

An die Lizenznehmer
von RadioXpert

17.11.2021

The logo for VUMA TOUCHPOINTS features a stylized 'X' inside a teal circle on the left, followed by the text 'VUMA' in a large, bold, blue font and 'TOUCHPOINTS' in a smaller, blue font below it.

unter RadioXpert und AudioXpert

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Lizenznehmer von RadioXpert erhalten Sie heute kostenfrei die Daten der neuen **VuMA Touchpoints 2022**.

Die Verbrauchs- und Medienanalyse VuMA ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Nutzungsdaten von Fernsehen und Radio 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.

Neben den umfangreichen Konsuminformationen stehen den Anwendern aktuelle **Radio- und Audio**-Angebote zur Verfügung (Anpassung an die ma 2021 Audio Update) sowie die Leistungswerte der wichtigsten **TV-Sender** (angepasst an die ma 2021 Intermedia PLuS).

Die VuMA Touchpoints 2022 bietet zusätzlich zu den gewohnt umfassenden Zielgruppendaten detaillierte Informationen zur Mediennutzung und Tätigkeiten im **Tagesverlauf**. Konkret bietet die Studie hier Informationen zur Nutzung der Gattungen TV, Radio, Online, Zeitschriften und Zeitungen sowie der Ausübung von wichtigen Tätigkeiten (darunter Einkaufen, Mobilität/Unterwegs, Arbeit, soziale Aktivitäten). Mediennutzung und Tätigkeiten der Verbraucher können somit viertelstundengenau dargestellt werden. Diese **Touchpoints** lassen sich mit Konsuminformationen kombinieren. Damit können für Zielgruppen – egal ob Sektrinker, Online-Shopper oder Käufer von nachhaltig produzierten Produkten – die optimalen Berührungspunkte bestimmt werden.

Die Touchpoints aus dem Tagesablauf sind über das Tool VuMA Touchpoints Monitor unter www.touchpoints.vuma.de frei zugänglich. Aufgeteilt in vier Module sind Zielgruppen-, Trend-, Medien- und Tagesablaufanalysen möglich und direkt als Excel-Tabelle, Powerpoint-Folie oder pdf exportierbar.

touchpoints.vuma.de



- der Berichtsband

Für Mediaplaner in Agenturen und bei werbungtreibenden Unternehmen steht der aktuelle Berichtsband unter dem folgenden Link zum Download zur Verfügung:

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



Untersuchungssteckbrief VuMA Touchpoints 2022

Auftraggeber

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

Partner aus dem Medienbereich sind Ad Alliance, EL CARTEL MEDIA,
Sky Media und ENERGY MEDIA

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Stichprobe

23.299 Interviews

Untersuchungszeitraum

1. Welle: 06. Oktober bis 24. November 2019
2. Welle: 02. Februar bis 22. März 2020
3. Welle: 11. Oktober bis 10. Dezember 2020
4. Welle: 07. Februar bis 28. März 2021

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 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
Oliver Bertsch

RMS Radio Marketing Service
Claudia Scheinpflug

