

## Sajtószolgálat

### Egyre kevesebb akciós újságban egyre több termék

Legtöbbször borral csábítanak a leafletek vásárlásra

Dátum  
2012. január 25.

Tisza Andrea  
B&P Braun&Partners  
Magyarország  
Mobil: (+36-30) 852-7567  
Tel.: (+36-1) 349-2939  
Fax: (+36-1) 269-2504  
E-mail:  
andrea.tisza@braunpartners.hu

**Budapest, 2012. január 25. – A GfK Hungária akciós újságok piacát figyelemmel kísérő Leaflet Monitora szerint a kereskedők egyre több terméket hirdetnek egyre kevesebb, ám némiképp terjedelmesebb saját kiadványokban. A vásárlókat csalogató akciós élelmiszer-kategóriák sorát az italok vezetik.**

Egyre kevesebb leafletben hirdetnek a kereskedők egyre több terméket – ez olvasható ki a GfK Hungária 2003-ban indult Leaflet Monitor szolgáltatásának 2011. évi adataiból. Tavaly összesen 1144 kiadványt jelentettek meg az egyes üzletek, üzlethálózatok, míg 2010-ben ez a szám még 1208 volt. Legnagyobb számban a diszkontok adnak ki akciós termékeiket bemutató fényképes újságot, őket a hipermarketek, majd a szupermarketek követik a sorban.

### Az országos hatókörű leafletek száma csatornánkénti bontásban, 2010-2011



GfK Hungária  
Piackutató Intézet  
Visegrádi u. 31.  
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050  
Fax: (+36-1) 320-1776  
www.gfk.hu  
[www.facebook.com/gfkhungaria](http://www.facebook.com/gfkhungaria)  
firm@gfk.com

Igazgató:  
Kozák Ákos

2010		2011	
<b>Diszkont</b>	<b>320</b>	<b>Diszkont</b>	<b>309</b>
<b>Hipermarket</b>	<b>283</b>	<b>Hipermarket</b>	<b>279</b>
<b>Szupermarket</b>	<b>128</b>	<b>Szupermarket</b>	<b>117</b>
Drogéria	125	C+C	107
Barkácsáruház	121	Barkácsáruház	106
Elektroshop	99	Drogéria	91
C+C	90	Elektroshop	88
Hazai lánc	42	Hazai lánc	47
<b>Összesen:</b>	<b>1208</b>		<b>1144</b>

**Forrás: Leaflet Monitor 2011, GfK Hungária**

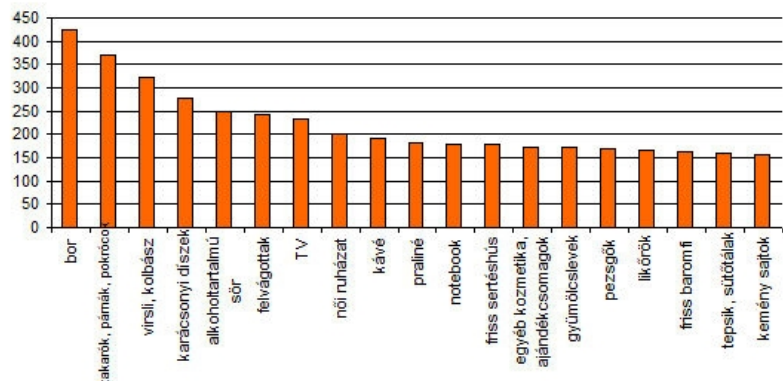
A hirdetések csúcsideje az év végi szezon: míg 2010-ben a hirdetett termékeknek a 26 százaléka, addig 2011-ben 27 százaléka az utolsó negyedévben jelent meg az akciós újságok lapjain. A GfK Leaflet Monitor felmérése szerint ez nagyjából egy oldalnyival növeli az átlagosan 12 napig érvényes leafletek terjedelmét. A karácsonyi szezonon belül mind 2010-

ben, mind 2011-ben a november hónap volt a legintenzívebb, amikor is mintegy 22.000, illetve 24.000 terméket hirdettek a kereskedők saját nyomtatott akciós kiadványukban.

A hirdetett élelmiszer-kategóriák közül legtöbb (18.271 db) hirdetés italokat népszerűsített 2011-ben. Hasonlóan nagy számban (17.151 db) hirdettek húsárut a tavalyi évben. Akciós tejtermékek 9.383 hirdetésben jelentek meg.

Az utolsó negyedévek hirdetéseit 2010-ben és 2011-ben egyaránt a bor uralja – legtöbb akciós hirdetés e témában jelent meg a leafletekben. A tavalyi évben a TOP 19 hirdetett kategória új belépőjeként megjelentek a notebook-ok, melyekkel a leafleteket forgató vásárlók 180 hirdetésben találkozhattak.

### Az akciós újságokban hirdetett kategóriák megjelenésének száma, 2011. IV. negyedév



**Forrás: Leaflet Monitor 2011, GfK Hungária**

### A kutatásról

2002-ben a GfK Csoport csehországi leányvállalata fejlesztette ki a GfK Leaflet Monitor terméket, amellyel hatékony módon vizsgálható a kereskedőláncok által kiadott akciós újságok piaca. A szolgáltatás lényege, hogy a begyűjtött leafletekből adatbázist képezve dolgozza fel az információkat, amelyeket 24 óránként juttat el a felhasználóhoz. A felhasználók az adatbázist egy speciálisan erre a célra kifejlesztett nézőszoftver, vagy a Leaflet Monitor Online nézőke segítségével tudják vizsgálni. Az adatok valamennyi élelmiszer kereskedelmi láncra és napi fogyasztási cikke, valamint non-food kategóriára elérhetők.



### **A GfK-ról**

A GfK Hungária a világ egyik legnagyobb kutató vállalatának, a GfK-nak a tagja. A GfK világszerte több mint 100 országban 11 000 szakértővel nap mint nap azon dolgozik, hogy megismerje és megértse az emberek gondolkodás- és életmódját, valamint vásárlási szokásait. Folyamatos innovációi révén olyan új technológiákat és kifinomult módszertanokat kínál ügyfeleinek, melyek segítségével azok a legteljesebb képet kaphatják a számukra legfontosabbokról: vásárlóikról. A GfK Csoport forgalma 2010-ben 1,29 milliárd eurót tett ki.

További információért látogasson el honlapunkra: [www.gfk.hu](http://www.gfk.hu), vagy kövesse csatlakozzon a GfK-hoz a Facebookon! [www.facebook.com/gfkhungaria](https://www.facebook.com/gfkhungaria)