

PRESSENOTIZ März 2017

Highlights der Studie zum Einfluss des Handzettels auf die Kaufentscheidung im Vergleich zu anderen POS-Maßnahmen.

Wussten Sie, dass ...

- nur 7% der Kunden **niemals** einen Handzettel/Werbebeilage lesen?
- 4 von 10 Leser im Handzettel nach **Neuprodukten** schauen und jeder Dritte auch **Inspirationen für bestimmte, saisonale Anlässe** sucht?
- nur jeder zweite Käufer nach dem Lesen eines Handzettels einen konkreten **Einkaufszettel schreibt**?
- die Hälfte aller gekauften **Angebotsprodukte erst im Geschäft entdeckt** werden – es aber auch einige Warengruppen gibt, bei denen ein Angebot im Handzettel besonders häufig zum Kauf des Produktes führt?
- **Süßwaren & Salzige Snacks** besonders gerne und oft im Angebot gekauft werden während Produkte im Bereich **Drogerie / Baby / Haushalt** überwiegend zum Normalpreis gekauft werden?
- ...

Die Gruppe Nymphenburg beschäftigt sich seit über 45 Jahren mit der **Zukunft des Kaufens und Verkaufens**.

Eine **aktuelle eigene Studie**, die unter Personen durchgeführt wurde, die beim letzten Einkauf mindestens eine Warengruppe im Angebot gekauft haben, liefert wertvolle Hinweise auf die Relevanz und den Einfluss der Handzettel im Vergleich zu anderen POS Maßnahmen.

Die Studie berücksichtigt verschiedene **Warengruppen** und liefert Erkenntnisse, die andere Studien bisher nicht abdecken.

Interesse?
Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Volker Dobler, Gruppe Nymphenburg Consult AG
Research Director & Mitglied der Geschäftsleitung
089-549021-83
v.dobler@nymphenburg.de