



Pressekonferenz zur VerbraucherAnalyse 2008 am 23. September 2008

Facts & Figures

- Die VerbraucherAnalyse (VA) ist eine der größten Markt-Media-Studien Europas.
- Neben der Erhebung des Konsumverhaltens, Zielgruppenmodellen und der Einstellungen der Verbraucher zu Produkten bildet die VA auch die Reichweiten diverser Zeitschriften, Zeitungen, TV- und Radio-Sender ab.
- Die VerbraucherAnalyse wird daher vor allem für die Marketing- und Werbeplanung genutzt, enthält aber darüber hinaus eine Fülle von Daten für unterschiedlichste Forschungsinteressen.
- Weil die VerbraucherAnalyse seit 1983 jährlich erscheint, lassen sich über sie Trends in der Bevölkerung detailliert verfolgen.
- Die VA ist auch eine der größten Jugendstudien Europas. Sie füllt die Forschungslücke bei den 12- bis 14-Jährigen und enthält jugendrelevante Medien und Märkte wie Kosmetik, Entertainment und Kommunikation.

Trägerverlage	Bauer Verlagsgruppe und Axel Springer AG und weitere 30 Medienunternehmen beteiligt
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 12 Jahre in Privathaushalten
Fallzahlen	VA Klassik, ab 14 Jahre: 30.429 Fälle = 64,87 Mio. VA Jugend, ab 12 Jahre: 32.051 Fälle = 66,25 Mio.
Erhebungszeitraum	September 2006 bis März 2008 (rollierendes 2-Jahres-System)
Art der Befragung	CAPI / CASI-Interviews (Computer Assisted Personal/Self Interviewing) <i>Mündlich:</i> Mediaverhalten und Demografie (Länge: ca. 50 Minuten) <i>Schriftlich:</i> Konsum, Besitz, Psychographie
Inhaltliche Stärken	Konkretes Konsumverhalten: über 650 Produktbereiche und ca. 1800 Marken <i>Qualitative Zielgruppenmerkmale:</i> Lebensphasen, soziale Milieus <i>Multimedia:</i> 13 Mediengruppen
Projektleitung	Dr. Hartmut Krause-Solberg und Andrea Treffenstädt (Axel Springer AG), Ingeborg Glas (Bauer Verlagsgruppe)
Studienkoordination	Czaia Marktforschung, Bremen
Feldarbeit	Ipsos Deutschland, Marplan