

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Flugblattstudie 2015

Ergebnis-
Abriss

Juli 2015



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n=1.011 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 15.06.2015 – 26.06.2015
- **Screening:** Alter, Erhalt bzw. das Ansehen von Flugblättern/Prospekten
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 41 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.790,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Flugblätter im Test:

Baumarkt/ Gartencenter und Autozubehör/ Schnellservice

- BAUHAUS
- bauMax
- bellaflora
- Dehner
- FORSTINGER
- hagebau
- HELLWEG
- HORNBACH
- LAGERHAUS
- OBI
- QUESTER
- STARKL
- ZGONC

Bücher/ Schreibwaren/ Büroartikel

- Libro
- PAGRO DISKONT
- Thalia

Drogerie/Parfümerie

- BIPA
- dm
- Douglas
- Marionnaud
- Müller
- Yves Rocher

Elektronik/Optiker

- CONRAD
- ELEKTRO haas
- EP: Electronic Partner
- expert
- fiemann
- Hartlauer
- Media Markt
- PEARLE
- RED ZAC
- SATURN
- United Optics

Lebensmittel

- ADEG
- BILLA

- denns Biomarkt
- Hofer
- Lidl
- Maximarkt
- MERKUR
- METRO
- M-Preis
- Nah&Frisch
- PENNY
- SPAR/INTERSPAR /EUROSPAR
- Sutterlüty
- UNIMARKT
- Zielpunkt

Möbel-/ Einrichtungshäuser

- BETTEN REITER
- DÄNISCHES BETTENLAGER
- DEPOT
- IKEA
- interio
- kika Leiner
- Ludwig

- MÖBELIX
- mömax
- XXXLutz

Spielwaren und Sportartikel

- BABY ONE
- giga sport
- HEINZ
- Hervis
- INTERSPORT
- Sport 2000
- SPORTSDIRECT
- TOYS R US

Telekommunikation/ Logistik

- A1
- bob
- Drei
- Öster. Post
- tele.ring
- T-Mobile
- UPC

Textil/Bekleidung und Schuhe

- ADLER
- C&A
- DEICHMANN
- DELKA
- HUMANIC
- jello
- kik
- Peek & Cloppenburg
- Reno
- Salamander
- SHOE 4 YOU
- Vögele

Tiernahrung/-bedarf

- DAS FUTTERHAUS
- FRESSNAPF
- ZOO & CO



Digitale Aktions-Plattformen/-Apps im Test:

123einkauf.at

Aktionsfinder

marktguru

meinKauf

schnapp.at

tiendeo

wogibtswas.at



Erkenntnisinhalte:

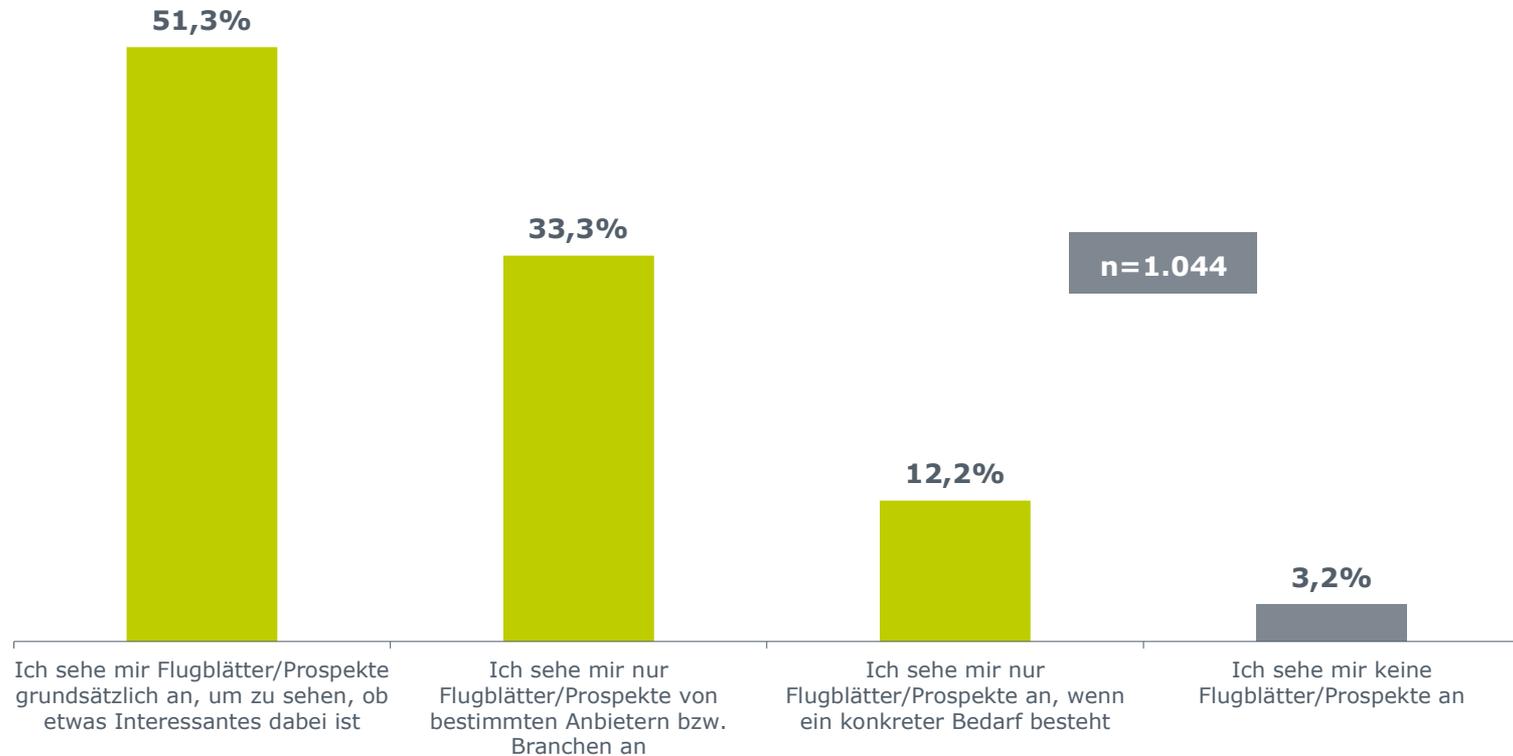
- **Bezugsquellen** der Flugblätter und **bevorzugte** Bezugsquellen
- Bewertung der **Zustellung** von Flugblättern (Anzahl/Stückzahl, akzeptable Anzahl/Stückzahl und (Aus-)Sortierung)
- **Leserverhalten** der Flugblätter nach **Branchen** und **Mehrbedarf**
- Detailliertes **Leseverhalten** von Flugblättern der verschiedenen **Unternehmen** (Nutzungsintensität, Lesedauer, Leseausmaß, Personenanzahlnutzung, Aufbewahrung, Kaufanregung, Vermissungsgrad etc.)
- **Wichtigkeit** einzelner Aspekte und **Eigenschaften** bei Flugblättern
- **Bekanntheit** und **Bewertung** des „kuvert“
- **Analyse** der **digitalen Aktions-Plattformen** und **-Apps** (Nutzungsgründe, Erwartungen, spontane und gestützte Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen digitalen Angebots-Plattform bzw. -Apps, Eigenschaftszuordnung)

41 Fragen



Lediglich 3 Prozent sehen sich gar keine Flugblätter an.

Leseverhalten bzgl. Flugblätter/Prospekte



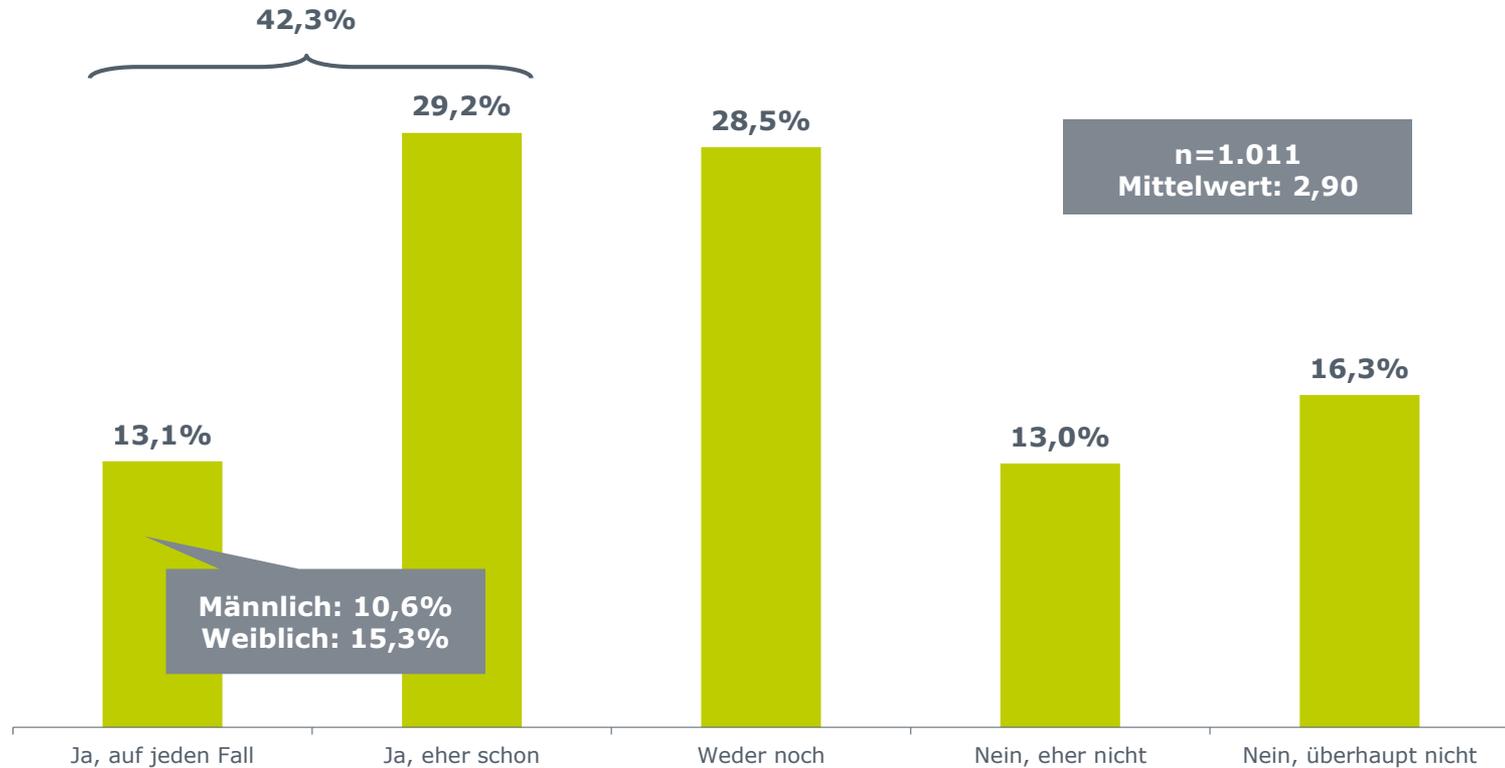
(Basis: Respondenten erhalten Flugblätter/ Prospekte)

[...] Inwieweit lesen Sie Flugblätter/Prospekte? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?



4 von 10 haben aufgrund von Flugblättern eine stärkere Bindung zu Unternehmen.

Stärkere Bindung zu Unternehmen aufgrund von Flugblättern/Prospekten



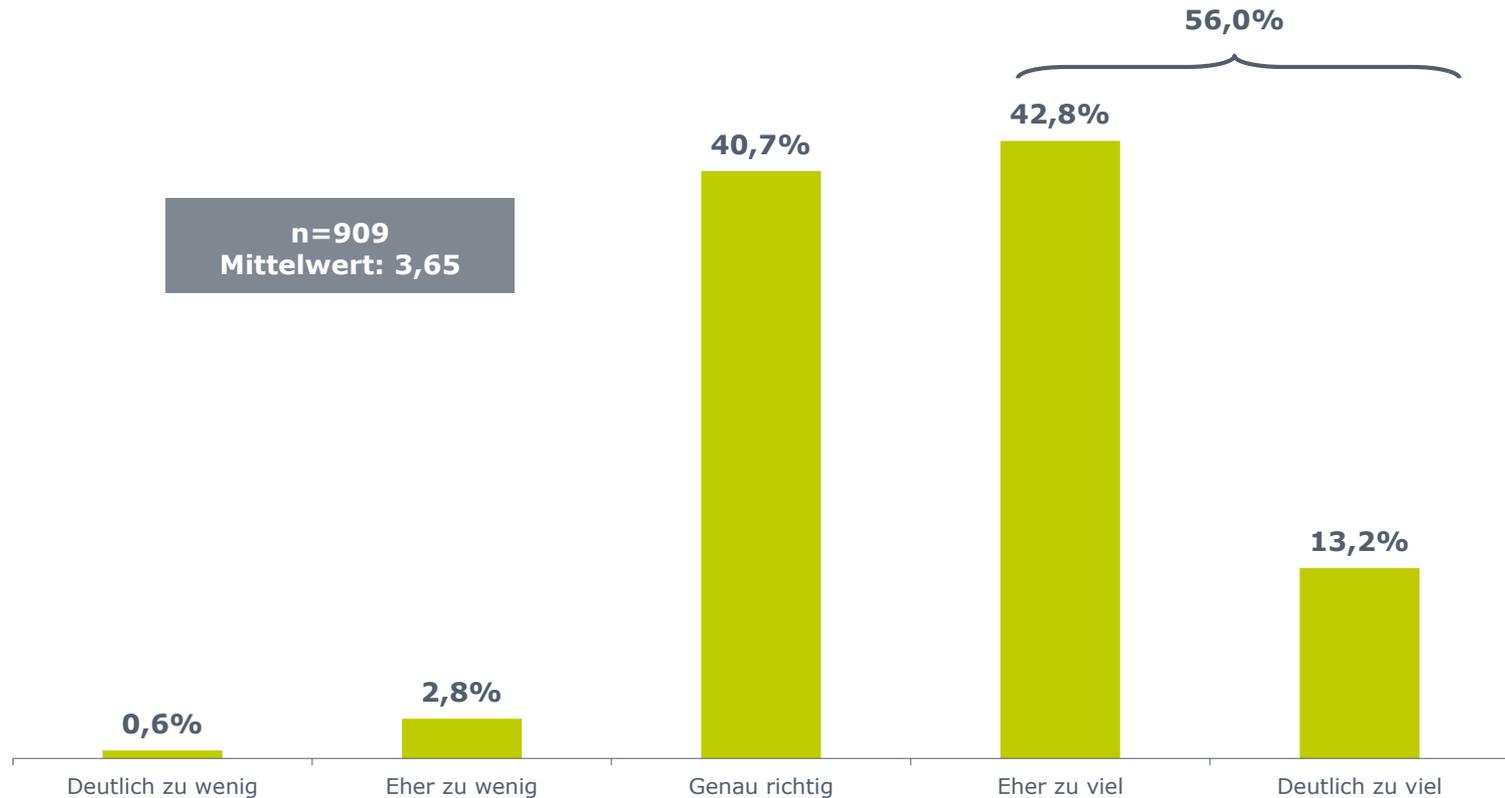
(Basis: Respondenten sehen sich Flugblätter/ Prospekte an)

Empfinden Sie eine stärkere Bindung zu einem Unternehmen von dem Sie regelmäßig Flugblätter/Prospekte lesen, als zu einem Unternehmen von dem Sie keine Flugblätter/Prospekte lesen?



Jeder Zweite empfindet die zugestellte Flugblattanzahl als (eher) zu viel.

Ich empfinde die Anzahl der zugestellten Flugblätter/Prospekte als ...



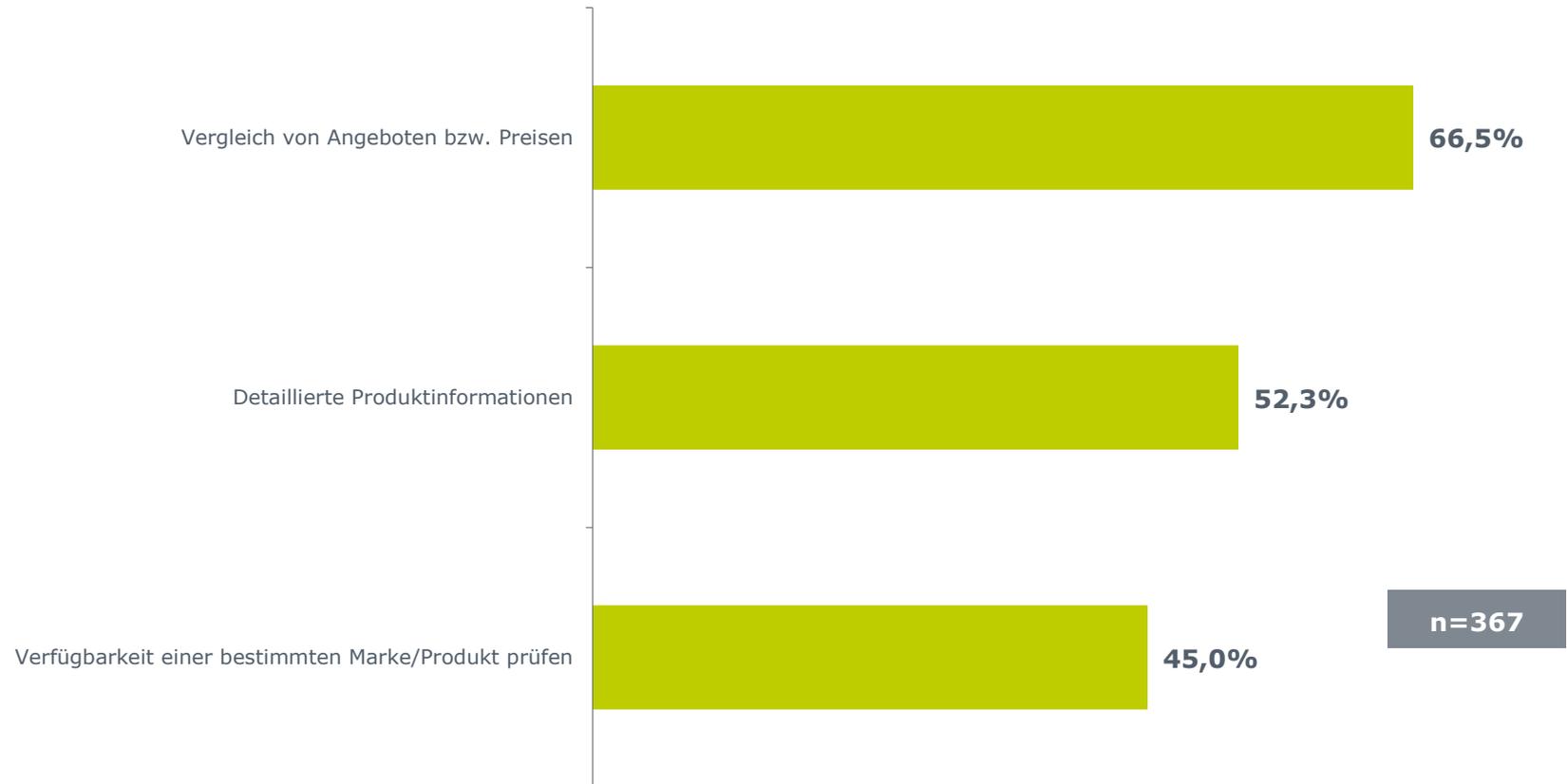
(Basis: Respondenten bekommen Flugblätter/Prospekte zugestellt)

Wie würden Sie die Anzahl der zugestellten Flugblätter/Prospekte bewerten?



Top 3 der Erwartungen an digitale Aktions-Plattformen und -Apps:

Erwartungen an digitale Aktions-Plattformen und -Apps - Top 3 (von 11)



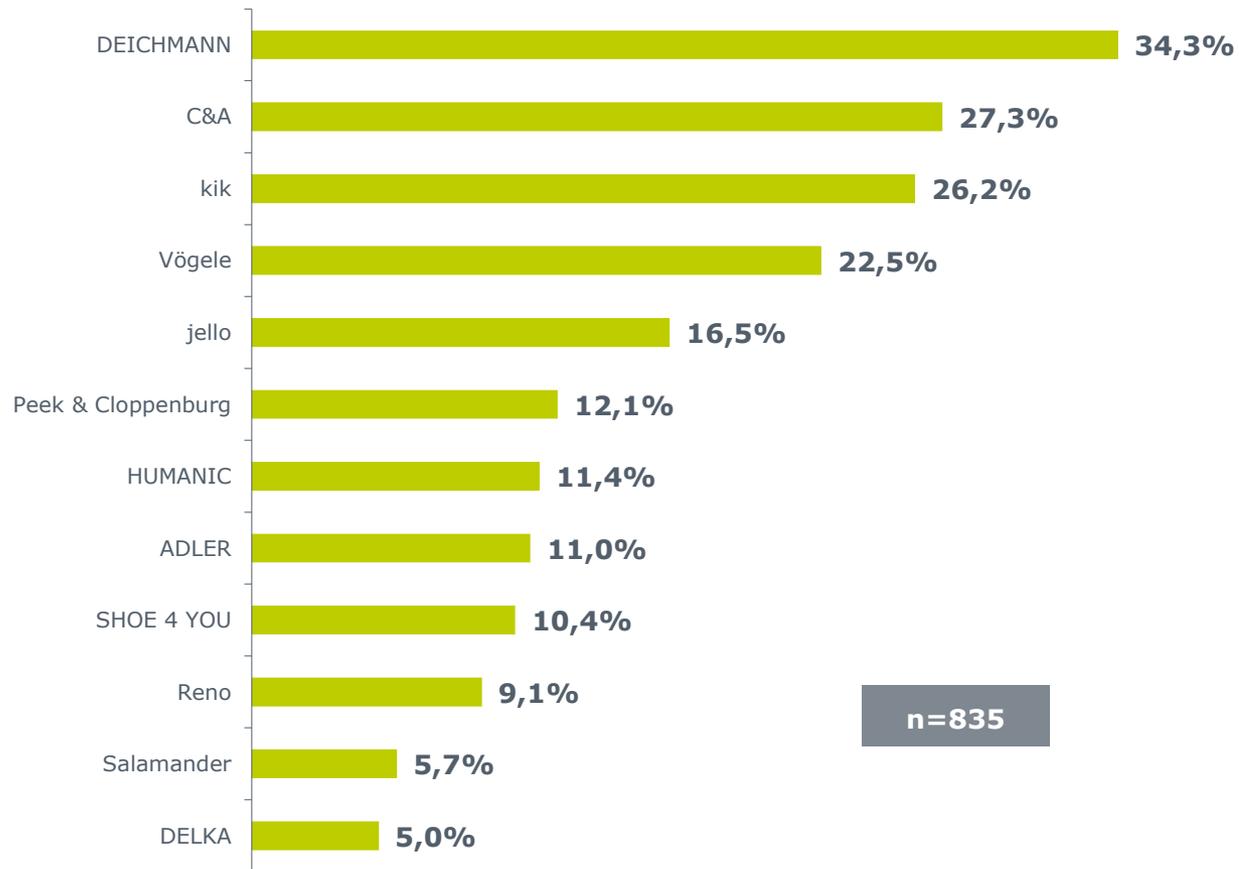
(Basis: Respondenten sehen sich Flugblätter/Prospekte in digitaler Form an)

Welche Erwartungen knüpfen Sie persönlich an digitale Aktions-Plattformen und -Apps? [...]



Ein Drittel liest regelmäßig das Flugblatt von DEICHMANN.

Flugblätter der Branche Textil/Bekleidung/Schuhe mit Bewertung "regelmäßig"



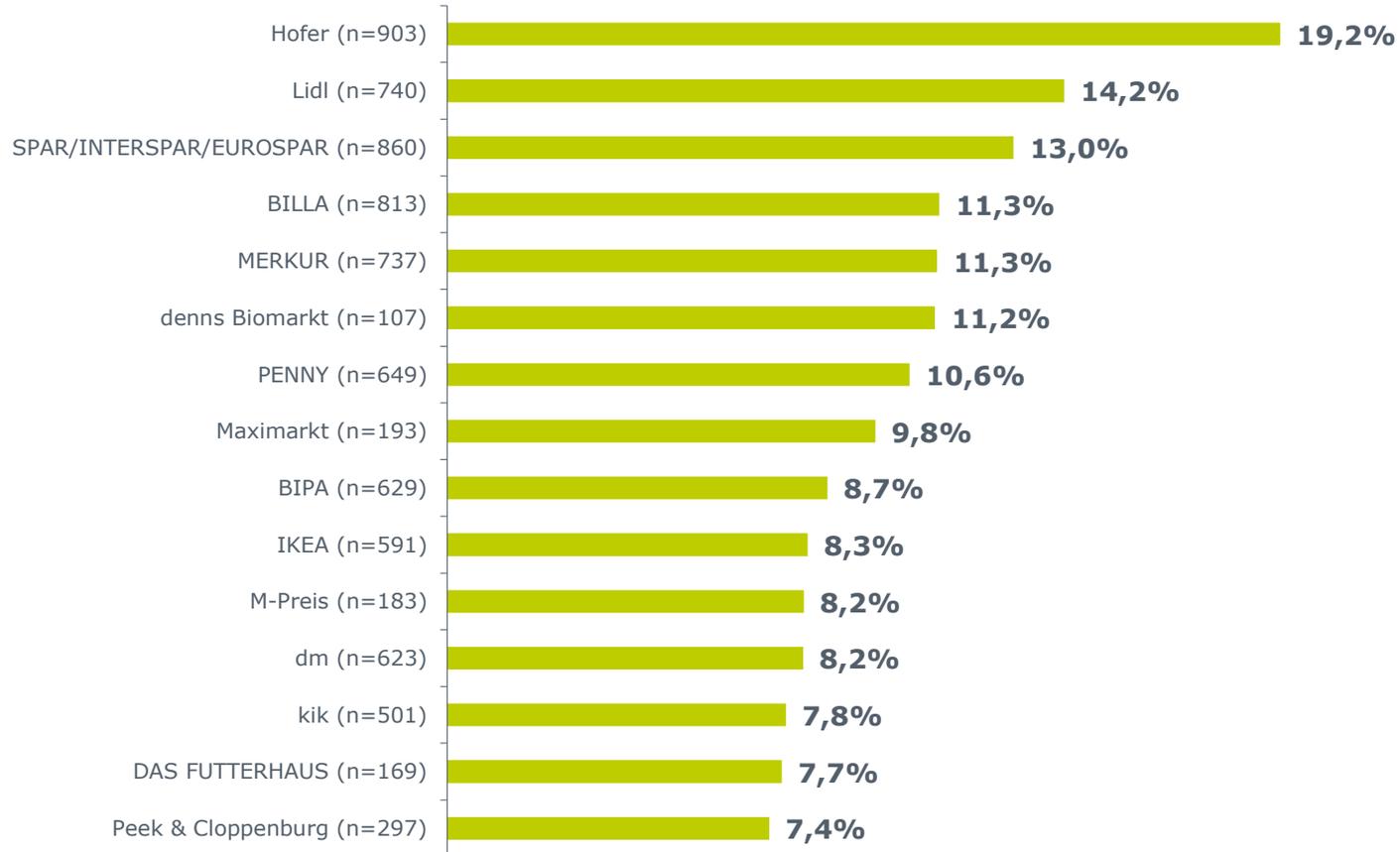
(Basis: Respondenten lesen zumindest fallweise Flugblätter/Prospekte der Branchen "Textil/Bekleidung" bzw. "Schuhe")

[...] Inwieweit lesen Sie persönlich das Flugblatt/Prospekt der folgenden Unternehmen?



Das Flugblatt von Hofer wird am meisten von vorne bis hinten durchgelesen.

Bewertet mit „lese von vorn bis hinten alles durch“ – Top 15 (von 88)



(Basis: Respondenten lesen zumindest gelegentlich das Flugblatt/Prospekt des jeweiligen Unternehmens)

Wie würden Sie am ehesten die Art und Weise beschreiben wie Sie sich dem Flugblatt/Prospekt der folgenden Unternehmen widmen?



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 669.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Juli 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

