

Pressekonferenz zur VerbraucherAnalyse 2006 am 25. September 2006

Allgemeine Informationen

Facts & Figures

Die VerbraucherAnalyse (VA) ist eine der größten Markt-Media-Studien Europas. Neben der Erhebung des Konsumverhaltens bildet die VA auch die Reichweiten diverser Zeitschriften, Zeitungen, TV- und Radio-Sendern ab. Die VerbraucherAnalyse wird daher vor allem für die Marketing- und Werbeplanung genutzt, enthält aber darüber hinaus eine Fülle an Daten für unterschiedlichste Forschungsinteressen. Weil die VerbraucherAnalyse seit 1983 jährlich erscheint, lassen sich über sie Trends in der Bevölkerung detailliert verfolgen.

Trägerverlage	Bauer Verlagsgruppe und Axel Springer AG und weitere 32 Medienunternehmen beteiligt
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 12 Jahre in Privathaushalten
Fallzahlen	VA Klassik, ab 14 Jahre: 29.926 Fälle = 65,07 Mio. VA Jugend, ab 12 Jahre: 30.635 Fälle = 66,61 Mio.
Erhebungszeitraum	September 2004 bis März 2006 (rollierendes 2-Jahres-System)
Art der Befragung	Kombination aus mündlicher und schriftlicher Befragung <i>Mündlich:</i> Mediaverhalten und Demografie (Länge: ca. 50 Minuten) <i>Schriftlich:</i> Konsum, Besitz, Psychographie
Inhaltliche Stärken	Konkretes Konsumverhalten: 673 Produktbereiche mit 1889 Marken <i>Qualitative Zielgruppenmerkmale:</i> Lebensphasen, soziale Milieus <i>Multimedia:</i> 13 Mediengruppen
VDZ-Intermediadatei	Zusätzliche TV-Daten aus dem Nielsen-TV-Panel in VA fusioniert, 16 Sender WMK Für Mediamix-Planungen auf Werbemittelkontakt-Ebene