

Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse 2010:



Verbraucher achten mehr auf Marke

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 11. November 2009

Im Zeichen der Krise gewinnt die Marke an Bedeutung. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA 2010), die in diesen Tagen erscheint. Im Durchschnitt nimmt der Anteil der Konsumenten, die beim Kauf „eher auf die Marke“ achten um 10 Prozent zu. Von dieser Entwicklung sind, wenn auch in unterschiedlichem Maße, alle Produktbereiche betroffen. Insgesamt wurde für 62 Bereiche ermittelt, ob die Befragten „eher auf die Marke“ oder „eher auf den Preis“ achten. Fixpunkte für den Vergleich waren der Herbst 2007 und das Frühjahr 2009. „Entgegen der Erwartung, dass die Menschen in der Krise stärker auf dem Preis schauen, scheinen sie gerade jetzt durch den Kauf von Markenprodukten nach Stabilität und Verlässlichkeit zu suchen“, erklärt VuMA-Sprecherin Henriette Hoffmann. „Trotz der Abwrackprämie achten 45 Prozent eher auf die Marke des PKW, während dies im Herbst 2007 nur 42 Prozent taten“, ergänzt Michael Keller, stellvertretender VuMA-Sprecher.

Insgesamt enthält die Verbrauchs- und Medienanalyse Informationen über Kauf und Verwendung von Produkten aus den Bereichen schnell-drehende Konsumgüter (FMCGs), langlebige Gebrauchsgegenstände und Dienstleistungen/Handel. Dabei werden neben der Produktgruppe rund 1.200 Marken explizit abgefragt. Erstmals berücksichtigt sind diesmal Fragen zu Modernisierungsmaßnahmen am Haus (Dämmung, Solaranlage etc.) sowie zum Stellenwert nachhaltiger Produktionsverfahren beim Kauf von Produkten (Beachtung von Umweltschutz, artgerechte Haltung, fairer Handel etc.). Weiterhin verfügt die VuMA über umfassende Daten zu Werten und Einstellungen, darunter die Sinus Milieus.

Die VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die Planung von Radio und Fernsehen. 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. So finden sich darin die Leistungswerte von 168 Radiosendern und Kombinationen, die an die ma 2009 Radio II Update angepasst wurden. Für's Fernsehen stehen die Nutzungsdaten von ARD (inkl. Regionalprogramme), ZDF sowie sämtlicher großen privaten Angebote zur Verfügung, die an die Daten des AGF/GfK-Fernsehpanels angepasst wurden.

Die Nutzer der Planungstools RadioXpert, MDS und mediMACH erhalten die VuMA-Daten kostenfrei und - sofern sie eine Sinus-Zertifizierung haben - inklusive der Milieus. Für die taktische Feinplanung von Fernsehen steht die VuMA unter PLAN-TV zur Verfügung. Werbungtreibende und Agenturen können jederzeit Zählungen bei den VuMA-Mitgliedern in Auftrag geben.

Kontakt für Journalisten:

AS&S

RMS

ZDF Werbefernsehen

Projektleitung

Norbert Rüdell, Telefon 069/15424-218

Kirsten Schade, Telefon 040/23890-153

Susanne Brock, Telefon 06131/70-5457

Axel Schwarz, Telefon 06108/796780

Download Berichtsband VuMA 2010

Der Berichtsband VuMA 2010 steht unter www.vuma.de als Download zur Verfügung. Darin sind alle Konsuminformationen für die Bevölkerung insgesamt sowie differenziert nach Geschlecht, Alter und Gebiet (alte/neue Bundesländer) dargestellt.

Untersuchungssteckbrief VuMA 2010

Auftraggeber

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S)
RMS Radio Marketing Service
ZDF Werbefernsehen GmbH

Grundgesamtheit

Deutsche und EU-Ausländer ab 14 Jahren

Stichprobe

23.165 Interviews

Untersuchungszeitraum

Welle 1: 7. Oktober bis 25. November 2007
Welle 2: 3. Februar bis 23. März 2008
Welle 3: 5. Oktober bis 23. November 2008
Welle 4: 8. Februar bis 29. März 2009

Auswahlverfahren

Random-Route

Befragungsart

Persönlich-mündliches Interview (Fernseh- und Radionutzung)
Haushaltsbuch zum Selbstausfüllen (Konsumverhalten)