

PROMOTION INSIGHTS 2021

Konsumentenforschung über die Nutzung und Attraktivität von Werbeträgern in ganz Europa

INHALTSVERZEICHNIS

Daten zur Untersuchung und Antwortkarte

Key Facts

Methodologische Aspekte

Erhebungsinhalte

Fragenkatalog

Handelsbranchen

Händler

Timing und Output der Ergebnisse

Länder und Investments

Auszug aus der 2019 Studie in Österreich

Genutzte Medien

Genutzte Online-Medien

Mitlesefaktor

Reichweite: Flugblätter von Top-10 Händler

Wenn Sie sich im Präsentationsmodus befinden, können Sie auf jeden Inhalt klicken, um dorthin zu gelangen. Sie können jederzeit zum Inhaltsverzeichnis zurückkehren, indem Sie auf das Symbol in der rechten oberen Ecke jeder anderen Folie klicken:





DATEN ZUR UNTERSUCHUNG UND ANTWORTKARTE

KEY FACTS

Promotions Insights ist eine Multi-Client-Studie, die aus von Umfragen abgeleiteten Daten über die Nutzung und Attraktivität von Flugblättern im Vergleich zu anderen Werbeträgern in europäischen Ländern im Zusammenhang mit Werbeaktionen liefert.

Auf Länderebene bietet sie zusätzlich Einblicke in die Reichweite von Prospekten bei den einzelnen Einzelhändlern und unterstützt sie bei der Optimierung ihrer Werbekampagnen.

Seit 2011



Know-How

20 teilnehmende
Länder allein in 2021



Vergleichbare Daten für
ganz Europa

10.000+ Interviews mit
Konsumenten*innen
alle zwei Jahre



Umfassende Daten

METHODOLOGISCHE ASPEKTE

Datenerhebungsmethode	Online-Interviews (CAWI)
Stichprobe	n=1.000 Interviews für Österreich und Deutschland; n=500 für alle restlichen Länder
Zielgruppe	Bevölkerung über 15 oder 16 Jahren (abhängig von Panel- und Marktforschungsvorschriften des jeweiligen Landes)
Repräsentativität	Quotiert nach Geschlecht, Alter und für AT & DE zusätzlich nach Bundesland
Berechnung der Stichprobe und der Gewichtungsfaktoren	Die Struktur der Stichprobe sowie die Gewichtungsfaktoren wurden anhand der aktuellsten Daten des nationalen Statistikamtes des jeweiligen Landes berechnet
Feldzeit	September - Oktober 2021

ERHEBUNGSINHALTE

Medien

- Genutzte Medien

- Einkaufsmotivation

- Genutzte Online-Medien

Flugblätter im Fokus

- Erhalt von Flugblättern

- Nutzung von Flugblättern

- Mitlesefaktor

- Nutzung nach Handelsbranchen

Reichweite und Effizienz: Flugblätter von Top-Händlern

- Reichweite

- Performance

Präferenzen bezüglich Flugblätter

- Format

- Erhalt

- Gedruckte vs. digitale Flugblätter

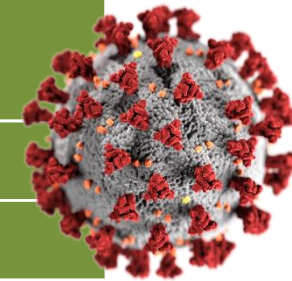
2021 Spezialteil

- Kriterien für die Wahl von Händlern

- Einkaufsverhalten und Corona

- Online-Shopping und Corona

- Perspektiven nach Corona



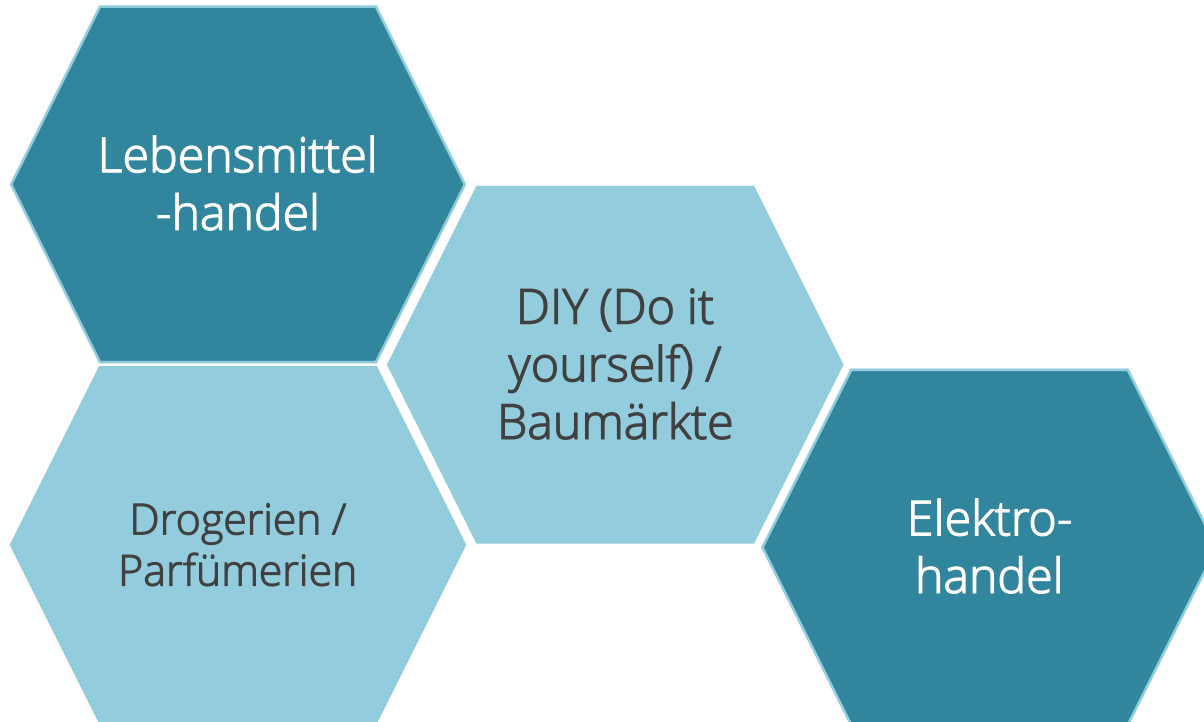
Demographischer und sozio-ökonomischer Hintergrund
 Für alle diese Forschungsinhalte liefern wir Darstellungen der Totalwerte sowie Ergebnisse nach hauptsoziodemografischen Merkmalen und Konsumentenprofilen.

FRAGENKATALOG

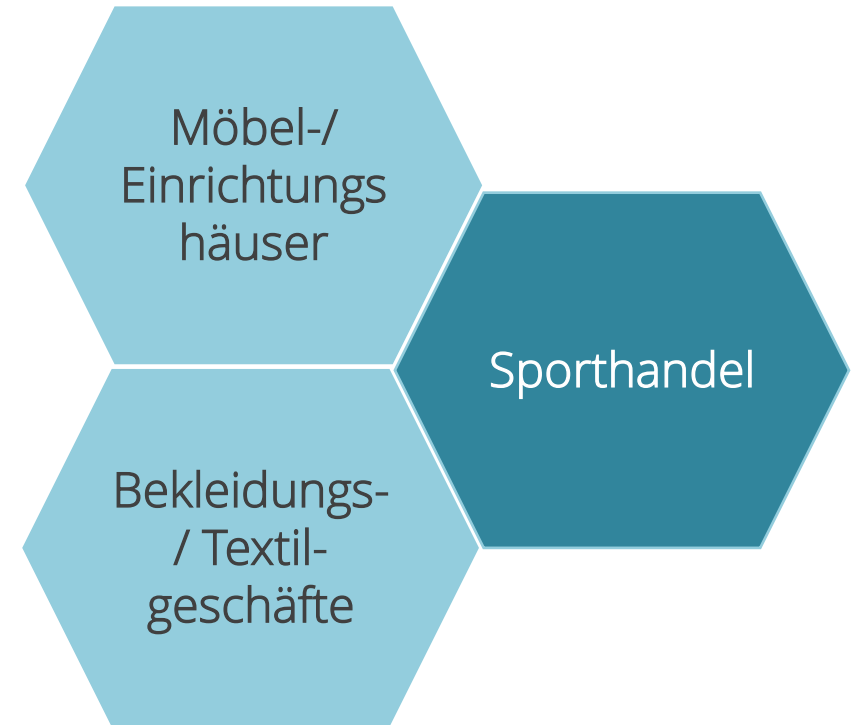
1. Welche der folgenden Medien nutzen Sie, wenn Sie sich über Sonderangebote oder Aktionspreise einzelner Produkte in nachfolgenden Branchen informieren?
2. Welches der folgenden Medien animiert Sie in den jeweiligen Handelssparten am stärksten zum Einkauf?
3. Sie haben angegeben, dass Sie das Internet nutzen, um sich über Sonderangebote zu informieren. Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie in nachfolgenden Branchen.
4. Wie kommen Sie üblicherweise an Flugblätter bzw. Kataloge von Handelsunternehmen der nachfolgenden Branchen heran?
5. Wie verwenden Sie Flugblätter bzw. Kataloge von Handelsunternehmen im Allgemeinen?
6. Wie viele Personen in Ihrem Haushalt, außer Ihnen selbst, lesen üblicherweise solche Flugblätter bzw. Kataloge oder blättern sie durch?
7. Unten finden Sie einige Branchen, die häufig Flugblätter bzw. Kataloge auflegen. Was machen Sie üblicherweise mit Flugblättern bzw. Katalogen in diesen Branchen?
8. Unten finden Sie nun einige Handelsunternehmen. Bitte geben sie jeweils an, wie Sie in den letzten 4 Wochen ein Flugblatt bzw. einen Katalog dieses Händlers erhalten haben?
9. Was haben Sie mit dem Flugblatt bzw. Katalog der folgenden Handelsketten gemacht? Bitte geben Sie jeweils an, wie Sie beim letzten Flugblatt bzw. Katalog dieser Händler vorgegangen sind.
10. Welches Format bei Prospekten ist für Sie das attraktivste?
11. Wie wollen Sie in Zukunft Ihr Prospekt am liebsten erhalten?
12. Auf welche Art und Weise wollen Sie sich ganz allgemein lieber über Sonderangebote von den nachfolgenden Branchen informieren?
13. Welche sind für Sie die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Händlers für die folgenden Branchen?
14. Welche der folgenden Aussagen trifft/treffen zu, wenn Sie an Ihr Einkaufsverhalten im Allgemeinen (unabhängig von bestimmten Handelssektoren) in der Zeit nach dem Ausbruch der Corona/Covid19 und der Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen dagegen denken?
15. Sie haben bereits angegeben, dass Sie mehr Produkte als früher online kaufen. Welche der Aussagen zu Ihrem Online-Einkaufsverhalten trifft auf die folgenden Branchen zu?
16. Seit Corona/Covid19 hat das Online-Shopping in ganz Europa zugenommen. Was glauben Sie wird nach Corona in Bezug auf das Online-Shopping für die folgenden Branchen geschehen?

HANDELSBRANCHEN

Handelsbranchen international



Zusätzliche Handelsbranchen für Österreich



HÄNDLER

Getestete Händler für die Befragung in Österreich

1. ADLER
2. Bauhaus
3. Billa
4. Billa Plus
5. Bipa
6. C&A
7. Conrad
8. Cyberport
9. Decathlon
10. dm
11. electronic4you
12. EP
13. Eurospar
14. Experts
15. Fussl Modestrasse

16. Giga Sport
17. H&M
18. Hartlauer
19. Hervis
20. Hofer
21. Hornbach
22. IKEA
23. Interspar
24. Intersport
25. KIK
26. Kika
27. Kleiderbauer
28. Leiner
29. Lidl
30. Media Markt

31. Möbelix
32. Müller
33. NKD
34. OBI
35. Penny
36. Raiffeisen Lagerhaus
37. Red Zac
38. Spar
39. Sport2000
40. Sports Direct
41. TAKKO
42. XXL Sports & Outdoor
43. XXXLutz
44. Zgonc

TIMING UND OUTPUT DER ERGEBNISSE

Lieferung der Ergebnisse: KW 42

Grafische Darstellung der Ergebnisse in PowerPoint sowie detaillierte Tabellen in Excel, die sowohl Gesamtwerte als auch Analysen nach soziodemografischen Merkmalen und Bevölkerungssegmenten umfassen

LÄNDER UND INVESTMENTS

Bitte kreuzen Sie die Länder an, für die Sie bestellen möchten.

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | Österreich* | <input type="checkbox"/> | Italien |
| <input type="checkbox"/> | Bosnien und Herzegowina | <input type="checkbox"/> | Lettland |
| <input type="checkbox"/> | Bulgarien | <input type="checkbox"/> | Litauen |
| <input type="checkbox"/> | Kroatien | <input type="checkbox"/> | Polen |
| <input type="checkbox"/> | Tschechien | <input type="checkbox"/> | Portugal |
| <input type="checkbox"/> | Estland | <input type="checkbox"/> | Rumänien |
| <input type="checkbox"/> | Frankreich | <input type="checkbox"/> | Serbien |
| <input type="checkbox"/> | Deutschland* | <input type="checkbox"/> | Slowakei |
| <input type="checkbox"/> | Griechenland | <input type="checkbox"/> | Slowenien |
| <input type="checkbox"/> | Ungarn | <input type="checkbox"/> | Spanien |

Mit Detaildaten für Handel:

Investition: 890,-- Euro pro Land (n=500)

Investition: *1.490,-- Euro pro Land (n=1.000)

Staffelrabatt: 2-5 Länder -10%
ab 6 Ländern -20%

Ohne Detaildaten für Industrie:

Investition: 490,-- Euro pro Land (n=500)

Investition: *690,-- Euro pro Land (n=1.000)

Staffelrabatt: 2-5 Länder -10%
ab 6 Ländern -20%

Mehr-Länder* Auswertung

Investition: auf Anfrage

*Daten gibt es nur in einer Totalauswertung

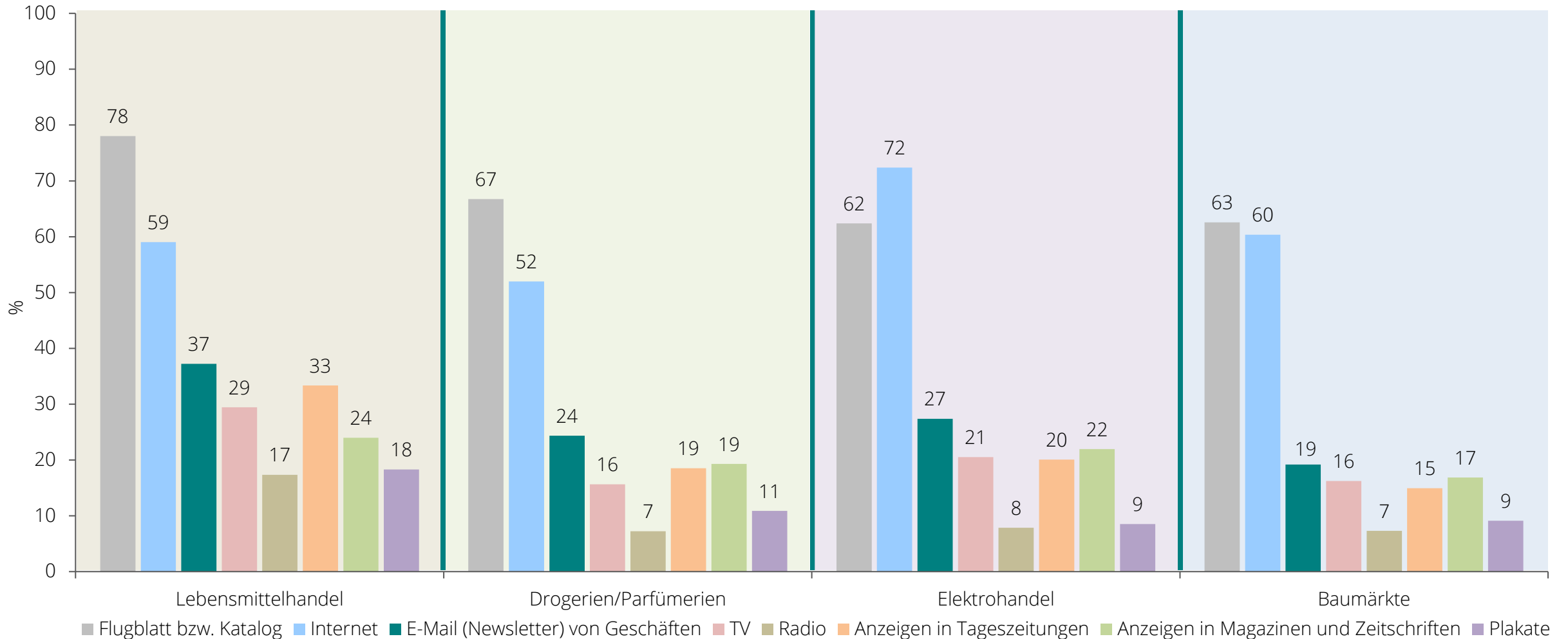
*n=1.000 AT: Die angeführten Preise verstehen sich exklusive 20% MwSt, sowie Versandkosten.



AUSZUG AUS DER 2019 STUDIE IN ÖSTERREICH

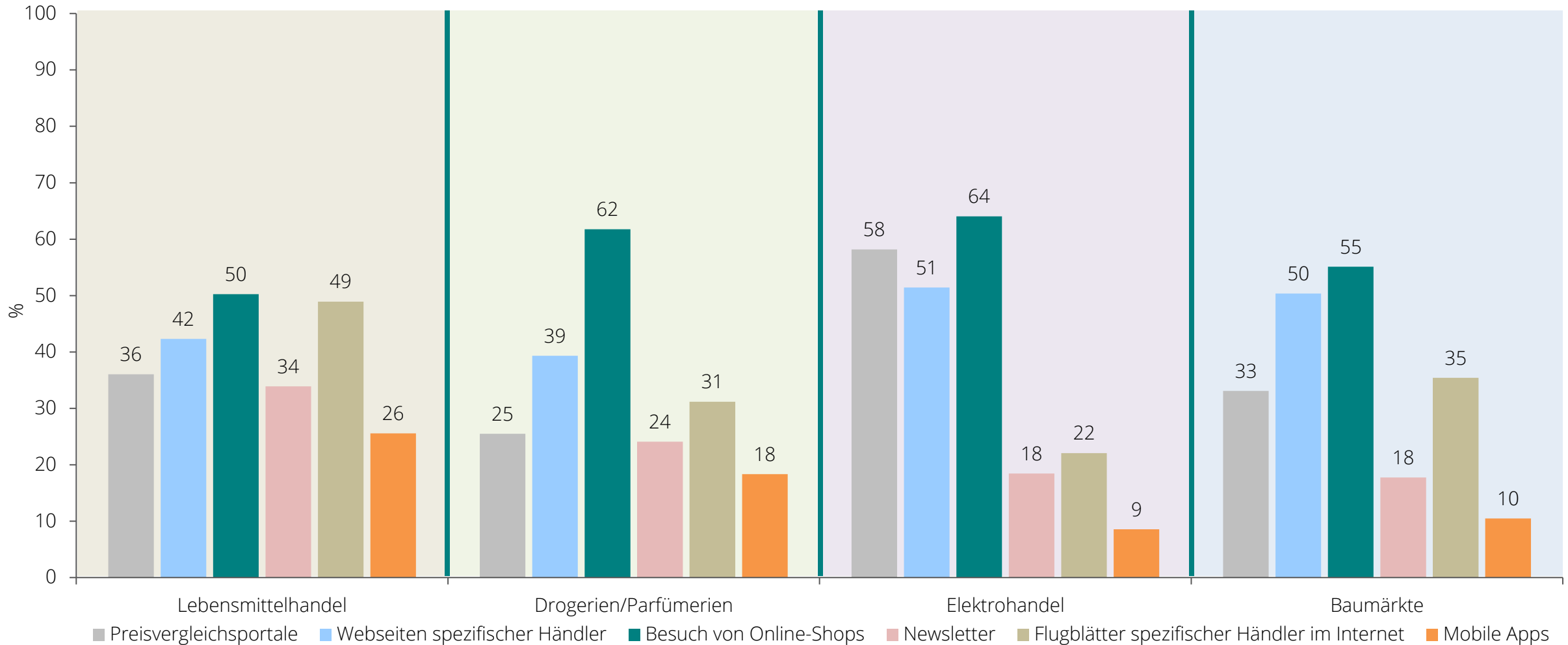
GENUTZTE MEDIEN – ÖSTERREICH – 2019

Frage: Welche der folgenden Medien nutzen Sie, wenn Sie sich über Sonderangebote oder Aktionspreise einzelner Produkte im Bereich ___ informieren möchten?



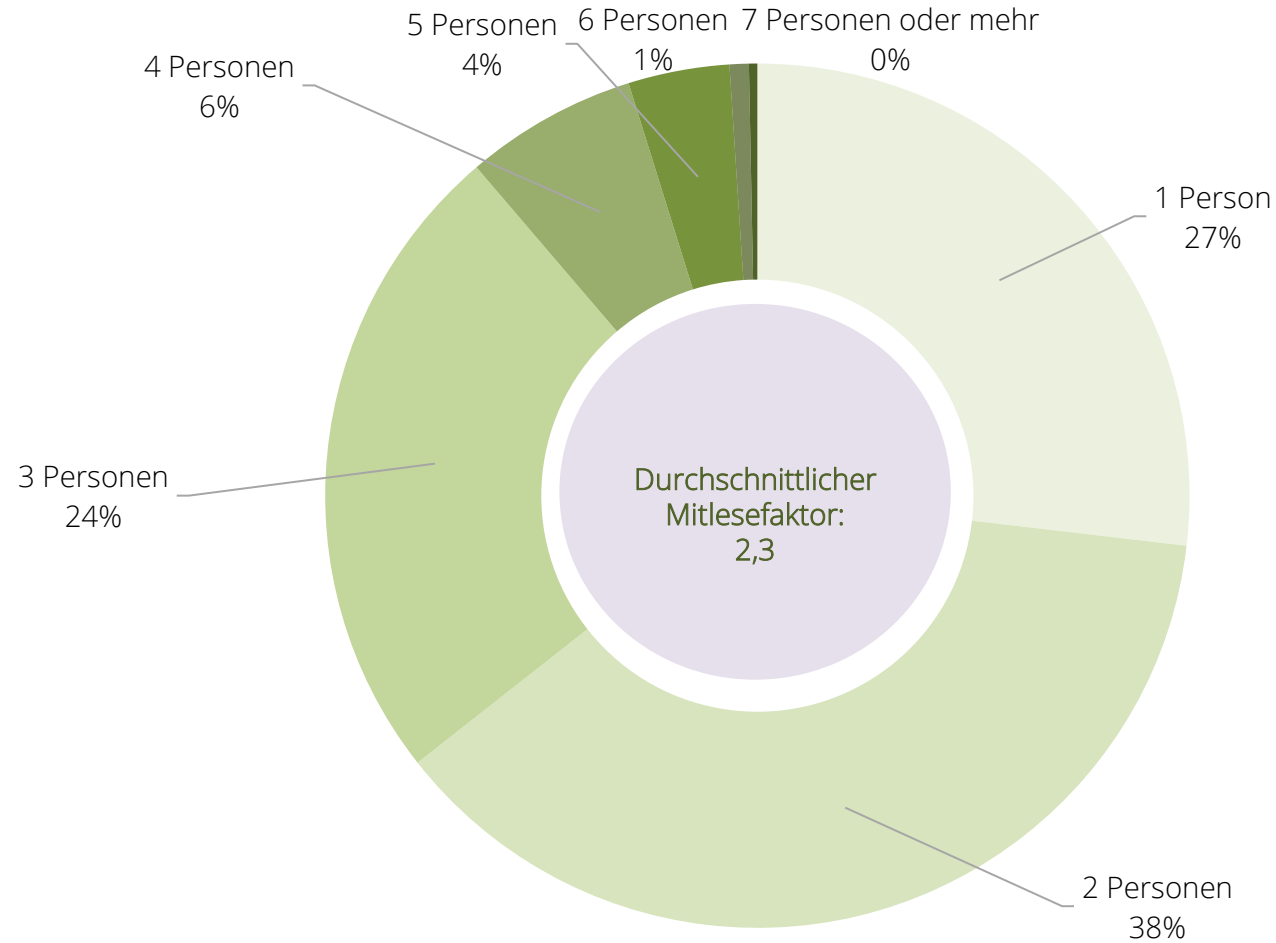
GENUTZTE ONLINE-MEDIEN – ÖSTERREICH – 2019

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie das Internet nutzen, um sich über Sonderangebote zu informieren. Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie im Bereich ___ genau?



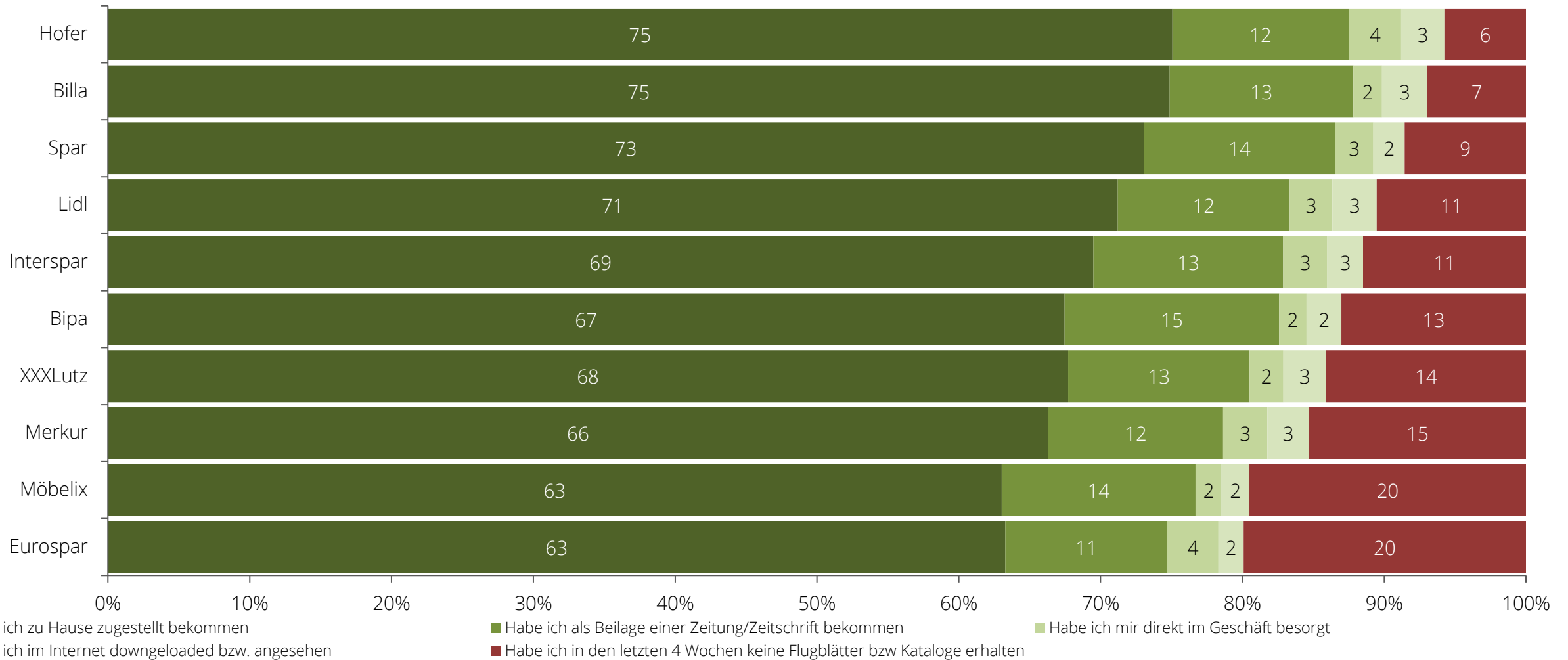
MITLESEFAKTOR – ÖSTERREICH – 2019

Frage: Wie viele Personen in Ihrem Haushalt, außer Ihnen selbst, lesen üblicherweise solche Flugblätter bzw. Kataloge oder blättern sie durch?



REICHWEITE: FLUGBLÄTTER VON TOP-10 HÄNDLER – ÖSTERREICH – 2019

Frage: Unten finden Sie einige Branchen, die häufig Flugblätter bzw. Kataloge auflegen. Was machen Sie üblicherweise mit Flugblättern bzw. Katalogen in diesen Branchen?



FOCUS Institut

Marketing Research Ges.m.b.H.

Maculangasse 8

1220 Vienna

Austria

Mail office@focusmr.com

Phone +43/1/258 97 01

Web www.focusmr.com

