

Pressekonferenz zur VerbraucherAnalyse 2009 am 22. September 2009

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 VA dient als Grundlage für die Marketing- und Werbeplanung und bietet darüber hinaus vielfältige Daten für unterschiedlichste Forschungsinteressen.
- Seit 1983 erscheint die VA jährlich. Dies ermöglicht es, Trends in der Bevölkerung über Jahre detailliert zu verfolgen.
- Die VA ist eine der größten Jugendstudien Europas. Sie füllt die Forschungs-Lücke für die Gruppe der 12- bis 14-Jährigen und enthält jugendrelevante Medien und Märkte wie Kosmetik, Entertainment und Kommunikation.

Trägerverlage	Axel Springer AG und Bauer Media Group sowie weitere 30 Medienunternehmen
Grundgesamtheit	Deutschsprachige Bevölkerung ab 12 Jahre in Privathaushalten
Fallzahlen	VA Klassik, ab 14 Jahre: 31.179 Fälle = 64,824 Mio. VA Jugend, ab 12 Jahre: 32.709 Fälle = 66,191 Mio.
Erhebungszeitraum	September 2007 bis März 2009 (rollierendes 2-Jahres-System)
Art der Befragung	CAPI / CASI-Interviews (Computer Assisted Personal/Self Interviewing) <ul style="list-style-type: none"> • <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 <ul style="list-style-type: none"> • <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 Media Group)
Studienkoordination	Czaia Marktforschung, Bremen
Feldarbeit	Ipsos Deutschland, Marplan, IFAK