

Prospektbeilagen sind effiziente Werbemittel. Weshalb man Sie in der Werbung einsetzen sollte!

# „Prospektbeilagen 2014“

eine repräsentative Studie über die Werbewirkung und das Leseverhalten von Prospektbeilagen  
(Langzeitstudie von 2007 bis 2014)



Eine Studie der CONdata Marktforschung GmbH , Viehoferstr. 26, 45127 Essen -Germany- [www.condata.de](http://www.condata.de)

Prospektbeilagen in Tageszeitungen, Anzeigenblättern, als Hauswurfsendungen oder ausgelegt am POS, zählen nach wie vor zu den wichtigsten Werbemitteln.

**Wirken Prospektbeilagen auch? Oder verpufft die Wirkung angesichts der Menge an Werbereizen, denen der Verbraucher heute ausgesetzt ist?**



Werden Prospektbeilagen auch im Zeitalter des Internet noch beachtet oder verzichtet der Konsument auf diese Informationsquelle?

Wichtige Fragen deren Antworten die werbepolitischen Entscheidungen für oder gegen Prospektbeilagen sicherer machen.



Die CONdata Marktforschung beschäftigt sich seit vielen Jahren mit der Werbewirkung von Prospektbeilagen und legt in 2014 erneut eine empirische Studie vor, die die Werbewirkung von Prospektbeilagen analysiert.

Prospektbeilagen in Tageszeitungen, Anzeigenblättern, als Hauswurfsendungen oder ausgelegt am POS, zählen nach wie vor zu den wichtigsten Werbemitteln.

Werden Prospektbeilagen auch im Zeitalter des Internet noch beachtet oder verzichtet der Konsument auf die Lektüre von Prospektbeilagen?

Wie schon im Jahre 2010 geht die vorliegende Studie der Fragestellung nach, in wieweit die beiden Werbemittel Online-Shop und Prospektbeilagen im Verbund wirken. **Gibt es Schnittstellen zwischen Online-Shop und Prospektbeilagenwerbung?** Wird beispielsweise durch Prospektbeilagenwerbung der Besuch eines Online-Shops unterstützt oder sucht der Leser eines Prospektes lieber direkt den Stationärhandel bzw. Point-of-Sale auf?

Die Studie berücksichtigt sowohl die Wirkung der Prospektbeilagen in unterschiedlichen Werbeträgern wie

- **Tageszeitung**
- **Anzeigenblätter**
- **Hauswurfsendungen und**
- **Auslagen am Point-Of-Sale**

als auch die Wirkung der Prospektbeilagen in unterschiedlichen Branchen wie

- **Lebensmittelgeschäfte,**
- **Verbrauchermärkte,**
- **Kaufhäuser,**
- **Bekleidungsgeschäfte/Textilgeschäfte,**
- **Baumärkte/ Gartencenter,**
- **Elektrofachgeschäfte,**
- **Möbelgeschäfte und**
- **Autohäuser.**

Ein weiterer wichtiger Inhalt der Studie ist die Frage **„Was ist aus Sicht des Kunden bei einer Prospektbeilage besonders wichtig?“**.

Erstmals wurde die Studie vor 7 Jahren durchgeführt. Mit den nunmehr vorliegenden Ergebnissen der dritten Erhebung, ist die CONdata-Studie die umfangreichste Studie in Deutschland, die sich mit der Werbewirkung von Prospektbeilagen beschäftigt.



Somit richtet sich die Studie zum einen an alle Unternehmen, die Prospektbeilagen in ihren Werbemaßnahmen derzeit einsetzen. Zum anderen richtet sich die Studie an alle Unternehmen, die erstmalig Prospektbeilagen-Werbung einsetzen wollen. Sie finden wichtige Erkenntnisse über die zu erwartenden Wirkungen und Regeln, wie die Prospekte optimal gestaltet werden. Nicht zuletzt richtet sich die Studie aus denselben Gründen an alle Werbeagenturen, die für ihre Klienten Prospektbeilagen derzeit bzw. zukünftig gestalten und umsetzen.

Die dritte Erhebung wurde im Frühjahr 2014 durchgeführt. Die Interviews wurden -wie schon bei den Erhebungen in 2007 und 2010- per Telefon-interview im Telefonstudio der CONdata Marktforschung GmbH in Essen durchgeführt. Insgesamt wurden 1000 Telefoninterviews durchgeführt.



**Lieferung:** **als Sofort Download**

nach Eingang Ihrer Zahlung erhalten Sie von uns per eMail einen Zugangslink zum Download der Studienergebnisse mit integrierter abzugsfähiger Rechnung.

**Preis:** **nur 49,50 € incl. MwSt.**

**Zahlung:** **über PayPal**

**Jetzt bestellen**

# „Prospektbeilagen 2014“

eine repräsentative Studie über die Werbewirkung und das Leseverhalten von Prospektbeilagen (Langzeitstudie von 2007 bis 2014)

Eine Studie der CONdata Marktforschung GmbH , Viehoferstr. 26, 45127 Essen -Germany- [www.condata.de](http://www.condata.de)

## Inhaltsverzeichnis der Studie:

1. Einleitung / Zielgruppen der Studie
2. Studiendesign
3. Prospektbeilagenwerbung in Tageszeitungen
4. Prospektbeilagenwerbung in Anzeigenblättern
5. Prospekte als Hauswurfsendungen
6. Prospekte als Auslage im Geschäft
7. Branchen
8. Ökonomische Wirkung von Prospektbeilagen
9. Verbundwirkung zum Online-Shop
10. Ideale Prospektbeilagenwerbung
11. Management Summary



**Lieferung:**



**Preis:**

**Zahlung:**

**als Sofort Download**

nach Eingang Ihrer Zahlung erhalten Sie von uns per eMail einen Zugangslink zum Download der Studienergebnisse mit integrierter abzugsfähiger Rechnung.

**nur 49,50 € incl. MwSt.**

**über PayPal**

**Jetzt bestellen**