

# REGAL Promotion Ranking

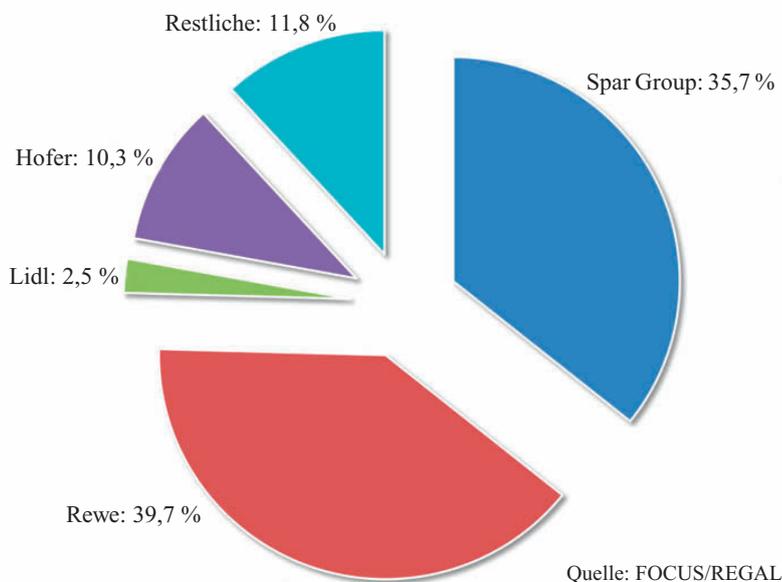
# Cerealien

Präsentiert von:



# Rewe, Spar, Hofer

Anteil der Top Key-Accounts "Frühstückscerealien"  
Basis: Bruttowerbewert Handelspromotions 1-12/2016



Markentyp	Spar Group	Rewe	Lidl	Hofer	Restliche	Total
Generische Produkte	0,0%	0,0%	7,2%	0,0%	0,4%	0,2%
Eigenmarken	52,1%	22,9%	54,5%	62,7%	24,8%	38,4%
Industriemarken	47,9%	77,1%	38,3%	37,3%	74,8%	61,4%

## Studienbeschreibung/FOCUS:

Das Marktforschungsinstitut FOCUS beobachtet alle Promotionaktivitäten des Handels in den Werbekanälen Flugblatt (verteilt, online), Print, TV sowie Hörfunk. Diese Daten stellen die Basis für die nachfolgende Analyse dar und werden als Bruttowerbewert ausgewiesen. Weitere Studien: [www.regal.at](http://www.regal.at)

Row Labels	Sum of GAV_Euro
Kellogg's	19,9%
Dr. Oetker	11,6%
Nestlé Cerealien	10,4%
Spar Natur Pur	7,6%
Spar Vital	7,4%
Knusperli	5,9%
Ja Natürlich	4,0%
Alnatura	3,9%
Natur Aktiv Bio	3,0%
Billa	2,5%

## ZAHLEN, DIE IN IHREN UNTERNEHMENSERFOLG EINZAHLEN:

- 30 Mio.** Seitenaufrufe pro Monat\*
- 4 Minuten** Verweildauer pro Besuch\*
- 5,1 Besuche** pro Monat und User\*
- 35 Seiten** pro Besuch aufgerufen\*



Sie wollen mehr erfahren?  
Wir beraten Sie gerne!  
Email: [digitalservices@post.at](mailto:digitalservices@post.at)



DIE DIGITALE PROSPEKTPLATTFORM  
DER ÖSTERREICHISCHEN POST

\* Quelle: ÖWA November 2016