

Briefkasten Monitor 2022

ZUSTELLUNG AUS VERBRAUCHERSICHT

Deutschlandweite Online-Umfrage mit Antworten von mehr als 1.700 Teilnehmern des Spectos Panels vom Juli & August 2022

ZUKUNFT

Eine Zukunft ohne den klassischen Briefkasten ist für die Mehrheit unvorstellbar.



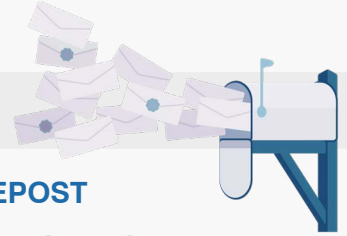
STELLENWERT

Unangefochten sind Briefe das häufigste und beliebteste Medium im Briefkasten.



KOMMUNIKATION

Zur Kontaktaufnahme seitens der Verbraucher nimmt der Brief eine untergeordnete Rolle ein.



ZUSTELLMODELL

Eine kombinierte Zustellung von Briefen und Paketen durch einen Zusteller können sich die Verbraucher am ehesten für die Zukunft vorstellen.

WERBEPOST

Ob adressiert oder unadressiert: Werbepost wird immer wichtiger für Kaufentscheidungen.

„JA“ AUFKLEBER

Deutsche Verbraucher befürworten ein System mit „JA“ Aufklebern zum Erhalt von Werbepost.



84%

empfinden die Zustellqualität von Briefen als gut bis sehr gut, bei Warensendungen 79 %.



44%

ist das zustellende Unternehmen wichtig.



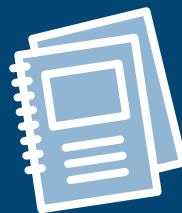
55%

finden eine Ankündigung von Post per E-Mail interessant.

Werbung zu Lebensmitteln ist die mit Abstand beliebteste Werbung im Briefkasten.



Über die Hälfte bekommen regelmäßig Kataloge zugeschickt.



Jeder Dritte würde für einen klimaneutralen Versand von Briefen und Warensendungen einen Aufpreis bezahlen.

