

Angebot
Key Insights der
g/d/p Handzettelstudie 2018/ 2019

Hamburg, November 2019

Multiclient Handzettelstudie 2018/ 2019

- Tracking-Studie zur Bewertung des Handzettels.
- Es werden alle Händler-Handzettel beleuchtet.
- Ergebnisse zeigen generelle Insights (Wer nutzt den HZ? Wann? Wie?) und themenspezifische Erkenntnisse (z.B. Online/Offline, Kategorie-Relevanz etc.)
- Es können eigene Fragen integriert werden



*Alle sieben Edeka-Regionen werden getrennt betrachtet **Rewe Dortmund wird getrennt betrachtet ***die beiden familia-Regionen werden getrennt betrachtet ****Aufgrund des fehlenden Handzettels wird dm nicht untersucht.

Untersuchungsmethode	Shopper Befragung Online
Inhalte	u.a. Verteilung der HZ-Nutzer vs. HZ-Verweigerer unter den haushaltsführenden Personen, Performance des Handzettels der 22 größten Händler u.v.m.
Stichprobengröße	n=3.671 Personen
Befragungsdauer	HZ-Nutzer: ca. 20-25 Minuten HZ-Verweigerer: ca. 10 Minuten
Feldphase	13.12.2018 – 14.01.2019
Durchführung	Forschungsgruppe g/d/p



**Für alle sieben Edeka-Regionen

Multiclient Handzettelstudie 2018/ 2019

Themenmodule der Handzettelstudie

Modul 1: Bedeutung Handzettel

- Wer liest den Handzettel?
- Veränderungen Nutzungshäufigkeit?
- Wofür wird der Handzettel genutzt?

Modul 2: offline, online und mobil

- Wie häufig wird der mobile/online Handzettel genutzt?
- Bedeutung händlerindividueller Seiten vs. händlerübergreifender Seiten (z.B. kaufda.de)?
- Welche Shopping-Apps werden genutzt?
- Was sind die Erwartungen an Shopping-Apps?

Modul 2: Bewertung Handzettel

- Wie wird Ihr Handzettel im Vergleich bewertet?
 - Generell, Informationsgehalt, Umfang, Gestaltung Übersichtlichkeit
- Wie werden Sonderseiten der einzelnen Händler bewertet?

Modul 4: Kategorien und Marken

- Wichtigkeit der Kategorien im Handzettel
- Welche Kategorien werden aufgrund von Price-Offs im HZ gekauft?
- Optimale Verteilung der Kategorien auf die Handzettelseiten
- Wechselbereitschaft der Einkaufsstätte. aufgrund eines HZ-Angebotes
- Top FMCG Marken im Vergleich (pro Kategorie)

Modul 5: Preisumfeld

- Erstellung verschiedener Dummy-Handzettel Varianten
- Unterschiedliche Preis-Szenarien werden beleuchtet
- Wie wirkt sich das Preisumfeld auf die Kaufentscheidung aus?

Modul 6: HZ-Verweigerer

- Gründe gegen die Nutzung von gedruckten Handzetteln
- Möglichkeiten der Rückgewinnung
- Nutzung digitaler Medien zur Angebotssuche

Betrachtete Warengruppen LEH

- Obst & Gemüse
- Brotaufstrich und Cerealien/ Müsli
- Brot & Backwaren
- Backzutaten/ Mehl/ Zucker
- Reis/ Nudeln/ Kartoffelprodukte
- Fertiggerichte/ Konserven
- Feinkost/ Ketchup/ Mayonnaise
- Tiefkühlprodukte
- Frische-Artikel (Wurst, Käse, Fisch, Fleisch)
- Molkereiprodukte (Joghurt, Milch, Quark)
- Kaffee/ Tee/ Kakao
- Alkoholfreie Getränke (Limonaden, Säfte, Wasser)
- Waschen/ Putzen/ Reinigen
- Haushaltsprodukte und Nonfood
- Saisonprodukte (z.B. Garten, Grillen, Weihnachten etc.)
- Tiernahrung
- Windeln & Babynahrung
- Körperpflege/ Gesichtspflege/ Kosmetik/ Schönheitsprodukte/ Haarkosmetik
- Knorr/ Maggi Regal (Fixprodukte/ -saucen/ -suppen/ Brühen/ Bouillons)
- Eiscreme (Multipack Stieleis/ Eiscreme „Wannen“)
- Streichfette (Butter/ Margarine)
- Nicht rezeptpflichtige Arzneimittel (z.B. Nasenspray, Vitamintabletten, Kieselerde etc.)
- Bier
- Salzige Snacks
- Schokowaren
- Zuckerwaren (Fruchtgummi, Bonbons, Atemerfrischer etc.)
- Süßgebäck/ Kekse
- Sekt/ Wein
- Spirituosen
- Convenience (To-Go-Produkte wie z.B. verzehrfertige Salate)

Betrachtete Warengruppen Drogerie

- Gesichtsmasken (z.B. als Einzelportion oder Tube)
- Badezusätze (z.B. Erkältungsbad, Wellnessbad, Kinderbad)
- Duschlotion/ Duschgel/ Cremedusche
- Waschmittel
- Geschirrspülmittel (Hand und Maschine)
- Reinigungsmittel
- Haarkosmetik (Pflege, Styling, Coloration)
- Körperpflege (Bodylotion, -cremes)
- Deo
- Rasur
- Gesichtspflege (Cremes, Reinigung)
- Dekorative Kosmetik (Augen- und Gesichts Make-Up, Nagellack)
- Zahnpflege
- Lebensmittel (Süßwaren, Snacks, Bio-Produkte, Kaffee, Tee)
- Nicht rezeptpflichtige Arzneimittel (z.B. Nasenspray, Vitamintabletten, Kieselerde etc.)
- Haushaltsprodukte und Nonfood
- Baby- und Kinderprodukte
- Tiernahrung
- Parfum/ Düfte
- Naturkosmetik

Übersicht der Leistungen

Unsere Leistungen:

- Herausarbeitung der Key Insights: Wichtigste Ergebnisse der Handzettelstudie aus 2018/ 2019
- Umfang: ca. 80 Charts

Ergebnisbericht

- Lieferung der Präsentation als .pdf und .pptx
- Persönliche Präsentation auf Wunsch möglich

Kosten: 900 €

Ihr Ansprechpartner

Sabrina Selmani
Research Consultant
040 / 29876 - 214
selmani@gdp-group.com



Richardstraße 18
22081 Hamburg
Tel. 040-298 76-0
Fax: 040-298 76-127

kontakt@gdp-group.com
www.gdp-group.com
www.facebook.com/forschungsgruppe.gdp