

Jumbo dit jaar meest geadverteerd met vleesvervangers voor op de bbq

Amsterdam, 24 september 2021 - Een echte bbq-zomer was het dit jaar niet, maar ondanks de weinige hete dagen hebben de supermarkten wel geadverteerd voor het bbq-seizoen. In het licht van de klimaatcrisis vroeg monitoring bedrijf Adfact zich af hoe het zat met de vleesvervangers voor het vleesfestijn in de tuin. Van de vijf grootste supermarktketens heeft Jumbo deze zomer niet alleen het meest geadverteerd op bbq-producten, maar ook op vleesvervangers voor de buitengrill.

Uit onderzoek van Adfact onder de vijf grootste supermarktketens Albert Heijn, Aldi, Lidl, Plus en Jumbo, blijkt Jumbo deze zomer in alle advertenties omtrent barbecuen zich het meest te hebben gericht op vleesvervangers. De supermarkten haken met hun uitingen en assortiment in op een recente ontwikkeling. Uit onderzoek (van non-profit organisatie ProVeg) dat in mei werd gepubliceerd bleek al dat Nederlanders per persoon de meeste vleesvervangers van Europa eten (gemiddeld 870 gram per jaar) en het meeste eraan uitgeven (gemiddeld 17 euro).

Jumbo mikt het meest op de bbq

Uit de data van Adfact blijkt verder dat Jumbo in de maanden juni en juli van alle supermarktketens tevens het meest aan bbq-gerelateerde uitingen heeft uitgegeven. In juni 27,6% van de totale eigen bruto mediabestedingen en in juli zelfs 81,9%. In augustus besteedde Lidl het meest aan dit soort uitingen: 32,7% van de totale eigen (bruto) mediabestedingen.

De hoge 'bbq-bestedingen' van Jumbo zijn te verklaren door de grote uitgaven aan reclame rond de sportzomer/EK. Hierin kwam meermaals 'de bbq' naar voren. Eerder dit jaar meldde Adfact al dat de supermarktketen het meest heeft uitgegeven aan (offline) reclame rondom het EK en de sportzomer: ruim 19,51 miljoen euro. Uit dit recente onderzoek is op te maken dat ruim 9,1 miljoen van dit bedrag mede is uitgegeven aan advertenties omtrent barbecueën.

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 verkrijgt 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.