

Nr. 1 bei Entscheidern im Lebensmittelhandel

In eigener Sache: Die neue Focus Fachzeitschriftenstudie 2017 attestiert **medianet** erneut die Marktführerschaft.

WIEN. Die soeben erschienene jährliche Focus Fachzeitschriftenstudie 2017 bestätigt die Marktführerschaft von **medianet** – Wirtschaftszeitung nicht nur für Marketing & Sales, sondern auch für den Handel. Konkret: bei Österreichs Marke-

Studiendaten

Fachzeitschriftenstudie 2017

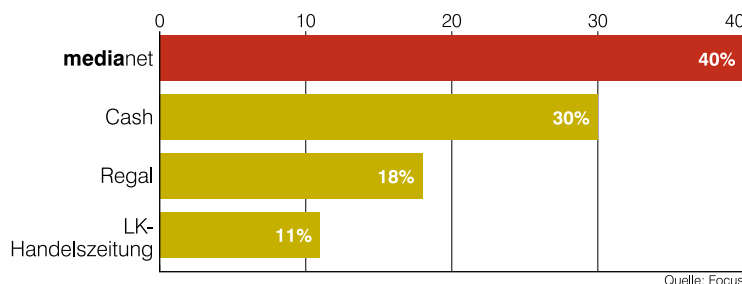
Methode Telefonische Befragung
Zielgruppe Geschäftsführer/Marketingleiter der werbetreibenden Wirtschaft
Stichprobe 1.100 Interviews (100 pro Zielgruppe)
Grundgesamtheit Werbetreibende Unternehmen der elf Zielgruppen

Abgefragte Titel Die 30 werbestärksten Fachzeitschriften des Jahres 2016 (gemessen am Bruttowerbewertung)
Erhebungszeitraum Mai 2017.
Von Media Focus Research GesmbH exklusiv für **medianet** durchgeführt.

Reichweite im Handel

Focus Fachzeitschriftenstudie 2017

medianet ist Marktführer bei jenen Personen, die in Österreich über den Einsatz von Werbegeld entscheiden (Geschäftsführer, Marketingleiter).



ting-Entscheidungssträgern, also den Geschäftsführern bzw. Marketingleitern. Die im Vorjahr errungene Nummer 1-Position von **medianet retail** konnte somit erfolgreich verteidigt werden.

medianet bringt es laut Studie auf eine Reichweite von 40% im Handel – deutlich vor den Fachmedien *Cash* (30%) und *Regal* (18%). Die aktuell bereits eingestellte *Handelszeitung* erreichte laut Focus eine Reichweite von 11 Prozent.

Drei Mrd. Euro Werbeumsatz
Die Erhebung wurde von Media Focus Research exklusiv für **medianet** durchgeführt. Den Gesamt-Werbeumsatz der

Unternehmen der werbetreibenden Wirtschaft in elf abgetesteten Branchen beziffert Focus für das Jahr 2016 mit mehr als drei Mrd. € (siehe Tabelle).

Über medianet

Die medianet group betreibt ein integriertes Business-Medienportal für die Kommunikationsbranche (Print und Online) mit dem B2B-Branchenverzeichnis und Online-Marktplatz xpert.network und dem Social Media-Portal bizbook.at sowie diversen weiteren B2B-Services.

www.medianet.at

Abgetestete Branchen

Zielgruppe	Werbetreibende Unternehmen	Werbeumsatz
Bau und Real Estate	2.996	175.455.084
FMCG	878	591.546.910
Finanzwirtschaft	350	174.569.052
Handel	4.171	706.109.145
Health Care	1.104	122.576.951
Industrie	1.267	39.152.161
Kfz	1.554	285.524.270
Medien	687	499.431.718
Telekom/EDV/Elektro	541	251.827.246
Touristik	2.663	210.054.484
Werbeagenturen	215	8.236.623
Gesamt	16.426	3.064.483.644

Quelle: Focus

Hätte Schlecker saniert werden können?

Erneute Aussage von Anton Schlecker: Rettung war möglich.

STUTTGART. Ex-Unternehmer Anton Schlecker hat bekräftigt, dass aus seiner Sicht eine Sanierung der angeschlagenen Drogeriemarktkette möglich gewesen wäre; am Erfolg eines entsprechenden Programms habe niemand Zweifel geäußert, sagte der 72-Jährige diese Woche vor dem Stuttgart Landgericht. Eine Unternehmensberatung habe vollen Einblick in alle Unterla-

gen gehabt – „alles schien positiv im Fluss zu sein“.

Das Sanierungskonzept sah demnach die Schließung von kleinen und unrentablen Filialen vor, an ihre Stelle sollten größere Märkte treten. Ähnlich hatte sich Schlecker auch in seiner ersten Aussage geäußert. Er machte keinen Hehl daraus, dass er nicht alle Vorschläge gut gefunden habe. So war er gegen

die geplante Streichung des Urlaubs- und Weihnachtsgelds im Jahr 2011 gewesen. Er sei nicht als Wohltäter verschrien gewesen, doch diese Zahlungen seien für die Mitarbeiter wichtig gewesen. „Ich hatte das ganze Unternehmerleben Weihnachts- und Urlaubsgeld ausgezahlt.“

Europas einst größte Drogeriemarktkette hatte Anfang 2012 Insolvenz angemeldet. (APA)



© AFP/Thomas Kienzie