



Trendanalyse 2018

Wahrnehmung und Relevanz von Medien am Point of Sale

Foto: awk AUSSENWERBUNG GmbH

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

Der Point of Sale...

- ist der Ort, an dem der Verkauf eines oder mehrerer Produkte vollzogen wird.
- ist ein Ort, der regelmäßig von der gesamten Bevölkerung besucht wird.
- ist ein Impulsgeber, der die Kaufentscheidung noch wesentlich beeinflussen kann.
- kann einem Einkauf zum Erlebnis machen.
- ist in der Befragung zur vorliegenden Trendanalyse ausschließlich der Lebensmitteleinzelhandel (LEH).



Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale



Plakate auf dem Parkplatz



Plakate am Einkaufswagen



Warentrenner



Bildschirmwerbung / Instore TV

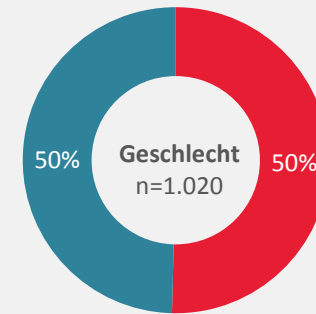


Marktradio / Instore Radio

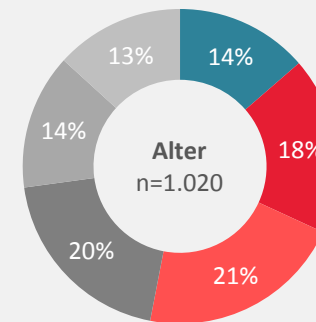
Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

Studiendesign

- Befragung: CAWI (Online) / ungestützt
- Stichprobe: n=1.020
- Feldzeit: KW 29 / 2018
- Zielgruppe: 18+ Jahre
- Gebiet: National
- Durchführung: research now / SSI
- Beauftragung: Fachverband Aussenwerbung e. V.
outmaxx media AG

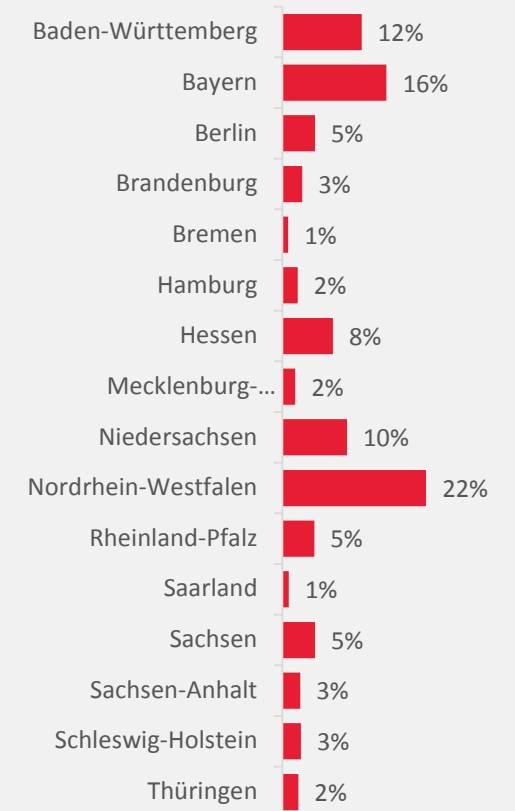


■ männlich ■ weiblich



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ 65+

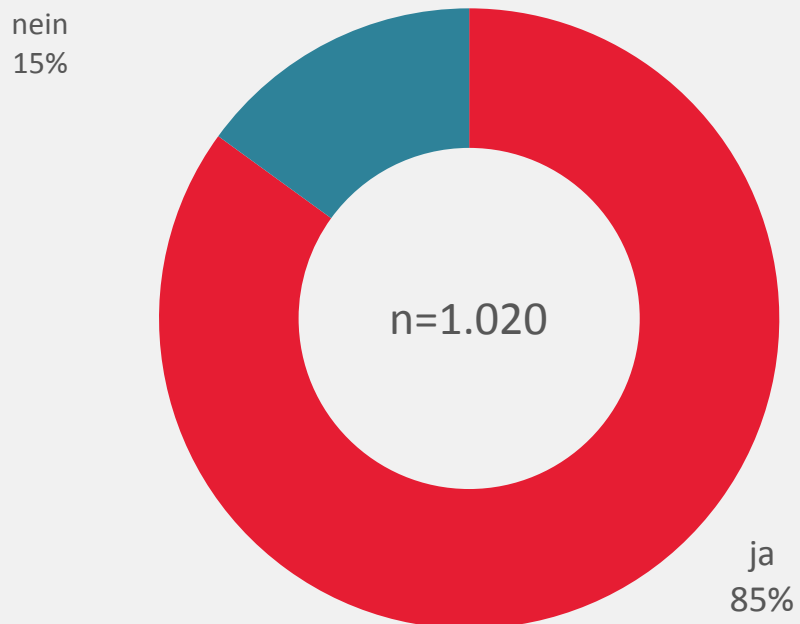
Bundesländer / Region



Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

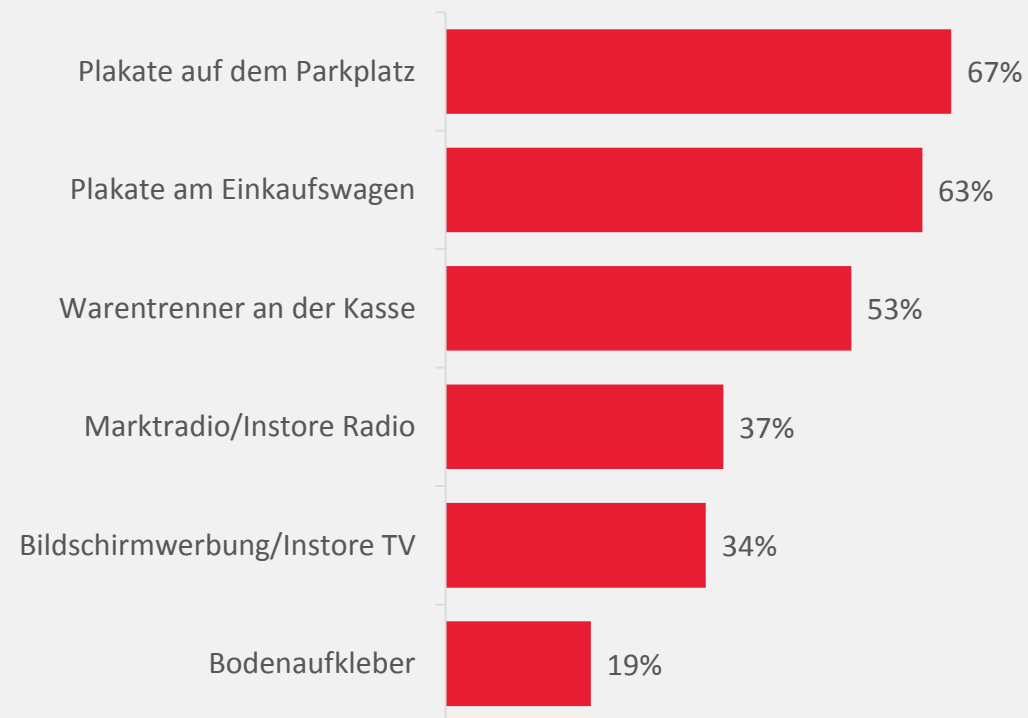
Wahrnehmung Allgemein

Sind Ihnen solche Werbeträger/Werbemedien im Allgemeinen beim Einkauf schon einmal aufgefallen?



Wahrnehmung der Werbemedien

Welche dieser Werbeträger/Werbemedien sind Ihnen beim Einkauf besonders aufgefallen bzw. kennen Sie? (Mehrfachnennungen)

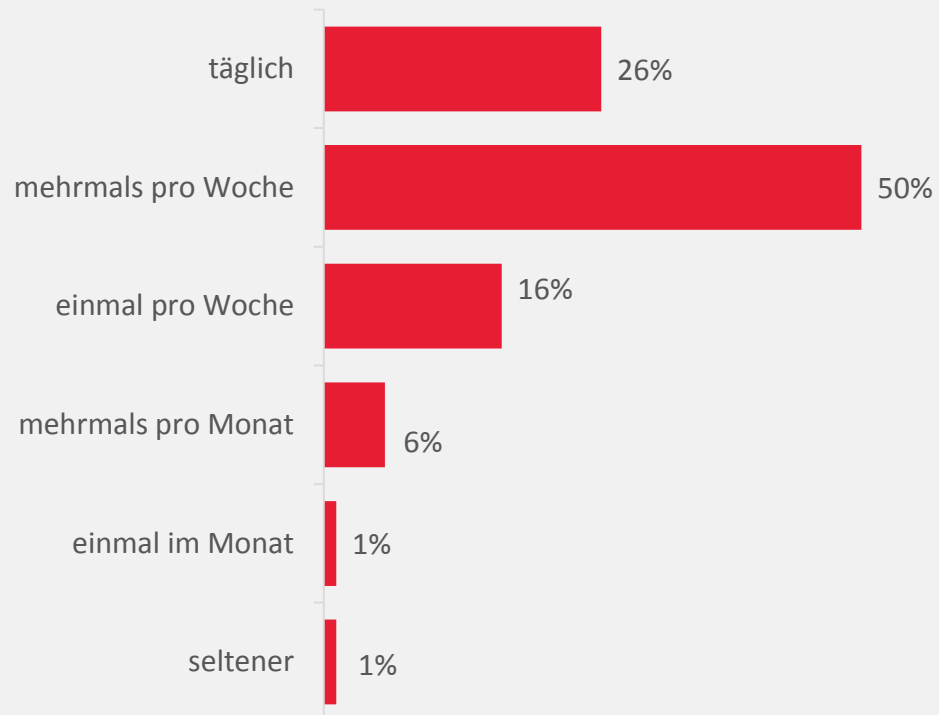


(n=867)

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

Kontakthäufigkeit

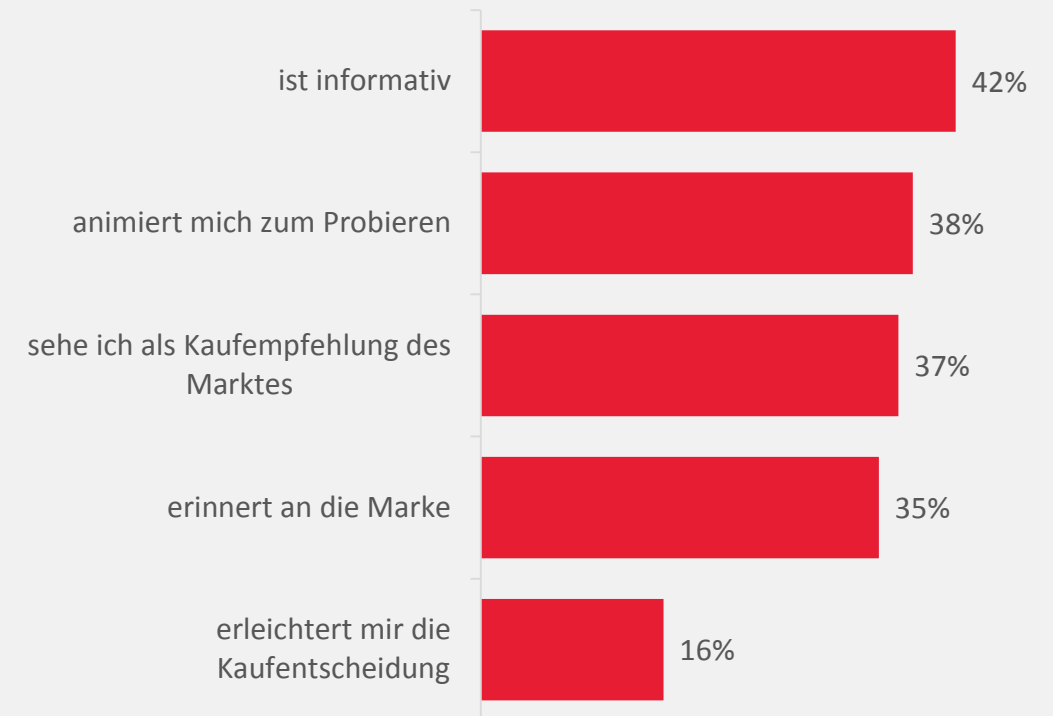
Wie oft begegnen Ihnen solche Werbeträger/Werbemedien in Ihrem täglichen Leben?



(n=867)

Werbeurteilung

Wie würden Sie die Werbung in/vor den Geschäften des Lebensmitteleinzelhandels beschreiben? (Mehrfachnennungen)

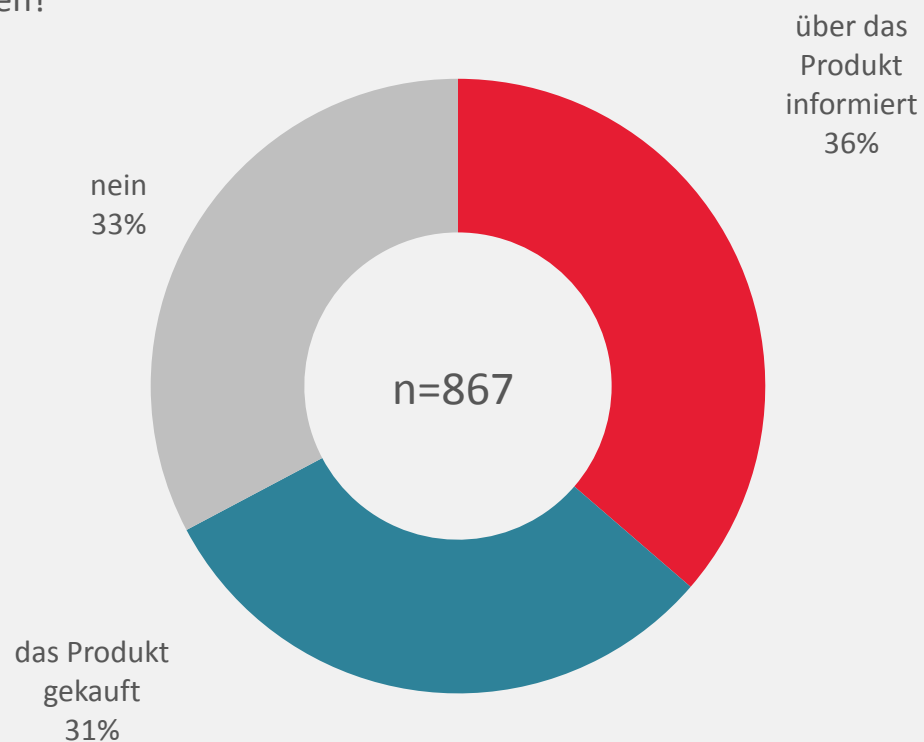


(n=867)

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

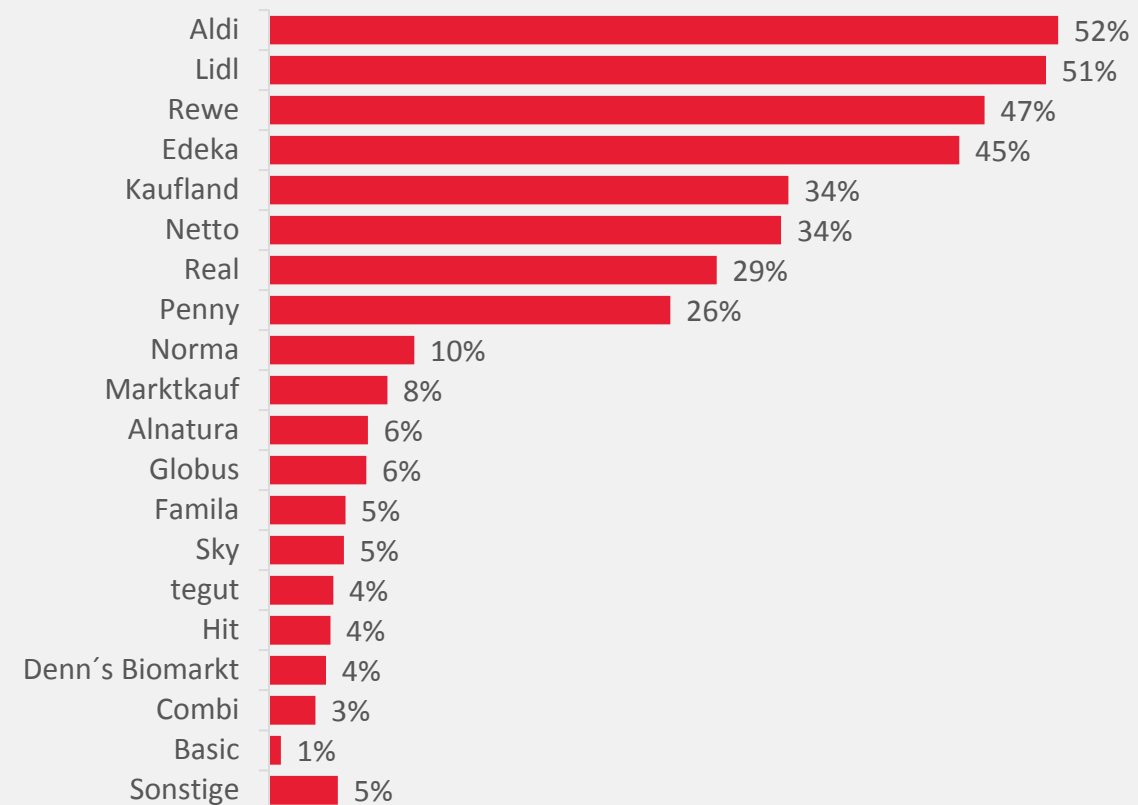
Werbewirkung

Haben Sie sich aufgrund solch einer Werbung schon einmal dazu animieren lassen, sich zum beworbenen Produkt näher zu informieren oder es zu kaufen?



Einkaufsort

Wo kaufen Sie bevorzugt bzw. regelmäßig Ihre Lebensmittel ein?
(Mehrfachnennungen)

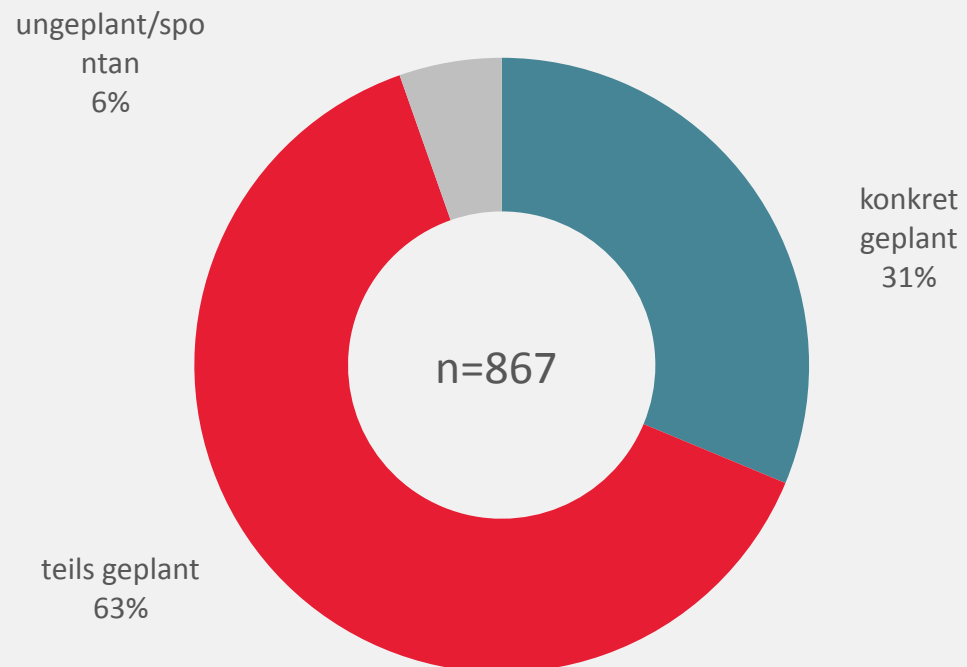


(n=867)

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

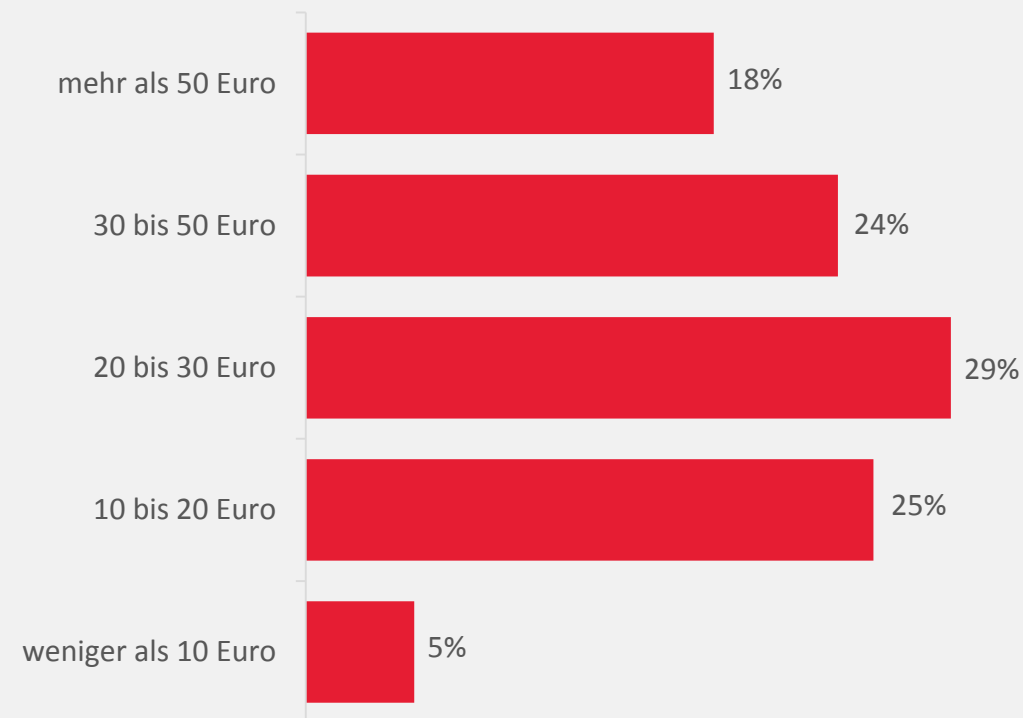
Einkaufsverhalten

Wenn Sie sich beim Einkauf für eines oder mehrere Produkte/Marken entscheiden, ist das eher geplant oder spontan?



Einkaufsergebnis

Bitte schätzen Sie, was Sie pro Einkauf für Lebensmittel durchschnittlich ca. ausgeben?

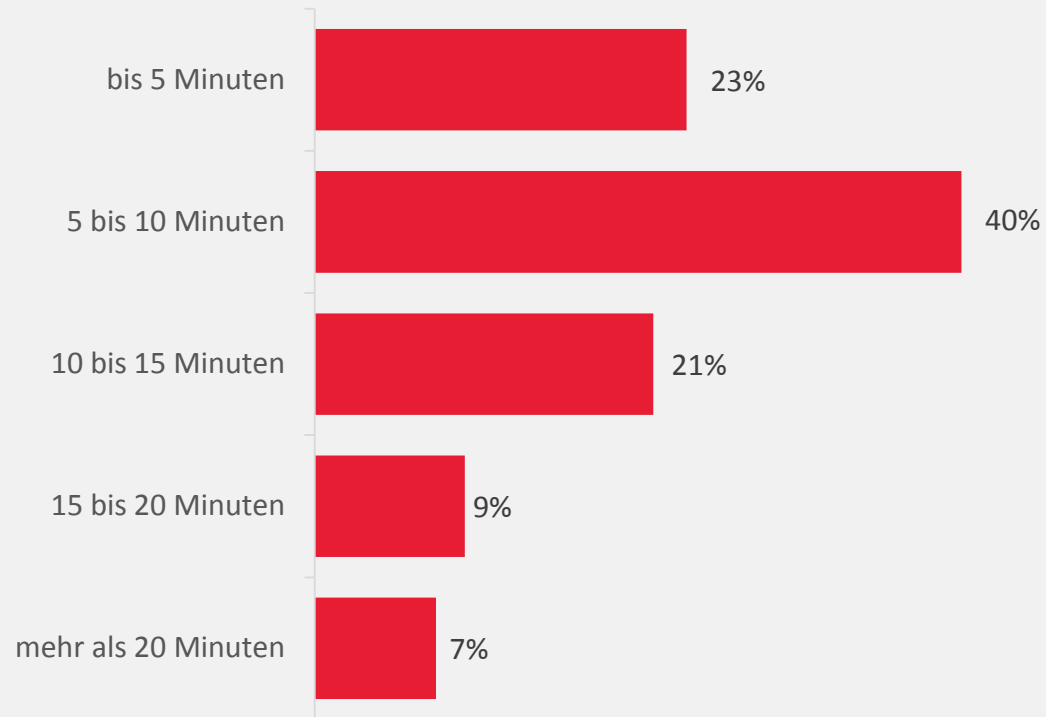


(n=867)

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

Weg zum Einkaufsort

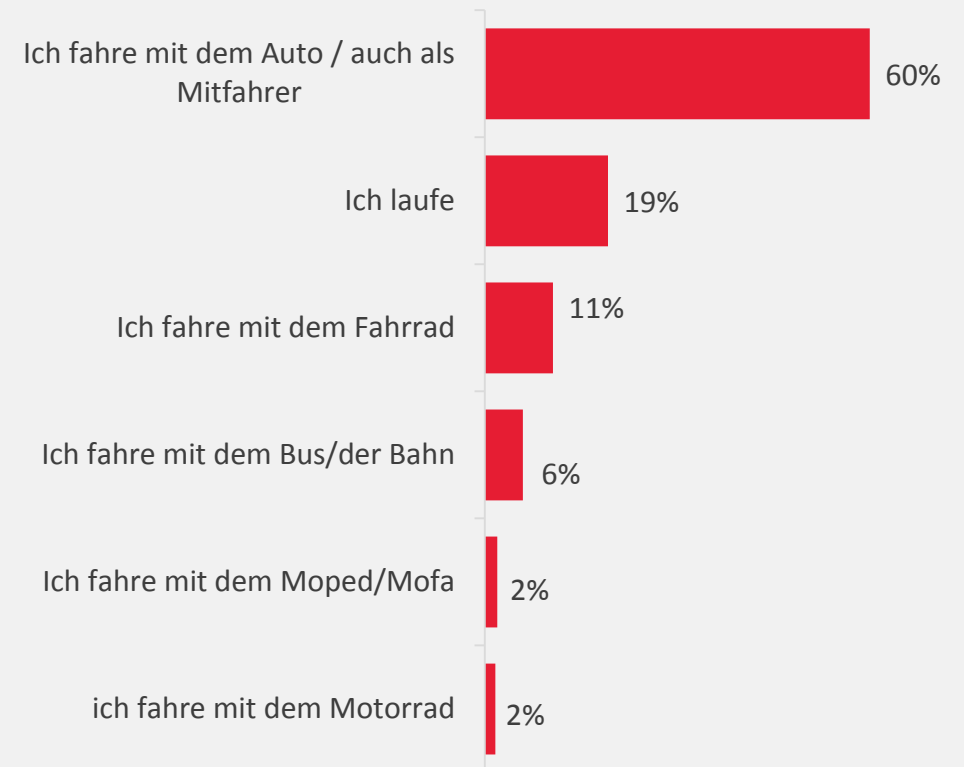
Wie lange sind Sie in der Regel bis zum bevorzugten Lebensmittelgeschäft unterwegs?



(n=867)

Mobilität

Wie legen Sie den Weg zum Einkaufsort zurück bzw. welches Verkehrsmittel nutzen Sie bevorzugt?



(n=867)

Trendanalyse 2018: Medien am Point of Sale

Ein Blick in die jüngeren Zielgruppen

Von den Konsumenten....	18-24 Jahre	25-35 Jahre
kennen die Werbeträger / Medien am Point of Sale (LEH)	88%	92%
kaufen täglich im LEH ein	32%	33%
Haben sich schon einmal aufgrund der Werbung über ein Produkt informiert	39%	39%
haben sich schon einmal aufgrund der Werbung ein Produkt gekauft	30%	33%
werden durch die Werbung in/vor Geschäften des LEH an die Marke erinnert	39%	31%
finden die Werbung in/vor Geschäften des LEH informativ	31%	39%
werden durch die Werbung zum Probieren animiert	37%	40%
sehen diese Werbung als Erleichterung ihrer Kaufentscheidung	18%	17%

(n=867)

Kontakt

Karin Winter
Telefon +49 069 7191 67-40
winter@faw-ev.de

Fachverband Aussenwerbung e. V.
Franklinstraße 62
60486 Frankfurt
www.faw-ev.de

Andreas Kiechle
Telefon: +49 211 15 76 79-22
akiechle@outmaxx.de

outmaxx media AG
Büro Düsseldorf
Neumannstr. 10
40235 Düsseldorf
www.outmaxx.de

Die Nutzung und Weitergabe an Dritte ist nur mit vollständiger Angabe der Urheber gestattet.

© 2018 Fachverband Aussenwerbung e. V. | outmaxx media AG