

## ■ **Exklusiv:** Focus erhob die Preis-Promotions

# Top Werbe-

- ▶ Preis-Promotions: **Spar** Eigenmarke Nr. 1
- ▶ Klassische Werbung: **Nivea** vor Coca Cola und Iglo

**D**as Jahr 2018 wird wieder ein starkes Werbejahr. Allein das Werbeaufkommen der Industriemarken stieg bei Preis-Promotions heuer um drei Prozent (Jänner – September) auf 128 Millionen Euro. Die Marken zeigen Muskeln und lassen sich von den Eigenmarken keinesfalls abschütteln. So rührten Schärddinger, Iglo, Eskimo, Gösler oder Milka heuer kräftig die Werbetrommel. Das betrifft auch die Preiswerbung – jene Werbung, die über den Handel läuft, also etwa Preis-Werbung in Zeitungsinserten des Handels, im TV oder am Handelsflugblatt. Diese Werbung wird direkt vom Handel gesetzt.



Wie REGAL exklusiv vorliegende Ergebnisse des Instituts Focus zeigen, hat die Preiswerbung der Industriemarken, wie erwähnt, 2018 deutlich zugelegt, dagegen haben Eigenmarken stagniert. Allerdings: Die Top-Preiswerber kommen mittlerweile schon aus dem Handelshause und sind Eigenmarken.

Dabei pumpte Spar auch kräftig in die Werbung. Spitzenreiter der Preiswerbung (1–9 2018) ist die Spar Eigenmarke mit einem Wer-

bewert von 5,89 Millionen Euro. Es folgen Tann und Natur Pur. Penny mit „Ich bin Österreich“ ist starker vierter und baute heuer um gewaltige 38 Prozent aus.

Natürlich finden sich auch mit Schärddinger und Iglo starke Marken im Spitzenfeld. Eskimo hat die Preiswerbung um satte 28 Prozent hinaufgeschraubt, Gösler immerhin um elf Prozent und Milka um 14 Prozent. Kräftig gepusht wurden auch Kelly's und Barilla.

Die Preis-Werbung zurückgefahren haben Iglo um zehn Prozent und Ja! Natürlich um 29 Prozent. Auch Billa zieht mit Hofstädter Fleisch werblich weniger preisaggressiv ins Feld. Interessanterweise hat man auch bei Clever die Preis-Promotion um 45 Prozent zurückgenommen, während S-Budget um 46 Prozent ausgebaut hat.

**Klassische Werbung.** REGAL hat allerdings exklusiv nicht nur die



sowie die klassische Werbung

# Player 2018

Top-100-Marken Preis-Promotions, sondern auch ein *Marken-Ranking* der Top-10-Werber in der klassischen Werbung.

Dabei rangiert Nivea mit einem Werbewert von über 13 Millionen Euro klar an erster Stelle. Silber geht an Coca Cola (fast 9 Millionen Euro) und Bronze an Iglo Tiefkühlkost mit

einem Werbewert von über sieben Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2018. „Klassische Werbung der Top 10 stärksten Industriemarken ist jene Werbung, die von der Industrie direkt geschaltet wird“, betont Focus-GF Mag. Klaus Fessel.

Zu den Top 10 der am stärksten beworbenen Marken zählen auch

noch Milka, Nutella, Römerquelle, L’Oreal, Nespresso und Always. Zu einem großen Teil wurden die Werbebudgets dieser Marken heuer kräftig aufgestockt – Focus weist etwa bei Milka ein starkes Plus von 63 Prozent aus, bei Nutella sind es sogar 72 Prozent und bei Römerquelle ein Push von 35 Prozent. ■

*Gregor Schuhmayer*

## Preis-Promotions des Handels

# TOP 100 Markenranking

Ranking	Marke/Eigenmarke	Wert in Mio.		% Ver.
		2017/1-9	2018/1-9	
1	Spar	5,91	5,89	0%
2	Tann	5,60	5,41	-3%
3	Spar Natur Pur	4,72	4,68	-1%
4	Ich Bin Österreich	2,65	3,66	38%
5	Schärdinger	2,71	2,85	5%
6	Iglo	3,03	2,73	-10%
7	Ja Natürlich	3,78	2,68	-29%
8	Hofstädter	3,38	2,65	-21%
9	S-Budget	1,60	2,33	46%
10	Esmara	2,18	2,32	7%

Ranking	Marke/Eigenmarke	Wert in Mio.		% Ver.
		2017/1-9	2018/1-9	
11	Florabest	1,41	2,21	57%
12	Eskimo	1,66	2,13	28%
13	Crivit	1,55	2,13	37%
14	Silver Crest	1,71	2,02	18%
15	Gardenline	1,86	1,99	7%
16	Gösser	1,75	1,94	11%
17	Parkside	1,22	1,82	50%
18	Milka	1,35	1,53	14%
19	Crane	1,65	1,50	-9%
20	Stiegl	1,30	1,47	13%
21	Simpex	1,25	1,44	15%
22	My Living Style	1,02	1,40	37%
23	Billa	1,27	1,36	7%
24	Da komm ich her	2,06	1,35	-34%
25	Medion	1,53	1,23	-19%
26	Dr. Oetker	1,14	1,22	7%
27	Spar Premium	1,23	1,19	-3%
28	Echt Herzhaft	1,21	1,16	-4%
29	Powerfix	1,01	1,15	14%
30	Nivea	1,11	1,07	-3%
31	Livergy	0,94	1,06	13%
32	Knorr	1,20	1,05	-13%
33	DeSpar	1,26	1,04	-18%
34	Vöslauer	1,18	1,02	-14%
35	Zipfer	1,04	0,99	-5%
36	Wiesentaler	0,70	0,98	41%
37	Kelly's	0,71	0,95	34%
38	Ottakringer	0,92	0,93	1%
39	Coca Cola	0,84	0,90	8%
40	Workzone	0,65	0,85	32%
41	Clever	1,52	0,84	-45%
42	Jacobs	0,71	0,84	18%
43	Barilla	0,55	0,79	43%
44	Puntigamer	0,74	0,79	7%
45	Spar Vital	0,87	0,76	-12%
46	Lupilu Baby	0,61	0,75	22%
47	Ariel	0,73	0,74	1%

Ranking	Marke/Eigenmarke	Wert in Mio.		% Ver.
		2017/1-9	2018/1-9	
48	Waldquelle	0,55	0,73	34%
49	Radatz	0,46	0,72	58%
50	Meradiso	0,91	0,72	-21%
51	Easy Home	0,76	0,72	-6%
52	Persil	0,85	0,71	-16%
53	Ein Gutes Stueck Heimat	0,83	0,71	-14%
54	Manner	0,60	0,71	19%
55	Schwechater	0,73	0,70	-3%
56	Deluxe Produkte	0,69	0,67	-3%
57	Lorenz	0,41	0,65	60%
58	Berger	0,59	0,65	10%
59	Meinl	0,63	0,64	1%
60	Red Bull	0,67	0,63	-5%
61	Almdudler	0,59	0,63	7%
62	Natur Aktiv Bio	0,87	0,63	-28%
63	Crofton	0,65	0,62	-4%
64	Rubin	0,56	0,61	9%
65	Wagner Original	0,45	0,61	34%
66	Römerquelle	0,78	0,61	-22%
67	Regio	0,60	0,60	0%
68	Pampers	0,48	0,59	23%
69	Happy Day	0,70	0,58	-16%
70	Finish	0,48	0,58	20%
71	Ölz	0,33	0,57	74%
72	Zurück Zum Ursprung	0,72	0,55	-23%
73	Geflügelhof	0,47	0,53	13%
74	Rama	0,63	0,53	-16%
75	Ernesto	0,60	0,52	-13%
76	Vegavita	0,61	0,52	-15%
77	Wieselburger	0,54	0,52	-4%
78	Felix Konserven	0,32	0,51	58%
79	Wiener Zucker	0,51	0,50	-2%
80	Billa Freshy	0,46	0,50	7%
81	We Love Basics	0,17	0,49	181%
82	Bahlsen	0,44	0,48	10%
83	SalzburgMilch	0,49	0,48	-2%
84	Nescafe	0,44	0,47	7%

Ranking	Marke/Eigenmarke	Wert in Mio.		% Ver.
		2017/1-9	2018/1-9	
85	Samsung	0,52	0,47	-11%
86	Echt Bio!	0,20	0,47	136%
87	Blue Motion	0,33	0,46	40%
88	Philips	0,35	0,46	31%
89	Rauch Ice Tea	0,38	0,46	21%
90	Mautner Markhof	0,35	0,46	31%
91	Wiesbauer	0,36	0,45	27%
92	Nöm	0,38	0,45	19%
93	Bbq Produkte	0,31	0,45	44%
94	Tefal	0,32	0,44	40%
95	W5	0,40	0,44	9%
96	Tchibo	1,23	0,44	-64%
97	Ombia	0,48	0,44	-10%
98	Pepperts	0,30	0,43	44%
99	Italiamo	0,37	0,42	13%
100	New York Koffer/Taschen	0,34	0,42	22%

Quelle: Focus, 1-9 2018, Werbewert in Mio. Euro

## TOP 10 Marken – klassische Werbung

	2017	2018	% Ver
Nivea	14,24	13,41	-6
Coca Cola	10,66	8,68	-19
Iglo Tiefkühlkost	7,15	7,36	3
Milka Schokolade	3,79	6,19	63
Nutella	3,54	6,09	72
Römerquelle	4,06	5,48	35
L'Oreal Kosmetik	4,56	5,45	20
Nespresso	4,57	5,32	16
Always Damenhygiene	3,99	4,97	25
Ja Natürlich Produkte	5,31	4,95	-7

Quelle: Focus, 1-9 2018, Werbewert in Mio. Euro