



# Presse-Information

## Verbrauchs- und Medienanalyse

**Trend-Tool, Nutzungsdauer und Einkaufskorb**

### **VuMA Touchpoints 2017 mit substantiellen Neuerungen**

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 16. November 2016

Heute wird die VuMA Touchpoints 2017 mit aktuellen Informationen zum Konsumverhalten veröffentlicht. Die Markt-Media-Studie enthält Daten zu Kauf und Verwendung nahezu aller für den Werbemarkt relevanten Produkte. Darüber hinaus dokumentiert sie die Nutzung der Medien Fernsehen, Radio, Online, Zeitschriften und Zeitungen im Tagesverlauf. Ebenfalls im Tagesverlauf erfasst sind Informationen zu Aktivitäten der Menschen im Alltag, also Schule, Arbeiten, Shoppen, Freunde besuchen etc. Neben den insgesamt 17 Aktivitäten im Einzelnen können diesmal auch die Überkategorien „Tätigkeiten im Haus“ und „Tätigkeiten außer Haus“ analysiert werden. Gleichfalls neu ist die Ausweisung der Nutzungsdauer in Minuten, die Aufschluss darüber gibt, wie lange die Medien genutzt bzw. die Aktivitäten ausgeübt werden. Dieser Kennwert für die Intensität der Nutzung - mehrere Stunden oder nur wenige Minuten - liefert nochmals einen aussagekräftigen Indikator für die Relevanz eines Mediums im Alltag. Mit der erstmals vorliegenden Ausweisung der Parallelnutzung von Medien und Tätigkeiten lässt sich die simultane Nutzung von Medien darstellen, wie z.B. das Surfen während des Fernsehens. Die neue Analyse-Ebene macht zudem transparent, welche Tätigkeiten in der Mediennutzung begleitend sind, wie etwa das Radiohören beim Autofahren.

Alle Daten können unter dem Online-Tool „VuMA Touchpoints Monitor“ ([touchpoints.vuma.de](http://touchpoints.vuma.de)) kostenfrei analysiert werden. Dort gibt es als weitere Neuerung ein Trend-Tool, das Besitz, Verwendung oder Kauf verschiedener Produkte sowie einzelner Marken im Zeitverlauf seit 2012 darstellt. Dieses Angebot, das Entwicklungen direkt sichtbar macht, ist für Markt-Media-Studien in Deutschland einzigartig. Daneben bietet das Online-Tool eine neue „Einkaufskorbfunktion“, mit der Grafiken gesammelt, auf einen Blick verglichen und en bloc exportiert werden können. Dies bietet deutliche Vorteile im Handling, insbesondere für intensive Nutzer. „Die Vielzahl marktrelevanter Neuerungen erweitern die Nutzungsmöglichkeiten für die crossmediale Planung nachhaltig und unterstreichen den Anspruch der VuMA Touchpoints als Studie für innovative Mediaplanung“, freut sich das VuMA-Sprecherteam Henriette Hoffmann (RMS) und Hans-Peter Gaßner (AS&S).

Unter den professionellen Planungstools stehen für berechnete Anwender neben den frischen Konsuminformationen auch die aktuellen Radioangebote angepasst an die ma 2016 Radio II bereit. Dort finden sich außerdem ausgewählte Tageszeitungsangebote (z.B. BILD) sowie der weiteste Leserkreis von Zeitschriftengruppen und ausgewählten Titeln, erstmals angepasst an die ma Presse. Mitte Dezember folgen zusätzliche Audio-Angebote aus der ma Audio sowie die Leistungswerte der wichtigsten TV-Sender (angepasst an die ma intermedia PLuS). Im ersten Halbjahr 2017 soll überdies erstmals die Nutzung von Online-Angeboten dargestellt werden.

Alle Informationen zur neuen VuMA Touchpoints 2017 finden Sie auf [www.vuma.de](http://www.vuma.de), darunter auch den Zugang zum VuMA Touchpoints Monitor sowie den Berichtsband mit den aktuellen Daten zum Konsumverhalten im PDF-Format.

Die VuMA-Mitglieder und Partner präsentieren inhaltliche Neuerungen und praktische Anwendungsbeispiele im Rahmen einer Veranstaltungsreihe.

**Die Termine der VuMA-Tour sind: 21. März 2017 (München), 28. März 2017 (Frankfurt), 30. März 2017 (Hamburg), 4. April 2017 (Köln).**

Kontakt für Journalisten:

AS&S

RMS

ZDF Werbefernsehen

Norbert Rüdell, Telefon 069/15424-218

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

Susanne Brock, Telefon 06131/701-5457

Die Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Nutzungsdaten von Fernsehen und Radio sowie anderer relevanter Medien mit detaillierten Konsuminformationen. Als einzige Studie ihrer Art bietet sie Informationen zu 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.