „Für TV stehen nunmehr präzisere Daten zur Verfügung, über die Konsens besteht“, ergänzt Dr. Michael Keller, stellvertretender Sprecher der VuMA.

Auch auf der Konsumseite hat die VuMA 2008 interessante Neuerungen zu bieten. Beispielsweise zu Trendsportarten, Coffeeshops und dem Kauf von rezeptfreien Medikamenten. So besucht mehr als jeder Vierte (28 Prozent) im Alter von 14-29 Jahren mindestens einmal im Monat ein Fitnessstudio. Eines ähnlich hohen Zuspruchs in dieser Altersgruppe erfreuen sich Coffeshops von Starbucks & Co., die von 23 Prozent mindestens einmal im Monat besucht werden. Beim Kauf von rezeptfreien Medikamenten sind die Drogerien mit 29 Prozent derzeit noch die schärfste Konkurrenz der Apotheken, wo in der Regel 72 Prozent kaufen. In Supermärkten greift jeder Zehnte (11 Prozent) zu OTC-Produkten, lediglich zwei Prozent bestellen bislang im Internet. Weiterhin wurde in der neuen VuMA die Ausstattung mit Elektro- und Kühlgeräten erstmals differenziert nach Marken abgefragt. Gleiches gilt für Besitz und Kaufabsicht von Digitalkameras.

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. Sie liefert Daten zur Mediennutzung, die sich mit einer Vielzahl von Konsuminformationen kombinieren lassen. Insgesamt bildet die VuMA Kauf und Verwendung von über 1.300 Marken aus den Bereichen schnelldrehende Konsumgüter (FMCGs), langlebige Gebrauchsgegenstände und Dienstleistungen/Handel ab. Sie konzentriert sich dabei auf Märkte und Marken mit hohen Werbeinvestitionen in Radio und TV. Wie in den Jahren zuvor sind auch diesmal wieder die Sinus-Milieus als psychografische Zielgruppeninformation enthalten.

Die VuMA 2008 stellt mit **169 Radiosendern und Kombinationen** nahezu alle in der Media-Analyse der ag.ma (ma) erfassten Programme dar. Die Reichweiten der Radioangebote wurden an die ma 2007 Radio II Update angepasst, so dass eine Währungscompatibilität gewährleistet ist. Weiterhin sind in der VuMA Nutzungsdaten zu **20 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 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.

#### **Kontakt für Journalisten:**

AS&S	Claudia Scheibel, Telefon 069/15424-218
RMS	Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153
ZDF Werbefernsehen	Susanne Brock, Telefon 06131/70-5457
Projektleitung	Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

#### **Download Berichtsband VuMA 2008**

Der Berichtsband VuMA 2008 steht unter [www.vuma.de](http://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 2008**

##### **Auftraggeber**

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

##### **Grundgesamtheit**

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

##### **Stichprobe**

23.532 Interviews

##### **Untersuchungszeitraum**

Welle 1: 2. Oktober bis 20. November 2005  
Welle 2: 5. Februar bis 26. März 2006  
Welle 3: 8. Oktober bis 26. November 2006  
Welle 4: 4. Februar bis 25. März 2007

##### **Auswahlverfahren**

Random-Route

##### **Befragungsart**

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