

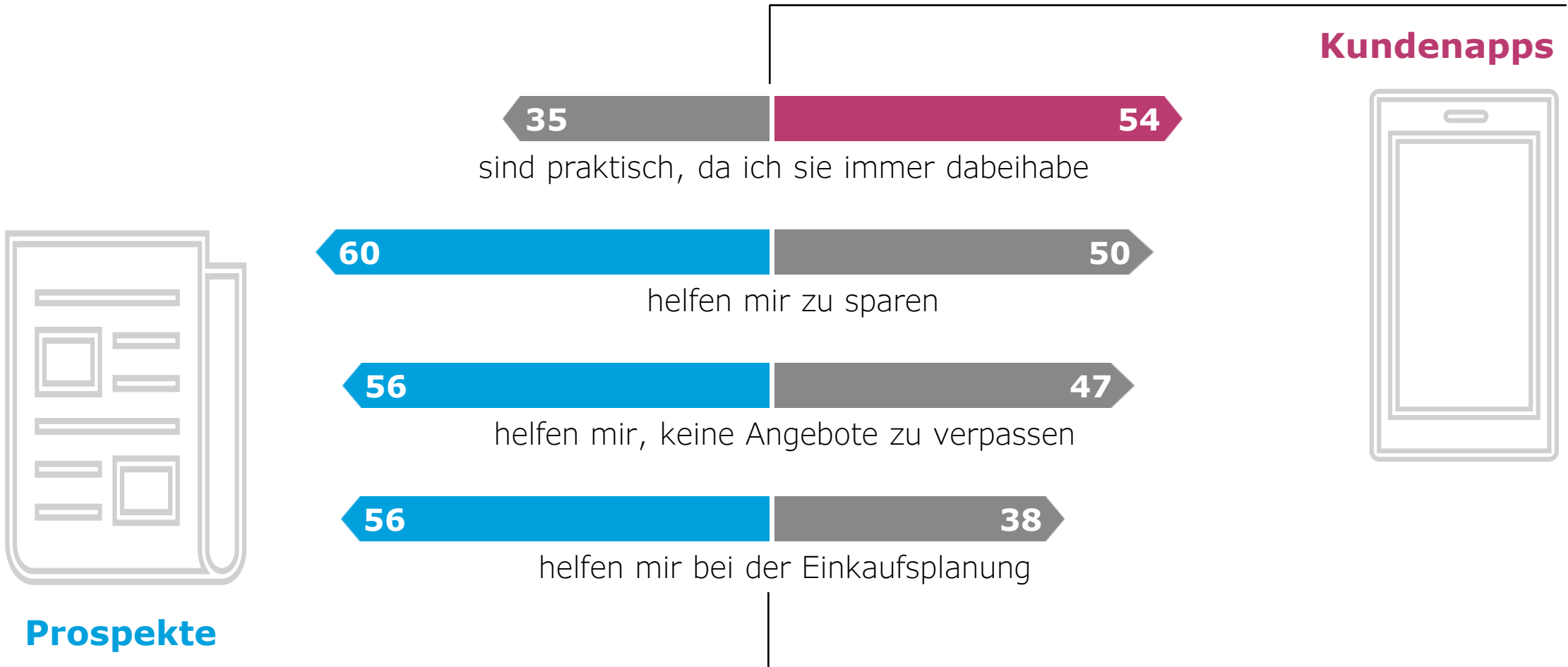


VERGLEICH VON KUNDENAPPS UND PROSPEKTEN

Vorteile und Nachteile

Oktober 2022

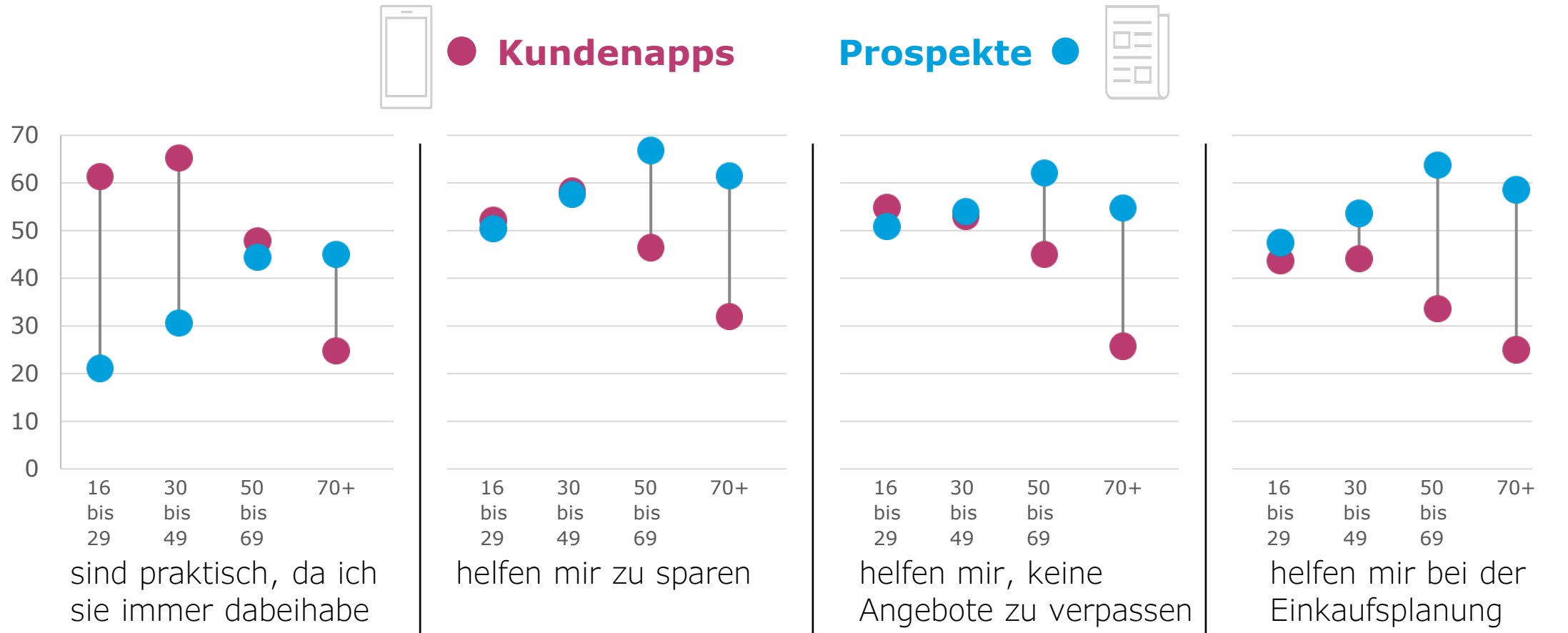
KUNDENAPPS SIND PRAKTISCH, PROSPEKTE STIFTEN NUTZEN



Prospekte

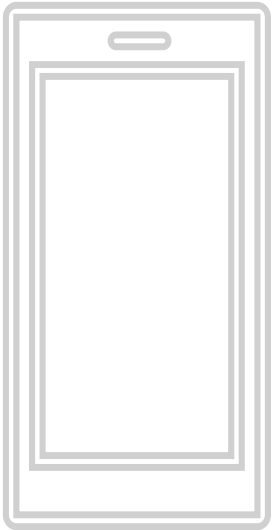
Kundenapps

PROSPEKTE HELFEN AUCH JUNGEN ZIELGRUPPEN BEIM EINKAUF



PROSPEKTE BELASTEN WENIGER ALS KUNDENAPPS

Kundenapps



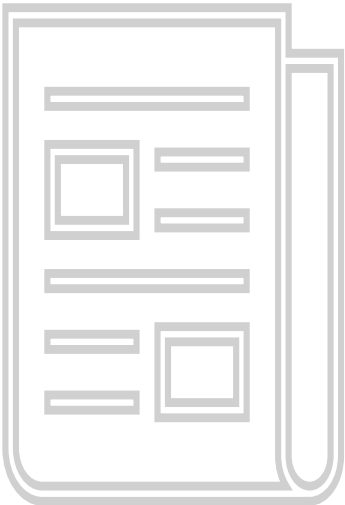
überfrachten mich mit zu vielen Informationen



verführen mich, mehr zu kaufen als geplant

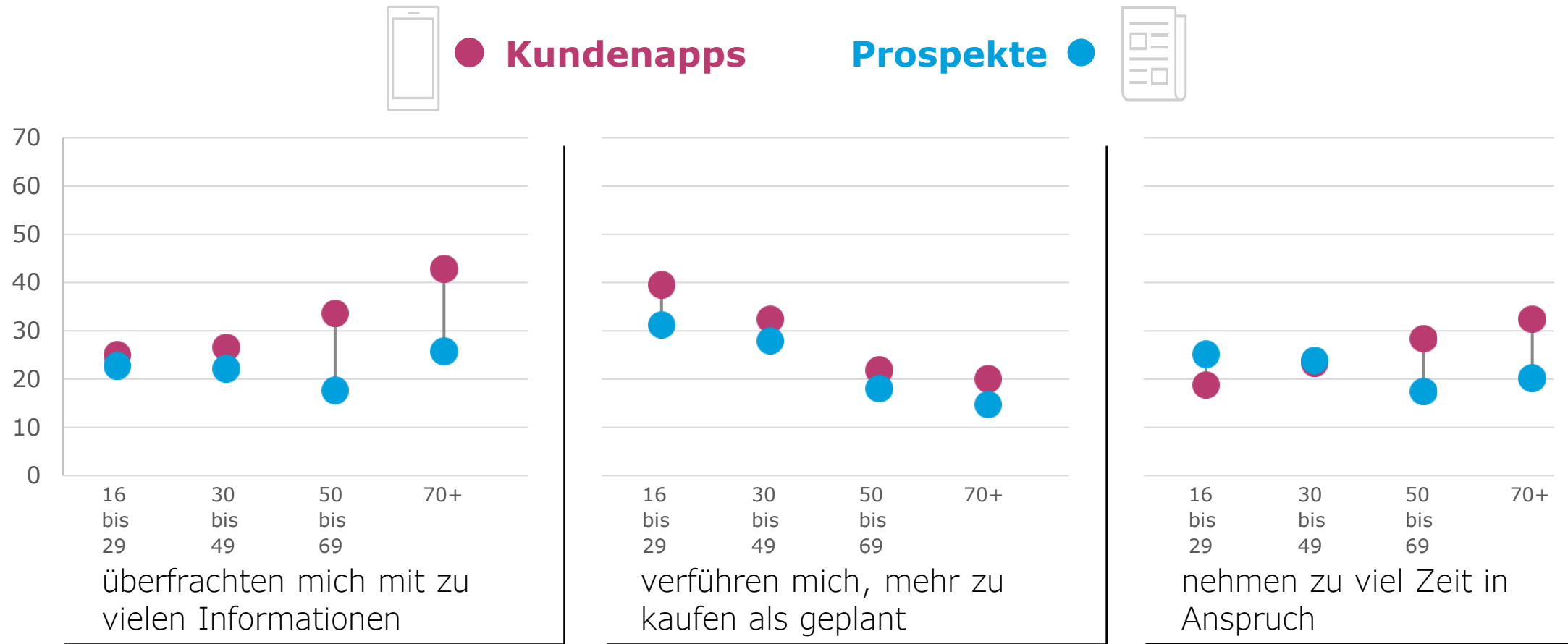


nehmen zu viel Zeit in Anspruch



Prospekte

KUNDENAPPS ÜBERFRACHTEN DIE ÄLTEREN



Quelle: Media Monitor Handel, KW 29-30 + 35-38 2022 | Basis: Alle Befragten | Angaben: Y-Achse: Top2 in Prozent, Abfrage auf 6er Skala
 Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Apps von Geschäften / Prospekten zu. Aussagen siehe oben.

FAZIT

Beurteilung von Prospekten und Kundenapps

- /// Prospekte werden größtenteils positiver bewertet als Kundenapps:
 - Die Hälfte der Befragten gibt an, dass Kundenapps praktisch sind, da man sie immer dabei hat. Insbesondere bei den Jüngeren ist dieser Anteil überdurchschnittlich hoch.
 - Prospekte punkten im Vergleich zu den Kundenapps bei den Älteren besonders dann, wenn es um den praktischen Nutzen geht. Einkaufsplanung, das Finden von Angeboten und die möglichen Einsparungen werden in dieser Altersgruppe besonders geschätzt.
 - Jüngere sehen zumindest bei den Kundenapps gegenüber Prospekten kaum Vorteile bei der Einkaufsplanung, dem Finden von Angeboten und Sparmöglichkeiten.
- /// Die Kundenapps können im Vergleich zu Prospekten nur beim Faktor Zeit in der Altersgruppe bis 50 Jahren überzeugen. Die Informationslast und die verführerische Kraft, über den Bedarf zu kaufen, wird in allen Altersgruppen bei Prospekten geringer als bei Kundenapps eingeschätzt.

STECKBRIEF MEDIA MONITOR HANDEL

- /// Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter ab 16 Jahren mit Internetzugang (Nutzung in den letzten 3 Monaten) innerhalb der Bundesrepublik Deutschland
- /// Methode: CAWI-Interviews
- /// Untersuchungszeitraum: KW 29-30 2022 (Kundenapps), KW 35-38 2022 (Prospekte)
- /// Stichprobe: Onliner 16+ im PAYBACK Panel. Quotiert nach Geschlecht (2) x Alter (4) x Berufstätigkeit (2), Bundesländer (16) x Ortsgröße BIK (2), Bildung (3)
- /// Fallzahl: KW 29-30 ~1500 Fälle, KW 35-38 ~3000 Fälle
- /// Feldarbeit: Interrogare



Kontakt

Zeitungsmarktforschung Gesellschaft der deutschen Zeitungen (ZMG) mbH

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt am Main

T+49 69 973822-0
F +49 69 973822-51

sek@zmg.de

