

# 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.



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

## 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

## 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.

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

## 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

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

## Politische Werbung nach Kanälen

### Wer wirbt wo

Der Kanal Außenwerbung zieht sich wie ein roter Faden durch

