

Lidl geeft meest uit aan offline advertenties rondom Pasen 2022

Wormerveer, 29 april 2022 - Supermarktketen Lidl heeft rondom de paasdagen het meest besteed aan offline media uitingen. De Duitse keten heeft bruto bijna € 5,5 miljoen uitgegeven aan reclame voor Pasen, voornamelijk op televisie en in de dagbladen. Dit blijkt uit onderzoek naar de bruto offline mediabestedingen rondom Pasen door monitoringbedrijf Adfact.

Supermarkten hoog ingezet

De top 5 grootste besteders (gekeken naar bruto offline mediabestedingen in de traditionele media (radio, televisie, bladen), 'Out of Home', zoals Abri's, en bioscopen) zijn allemaal supermarkten. En deze zetten hoog in: in totaal hebben Lidl (1), AH (2), Jumbo (3), Aldi (4) en Plus (5) samen bijna 21,5 miljoen euro (bruto) uitgegeven, voornamelijk aan televisiereclame. Opvallend is de nummer 6 in het 'rijtje': Baileys. Het drankmerk heeft ruim € 1,3 miljoen euro (bruto) ingezet, alleen op televisiereclames ter promotie van een paas-cocktail, uiteraard met Baileys. In de top 10 zien we verder nog een supermarkt (Coop), Slijterij Gall & Gall, meubelzaak Prominent en tot slot Nelemans wijnen.

Adverteren via televisie, gevolgd door reclame in dagbladen en op de radio heeft de grootste mediawaarde. In week 14 (eerste week van april) en week 15 worden beide veel ingezet om paas-acties te vermelden. Supermarktketens Aldi, Lidl en Jumbo beginnen dit jaar al vroeg: in maart werd er al geadverteerd met acties voor de paasdagen.

Top 10 grootste mediabestedingen Pasen 2022 (1 maart - 18 april 2022)

	Merk	Hoofdbranche	Bruto Mediabestedingen
1.	Lidl	Detailhandel	€ 5.451.060
2.	Albert heijn	Detailhandel	€ 5.368.006
3.	Jumbo	Detailhandel	€ 4.165.343
4.	Aldi	Detailhandel	€ 3.927.714
5.	Plus	Detailhandel	€ 2.521.154
6.	Baileys	Dranken	€ 1.344.809
7.	Coop	Detailhandel	€ 802.149
8.	Gall & gall	Detailhandel	€ 791.011
9.	Prominent	Detailhandel	€ 755.907
10.	Neleman	Dranken	€ 528.064

Over Adfact

Adfact monitort, rapporteert en analyseert bruto mediabestedingen: 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. Tevens is Adfact samen met RTV Monitor, TRCKtrace en SoundAware onderdeel van SoundAware Group.