



Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse

Konsumentenverhalten transparent gemacht

VuMA Touchpoints 2021 mit aktuellen Daten zu Konsum und Mediennutzung

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 18. November 2020

Das beste Rezept für Erfolg heißt immer Qualität. Diese gewährleistet die VuMA auch in diesem Jahr unter den besonderen Bedingungen der Pandemie. In gewohnt fundierter Tiefe und Qualität erscheint die VuMA Touchpoints 2021 pünktlich mit aktuellen Zahlen. Die große Markt-Media-Studie verknüpft Kauf- und Konsuminformationen mit aktuellen Daten zur Mediennutzung. Mit ihnen lassen sich Nutzerinnen und Nutzer ausgewählter Medien mit der Verwendung einzelner Produktkategorien "matchen".

Gerade in der unsicheren Zeit der Pandemie sind Effektivität und Effizienz gefragt. Eine fundierte Mediaplanung, die mehr als nur soziodemographische Kriterien einbezieht, ist von entscheidendem Vorteil, um die optimale Werbewirkung zu erreichen. Die VuMA Touchpoints 2021 bieten einen höchst pragmatischen Marktzugang und ermöglichen Werbungtreibenden und Mediaplanern eine effektive, konsumorientierte Zielgruppenansprache – insbesondere unter der Berücksichtigung der elektronischen Medien Radio/Audio und TV.

Mithilfe des riesigen Datenpools lassen sich Konsumzielgruppen bestmöglich ansteuern. Beispielsweise kann zur Grippezeit nach Gruppen gefiltert werden, die besonders gesundheitsbewusst sind, weil sie entsprechende Produkte gekauft haben. Welche Medien diese Zielgruppe am meisten nutzen, verrät die VuMA ebenso wie die beste Tageszeit für die Platzierung einer Werbebotschaft.

Die VuMA Touchpoints umfasst nahezu alle werberelevanten Produktbereiche und eine Vielzahl konkreter Marken. Und auch im Bereich Medien sind die wichtigsten Kanäle und Gattungen erfasst: TV, Radio, Online-Audio, Zeitschriften und Zeitungen. Zudem kann die Mediennutzung im Tagesablauf selektiert werden. Das bedeutet, in der Medienplanung kann Werbung entsprechend der Empfänglichkeit im Alltagsablauf ausgesteuert werden. So können die besten Touchpoints entlang der Customer Journey gefunden und für eine erfolgreiche Kampagnenplanung genutzt werden: Beim Frühstück wird Radio gehört oder die Zeitung aufgeschlagen, auf dem Weg zur Arbeit ist das Autoradio an, im Job wird im Web gesurft und abends wird zur Entspannung TV geguckt oder Podcast gehört. Jeder dieser Touchpoints kann genutzt werden.

Der neue Berichtsband zur VuMA Touchpoints 2021 steht für alle Interessierten unter vuma.de als PDF zum Download bereit.

„Dieses Jahr enthält der Band ein Plädoyer für eine „breite Perspektive“ bei der Planung, die Zielgruppen nicht durch Merkmal-Tiki-Taka klein kombiniert, sondern das maximale Konsumentenpotenzial im Blick hat,“ freut sich VuMA-Sprecher Hans-Peter Gaßner. Illustriert wird dies durch Beispiele aus verschiedenen Branchen.

Zusätzlich sind die Daten der VuMA Touchpoints 2021 im kostenfreien Online-Tool VuMA Touchpoints Monitor (unter www.touchpoints.vuma.de) verfügbar und können dort vielfältig analysiert, visualisiert und heruntergeladen werden. Ob als PDF oder PowerPoint – der VuMA Touchpoints Monitor bereitet die nötigen Daten für eine Entscheidungsfindung optimal auf. Ein solches Angebot ist einzigartig.

Berechtigten Nutzern stehen darüber hinaus in den professionellen Planungstools detailliertere Mediennutzungsdaten zur Verfügung, die sich mit den Konsumdaten verknüpfen lassen:

- Radio- und Online-Audio-Angebote (Anpassung / Fusion aus ma 2020 Audio II Update)
- TV-Sender (Leistungswerte für die wichtigsten Sender, Anpassung an ma 2020 Intermedia Plus)

Das breite Spektrum marktrelevanter Kennwerte bietet eine Vielzahl von Nutzungsmöglichkeiten für die crossmediale Planung und unterstreicht den Anspruch der VuMA Touchpoints als Studie für innovative Mediaplanung.

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 Alexander Bohn (RMS).

Über VuMA Touchpoints

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. 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. Den Berichtsband zur VuMA Touchpoints 2021 können Sie hier herunterladen:

<https://www.vuma.de/vuma-praxis/vuma-berichtsband/>