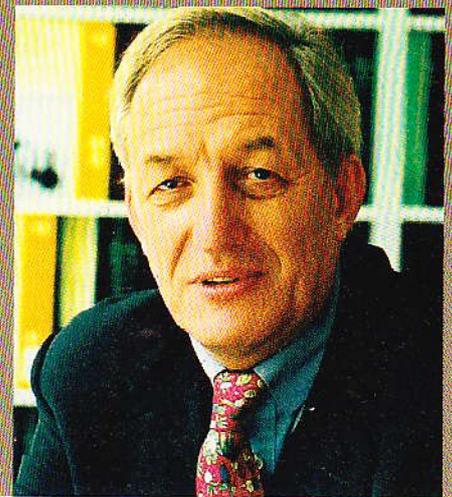


»Manchmal kaufen Verbraucher zu viel ein, Grundkenntnisse über die Lagerung von Lebensmitteln sind kaum noch vorhanden, und das Mindesthaltbarkeitsdatum wird oft falsch gedeutet.«

Prof. Dr. Matthias Horst, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, zu einer Studie über Essensverschwendung in der „Neuen Osnabrücker Zeitung“.



## Unilever setzt Duftmarke mit Axe

Wie Phönix aus der Asche katapultiert Unilever seine Marke Axe von Platz 19 im Vormonat auf den dritten Platz. Dabei verdreifachte sich der Werbewahrnehmungswert für die ursprüngliche Deo-Brand, die seit diesem Jahr zusätzlich für eine Shampoo- und Styling-Serie steht. Die neuen „Axe Hair“-Produkte bewerben etwa TV-Spots, was der Konzern sich mehr als fünf Millionen Euro kosten ließ. Eine auffällige Duftmarke.

Ebenfalls einen Sprung zurück unter die Top 10 schaffte Carglass von Platz 18 im Januar auf jetzt Rang 9, wobei der Autofensterreparierer sogar vergleichsweise weniger Geld für Werbung in die Hand nahm. Es brummt offensichtlich beim Kölner Unternehmen, das aktuell bundesweit 100 Monteure sucht.

Umgekehrt wie den Siegern erging es Zalando, denn der Onlinehändler rutschte von Platz 3 im Vormonat auf den 13. Rang und damit raus aus dem Ranking. Schweig vor Pech!

Marlboro hält immerhin seinen Wert, hat dafür aber auch gegenüber Januar die Ausgaben mehr als verdreifacht. Gleichwohl sind sich Experten wie Blogger einig: Die „No more Maybe“-Plakate des Glimmstängelherstellers sind sinnentleert. Nicht vielleicht, sondern ganz sicher. (Garb-) ←

Fragen an [t.garber@fachverlag.de](mailto:t.garber@fachverlag.de)

### TOP 10 DER WAHrgENOMMENEN MARKEN IM VERGLEICH ZU DEN WERBEAUSGABEN

MARKE	FEBRUAR 2012 IN PROZENT	FEBRUAR 2012 IN MILLIONEN EURO
Volkswagen	4,4	15,8
McDonald's	2,5	15,4
Axe	2,4	5,1
Media-Markt	2,3	23,0
Marlboro	2,1	0,7
Mercedes-Benz	2,0	11,5
Apple	1,6	3,8
Vodafone/Arcor	1,5	7,7
Carglass	1,5	3,9
Opel	1,5	7,1

Quelle: Das Marktforschungsinstitut Innofact erfragt im Auftrag der absatzwirtschaft die ungestützte Wahrnehmung von Markenwerbung (2029 Befragte für Februar 2012). Die Ebiquity GmbH berechnet in Zusammenarbeit mit Research Tools die Werbevolumen.

## Zählbar

Starke Marken und starke Unternehmen gehören in Deutschland zusammen: Neun von zehn befragten Firmen sehen einen (sehr) großen Einfluss der Brand für den wirtschaftlichen Erfolg. Vier von fünf Befragten gestehen ihren Marken sogar eine erhebliche Bedeutung für den gesamten Unternehmenswert zu. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Wirtschaftsprüfer von PwC, Prof. Henrik Sattler von der Universität Hamburg, dem Markenverband und der Marktforschung GfK. ← [www.pwc.de](http://www.pwc.de)

## Hörbar

Die Radionutzung bleibt in Deutschland über alle Zielgruppen hinweg stabil. Die Hördauer liegt mit 199 Minuten auf dem Niveau des Vorjahres. Die Tagesreichweite steigt leicht an – von 79,3 auf 79,6 Prozent. Das zeigen die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse veröffentlichten Reichweiteregebnisse der „MA 2012 Radio I“. Danach erreicht Radio jeden Tag vier von fünf Deutschen. Mehr als 58 Millionen Menschen schalten das Radio ein und bleiben über vier Stunden dran. ← [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de)

## Bezahlbar

Im Onlinehandel dominieren Bezahlverfahren wie Vorkasse, Nachnahme, Rechnung und Barzahlung bei Abholung. Neue Internet-Zahlungsverfahren wie das PayPal-System holen aber auf und gewinnen Marktanteile. Die Studie „Internet-Zahlungsverkehr aus Sicht der Händler“ des „E-Commerce-Centers Handel“ untersuchte Angebote, Erwartungen und Erfahrungen. Danach bieten Händler im Schnitt 5,5 Zahlungsverfahren an. Eine Sättigung des Marktes sei nicht absehbar. ← [www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)