



Deutschlands beliebtestes Shopping-Portal

Gut informiert, qualitätsbewusst, aber nicht verschwenderisch – Anzeigenblattleser sind moderne Konsumenten, die ihren Fokus anlassbezogen setzen: Auf günstige Preise wird geachtet (71,9 Prozent, LpA), gleichzeitig ist man auch bereit, für gute Qualität mehr zu zahlen (68,4 Prozent).

Regionalität und Langlebigkeit von Waren und Produkten werden bei Anzeigenblattlesern besonders geschätzt. Dieses Qualitätsbewusstsein spiegelt sich auch im Selbstverständnis wider: So ist es 59,6 Prozent von ihnen wichtig, gut gekleidet zu sein.

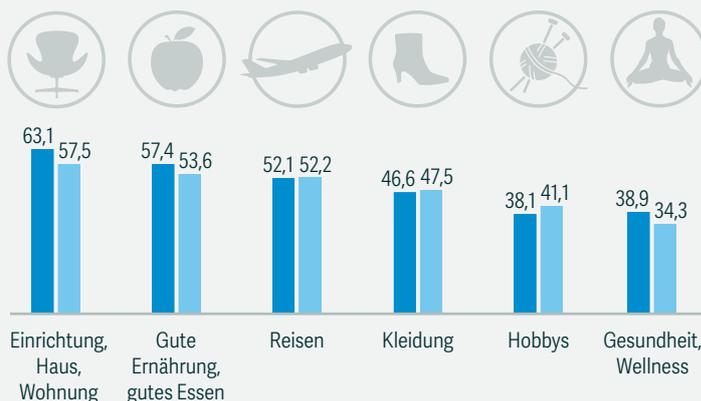
Die Gestaltung des eigenen Lebensmittelpunktes spielt bei Lesern von Anzeigenblättern eine große Rolle: Für Haus, Möbel und Einrichtung investieren fast zwei Drittel (63,1 Prozent, LpA) ihr Geld besonders gern, das ist mehr als der Durchschnitt der deutschsprachigen Bevölkerung. Ebenfalls einen hohen Stellenwert genießen die Themen „gutes Essen“ und „gute Ernährung“ (57,4 Prozent, LpA).

71,9 % der Anzeigenblattleser (LpA) achten beim Einkaufen auf Sonderangebote.



Hohe Ausgabebereitschaft*

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren | in % | *Definition gemäß AWA 2017



Konsumverhalten

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %

Konsumenten legen Wert auf:

Günstige Preise



Markenqualität



Umweltverträglichkeit



Individuelle Lebensgestaltung



➔ **Qualität und regionale Vielfalt:** 68,4 Prozent der Anzeigenblattleser (LpA) greifen für gute Qualität gerne tiefer in die Tasche. Auch Produkte aus der Region stehen häufig auf dem Einkaufszettel; diese werden von 57,7 Prozent der Anzeigenblattleser bevorzugt.

Einkaufsorte**

● LpA Anzeigenblätter | in % | Basis: jeweilige Käuferschichten gemäß AWA 2017

** Die Einkaufsorte wurden ermittelt über die Fragestellung: „Wo werden die Lebensmittel für Ihren Haushalt gekauft, bei welchen von diesen Geschäften hier?“

Reichweite in verschiedenen Käufergruppen



➔ **Individualität und hohe Reichweite:** Vom großen Verbrauchermarkt über den Bäcker und Metzger bis zum Reformhaus und Discounter: Werbung im Anzeigenblatt erreicht unterschiedliche Käufergruppen; in großen Verbrauchermärkten zum Beispiel mit einer Reichweite von 55,3 Prozent (LpA).

