



Promotion Insights



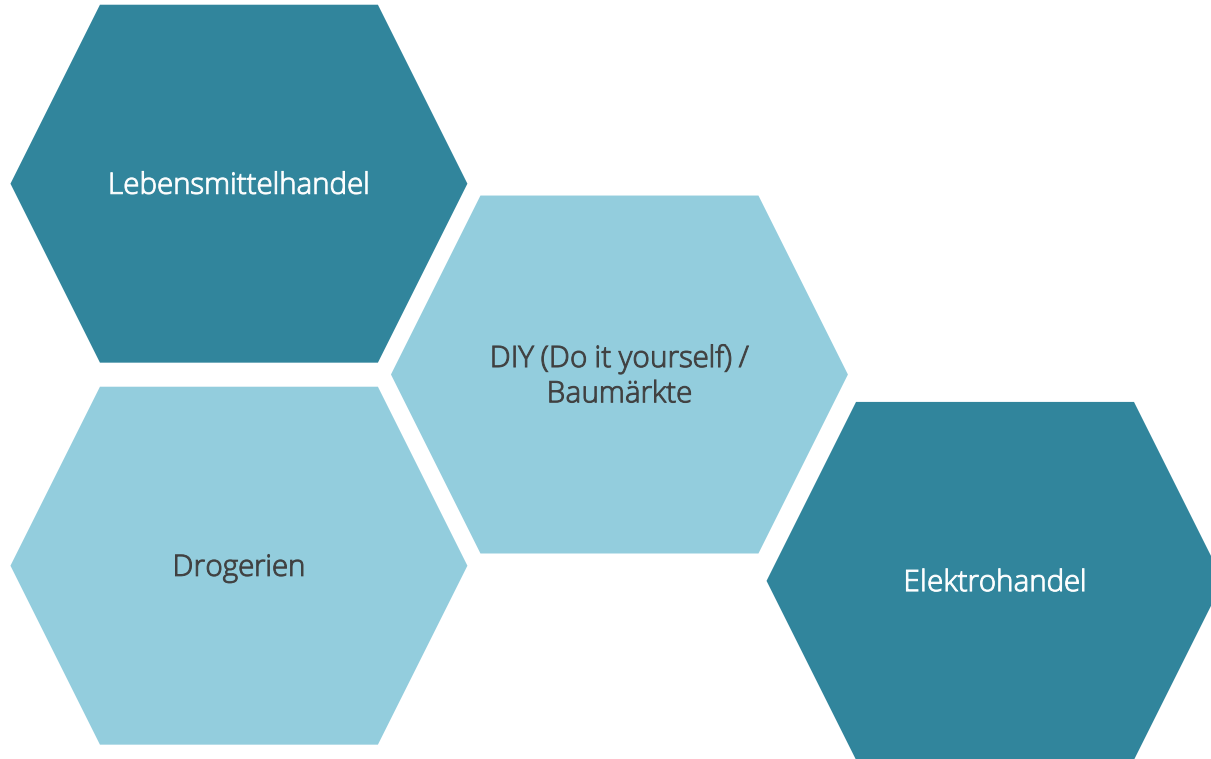
Wahrnehmungen und Verhalten der
Konsumenten*innen in Bezug auf Werbeträger von Angeboten

METHODOLOGISCHE ASPEKTE

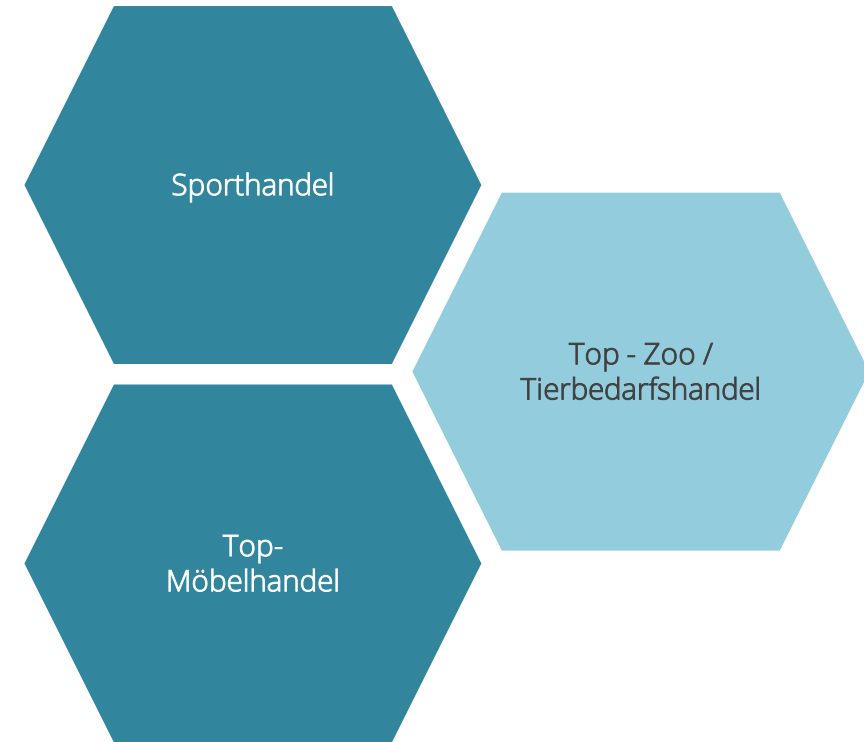
Datenerhebungsmethode	Online Interviews (CAWI)
Stichprobe	n=1.000 Interviews für Österreich und Deutschland; n=500 für alle weiteren Länder
Zielgruppe	Bevölkerung ab 18 Jahren
Repräsentativität	Quotiert nach Geschlecht und Alter
Berechnung der Stichprobe und der Gewichtungsfaktoren	Die Struktur der Stichprobe sowie die Gewichtungsfaktoren wurden anhand der aktuellsten Daten des nationalen Statistikamtes des jeweiligen Landes berechnet
Feldzeit	August 2025

HANDELSBRANCHEN

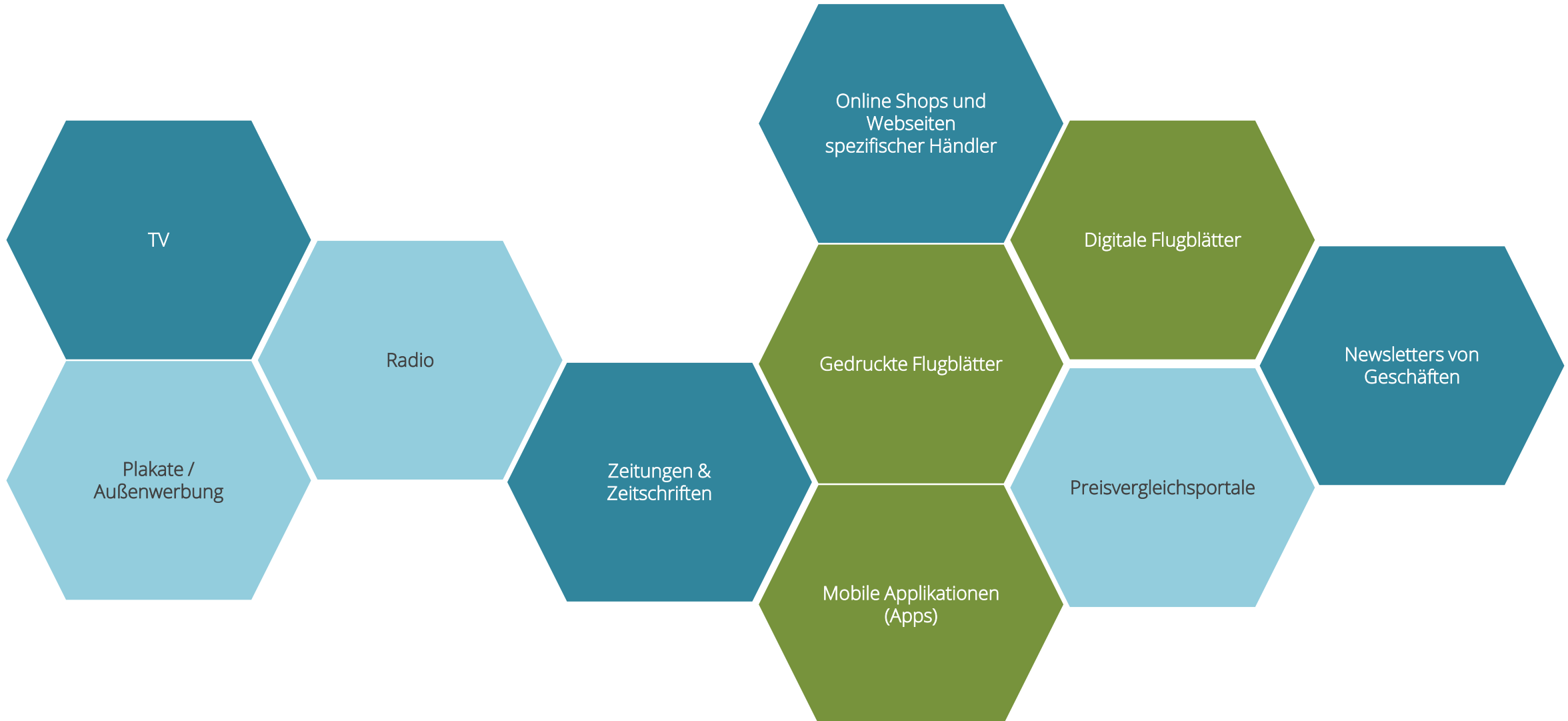
Handelsbranchen international



Ergänzend erhoben für AT



MEDIA



ERHEBUNGSINHALTE

Werbemedien

Nutzung von Werbemedien

Motivierendster Werbeträger

Flugblätter im Fokus

Reichweite von Flugblättern nach Sektor

Nutzung von Flugblättern

Mitlesefaktor

Nutzung von Flugblättern nach Sektor

Reichweite und Nutzung von Flugblättern der Händler

Reichweite von Flugblättern pro Händler

Nutzung von Flugblättern pro Händler

Reichweite und Nutzung von Händler-Apps

Reichweite von Händler-Apps

Nutzung von Händler-Apps

Präferenzen und Anliegen

Bevorzugte Möglichkeiten für den Bezug von Flugblättern

Bevorzugte Möglichkeiten zum Anschauen von Werbeaktionen nach Sektor

Art des Einkaufens und Werbeaktionen

Einstellung zum Stopp von gedruckten Flugblättern nach Handelsbranchen

Datenschutzbedenken und mobile Applikationen

Kundenkarten von Händlern: Besitz und Einstellung

Besitz von Kundenkarten

Einstellung zu Kundenkarten

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

LÄNDER & INVESTITIONEN

AT	Österreich	NL	Niederlande
BA	Bosnien und Herzegowina	PL	Polen
BG	Bulgarien	PT	Portugal
CH	Schweiz	RO	Rumänien
CZ	Tschechien	RS	Serbien
DE	Deutschland	SI	Slowenien
ES	Spanien	SK	Slowakei
FR	Frankreich	DK	Dänemark
GR	Griechenland	FI	Finnland
HR	Kroatien	SE	Sweden
HU	Ungarn	LT	Litauen
IT	Italien	GB	UK /England

Weitere Länder auf Anfrage

Für Österreich bzw. Deutschland (n=1.000)

Rest (n=500)

Staffelrabatt:

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

Die oben genannten Preise verstehen sich exklusive anwendbarer nationalen gesetzlichen MwSt.

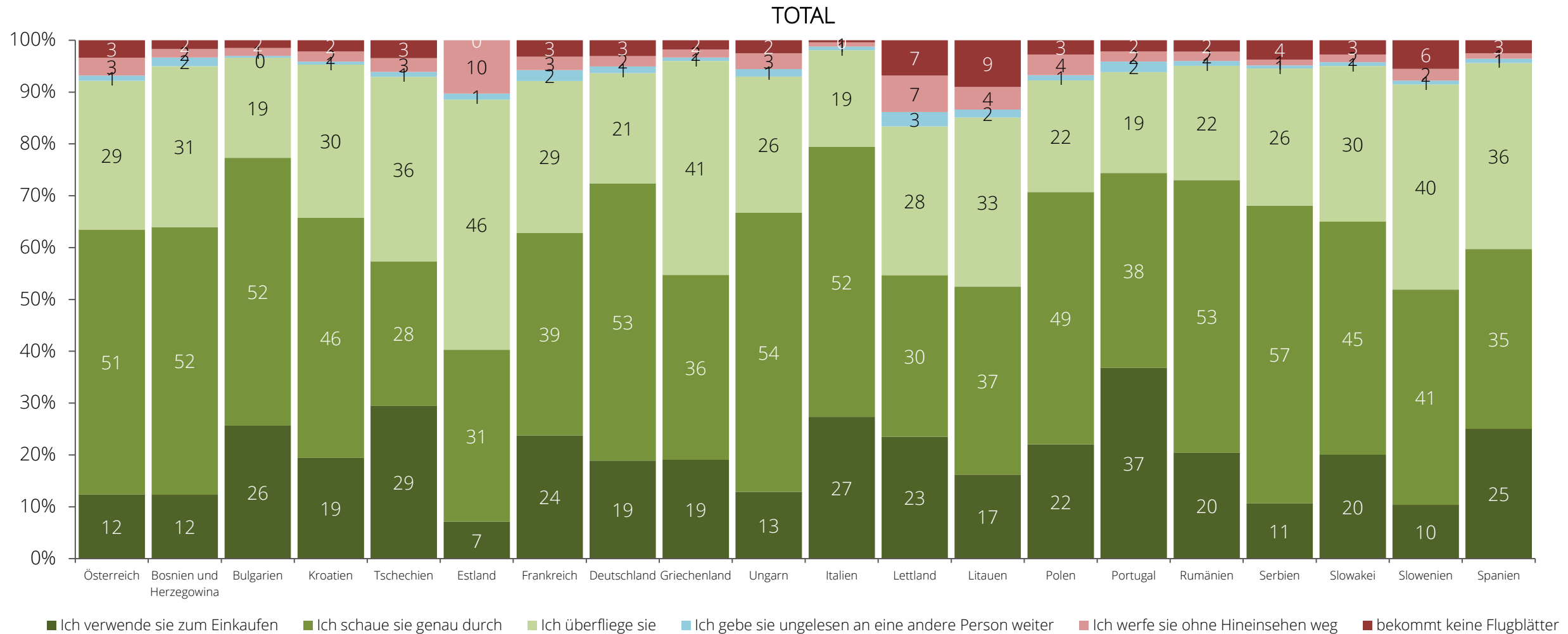
HÄNDLER DETAILANALYSEN

Für verwendete Werbeträger (TV, Radiio, OOH, Print, Prospekte, Digitale Flugblätter, Newsletter, OnlineShops/Webseiten, Apps, Preisvergleichsportale)

- Billa 
- BillaPlus
- Eurospar
- Interspar
- Spar
- Hofer
- Lidl
- Adeg
- Mpreis
- Nah & Frisch
- Norma
- Penny
- Sutterlütty
- Müller
- Bipa
- Marionnaud
- dm
- Fressnapf
- Futterhaus
- KölleZoo
- Obi
- Zgonc
- Bauhaus
- Lagerhaus
- Hornbach
- Action
- T.Philipps
- Sport2000
- GigaSport
- Decathlon
- Intersport
- Hervis
- Ikea
- XXXLutz
- Möbelix

AUSZUG AUS DEM INTERNATIONALEN BERICHT 2021 – NUTZUNG VON PROSPEKTEN

Frage: Wie verwenden Sie Prospekte bzw. Kataloge von Handelsunternehmen im Allgemeinen?



Basis: alle Befragten (n=11.080)

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

