

An die Lizenznehmer  
von RadioXpert

14.11.2012

### **VuMA 2013 unter RadioXpert**

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Lizenznehmer von RadioXpert erhalten Sie heute kostenfrei die Daten der **Verbrauchs- und Medienanalyse 2013**. Mit der Planungsdatei VuMA 2013 können Sie umfangreiche Konsuminformationen auswerten und damit Ihre Planung, Rangreihung und Evaluierung von Radio- und Fernsehdaten bereichern. Mit den Nutzungsdaten der beiden elektronischen Medien ermöglicht die VuMA eine umfassende strategische Intermediaplanung von Radio und Fernsehen.

Die Verbrauchs- und Medienanalyse ist die wichtigste Markt-Media-Studie für Radio und Fernsehen und richtet sich an Mediaplaner in Agenturen und werbungtreibenden Unternehmen. Datenbasis sind deutschsprachige Personen ab 14 Jahren. Auftraggeber 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 169 Radiosendern und Kombinationen, die an die ma 2012 Radio II Update angepasst wurden. Für das Fernsehen stehen die Nutzungsdaten von ARD (inkl. Regionalprogramme), ZDF sowie sämtlichen großen privaten Angeboten zur Verfügung, die an die ma 2012 Intermedia angepasst sind.

Die **VuMA 2013** liefert Informationen zur Verwendung von **1.326** Marken sowie über Kauf und Verwendung von Produkten aus den Bereichen schnelldrehende Konsumgüter (FMCGs), langlebige Gebrauchsgegenstände und Dienstleistungen/Handel. Weiterhin verfügt die VuMA über ausführliche Daten zu Werten und Einstellungen.

Zur Veröffentlichung der **VuMA 2013** legt die Anbietergemeinschaft einen vollkommen neu gestalteten **Berichtsband** vor. Ziel des Relaunches ist es, die Konsuminformationen aus der Studie für die Nutzer noch greifbarer zu machen. Dafür sorgt vor allem die grafische Gestaltung mit illustrierenden Fotos und anschaulichen Grafiken.

Die Ergebnisdokumentation ist nach 24 Produktbereichen (z.B. „Einkaufen“ oder „Getränke“) übersichtlich gegliedert und liefert für diese die Informationen zu Konsum und Verwendung. Die Ergebnisse stehen direkt im Fragebogen, um den original Fragetext und die dazu gehörigen Zahlen auf einen Blick zu erfassen. Der komplette Fragenkatalog wurde zudem in ein lesefreundlicheres und ansprechenderes Layout gebracht.

Neben der Ergebnisdokumentation bietet der Berichtsband einen redaktionellen Teil mit Nutzungshinweisen für die alltägliche Arbeit und Praxisbeispielen aus verschiedenen Themenwelten. So etwa wie die Betrachtung des **Konsumverhaltens** im Zeitverlauf für die Einschätzung zukünftiger Trends genutzt werden kann. Weiterhin gibt es exemplarische Insights aus dem **PKW-Markt**, wo beispielsweise das Design als Kaufkriterium insbesondere für Porsche-Käufer eine dominierende Rolle spielt, während bei Marken wie beispielsweise Dacia andere Kriterien im Vordergrund stehen. Aus dem Bereich **Handel** schließlich wird gezeigt, wie man mit Hilfe von VuMA-Daten eine Markenpositionierung von Textilkaufhäusern vornehmen kann.

Mediaplaner in Agenturen und bei werbungstreibenden Unternehmen erhalten über eine Versandaktion ein kostenloses Exemplar des neuen Berichtsband. Weitere Exemplare werden auf Anfrage gerne verschickt. Weiterhin steht der Berichtsband als pdf-Dokument auf der VuMA-Homepage ([www.vuma.de](http://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.



## Untersuchungssteckbrief VuMA 2013

**Auftraggeber**

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

**Grundgesamtheit**

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

**Stichprobe**

23.020 Interviews

**Untersuchungszeitraum**

1. Welle: 3. Oktober bis 28. November 2010
2. Welle: 6. Februar bis 3. April 2011
3. Welle: 9. Oktober bis 27. November 2011
4. Welle: 5. Februar bis 25. März 2012

**Auswahlverfahren**

Random-Route

**Befragungsart**

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

Agenturen mit SINUS-Zertifikat erhalten die aktuelle VuMA mit **Sinus-Milieus**. Für Agenturen ohne Zertifikat können Zählungen aus den Sinus-Milieus ausschließlich durch die VuMA-Auftraggeber durchgeführt werden (ARD-Werbung SALES & SERVICES 069/154 24-221 oder RMS 040/23890 – 200).

Sollten Sie Rückfragen haben oder weitere Informationen wünschen, stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

ARD-Werbung SALES & SERVICES

RMS

Oliver Bertsch

Jutta Gottschalk

