

PROMOTIONCOMPASS 2024

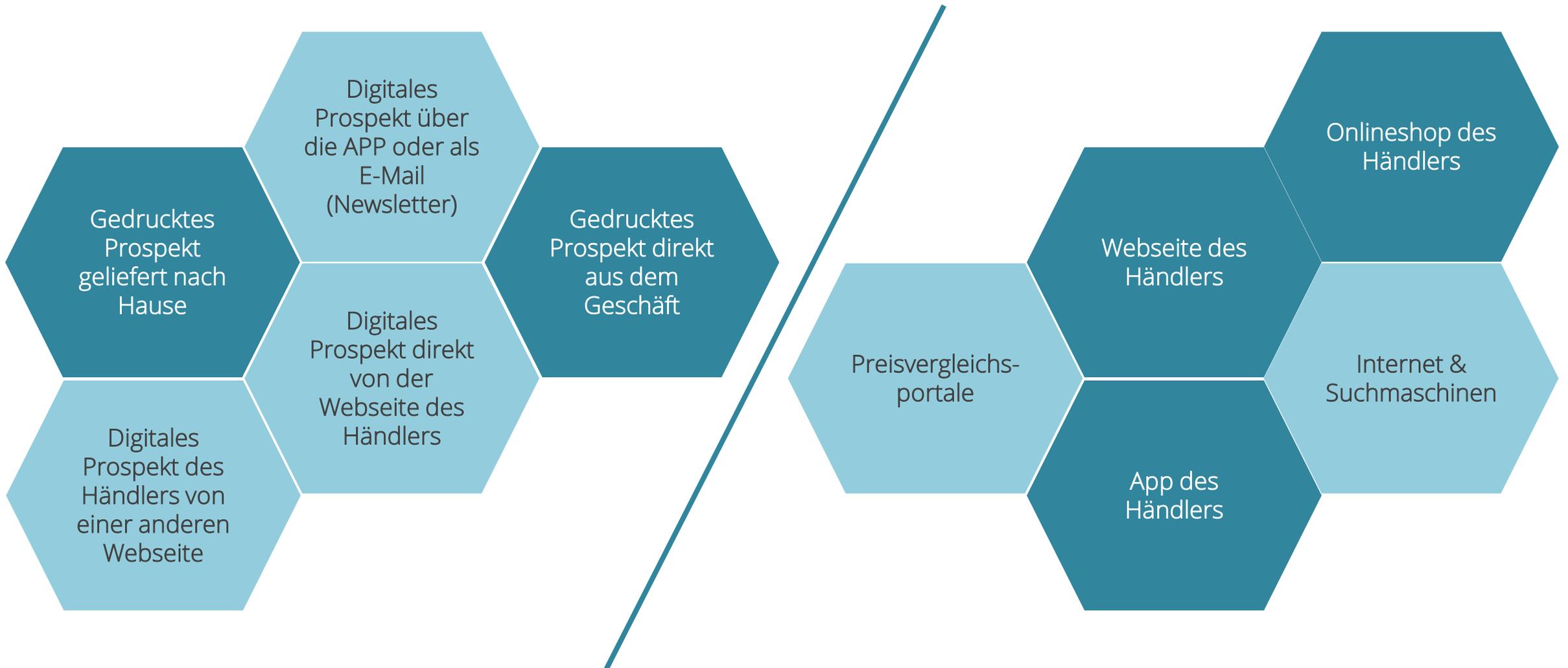
Vergleich der Reichweite der Einzelhandelswerbung in Europa



METHODOLOGISCHE ASPEKTE

Datenerhebungsmethode	Online Interviews (CAWI)
Stichprobe	n=11.071 (n=1.000 Interviews für Österreich und Deutschland; n=500 für alle weiteren Länder)
Zielgruppe	Bevölkerung ab 18 Jahren
Repräsentativität	Quotiert nach Geschlecht und Alter (AT und 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	01. – 03.2024
Befragungsgebiet	jeweils landesweit *Metropolitan-Frankreich **Kontinentalportugal

UNTERSUCHTE MÖGLICHKEITEN DES INFORMATIONSERHALTS ÜBER AKTIONEN



ERHEBUNGSINHALTE



Einkaufsfrequenz pro Händler



Frequenz der Information über Aktionen



Prospektreichweite nach Händlern



Reichweite von online Medien nach Händlern

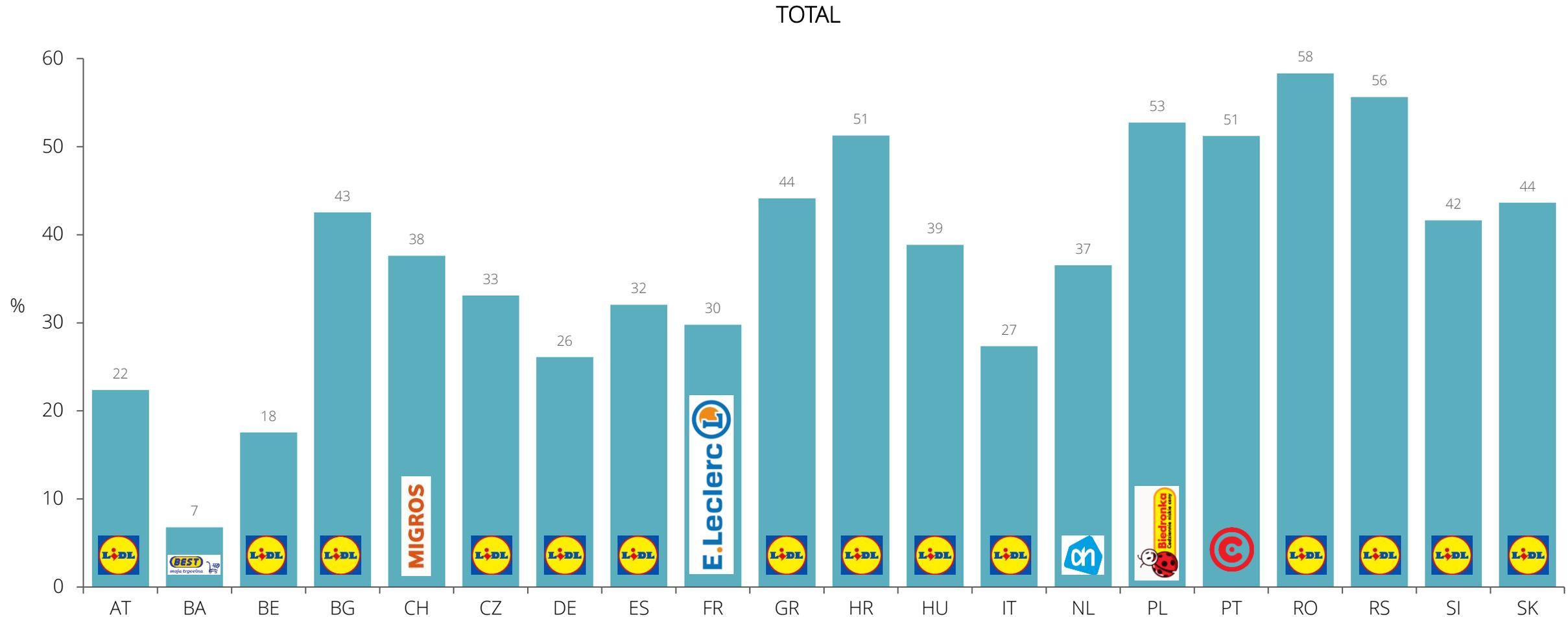


Mitlesefaktor

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

TOP GENUTZTE HÄNDLER-APPS IN EUROPA NACH LAND

Denken Sie bitte nun an online Medien bzw. Werbeformen und geben Sie an, ob Sie das jeweilige online Medium bzw. die jeweilige Werbeform in den letzten 3-4 Wochen genutzt haben, um sich über Aktionen und Sonderangebote der folgenden Händler zu informieren. In den letzten 3-4 Wochen...



habe ich nach Aktionen und Sonderangeboten über die App des Händlers gesucht

Basis: alle Befragten (n=11.071)

KONTAKT

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

