



»Wir spüren eine zunehmende Investitionszurückhaltung bei unseren Kunden und einen stärkeren konjunkturellen Gegenwind, vor allem in den industriellen kurzzyklischen Geschäften.«

Peter Löscher, Chef der Siemens AG, zuletzt über Lage und Aussichten. Als Reaktion auf die „Abwärtsbewegung der Weltwirtschaft“ wolle der Konzern „Produktivität und Effizienz“ steigern.

Alte Tante Rewe erwirbt sich mehr Respekt

Als **Überraschungsgast** steht die Marke von Handelskonzern Rewe zwar auf dem letzten Platz unter den Top 10, doch beachtenswert ist der erstmalige Einstieg der Kölner in die Bestentabelle allemal. Immerhin haben sich die sonst eher als Krämerseelen verschrienen Geschäftsleute für Lebensmittel dafür richtig ins Zeug gelegt und mit fast zwölf Millionen Euro fast doppelt so viel für Werbung ausgegeben wie im Vormonat. Respekt, alte Rewe! Von oben betrachtet hat es Burgerbrater McDonald's ebenfalls als Premiere erstmals in diesem Jahr an die Spitze geschafft. Dabei hatte die Fast-Food-Marke im Mai mehr als 15 Millionen Euro Werbevolumen aufgebracht und im August den Etat gegenüber Juli nur um rund 1,5 Millionen Euro aufgestockt. Doch die dauerhaft hartnäckige Investition belohnt den Wettbewerber von Burger King; und man hört sie quasi singen: „Wir lieben es.“ Audi lässt sich auch mal wieder blicken und hat dafür fünf Millionen Euro mehr als im Juli ausgegeben. Ansonsten schwächeln die Autobauer: Dauerspitzenreiter Volkswagen wird langsam durchgereicht, BMW ist gar ganz verschwunden. Mit gegenüber Juli halbem Budget landete Ferreros süße „Kinder Schokolade“ mit schmelzzartem TV-Spot auf dem vierten Rank. (Garb-) ← www.absatzwirtschaft.de/Markenwahrnehmung

TOP 10 DER WAHNGENOMMENEN MARKEN IM VERGLEICH ZU DEN WERBEAUSGABEN

MARKE	AUGUST 2012 IN PROZENT	AUGUST 2012 IN MILLIONEN EURO
McDonald's	2,9	11,4
Zalando	2,8	5,1
Audi	2,3	4,8
Kinder Schokolade	1,9	0,4
Samsung	1,8	5,2
Vodafone	1,6	9,0
Volkswagen	1,5	5,5
Philips	1,5	0,3
Coca-Cola	1,4	7,1
Rewe	1,3	11,8

Quelle: Die Marktforscher von Innofact erfragen im Auftrag der absatzwirtschaft die ungestützte Wahrnehmung von Markenwerbung (3 231 Befragte für August 2012). Ebiquity berechnet in Zusammenarbeit mit Research Tools die Werbevolumen in wichtigen Medien.

Samsung-Einstieg

Das **nächste neue Geschäftsfeld** nimmt sich der koreanische Konzern zur Brust: Die Samsung Electronics GmbH hat eine neue Sparte für LED-Lampen eröffnet. Das Angebot umfasst Lösungen für den privaten Gebrauch und für Geschäftskunden. Die Steuerung der Lampen soll unter anderem über Samsungs Handys und Tablets möglich sein. Der Multi, der schon seit 17 Jahren an der Technologie arbeitet, hatte kürzlich erstmals die Lampen auf der Elektronikmesse IFA in Berlin vorgestellt. ← www.samsung.com/de

Nestlé-Einsatz

An den **Nespresso-Erfolg** will Nestlé nun mit Tee anknüpfen. Der weltgrößte Lebensmittelhersteller will ab 1. November ein neues Produkt auf den Markt bringen, damit sich Verbraucher neben Kaffee auch eine Tasse Tee mit nur einem Knopfdruck zubereiten können. Der Konzern bringt seine Maschine „Special T“ in Deutschland, Österreich, Belgien, Luxemburg und in den Niederlanden in den Handel. Erfolgreich eingeführt worden war das System zuvor in Frankreich und in der Schweiz. ← www.special-t.com

Ahold-Eintritt

In **Aachen** hat der niederländische Einzelhandelskonzern Ahold die erste „Albert Heijn to go“-Filiale eröffnet. Im Nachbarland sind die Minimärkte, in denen Pendler, Angestellte und Studenten schnell und einfach etwa fertige Salate, Mahlzeiten und frische Fruchtsäfte einkaufen, längst etabliert. Das Unternehmen will mit seinem Convenience-Konzept in Deutschland Fuß fassen. Innerhalb der nächsten zwölf Monate sollen neun weitere Filialen in Nordrhein-Westfalen entstehen. ← www.albertheijntogo.nl