

Presse-Information

VuMA - Verbrauchs- und Medienanalyse 2010:



Nach hartem Winter: Die Bevölkerung packt das Reisefieber

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 04. Mai 2010

Einer der härtesten und längsten Winter liegt hinter uns. Selbst diejenigen, die Urlaub in unseren Breiten bevorzugen, dürften sich nach Wärme sehnen. Dies zeigen auch Auswertungen aus der aktuellen VuMA 2010 zum Thema „Interesse an Urlaubsreisen“ und „Art der präferierten Urlaubsreisen“. So sind 58 % der Bevölkerung interessiert an Informationen über Reisen und Urlaubsziele – wobei die Mehrheit eindeutig zu Bade- und Sonnenurlaube tendiert: Mit 40 % lag diese Art der Erholung im vergangenen Jahr mit großem Abstand an der Spitze unter den Urlaubsinteressierten. Diese Top-Zielgruppe lässt sich für das Marketing mit Hilfe der VuMA noch genauer beschreiben, was eine exakte Ansprache ermöglicht. So sind neben der Art der Urlaubsreise beispielsweise auch konkrete Ziele, Verkehrsmittel und Reiseveranstalter bekannt.

Besonders aktiv zeigen sich die Markenbewussten: Knapp 80% derjenigen, die bei Reisen auf die Marke achten, sind interessiert an Urlaubs-Informationen. Dies trifft bei den Preisorientierten nur auf etwas über die Hälfte zu. Dazu passend haben nahezu 70 % der Markenorientierten in den letzten zwölf Monaten mindestens eine Urlaubsreise unternommen – knapp 20 % mehr als bei den Preisbewussten. Wie diese Zielgruppen ihr Urlaubsziel erreichen, zeigt eine Analyse der Verkehrsmittel für die Hauptreise: 36% der Markenbewussten setzen im Vergleich zu nur 23% der Preisorientierten auf das Flugzeug. Ein Vergleich zur Alternative „PKW“ zeigt demgegenüber einen deutlich geringeren Unterschied von 32 % zu 26 % – gerade die Fluggesellschaften und Fernreiseanbieter können also bei den Markenbewussten punkten.

Die VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung von Fernsehen und Radio. Sie basiert auf der Grundgesamtheit Deutsche und in Deutschland lebende EU-Ausländer ab 14 Jahre. Somit liegt das Potenzial bei 67,026 Millionen Personen. Auftraggeber sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS und die ZDF Werbefernsehen GmbH. Abgebildet werden die Nutzungsdaten zu 20 Fernsehsendern (sämtliche ARD-Regionalprogramme sowie die großen kommerziellen Angebote), deren Reichweiten an die Daten des AGF-Panels angepasst sind. Das Konsumverhalten wird von rund 1.200 Marken aus den Bereichen schnell-drehende Konsumgüter (FMCGs), langlebige Gebrauchsgegenstände und Dienstleistungen/Handel erhoben. Schwerpunkte sind Märkte und Marken mit hohen Werbeinvestitionen.

Kontakt für Journalisten:

AS&S
RMS
ZDF Werbefernsehen GmbH
Projektleitung

Norbert Rüdell, 069/15424-218
Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153
Susanne Brock, Telefon 06131/70-5457
Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

Download Berichtsband VuMA 2010

Der Berichtsband VuMA 2010 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 2010

Auftraggeber

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

Grundgesamtheit

Deutsche und EU-Ausländer ab 14 Jahren

Stichprobe

23.165 Interviews

Untersuchungszeitraum

Welle 1: 7. Oktober bis 25. November 2007
Welle 2: 3. Februar bis 23. März 2008
Welle 3: 5. Oktober bis 23. November 2008
Welle 4: 8. Februar bis 29. März 2009

Auswahlverfahren

Random-Route

Befragungsart

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