



Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse

Alle Medienkanäle im Fokus

VuMA Touchpoints 2019 II berücksichtigt neben UKW auch Online Audio und Konvergenzangebote

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 8. Mai 2019

Mediaentscheider bei Werbungtreibenden und Agenturen können die Passung von Audio-Angeboten zu Konsumzielgruppen ab sofort auf Basis aktueller Leistungswerte analysieren. Die heute veröffentlichte VuMA Touchpoints 2019 II beinhaltet die aktuellen Daten aller in der ma 2019 Audio I ausgewiesenen klassischen Radio-, Online-Audio- wie auch Konvergenzangebote. Die Leistungswerte aller KPI entsprechen für diese Angebote denen der ma 2019 Audio I. Damit veröffentlicht die VuMA zwei Mal im Jahr aktuelle Audio-Leistungswerte auf Grundlage der währungsgebenden Studie. Für die strategische Planung des Media-Mix können diese vielfältigen Audioangebote mit den bereits vorliegenden Leistungswerten für ausgewählte TV-Sender und Online-Display-Angebote kombiniert werden. „Mit der aktuellen VuMA Touchpoints bieten wir dem Nutzer den kompletten Blick auf das boomende Audio-Spektrum. Audio begleitet die Menschen auf ihrer Customer Journey ja nicht mehr nur in den klassischen Radionutzungs-Peaks am Morgen und dem frühen Abend, sondern ist rund um die Uhr, linear, mobil und zeitversetzt am Konsumenten dran und damit auch immer an seinen Kaufentscheidungen beteiligt“, sagt VuMA-Sprecher Hans-Peter Gaßner.

Die VuMA Touchpoints 2019 II ist unter den Planungstools RadioXpert, MDS und mediMACH verfügbar. Werbetreibende und Agenturen können auch Zählungen aus der VuMA bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben. Die Nutzungsdaten für die Gattungen TV, Radio, Online, Zeitschriften und Zeitungen sowie der Tätigkeiten im Tagesablauf können mit dem Online-Tool VuMA Touchpoints Monitor analysiert werden, das über touchpoints.vuma.de frei zugänglich ist.

Kontakt für Journalisten:

AS&S

Norbert Rüdell, Telefon 069/15424-218

RMS

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

ZDF Werbefernsehen

Thomas Wiggert, Telefon 06131/701-5465

VuMA-Sprecherteam Hans-Peter Gaßner (AS&S) und Claudia Hess (ZDF Werbefernsehen).

Über VuMA Touchpoints:

Die VuMA Touchpoints ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Nutzungsdaten von Fernsehen, Radio/Audio und Online-Display sowie anderer relevanter Medien mit detaillierten Konsuminformationen.



Als einzige Studie ihrer Art bietet sie Informationen zu Konsum in Verbindung mit Mediennutzung und Aktivitäten im Tagesverlauf. Werbungtreibenden und Agenturen steht damit in allen Phasen der Planung ein nützliches Tool zur Verfügung. Von der Marktanalyse über die Entwicklung der Mediastrategie bis zur Feinplanung - die VuMA liefert Zahlen und Fakten für fundierte Mediaentscheidungen.

Auftraggeber sind ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S), RMS und das ZDF Werbefernsehen. Partner aus dem Medienbereich sind IP Deutschland, EL CARTEL MEDIA, Sky Media und ENERGY MEDIA.