

Pressekonferenz zur VerbraucherAnalyse 2005 am 26. September 2005
Allgemeine Informationen

VerbraucherAnalyse 2005 - Allgemeine Informationen

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.

Facts & Figures:

Trägerverlage:	Bauer Verlagsgruppe und Axel Springer AG und weitere 32 Medienunternehmen beteiligt
Grundgesamtheit und Fallzahlen	Deutschsprachige Bevölkerung ab 12 Jahre in Privathaushalten VA Klassik, ab 14 Jahre: 30.368 Fälle = 64,889 Mio. VA Jugend, ab 12 Jahre: 31.657 Fälle = 66,547 Mio.
Erhebungszeitraum:	September 2003 bis März 2005 (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> 33 Modelle, von Lebensphasen bis 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