

Jung

19 – 29 Jährige

vs.

Alt

60 – 69 Jährige



39% würden sich einen „Bitte keine Werbung“ Sticker auf den Postkasten kleben



künftig wird **jede/r Fünfte** nur mehr online nach Angeboten suchen



fast jede/r Zweite informiert sich auf Aktions- & Flugblattportalen nach Aktionen



nicht einmal mehr **jede/r Zweite** informiert sich mit Printflugblättern



die Mehrheit liest keine Print-Flugblätter von Diskontern (Hofer, Lidl, Penny)



informieren sich mehrmals pro Woche über Aktionen im Internet



würden auf Print-Flugblätter verzichten, weil sie digitale Prospekte am Handy immer griffbereit haben



Social Media wird häufig benutzt

75%
 73%
 59%



Motivation hinter dem Sticker ist klar: **47% wollen so den Papiermüll vermeiden**



verwenden das Internet zur Aktionssuche häufiger als noch vor ein paar Jahren



werden gut mit E-Mail Newslettern erreicht



jede/r Fünfte würde einen „Bitte keine Werbung“ Aufkleber verwenden



75% geben an sich noch im Flugblatt über Aktionen und Angebote zu informieren



Facebook ist der soziale Kanal für die 60+ Jährigen: mit **63% am beliebtesten**



verwenden das Internet zur Aktionssuche häufiger als noch vor ein paar Jahren



3 von 4 lesen Flugblätter von Diskontern (Hofer, Lidl, Penny)



mehr als jede/r Zweite/r informiert sich mindestens einmal pro Woche online über Aktionen



sortieren bei den Flugblättern im Briefkasten nur die Interessantesten aus



Motivation hinter dem Sticker ist klar: **71% wollen damit den Papiermüll vermeiden**