

Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse



Kommunikationsziele sicher erreichen

VuMA 2015 liefert aktuelle Konsumdaten

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 12. November 2014

Wer sich auf den Weg macht, sollte wissen, wo es lang geht. Dies gilt auch für Mediaentscheidungen: Bevor man Pläne schmiedet, sollte man möglichst viel über seine Zielgruppe in Erfahrung bringen. Denn je präziser Konsumverhalten, Gewohnheiten, Einstellungen und Interessen ausgeleuchtet werden, desto exakter lässt sich die Zielgruppe bestimmen. Hierbei kann die Verbrauchs- und Medienanalyse 2015 helfen. Neben einem Datensatz mit aktuellen Konsuminformationen und Mediennutzungsdaten unter den gängigen Auswertungssystemen gibt es einen neuen Berichtsband.

Diesen veröffentlicht heute die Anbietergemeinschaft aus ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS und dem ZDF Werbefernsehen. Als wichtigste Markt-Media-Studie für Radio und TV liefert die VuMA neben Konsuminformationen zu Kauf und Verwendung auch qualitative Daten wie Freizeitaktivitäten, Marken- bzw. Preisorientierung oder Sinus Milieus, die Auskunft über Grundwerte und Lebensstil geben. So werden beispielsweise im aktuellen Berichtsband mittels Sinus-Milieus Konsumzielgruppen für den Einzelhandel identifiziert, indem sie das Kaufverhalten der Deutschen entschlüsseln. Darüber hinaus gibt es spezielle Insights aus dem PKW-Markt, und für ein besseres Marktverständnis unterschiedlicher Bereiche sorgen anschauliche Fallbeispiele: Dieses Mal nimmt die VuMA den Biermarkt genauer unter die Lupe.

Als neue Konsumentengruppe wurden die sogenannten LoHaS-Typen (Lifestyle of Health and Sustainability) in die VuMA integriert. Hierunter sind Personen zusammengefasst, die durch strategischen Konsum die Angebote der Unternehmen beeinflussen wollen, ohne dabei auf Lebensqualität zu verzichten. Insgesamt bietet die Studie Informationen zu nahezu allen in Radio und Fernsehen beworbenen Produkten sowie über 1.200 Marken. Die VuMA basiert auf einer Single-Source-Erhebung, d.h. Konsum und Mediennutzung stammen von ein und derselben befragten Person.

Mit den kürzlich neu gewonnenen Lizenznehmern der VuMA IP Deutschland, EL CARTEL MEDIA und Sky Media Network wird die Verbrauchs- und Medienanalyse künftig noch größere Relevanz im Markt erlangen, ist sich Henriette Hoffmann sicher. Die Sprecherin der VuMA über das strategische Vorgehen: „Gemeinsam mit unseren neuen Partnern und den bisherigen Gesellschaftern wollen wir die VuMA als Referenzstudie ausbauen und weiterentwickeln und damit den Mediaagenturen und Werbungtreibenden eine moderne, gattungsübergreifend getragene praxisrelevante Markt-Media-Studie anbieten.“

Mediaplaner in Agenturen und bei werbungtreibenden Unternehmen erhalten auf Anfrage bei den Vermarktern ein kostenloses Exemplar des neuen Berichtsbandes. Darüber hinaus steht der Berichtsband als pdf-Dokument auf

der VuMA-Homepage (www.vuma.de) bereit. Dort finden Nutzer zudem eine Grundzählung der Konsuminformationen nach Gebiet, Geschlecht und Alter. Weiterhin besteht auf der Homepage die Möglichkeit, individuelle Auswertungen über den VuMA Online-Navigator vorzunehmen. In diesem Analysesystem können die verschiedenen Merkmale frei kombiniert werden.

Kontakt für Journalisten:

AS&S

Norbert Rüdell, Telefon 069/15424-218

RMS

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

ZDF Werbefernsehen

Susanne Brock, Telefon 06131/701-5457

Projektleitung

Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

Untersuchungssteckbrief VuMA 2015

Auftraggeber

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

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Stichprobe

23.093 Interviews

Untersuchungszeitraum

1. Welle: 7. Oktober bis 25. November 2012, 2. Welle: 3. Februar bis 24. März 2013
3. Welle: 6. Oktober bis 24. November 2013, 4. Welle: 9. Februar bis 30. März 2014

Auswahlverfahren

Random-Route

Befragungsart

Persönlich-mündliches Interview (CAPI): Radio- und Fernsehnutzung
Haushaltsbuch zum Selbstausfüllen: Konsumverhalten

Durchführung der Untersuchung

IFAK Institut, Tausenstein/Ipsos, Hamburg/MEDIA MARKT ANALYSEN, Frankfurt am Main

Die Verbrauchs- und Medienanalyse ist die wichtigste Markt-Media-Studie für Radio und Fernsehen. Sie richtet sich an Mediaplaner in Agenturen und werbungtreibenden Unternehmen. Auftraggeber der Studie sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS Radio Marketing Service und das ZDF Werbefernsehen. Der Mediateil der Studie deckt sämtliche wichtigen Radio- und Fernsehangebote ab. Es finden sich darin die Leistungswerte von 168 Radiosendern und Kombinationen, die an die ma 2014 Radio II Update angepasst wurden. Für TV stehen die Nutzungsdaten von zehn Fernsehsendern (ARD Das Erste, ZDF und große private Angebote) zur Verfügung, die an die ma 2014 Intermedia PLuS angepasst sind.

Die Nutzer der Planungstools RadioXpert und mediMACH erhalten die VuMA-Daten kostenfrei und – sofern sie eine Sinus-Zertifizierung haben – inklusive der Sinus-Milieus. Für Nutzer von MDS ist eine Lizenzgebühr (€ 700,-) erforderlich. Außerdem stehen die VuMA-Konsumdaten berechtigten Nutzern unter den AGF-Auswertungssystemen (TV Scope, TV Control und Plan-TV) zur Verfügung. Eine Aktualisierung dieses Inventars mit frischen Konsuminformationen ist für Februar 2015 vorgesehen. Werbungtreibende und Agenturen können jederzeit Zählungen bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben.