

Ressort: Finanzen

Werbeausgaben von Lidl und Aldi auf Rekordniveau

Essen, 22.04.2018, 00:00 Uhr

GDN - Die deutschen Lebensmittelhändler liefern sich eine beispiellose Werbeschlacht. Am meisten Reklamegeld gibt laut einer externen Einschätzung Lidl aus.

Nach einer Analyse der Media- und Marketingberatung Ebiquity, über die die "Welt am Sonntag" berichtet, soll der Discounter allein im vergangenen Jahr geschätzt etwa 272,9 Millionen Euro in Werbung gesteckt haben - ein Rekordwert nach einer Steigerung um fast 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Noch deutlicher ist der Zuwachs demnach bei Aldi. Die Firmenschwestern Aldi Nord und Aldi Süd investierten zusammen zwar mit geschätzt 192 Millionen Euro nicht so viel wie der Rivale, doch ist die Steigerungsrate mit etwa 85 Prozent drastischer. Die Zahlen umfassen die Bruttowerbeausgaben für die klassischen Medien Fernsehen, Print, Radio und Außenwerbung. "Der Lebensmitteleinzelhandel setzt werblich gesehen innerhalb der letzten drei Jahre auf neue Impulse und verstärkt auf imagebildende Maßnahmen", sagte Hellmut Fischer, Ebiquity-Chef für den deutschsprachigen Raum, in der "Welt am Sonntag". Auffällig sei, dass im Mittelpunkt der oft "hochwertigen Kampagnen" nicht mehr unbedingt die Produktpreise stünden, sondern die Qualität der Ware hervorgehoben und das Image der Unternehmen gepflegt werde. Deshalb spiele TV-Werbung eine größere Rolle als früher: "Bewegtbild transportiert am besten Wertigkeit und Emotionen", meint Fischer. Das gelte auch für Supermarktbetreiber wie Rewe und Edeka, deren Werbeausgaben allerdings weit weniger stark schwanken. So gab Rewe mit 141 Millionen im vergangenen Jahr etwa so viel aus wie fünf Jahre zuvor, während die Edeka-Zentrale leicht auf 133 Millionen Euro zulegte. Alles in allem steckte der Lebensmittelhandel in den abgelaufenen fünf Jahren rund fünf Milliarden Euro in die Werbung.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-105071/werbeausgaben-von-lidl-und-aldi-auf-rekordniveau.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com