

■ Focus: Wer sind die Top 30 Konzerne im Preis-Promotion-Ranking 2014?



Konzerne: Werbung `14

- ▶ Henkel vor Brau Union und Unilever
- ▶ 13 Prozent Steigerung bei Preis-Promotion-Aktivitäten

Die Preiswerbung ist jene Werbung, die über den Handel läuft. Gemeint sind Inserate des Handels, Flugblätter oder auch Einschaltungen im Fernsehen und anderen elektronischen Medien, wo der Handel eine Preiswerbung betreibt. Nicht in dieses Preis-Promotion-Ranking fällt die klassische Image-Werbung der Industrie. Das Ergebnis der von „Focus“ beobachteten Werbeeinschaltungen ist jeweils der Werbewert – im aktuellen Ranking angegeben in Mio. Euro. Das aktuelle Konzern-Ranking beinhaltet sämtliche Preis-Promotion-Aktivitäten verschiedener Marken eines Konzerns oder großen Unternehmens. Im letzten REGAL (1/2015) veröffentlichten wir diesbezüglich, in Zusammenarbeit mit „Focus“, schon ein Markenranking. Auffallend ist, dass im Vorjahr die Preis-Aktivitäten generell ziemlich stark zugenommen haben. Dies kann mit der Krise, aber auch mit der 60-Jahr-Promotion der Spar zusammenhängen.



Mag. Klaus Fessel

Insgesamt wurden im Vorjahr für Fast Moving Consumer Goods 308 Millionen Euro ausgegeben – ein Plus von 13 Prozent, verglichen zu 2013. „Das ist ein starker Anstieg, überhaupt wenn man bedenkt, dass die klassische Werbung nur um drei Prozent gewachsen ist“, gibt Focus-GF Mag. Klaus Fessel zu denken. Der Handel versucht also, immer stärker am Werbebudget der Industrie mitzupartizipieren. ■

Gregor Schuhmayer

TOP 30 Industriekonzerne			
Werbewert in Mio. €	2013	2014	% VER.
Henkel	5,0	5,6	11
Brau Union	4,6	5,6	21
Unilever	4,8	5,5	14
Procter & Gamble	5,0	5,1	2
Mondeléz	4,4	4,7	7
Iglo Austria	3,2	3,4	8
Nestle	2,7	3,4	24
Mars	2,3	3,1	36
Berglandmilch	2,6	3,1	19
Coca-Cola	1,9	2,2	16
Rauch	1,6	2,1	31
Loreal	1,7	1,7	-4
Vöslauer	1,4	1,6	17
Sca	1,4	1,5	6
Beiersdorf	1,3	1,4	10
Ferrero	1,4	1,4	0
Kelly	0,8	1,4	70
Nöm	1,5	1,4	-7
Reckitt Benckiser	1,4	1,4	-3
Ottakringer Brauerei	1,1	1,3	13
Maresi	0,9	1,1	19
Stieglbrauerei	0,8	1,1	37
Coty	1,5	1,1	-27
Josef Manner	0,9	1,1	16
Dr. Oetker	0,8	1,0	30
Top Spirit	0,8	1,0	27
Römerquelle	0,9	1,0	12
Danone	1,2	1,0	-21
Samsung	0,7	0,9	26
Almdudler	0,6	0,8	46

Quelle: FOCUS Institut Marketing Research Ges.m.b.H.