

# Wahlwerbung 2017: Ein Stronach fehlt

Bisher gaben die Parteien laut Focus gut 15 Mio. Euro aus. 2013 ließ allein Frank Stronach 10 Millionen für Wahlwerbung springen.



© APA/Barbara Gindl

WIEN. Die politische Werbung und jene der öffentlichen Institutionen liefern – insbesondere in den Wahlperioden – einen hohen Beitrag zur Werbekonjunktur. So konnte im werblich inten-

### Qual der Wahl

So wie auch in den vorangegangenen Wahlkämpfen zählt Außenwerbung zu einem wichtigen Kommunikationskanal.

siv geführten Wahljahr 2013 ein Werbeanteil an den klassischen Bruttowerbeaufwendungen von 5,1% über das gesamte Jahr erreicht werden. (Der Anteil nur im September 2013 lag bei 11, 8%.)

Ähnlich den vorangegangenen Wahlen, zeigt sich eine zunehmende Werbekonzentration zum Wahltermin hin.

im September auf eine Bruttowerbewertung von 6,4 Mio. €. Der höchste Anteil entfällt – kumuliert über die wahlkampfinten-

## Politische Werbung nach Werbeträgern

Medium	2017	2013
Österreich	13,3%	8,1%
Kronen Zeitung	13,2%	15,9%
Kurier	7,4%	5,7%
Heute	7,3%	8,7%
Die Presse	5,8%	3,4%
NÖ Bezirksblätter	5,1%	7,2%
profil	3,7%	0,3%
NÖN	3,1%	2,7%
Woche Stmk.	3,0%	5,6%
Weekend Magazin	2,7%	1,5%
TT	2,7%	2,3%
Kleine Zeitung	2,6%	6,7%
Der Standard	2,4%	1,9%
Bezirks RS OÖ	2,3%	4,8%
OÖ Nachrichten	1,9%	2,4%

Quelle: Focus 2017

## Politische Werbung nach Parteien und Monaten

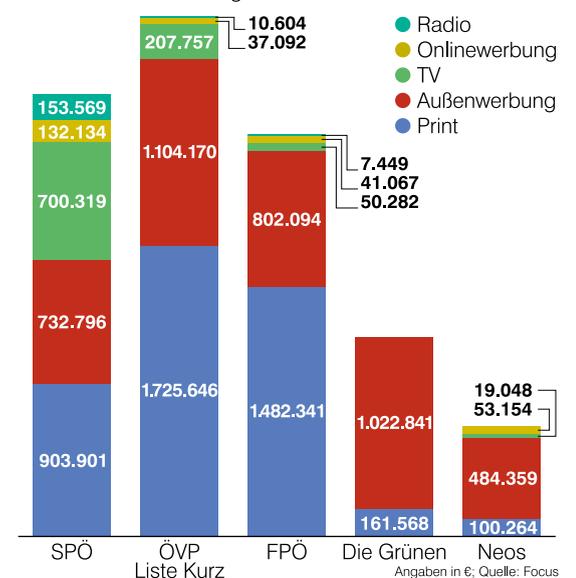
Partei	Bruttowerbewertung Jänner–Oktober 2017
ÖVP	5.773.793 €
SPÖ	3.822.949 €
FPÖ	3.752.342 €
Die Grünen	1.288.901 €
Neos	787.431 €
<b>Total</b>	<b>15.425.417 €</b>

Quelle: Focus 2017

## Politische Werbung nach Kanälen

### Wer wirbt wo

Der Kanal Außenwerbung zieht sich wie ein roter Faden durch



**Letzte Wahlwoche zählt viel**  
Die politischen Werbeaktivitäten sind in den ersten acht Monaten noch sehr zurückhaltend, steigen allerdings exponentiell