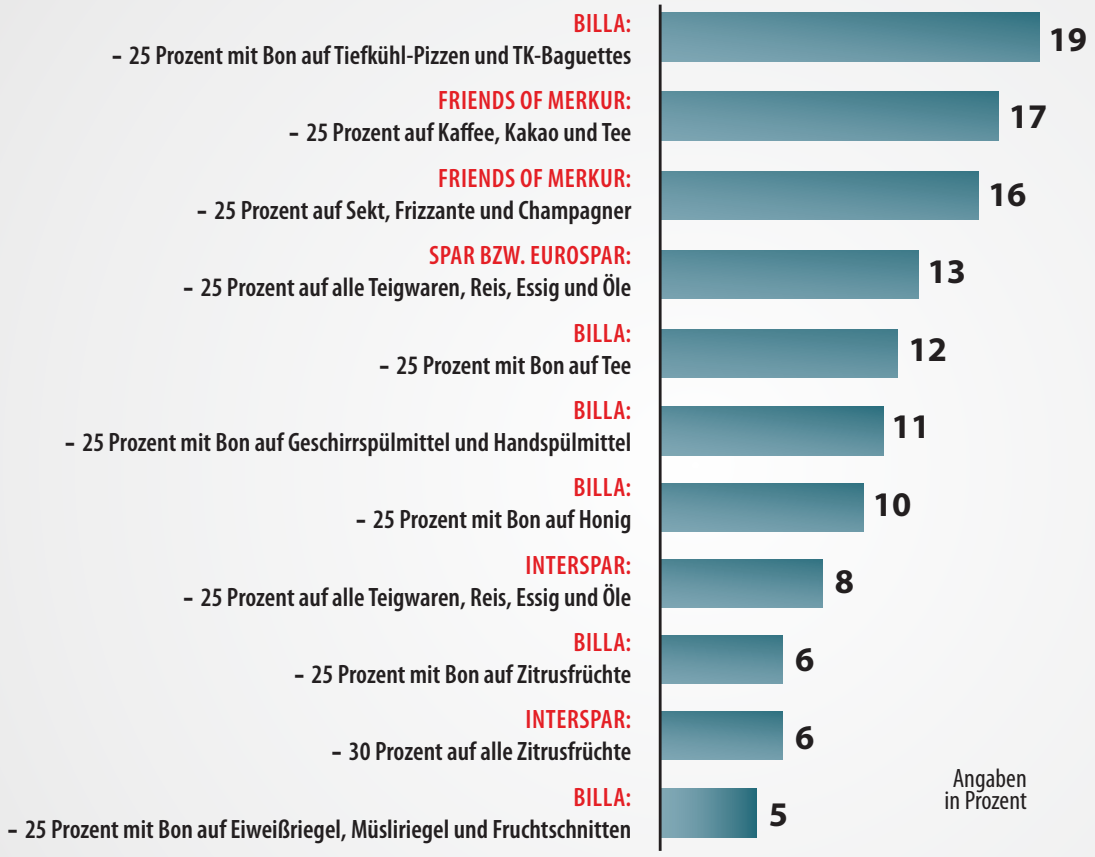
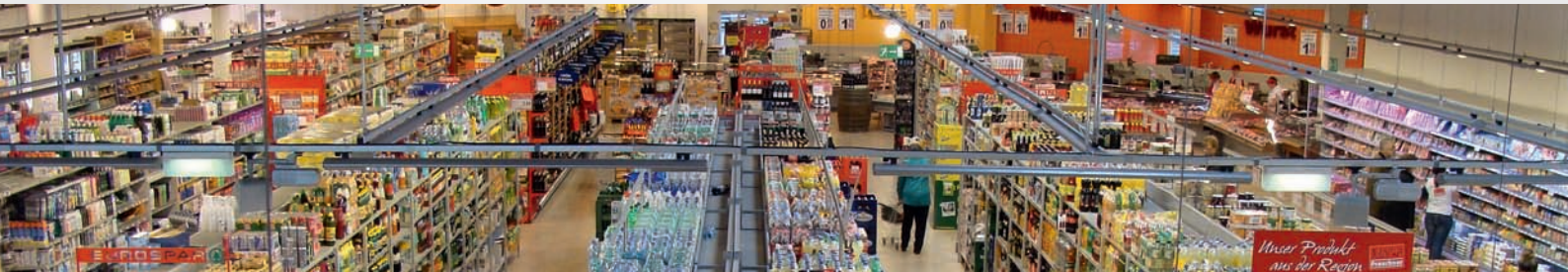
REGAL Aktions-Ranking

in Zusammenarbeit mit Focus

Wie erfolgreich waren Aktionen?

Focus exklusiv für REGAL: Sortimentsaktionen Jänner 2016

BILLA TK vor Merkur Heißgetränke



Studienbeschreibung:
Ziel der Befragung ist die Evaluierung der Attraktivität der Sortimentsaktionen der großen Lebensmittelketten. Focus selektiert dazu aus der ActionFOCUS-Datenbank jeweils die Sortimentsaktionen, die national bei den Organisationen innerhalb der ersten Woche eines Monats laufen. In der zweiten Woche des Monats werden KonsumentInnen zu diesen Sortimentsaktionen befragt.
Frage 1:
Ich lese Ihnen nun Aktionen der großen Lebensmittelhandelsketten vor, die in der letzten Woche gültig waren. Sie sagen mir bitte jeweils, ob Ihnen diese Aktionen, die jeweils ein ganzes Warensortiment umfassen, bereits vor diesem Interview bekannt waren.
Frage 2:
Und welche dieser Sortimentsaktionen haben Sie selbst auch genutzt?
Die telefonische Befragung bei 250 Personen ab 14 (repräsentativ für die österreichische Bevölkerung) wurde im Jänner 2016 durchgeführt.
Quelle: REGAL/Focus