

An die Lizenznehmer
von RadioXpert

16.11.2016

 **unter RadioXpert**

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Lizenznehmer von RadioXpert erhalten Sie heute kostenfrei die Daten der neuen **VuMA Touchpoints 2017**.

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. Werbung-treibenden und Agenturen steht damit in allen Phasen der Planung ein nützliches Tool zur Verfügung. Von der Marktanalyse über die Entwicklung der Mediastrategie bis zur Fein-planung - die VuMA liefert Zahlen und Fakten für fundierte Mediaentscheidungen.

In der VuMA Touchpoints 2017 wurde der **Media-Teil** noch einmal erweitert. Folgender Zeitplan ist für die Veröffentlichung der Leistungswerte vorgesehen:

16. November 2016	Klassisches Radio (angepasst an die ma 2016 Radio II Update) Ausgewählte Tageszeitungsangebote (z.B. BILD)
16. Dezember 2016	Online-Audio (Fusion aus ma Audio 2016) Fernsehen (angepasst an die ma Intermedia PLS 2016)
Erstes Halbjahr 2017	Online-Display

Die VuMA Touchpoints 2017 bietet zusätzlich zu den gewohnt umfassenden Zielgruppendaten detaillierte Informationen zur Mediennutzung und Tätigkeiten im **Tagesverlauf**. Konkret bietet die Studie Informationen zur Nutzung der Medien TV, Radio, Online, Zeitschriften und Zeitungen sowie der Ausübung von wichtigen Tätigkeiten (darunter Einkaufen, Mobilität/Unterwegs, Arbeit, soziale Aktivitäten) im Tagesablauf. Mediennutzung und Tätigkeiten der Verbraucher können somit viertelstundengenau dargestellt werden. Diese **Touchpoints** lassen sich mit Konsuminformationen kombinieren. Damit können für Zielgruppen – egal ob Biertrinker, Online-Shopper oder Kaffeeautomaten-Käufer – die optimalen Berührungspunkte bestimmt werden.

Die Touchpoints aus dem Tagesablauf sind über das Tool VuMA Touchpoints Monitor auf der **VuMA-Homepage** frei zugänglich. Aufgeteilt in drei Module sind Zielgruppen-, Medien- und Tagesablaufanalysen möglich. Als **Neuerung** gibt es hier ein Trend-Tool, das Besitz, Verwendung oder Kauf verschiedener Produkte sowie einzelner Marken im Zeitverlauf seit 2012 darstellt. Sämtliche Analysen können in die gängigen Office-Programme exportiert und weiterverarbeitet werden.

touchpoints.vuma.de



- der Berichtsband

Mediaplaner in Agenturen und bei werbungtreibenden Unternehmen erhalten über eine Versandaktion ein kostenloses Exemplar des Berichtsbandes. Weitere Exemplare werden auf Anfrage gerne verschickt.



Untersuchungssteckbrief VuMA 2017

Auftraggeber

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

Partner aus dem Medienbereich sind IP Deutschland, EL CARTEL MEDIA, Sky Media und ENERGY MEDIA

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Stichprobe

23.102 Interviews

Untersuchungszeitraum

1. Welle: 12. Oktober bis 30. November 2014
2. Welle: 08. Februar bis 29. März 2015
3. Welle: 11. Oktober bis 29. November 2015
4. Welle: 31. Januar bis 20. März 2016

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/ 238 90 – 200).

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

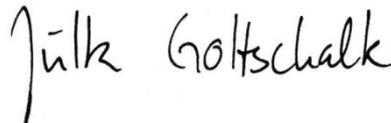
Mit freundlichen Grüßen

ARD-Werbung SALES & SERVICES

RMS Radio Marketing Service

Oliver Bertsch

Jutta Gottschalk

Handwritten signature of Oliver Bertsch in black ink.Handwritten signature of Jutta Gottschalk in black ink.