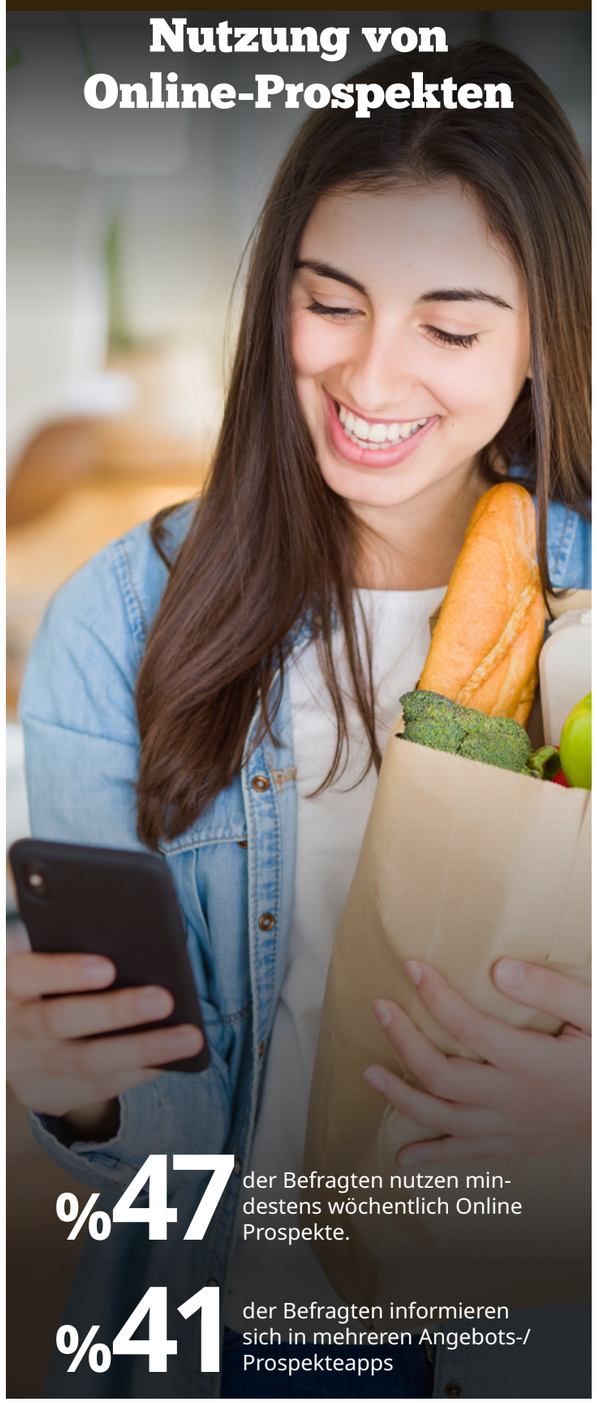
Offerista
Driving Local Sales

Die Nutzung & Wahrnehmung von gedruckten Prospekten & digitaler Angebotskommunikation

MEDIA Central
Ein Unternehmen der MEDIA Central Unternehmensgruppe

Nutzung von Online-Prospekten



%47 der Befragten nutzen mindestens wöchentlich Online Prospekte.

%41 der Befragten informieren sich in mehreren Angebots-/ Prospekteapps

Prospektleser:innen im Fokus: Gedruckt vs. Online

%80 der Befragten lesen Online-Prospekte

%75 sind hybride Nutzer:innen von gedruckten und digitalen Prospekten.

Eigenschaften der Angebots-/ Prospekteapp

Angebots-/Prospekteapps werden die Eigenschaften

„immer zur Hand“, „übersichtlich“ und „vielseitig“

zugeschrieben.

„Die digitale Variante des Prospekts wird immer beliebter. Hybride Werbung ist das Gebot der Stunde.“

Andreas Riekötter, Geschäftsführer von IFH Media Analytics.

3.000 repräsentativ befragte Konsument:innen in fünf Branchen: Lebensmittelhändler, Baumärkte, Elektrofachhändler, Non-Food-Discounter und Möbel- und Einrichtungshäuser.