

Jetzt sichern!

Angebot
**Key Insights der
g/d/p Handzettelstudie 2021**

Hamburg, September 2021

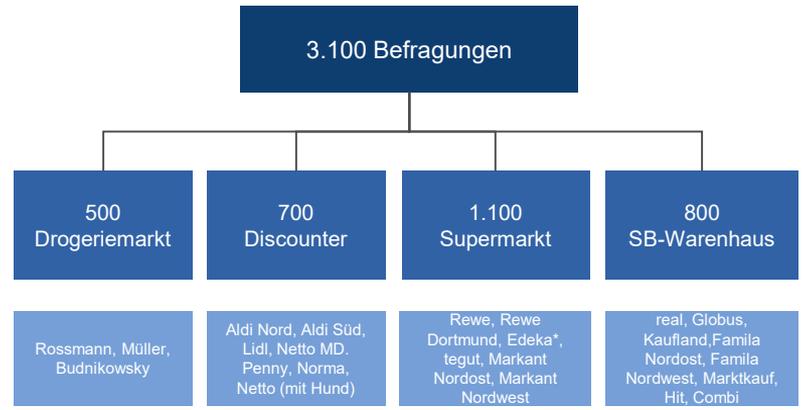
Key Insights Multiclient Handzettelstudie 2021

- 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 konnten eigene Fragen integriert werden



*Alle sieben Edeka-Regionen werden getrennt betrachtet **Rewe Dortmund wird getrennt betrachtet ***die beiden Markt-Regionen werden 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=3.452 Personen
Befragungsdauer	HZ-Nutzer: ca. 20-25 Minuten HZ-Verweigerer: ca. 10 Minuten
Feldphase	28.01.2021-25.02.2021
Durchführung	Forschungsgruppe g/d/p



*Für alle sieben Edeka-Regionen

Key Insights Multiclient Handzettelstudie 2021

Themenmodule der Handzettelstudie

Modul 1: Bedeutung Handzetteln

- Welche Handzettel werden gelesen?
- Veränderungen Nutzungshäufigkeit?
- Wofür wird der Handzettel genutzt?
- Attraktivität von Themenwelten

Modul 2: Angebotssuche: online und mobil

- Welche digitalen Medien werden genutzt?
- Welche Newsletter und Apps werden genutzt?
- Was sind die Erwartungen an Newsletter und Apps?

Modul 3: Bewertung Handzettel

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

Modul 4: Kategorien und Marken

- Planungsgrad der Kategorien
- Wichtigkeit der Kategorien im Handzettel
- Wechselbereitschaft der Ekst. aufgrund eines HZ-Angebotes
- Optimale Verteilung der Kategorien auf die Handzettelseiten
- Top FMCG Marken im Vergleich (pro Kategorie)

Modul 5: Attraktivität von Promo-Mechaniken

- Ermittlung Attraktivität unterschiedlicher Handzettel-relevanter Promo-Mechaniken mittels Max-Diff-Ansatz und direkter Abfrage

Modul 6: HZ-Verweigerer

- Gründe gegen die Nutzung von gedruckten Handzetteln
- Frühere Nutzung von gedruckten Handzetteln
- Nutzungsverhalten 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 (z.B. Aufbewahrungsdosen, Küchenutensilien) und Nonfood (z.B. Bekleidung, Batterien)
- Saisonprodukte (z.B. Garten, Grillen, Weihnachten etc.)
- Tiernahrung
- Körperpflege/ Gesichtspflege/ Kosmetik/ Schönheitsprodukte/ Haarkosmetik
- Knorr / Maggi Regal (Fixprodukte/ -sauce/ -suppen/ Brühen/ Bouillons)
- Eiscreme (Multipack Stieleis / Eiscreme „Wannen“)
- Streichfette (Butter/ Margarine)
- Nicht-rezeptpflichtige Arzneimittel (z.B. Nasenspray, Vitamintabletten, Kieselerde etc.)
- Bier
- Salzige Snacks
- Schokowaren
- Fruchtgummi und Lakritz
- Kaugummi, Bonbons und Atemerfrischer
- Süßgebäck/Kekse
- Sekt/Wein
- Spirituosen
- Windeln & Babynahrung
- Convenience (To-Go-Produkte wie z.B. verzehrfertige Salate)
- Papier- und Hygieneartikel (z.B. Haushaltstücher, Taschentücher, Toilettenpapier)

Betrachtete Warengruppen Drogerie

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

Übersicht der Leistungen

Unsere Leistungen:

- Herausarbeitung der Key Insights: Wichtigste Ergebnisse der g/d/p Handzettelstudie 2021

Ergebnisbericht

- Umfang: ca. 80 inhaltliche Charts
- Lieferung der Präsentation als .pdf und .pptx

Key Insights g/d/p Handzettelstudie 2021
1.500 €

Persönliche Präsentation

- persönliche Präsentation per Videokonferenz

Persönliche Präsentation
500 €

A photograph of a modern, multi-story building with a mix of brick and light-colored panels, and large windows. The image is slightly faded and serves as the background for the top half of the slide.

Ihr Ansprechpartner:

Dr. Tobias Henkel
Senior Research Consultant



☎: +49 (0)40 298 76 - 219

@: henkel@gdp-group.com

g/d/p Marktanalysen GmbH
Ein Unternehmen der Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>

Die in dieser Präsentation dargestellten Ideen, Inhalte, Konzepte, Grafiken und empfohlene Tools unterliegen dem Urheberrecht. Sie bleiben geistiges Eigentum der g/d/p Marktanalysen GmbH und darf ohne unsere ausdrückliche vorherige Genehmigung weder ganz oder teilweise vervielfältigt noch Dritten zugänglich gemacht werden.

Vorsprung durch Wissen