

Jumbo besteedt het meest aan reclame rondom EK en sportzomer

Amsterdam, 2 juli 2021 - Jumbo heeft het meest uitgegeven aan (offline) reclame rondom het EK en de sportzomer. De supermarktketen heeft rondom het Europees kampioenschap voetbal ruim 19,51 miljoen euro uitgegeven aan reclame op radio, televisie, in kranten en tijdschriften en 'out of home' (buitenreclame zoals abri's). Dit blijkt uit cijfers over de bruto mediabestedingen rondom het EK en deze sportzomer van Adfact.

Jumbo heeft van alle supermarktketens in ons land veruit het meest besteed aan advertenties rondom deze sportzomer en het EK. Met de campagne waarin de Snollebollekes ('links, rechts') en de bijbehorende 'juichcape' centraal staan, heeft de super ruim 11 miljoen euro meer uitgegeven dan haar grootste concurrent: Albert Heijn (7,94 miljoen euro aan mediabestedingen). Ook de overige 'grootste' Nederlandse supers besteedden tot op heden minder aan reclame rondom 'onze jongens' en de sportzomer: Lidl 6,19 miljoen euro, Plus 3.05 miljoen euro en Aldi het minst: 0.81 miljoen euro.

Buiten supermarkten om Jumbo ook grootste

Naast een nummer 1 positie in meeste uitgaven van alle supermarktketens, is Jumbo ook de grootste 'spender' in het algemeen, boven merken als Kruidvat, Bol.com en hoofdsponsors van het EK zoals Thuisbezorgd en Heineken (terug te vinden net buiten de top 10).

Top 10 merken EK voetbal & sportzomer

Merk	Uitgaven EK & sportzomer	Campagne
1 Jumbo	€ 19.51 miljoen	Snollebollekes Juichcape
2 Albert Heijn	€ 7.94 miljoen	Alles voor Oranje. Hollandicons
3 Kruidvat	€ 6.46 miljoen	Wij zijn Oranje
4 Bol.com	€ 6.21 miljoen	Alles wat je nodig hebt voor voorbereiding van het EK
5 Lidl	€ 6.19 miljoen	Spaar voor Fluoranje outfit
6 Kpn	€ 5.94 miljoen	Snelpakkers & Als we het samen beleven kunnen we niet meer verliezen
7 Plus	€ 3.05 miljoen	We gaan weer inslaan voor het EK & Bouw je eigen EK met Plus Bricks - Sparen bricks
8 Thuisbezorgd.nl	€ 2.31 miljoen	Trotse partner van UEFA EURO 2020
9 Lipton	€ 2.12 miljoen	Lipton helden shirt
10 Staatsloterij	€2.04 miljoen	Deze zomer kan het gebeuren

Over Adfact

Adfact monitort, rapporteert en analyseert reclame uitingen: op dagelijkse basis alle massamedia binnen 'above the line' (ATL) campagnes in Nederland. Adfact slaat alle televisie- en bioscoop commercials, radiospotjes, dagblad- en tijdschrift advertenties, buitenreclame-, online display- en video uitingen op. Daarnaast verrijkt het bedrijf deze opgeslagen uitingen met informatie over o.a. merk, concern, branche, productlijn, mediawaarde, mediabureau, heading en verschijningsdatum. Daarbovenop kunnen aan reclame-uitingen branchespecifieke kenmerken worden toegevoegd.