

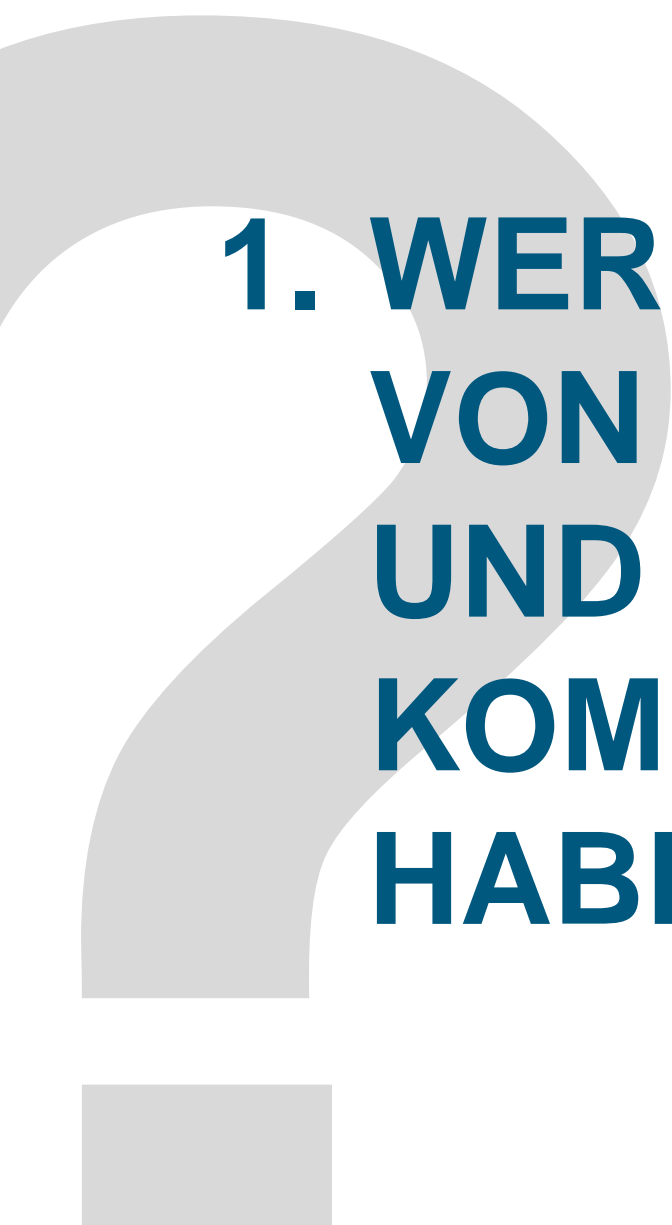


LESERBEFRAGUNG 2016
LEBENSMITTEL ZEITUNG DIREKT

LZ MARKTFORSCHUNG, IM FEBRUAR 2016

FRAGEN, DIE DIE LESERBEFRAGUNG VON LZ DIREKT BEANTWORTET:

- Wer sind die Leser von LZ direkt?
- Welche Kompetenzen haben sie?
- Wie wird LZ direkt beurteilt und genutzt?
- Welchen Nutzen haben die Anzeigen in LZ direkt?
- Welche Informationen brauchen die POS-Entscheider?



1. WER SIND DIE LESER VON LZ DIREKT? UND WELCHE KOMPETENZEN HABEN SIE?

LESERSTECKBRIEF

1. ALTER:

41 **JAHRE**
ist der LZ direkt-Leser
im Ø

2. GESCHLECHT:

63 **PROZENT**
sind männlich

3. AUSBILDUNG:

68 **PROZENT**
mit Ausbildung zum
Einzelhandelskaufmann

4. GRÖÖE DES MARKTES:

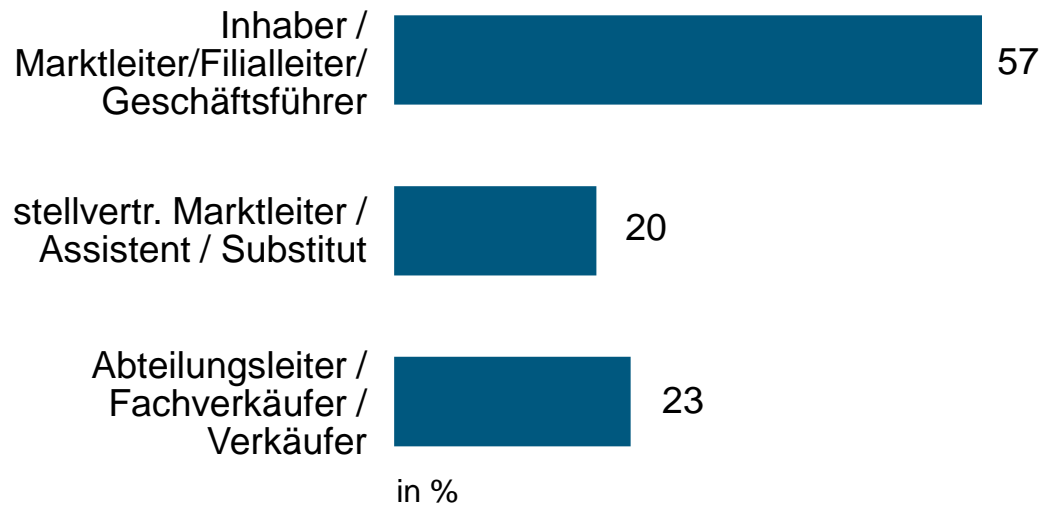
2.220 **QM**
hat die Fläche
im Ø

Fragen:

1. Wie alt sind Sie?
2. Geschlecht des Befragten
3. Welche berufliche Ausbildung haben Sie?
4. Wie groß ist die Fläche des Marktes, in dem Sie tätig sind, in Quadratmetern?

DIE LESER VON LZ DIREKT TRAGEN SORTIMENTS- VERANTWORTUNG...

FUNKTION IM MARKT



Fragen:

In welcher Funktion arbeiten Sie hier in diesem Markt, d.h. wie lautet Ihre genaue Tätigkeitsbezeichnung?

...UND ARBEITEN MIT DEM ORDERSATZ

EINBLICK IN DEN ORDERSATZ



BESTELLUNG AUS DEM ORDERSATZ

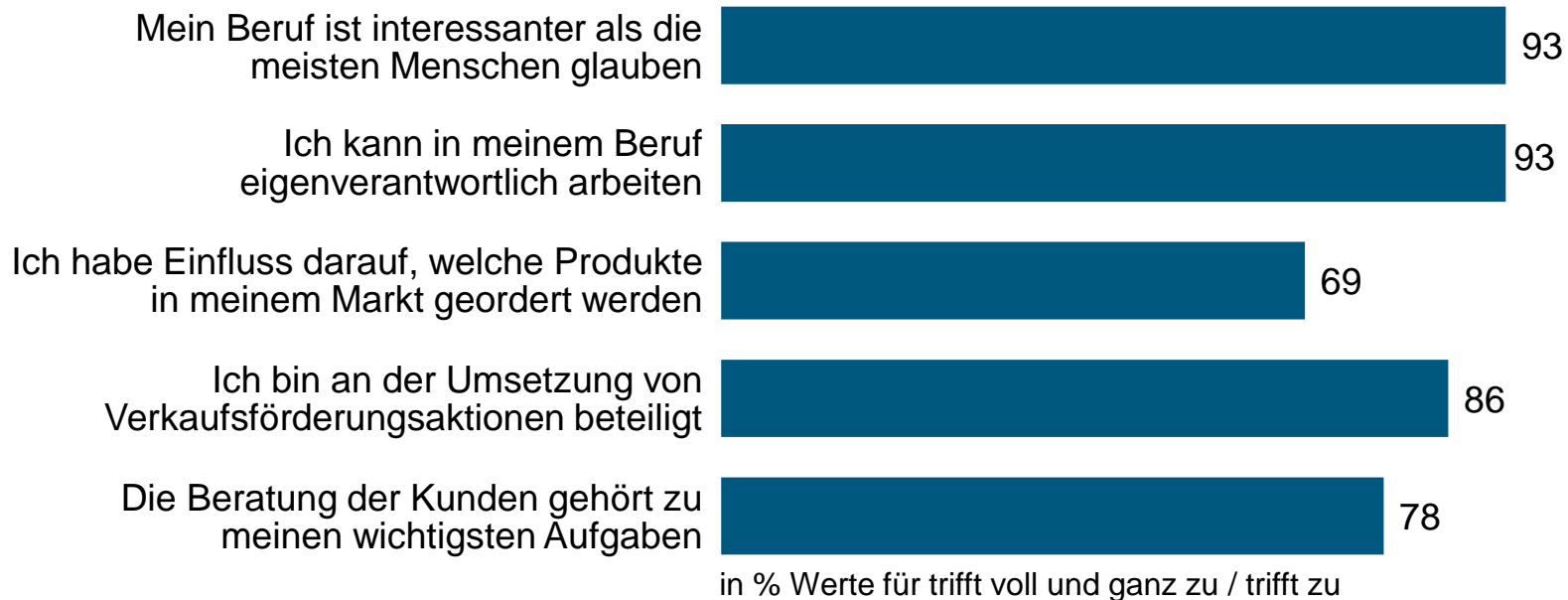


Fragen:

1. Haben Sie Einblick in den Ordersatz Ihres Marktes?
2. Ordern Sie selbstständig nach, wenn etwas im Regal fehlt? Basis: Regalverantwortliche

SIE ARBEITEN ENGAGIERT UND EIGENVERANTWORTLICH...

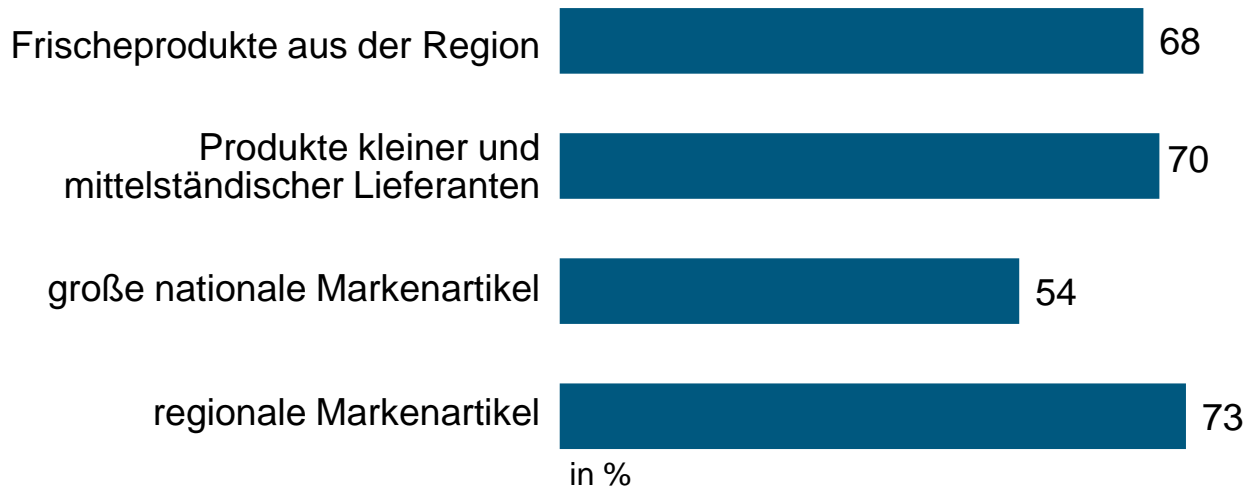
LZ DIREKT LESER ÜBER IHREN BERUF:



Fragen:

1. Wie stark treffen die jeweiligen Aussagen auf Ihre berufliche Tätigkeit zu? (4er-Skala)

...UND HABEN EINEN ERHEBLICHEN EINFLUSS AUF LISTUNGSENTSCHEIDUNGEN!



Frage:

Können Sie Listungsentscheidungen bei folgenden Produkten beeinflussen?



2. WIE WIRD LZ DIREKT BEURTEILT UND GENUTZT?



“LZ direkt ist
kurz und
prägnant,
nicht so
langatmig.”

Substitut Lebensmitteleinzelhandel

4 HERVORRAGENDE LEISTUNGSWERTE FÜR LZ DIREKT:

1. SEITENKONTAKTCHANCE:

75 **PROZENT**
ist die Wahrscheinlichkeit,
mit der eine Øliche Seite in
LZ direkt gelesen wird

2. LESEDAUER:

40 **MINUTEN**
liest man im Ø
in einer Ausgabe,
dafür nimmt man
sie im Ø 2 mal
zur Hand

3. LESEFREQUENZ:

9,2 **AUSGABEN**
werden im Ø von 12
Ausgaben gelesen

4. GESAMTBEURTEILUNG:

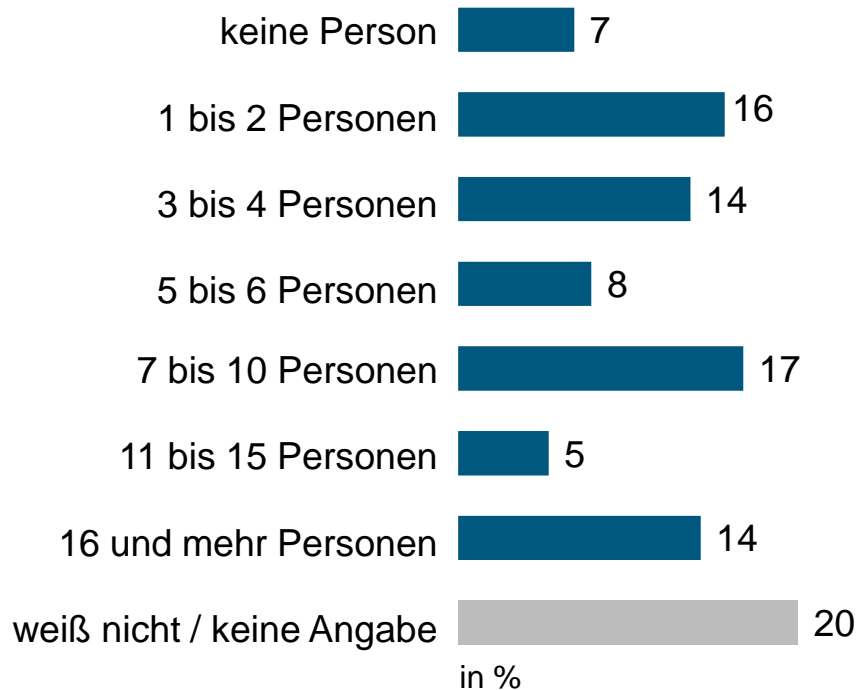
95 **PROZENT**
sind sehr zufrieden
oder zufrieden mit
LZ direkt

Fragen:

1. Wie viele Seiten schlagen Sie normalerweise in einer Ausgabe der LZ direkt auf, um darin zu blättern oder zu lesen?
2. Wie lange lesen Sie alles in allem in der Regel in einer Ausgabe der LZ direkt?
3. Wie viele von 12 verschiedenen Ausgaben der LZ direkt haben Sie in den letzten 12 Monaten durchgeblättert oder gelesen?
4. Wie zufrieden sind Sie generell mit der LZ direkt?

DESHALB WIRD LZ DIREKT AUCH GERNE GETEILT UND WEITERGEREICHT:

LESER PRO EXEMPLAR (LpE):



9,2
LpE
inkl. des Befragten*

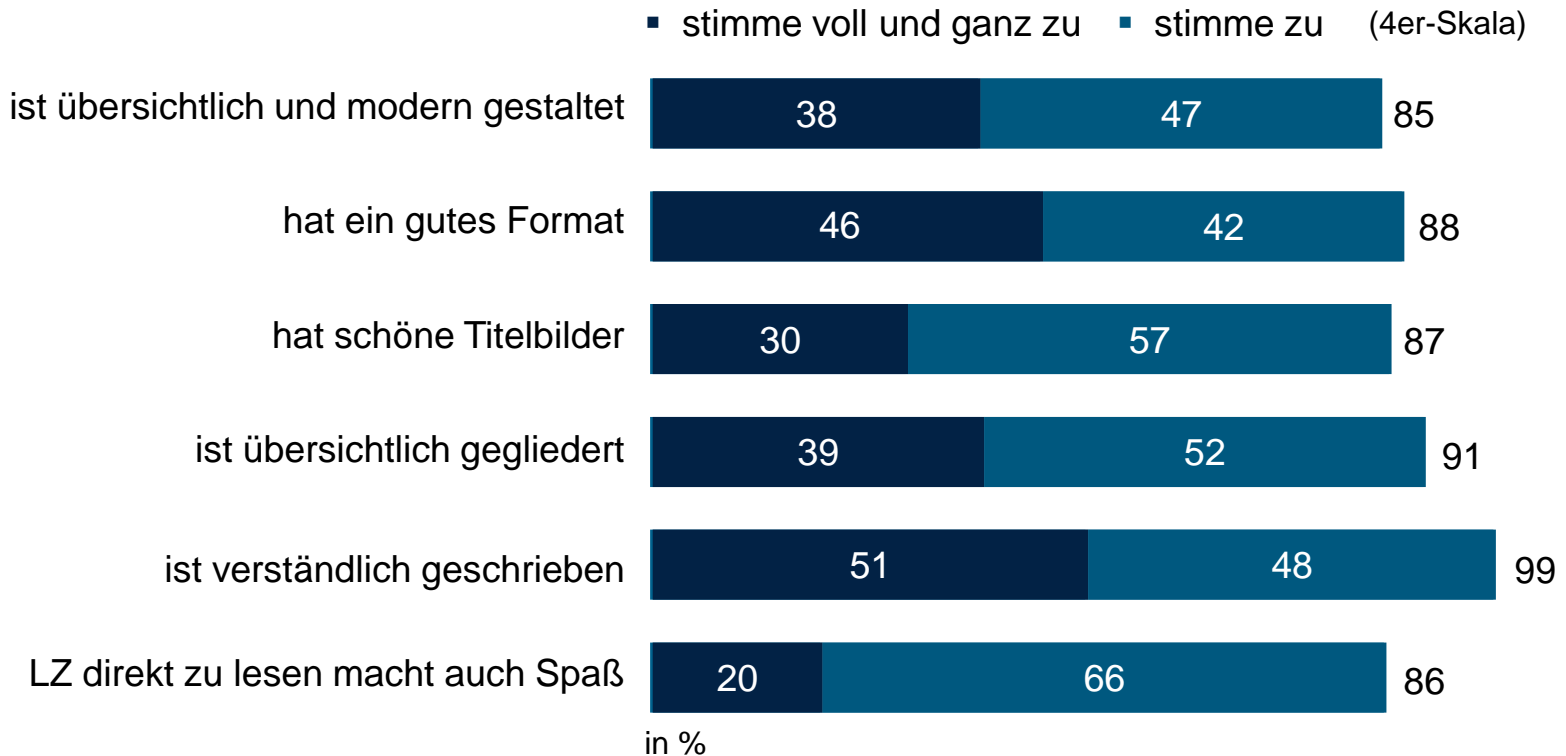
Frage:

Wie viele Personen - außer Ihnen - lesen oder blättern normalerweise in Ihrem Exemplar der LZ direkt?

* nach Schätzung des Befragten

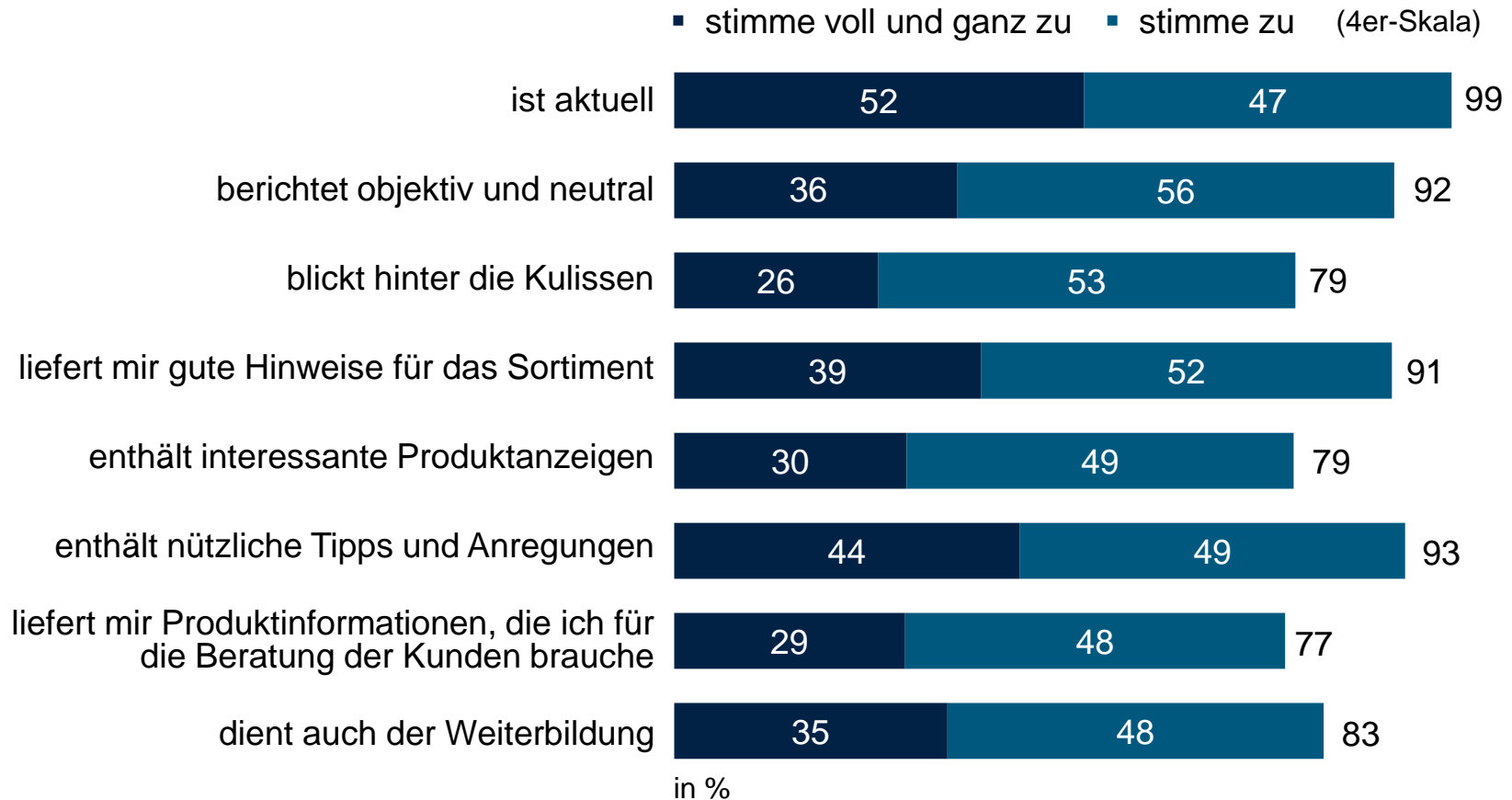
DAS IST LZ DIREKT: VERSTÄNDLICH GESCHRIEBEN, ÜBERSICHTLICH UND MIT GUTEM FORMAT!

“ LZ DIREKT... ”



... ZUDEM HOCHAKTUELL, MIT SORTIMENTSRELEVANTEN HINWEISEN & INTERESSANTEN ANZEIGEN!

“ LZ DIREKT... ”



Lebensmittel
Zeitung

60264 Frankfurt
D-45161

direkt

DAS POS-MAGAZIN DER LEBENSMITTEL ZEITUNG



Hier wird
neue Ware
beworben
und gut
vorgestellt.

Selbstständiger Lebensmitteleinzelhändler

2. WELCHEN NUTZEN HABEN ANZEIGEN IN LZ DIREKT?

ANZEIGEN IN LZ DIREKT SCHLIEßEN INFO-LÜCKEN UND WECKEN PRODUKTINTERESSE!

“ ANZEIGEN IN LZ DIREKT... ”

- stimme voll und ganz zu
 - stimme zu
- +7%!***

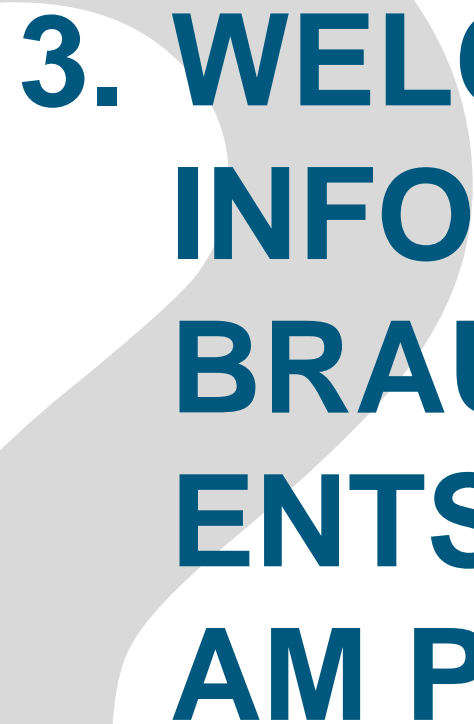
wecken mein Interesse an den beworbenen Produkten oder Aktionen



sorgen dafür, dass wir nichts Wichtiges verpassen



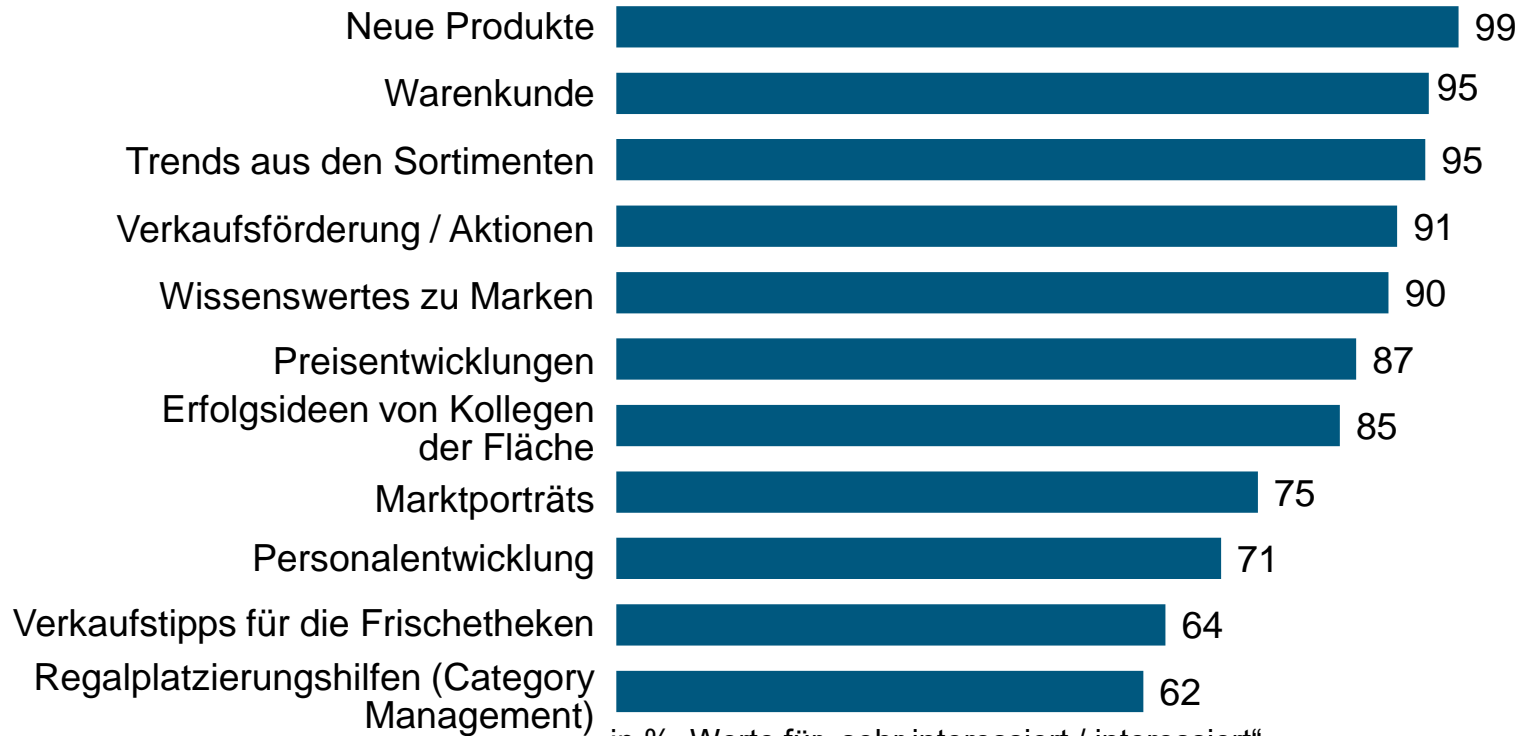
* Vergleich mit LZ direkt Leserbefragung 2010



3. WELCHE INFORMATIONEN BRAUCHEN DIE ENTSCHEIDER AM POS?

DIE ENTSCHEIDER AM POS SIND SEHR VIELSEITIG INTERESSIERT!

DIE TOP-THEMEN:



in %, Werte für „sehr interessiert / interessiert“

Fragen:

Wie stark sind Sie an den folgenden Themen interessiert? (4er-Skala)


AUFGRUND DER AKTUELLEN SITUATION IM HANDEL WERDEN VERSTÄRKT INFORMATIONEN BENÖTIGT!

“ ICH BENÖTIGE AKTUELL MEHR INFORMATIONEN... ”

zu neuen Produkten **+64%**



zu Markt- und
Sortimentstrends **+59%**



zu neuen Sortimenten
wie z.B. Frei-von-Produkten **+56%**



zu Marken
(in Anbetracht des Preiskampfes) **+45%**



STUDIENSTECKBRIEF

Grundgesamtheit

Leser von LZ direkt in den Märkten des Lebensmitteleinzelhandels inkl. Drogeriemärkte in Deutschland in Voll- und Teilzeitbeschäftigung

Erhebungsmethode

Persönliche Befragung in den Märkten mit standardisiertem Fragebogen

FACE-TO-FACE!

Stichprobe

254 Netto-Interviews,
Random-Auswahl der Zielperson

Befragungszeitraum

Oktober /November 2015

Auswertung

GfK Media & Communication Research,
Rauenheim

Konzeption und Analyse

LZ Marktforschung

**LASSEN SIE
DEN POS NICHT
IM STICH!**

**VERSORGEN SIE IHN MIT
DEN INFORMATIONEN, DIE
ER DRINGEND BENÖTIGT.**

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Hilke Waas

Leitung Marktforschung LZ Medien

Telefon: +49 69 7595-1957

E-Mail: waas@lebensmittelzeitung.net