



Presse-Information

Verbrauchs- und Medienanalyse

Kompass im Konsumkosmos

Markt-Media-Studie VuMA Touchpoints 2019 liefert aktuelle Daten

Frankfurt/Hamburg/Mainz, 14. November 2018

Die VuMA Touchpoints 2019 liefert ab heute neue Daten zum Konsum nahezu aller für den Werbemarkt relevanten Produkte in direkter Verbindung mit aktuellen Nutzungsdaten der wichtigsten Medien. In Zeiten fragmentierter Mediennutzung bietet die Markt-Media-Studie Werbetreibenden und Mediaplanern wichtige Informationen zur Zielgruppenansprache. Der Zugriff auf Touchpoints im Tagesablauf der Menschen, an denen Konsumenten mit für sie relevanten Informationen abgeholt werden können, ermöglicht eine präzise Mediaplanung. Für die Zielgruppenansprache im heterogenen Medienumfeld benötigen erfolgreiche Werbekampagnen eine ausgewogene Mischung aus Reichweite und konsumrelevanten Touchpoints entlang der Customer Journey. Hierfür dokumentiert die VuMA Touchpoints 2019 exklusiv nicht nur die Nutzung von fünf Medien-Gattungen, sondern auch detaillierte Tagesablaufdaten zu insgesamt 17 Aktivitäten im Alltag.

„Den Tagesablauf einzelner Zielgruppen in Verbindung mit der Mediennutzung zu kennen, ist für Mediaplaner von entscheidender Bedeutung. Hier liefert die VuMA ein in Deutschland einzigartiges Angebot über alle Medien hinweg“, betont VuMA-Sprecherin Henriette Hoffmann. „Die VuMA Touchpoints macht es einfach, Zielgruppen auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin zu untersuchen. Das ermöglicht eine feinjustierte und sehr genaue Kampagnenplanung“, ergänzt VuMA-Sprecher Hans-Peter Gaßner.

Alle Daten können unter dem Online-Tool VuMA Touchpoints Monitor (touchpoints.vuma.de) kostenfrei 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.

Unter den professionellen Planungstools stehen für berechnete Nutzer neben den Konsuminformationen aktuelle Radio- und Audio-Angebote zur Verfügung (Anpassung bzw. Fusion an die ma 2018 Audio II Update). Die Leistungswerte der wichtigsten TV-Sender (angepasst an die ma 2018 Intermedia PLuS) sind ebenfalls darin enthalten. Weiterhin finden sich neben ausgewählten Tageszeitungsangeboten (z.B. BILD, Score Media Group) auch der weiteste Leserkreis von Zeitschriftengruppen und ausgewählten Titeln (angepasst an die ma Presse). Die Leistungswerte für Online-Display Angebote, basierend auf den



daily digital facts der AGOF aus dem ersten Quartal 2018, werden am 28. November 2018 veröffentlicht.

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	Henriette Hoffmann (RMS) und Hans-Peter Gaßner (AS&S).

Über VuMA Touchpoints:

Die VuMA Touchpoints ist die wichtigste Markt-Media-Studie für die elektronischen Medien. Sie kombiniert Nutzungsdaten von Fernsehen, Radio/Audio und Online sowie anderer relevanter Medien mit detaillierten Konsuminformationen. Als einzige Studie ihrer Art bietet sie Informationen zu Konsum in Verbindung mit 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.

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 2019 können Sie hier herunterladen.](#)