

Wer sind die Werbe-Bomber 2007?

■ ADEG überrascht mit gewaltigem Werbe-Plus



Focus-GF Mag. Klaus Fessel: Nach Billa-Kooperation setzt Adeg jetzt Werbe-Impulse.

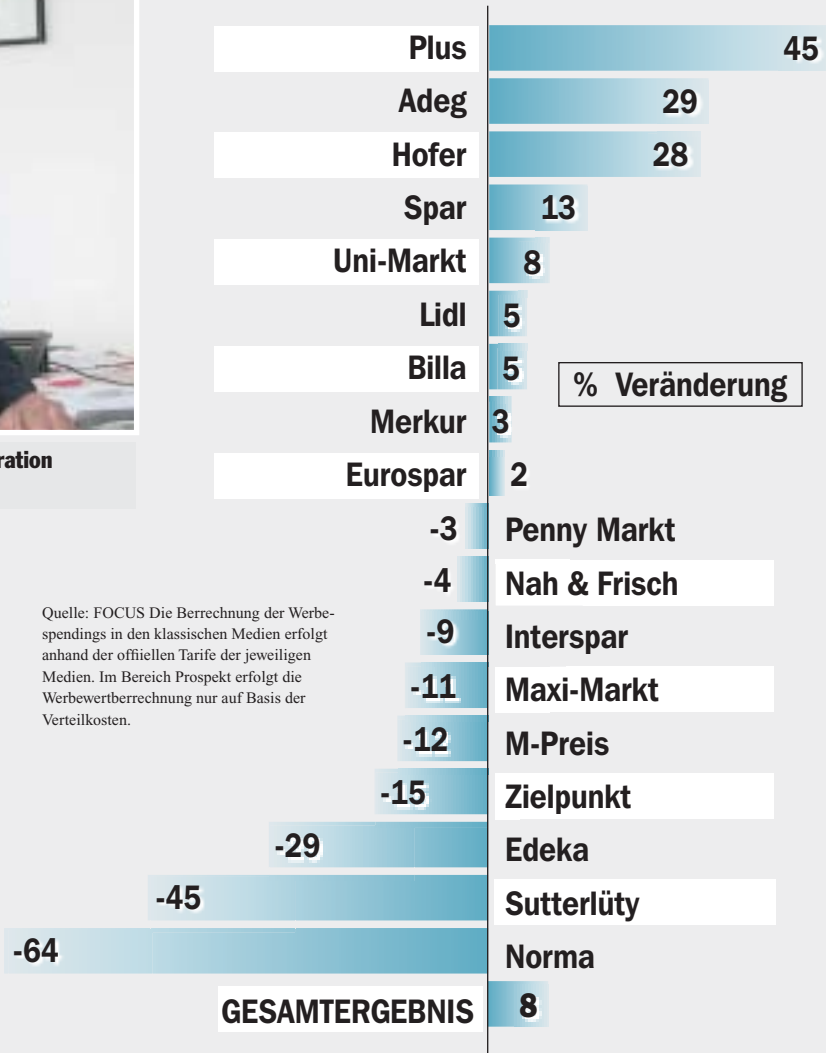
Plus, Adeg und Hofer sind heuer die Werbe-Könige. Überraschend gibt die Adeg laut FOCUS mit einem Werbe-Plus von 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr ein kräftiges Lebenszeichen ab. „Durch die Kooperation mit Billa versucht jetzt die Adeg, gewisse Impulse zu setzen, um das Umsatz-Niveau zu halten“, sagt FOCUS-Geschäftsführer Mag. Klaus Fessel.

Den Zuwachs von Hofer, der satte 28 Prozent beträgt, hat Fessel erwartet. „In den letzten Jahren ist Hofer immer überdurchschnittlich gewachsen.“ Auch die Spar liegt mit Plus 13 Prozent deutlich über dem Branchenschnitt des LEH von 8 Prozent.

Norma hat die Werbung in Österreich wieder deutlich zurückgefahren. Fessel: „Norma hat aber am

Entwicklung der Werbeausgaben Jänner - September 2007 versus 2006

Basis: Klassische Medien + Prospekt



Quelle: FOCUS Die Berechnung der Werbeausgaben in den klassischen Medien erfolgt anhand der offiziellen Tarife der jeweiligen Medien. Im Bereich Prospekt erfolgt die Werbewertberechnung nur auf Basis der Verteilungskosten.

Anfang sehr stark die Werbe-Trommel gerührt.“ Auch einige regionale Ketten wie Maximarkt, MPreis oder Sutterlüty haben die Werbe-Budgets etwas reduziert, während Unimarkt um acht Prozent wächst.

Die Angaben verdeutlichen die Veränderung der Werbeausgaben von Jänner bis September 2007 versus 2006 in Prozent. In absoluten Zahlen führen Billa und Spar.

G. Sch.