

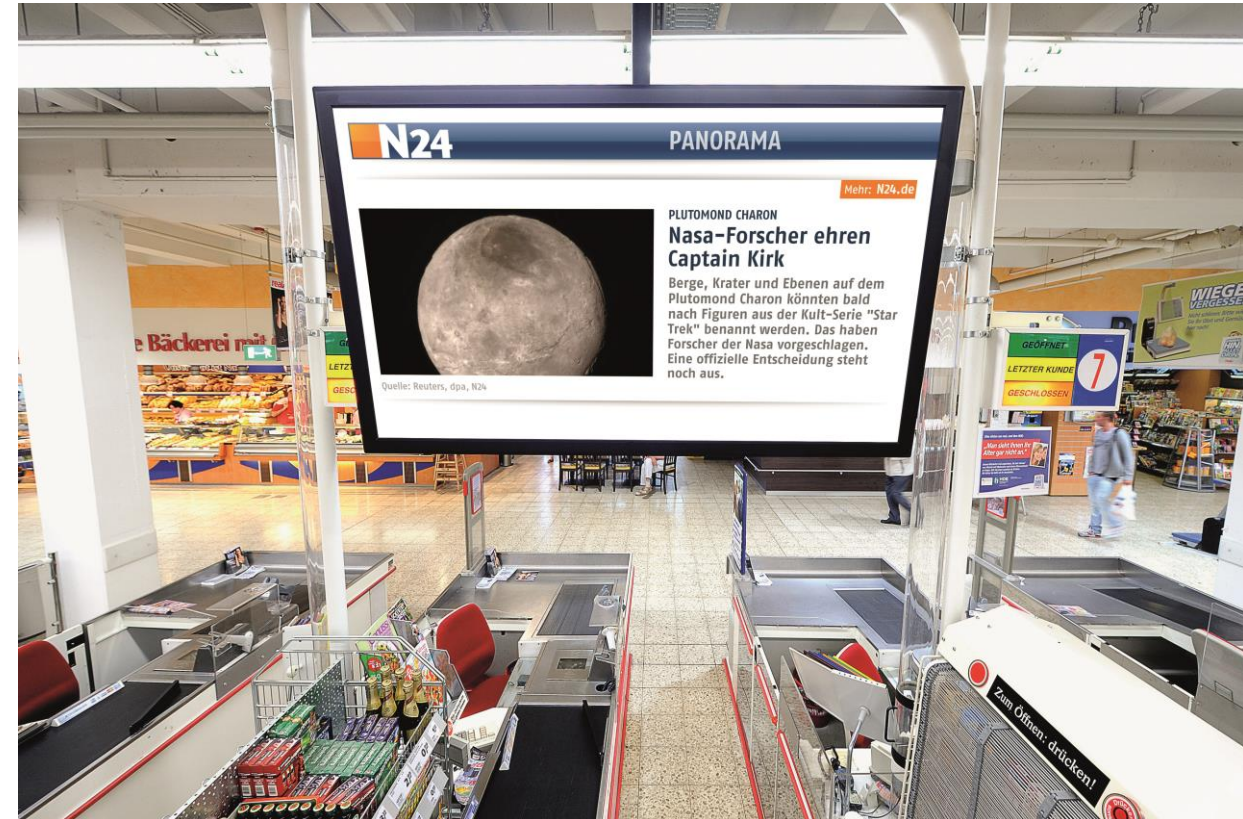
real,- ShopKontakt

GfK-Befragungsstudie 2015

259 real,- Standorte

1.050 Full HD Screens 42"

13.8 Mio. Kontakte/ Woche



Aufgabenstellung

**Wirkungsanalyse von real,- ShopKontakt als
Werbe- und Informationsmedium**

Stichprobe

**526 Besucher/innen von real,- ab 14 Jahren
an 3 Standorten**

Methode

Face-to-Face Exit-Befragung

Stimuli

**Vier verschiedene Programminhalte
sowie vier Werbespots**

Erhebungszeitraum

1 Woche (Mo-Sa) im August 2015

Einkaufshäufigkeit

Ø 65 mal

... pro Jahr kaufen die Befragten bei real,- ein.

Wie häufig kommen Sie normalerweise hier zu real,- ?

| Alle Befragten: n = 526

Ø 43 Minuten

... beträgt die durchschnittliche Einkaufsdauer real,-

Wie lange haben Sie sich insgesamt bei Ihrem heutigen Besuch hier in diesem real,- Markt aufgehalten?

| Alle Befragten: n = 526

Werbeträger-Wahrnehmung

99%

GfK Benchmark
42% – 66%

... der Befragten sind die Bildschirme bereits vor dem Interview aufgefallen.

An der Kasse gibt es ja solche elektronischen Bildschirme, die ein TV-Programm aus Information und Unterhaltungsinhalten zeigen. (Interviewer zeigt Fotovorlage). Sind Ihnen diese Bildschirme aufgefallen, bevor wir das Interview begonnen haben oder hören Sie jetzt zum ersten Mal davon?

| Alle Befragten: n = 526

Ø 4 Minuten

... Wartezeit verbringen Shopper bei real,- an der Kasse mit direktem Blick auf die Screens.

**Wie lange haben Sie sich bei Ihrem heutigen Besuch insgesamt im Einzugsbereich dieser Bildschirme im Kassenbereich aufgehalten?
Bitte schätzen Sie einfach in Minuten oder Sekunden, wie lange das ungefähr war.**

| Alle Befragten: n = 526

Globalurteil zu den Bildschirmen

73%

... der Befragten beurteilen es als gut oder sehr gut, dass Sie bei real,- an der Kasse durch Bildschirme unterhalten werden.

Wie beurteilen Sie, dass es die Bildschirme mit den darauf zu sehenden Inhalten an der Kasse hier im real,-Markt gibt?

| Alle Befragten: n = 526

Einstellung zu den Bildschirmen

64% Schaffen modernes Ambiente im Markt

64% Programm ist professionell gestaltet

63% Programm ist aktuell

61% Vertreiben mir die Wartezeit an der Kasse

49% Bieten interessante Kaufanregungen

Wir haben von anderen Leuten verschiedene Aussagen zu den Bildschirmen und dem TV-Programm hier im Markt gehört. Ich nenne Ihnen im Folgenden einige dieser Aussagen und Sie sagen mir bitte jeweils, ob Sie dem zustimmen. | Alle Befragten: n = 526

Wahrnehmung Instore Radio

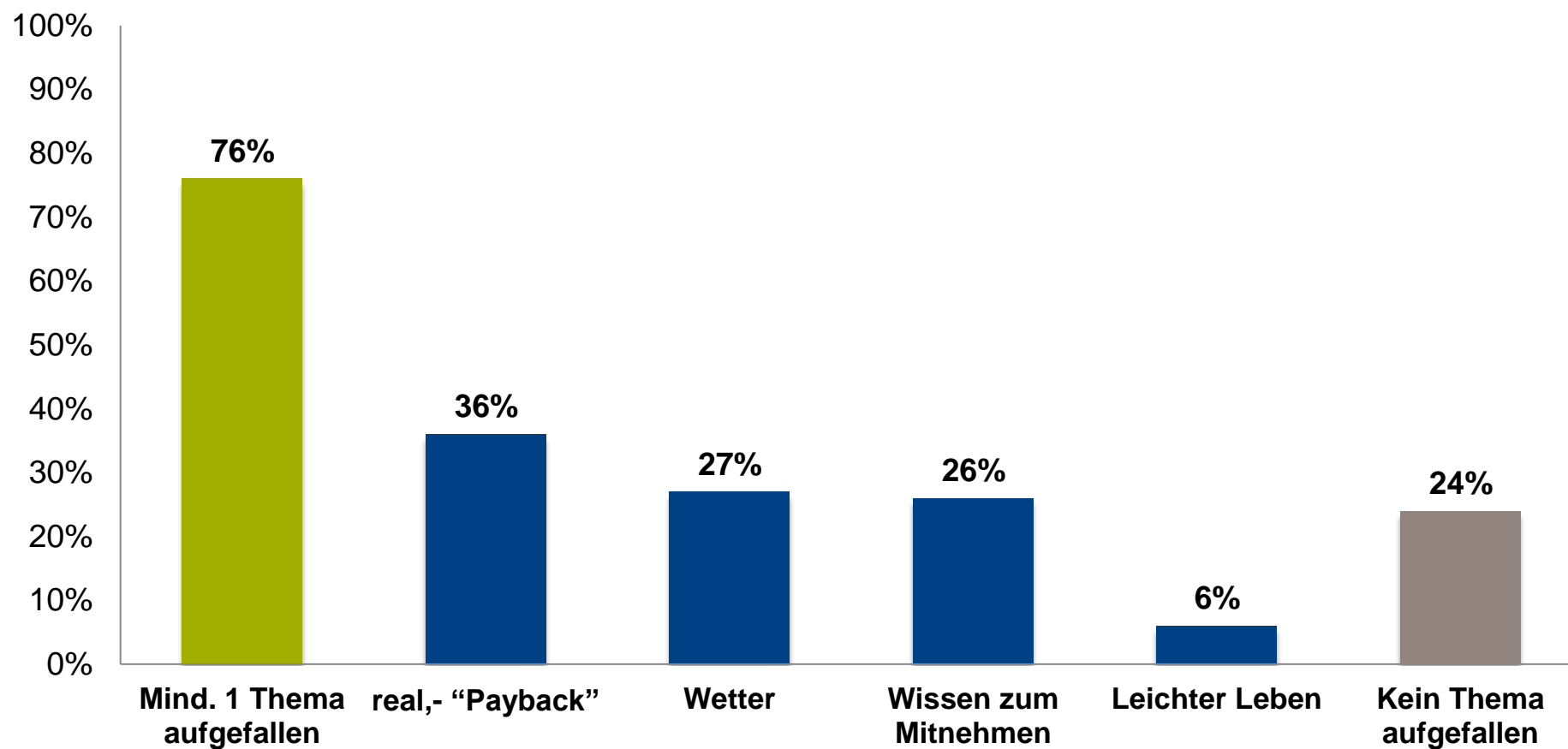
78%

... der Befragten ist das Radioprogramm im Markt aufgefallen.

Ist Ihnen heute hier bei Ihrem Einkauf aufgefallen, dass Sie über Lautsprecher durch ein Radioprogramm, bestehend aus Informationen und Werbung, unterhalten wurden? |

Alle Befragten: n = 526

Erinnerung von Programminhalten

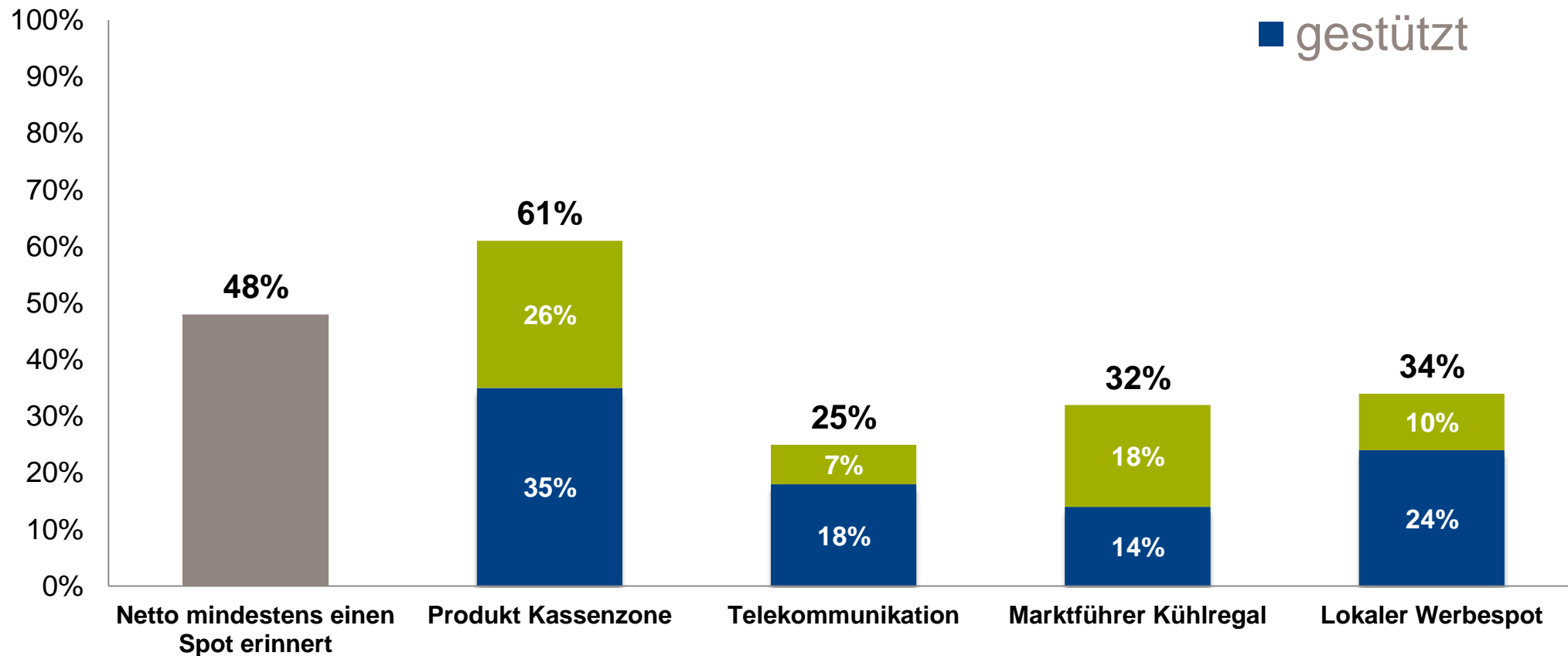


Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Programmbestandteile, die hier im TV-Programm zu sehen sind, und sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie das heute auf den Bildschirmen hier gesehen haben bzw. Ihnen das heute aufgefallen ist.

| Alle Befragten: n = 526

Werbeerinnerung

■ ungestützt
■ gestützt



Für welche Produkte oder Marken ist Ihnen heute hier im real,- Markt auf den Bildschirmen an der Kasse Werbung aufgefallen?

Manchmal fällt einem nicht gleich alles ein. Ich zeige Ihnen nun nacheinander die Spots, die heute im Markt zu sehen waren. Haben Sie diesen Spot heute auf den Bildschirmen im Markt gesehen?

Alle Befragten: n=526 bzw. n=176 für Produkt Kassenzone.

Würde Angebot aufgrund des gesehenen Werbespots kaufen:

32%

Produkt Kassenzone

17%

Marktführer Kühlregal

7%

Online-Angebot
Telekommunikation

Könnten Sie sich vorstellen, das Angebot zu kaufen, weil Sie es hier bei real,- auf den Bildschirmen gesehen haben?

n = Werbeerinnerer

30%

... der Befragten haben während des Einkaufs Ihr Smartphone benutzt.

Haben Sie heute während Ihres Einkaufs ein Smartphone benutzt?

| Alle Befragten: n = 526

© GfK Media & Communication Research | Evaluierung des Leistungspotenzials von real, - ShopKontakt | Juli-August 2015

echion AG
Stefan Hanika
Curt-Frenzel-Str. 10
86167 Augsburg
Tel.: 0821/508778-91
stefanhanika@echion.de

Diese Präsentation ist ein vertrauliches Dokument.
Die Weitergabe des Dokuments und/oder der inhaltlichen Informationen - auch in Auszügen - bedarf der schriftlichen Genehmigung der echion AG.