

Das Glückwunschkarten-Panel: Consumer Insights durch kontinuierliche Messung des Einkaufsverhaltens deutscher Verbraucher



Das Glückwunschkarten-Panel der **GfK Panel Services** erfasst das Einkaufsverhalten deutscher Konsumenten im Bereich Glückwunschkarten, Grußkarten und Trauerkarten (ohne Ansichtskarten)

- **kontinuierlich**, d.h. die Verbraucher tragen während des gesamten Jahres jeden einzelnen Kauf ein
- bei einer **repräsentativen Stichprobe** von 10.000 deutschen Personen ab 10 Jahren

Die Daten aus dem Glückwunschkarten-Panel geben empirische Antworten auf Fragestellungen des Marketings, z.B.

- ✓ Welche Vertriebskanäle gewinnen an Bedeutung?
- ✓ Welche Marktanteile haben die unterschiedlichen Hersteller und Verlage?
- ✓ Wie sieht meine Käuferstruktur im Vergleich zum Wettbewerb aus?
- ✓ Von wem und für welchen Anlass werden die Produkte verwendet?
- ✓ Welche Kriterien sind für den Käufer beim Kauf ausschlaggebend?

Methodensteckbrief

3

Basis

Deutsche Personen ab 10 Jahren
2010: 63,8 Mio.

Stichprobe

10.000 deutsche Personen
ab 10 Jahren

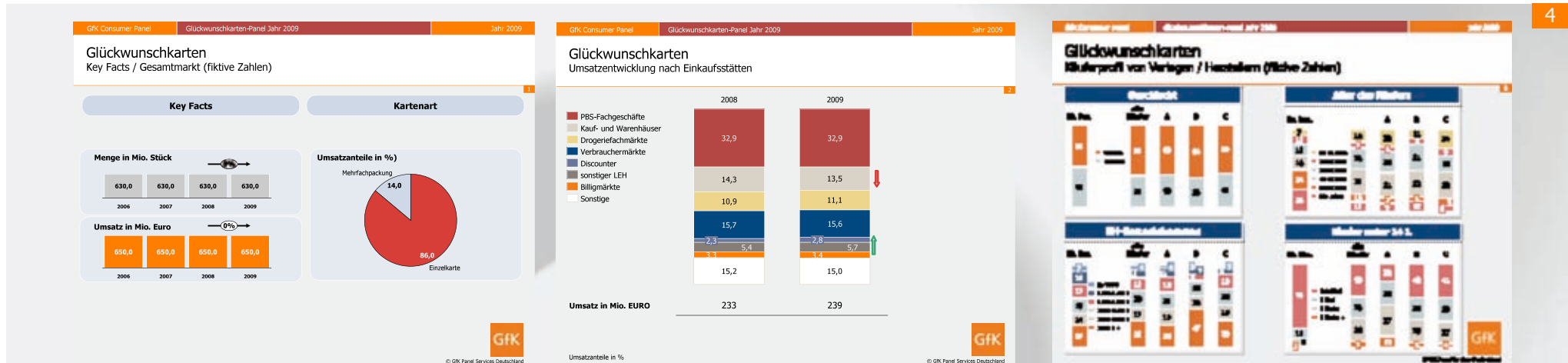
Methode

Schriftliches und
Online-Tagebuch

Erhebung

Monatlich

Abfrageinhalte und Beispielcharts (fiktive Zahlen)



Abfrageinhalte



- Größe der Karte
- Preis
- Hersteller / Verlag / Marke
- Vertriebsweg / Key Account
- Online-/Offline-Kauf
- Einzel-/Mehrfachpackung
- Bildpostkarte vs. Karte mit Umschlag
- Kaufanlass
- Kaufkriterium
- Karte mit vorgedrucktem Text/Spruch
- Verwendung (Versand, persönliche Übergabe...)
- Kaufkriterium



Kontakt:

GfK SE, Panel Services Deutschland
Gertrud Bohrer

Tel.: 0911/395-3501

Fax.: 0911/395-4433

E-Mail: gertrud.bohrer@gfk.com