

Media Focus

Werbemarkt

Trend 2007/08

**Monatlicher Trend-Bericht mit Zahlen und Informationen
zur Entwicklung der Werbemärkte in der Schweiz**

August 2007 - die Highlights:

- ▶ Guter Werbemonat August: Der Werbedruck stieg im August 2007 um 7.5% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Das kumulierte Plus seit Jahresbeginn beträgt 7.9%.
- ▶ Einige Werbemärkte haben sich im Monat August im Vergleich zum Vorjahreswert auffällig entwickelt:

Mit einem Plus von 94.6% gegenüber der Vorjahresperiode verbuchte der Schlüsselmarkt „Uhren/Schmuck“ den bisher stärksten Monatszuwachs im aktuellen Jahr und präsentiert sich als Monatsprimus. Aufgrund der relativ geringen Gesamtspendings im Vergleich zu den anderen Schlüsselmärkten reagiert der Monatstrend in diesem Produktmarkt sehr sensibel auf

grosse Werbekampagnen. Im August zeigte sich *Omega Uhren* für die werbedruckintensivste Kampagne verantwortlich. Über ein Viertel aller Spendings des Schlüsselmarktes entfallen auf dieses Produkt.

Der Schlüsselmarkt **„Telekommunikation“** investierte im Datenmonat August 20.3% (minus 2.9 Mio. CHF) weniger in die Kommunikation als in der Vorjahresperiode. Ein Blick in die Produktgruppenentwicklungen offenbart, welche Bereiche der Telekommunikation sich für den Negativtrend hauptverantwortlich zeigen. Die Einsparungen im Bereich *Fixnet* entsprechen exakt den Totaleinsparungen von 2.9 Mio. CHF im Gesamtmarkt Telekommunikation. Obwohl dieser Businessbereich von der Swisscom dominiert wird, lässt sich dieser Trend auf alle Werbungstreibenden in der Produktgruppe *Fixnet* verallgemeinern.

Mit einem Plus von 53.3% im August-Vergleich gehört die Branche **„Haushaltsartikel/-geräte (inkl. Reinigen)“** zu den Monatsgewinnern. Die prominentesten Positivtrends verzeichnen die Produktgruppen *Waschmittel* (plus 105.4%) sowie *Putz- und Pflegemittel* (plus 64.8%). Die 20 Produkte mit den höchsten Werbeausgaben im August wurden mit 6.3 Mio. CHF (plus 35.3% gegenüber Top 20 im Vorjahr) beworben und vereinen einen Anteil von 64% an den Gesamtspendings des August in diesem Schlüsselmarkt.

Die Werbemärkte **„Nahrungsmittel (+61.3%)“**, **„Politische Kampagnen (+44.0%)“**, **„Gemeinnützige Kampagnen (+42.6%)“** und **„Energie (+27.0%)“** zeigten im Werbemonat August ebenfalls ein deutliches Plus gegenüber dem Vorjahresmonat.

- ▶ Über dem Wachstumsdurchschnitt konnten für diesen Monat die Mediengruppen Kino und Fernsehen zulegen. Kumuliert auf die bisher erfassten Datenmonate Januar bis August 2007 gesehen hat die Mediengruppe Fernsehen über dem Wachstumsdurchschnitt zugelegt.
Wichtig: Die Internet Daten werden aufgrund fehlender Datenlieferungen diesen Monat nicht freigeschaltet. Bitte lesen Sie zu dieser Thematik die Pressemitteilung von Media Focus.

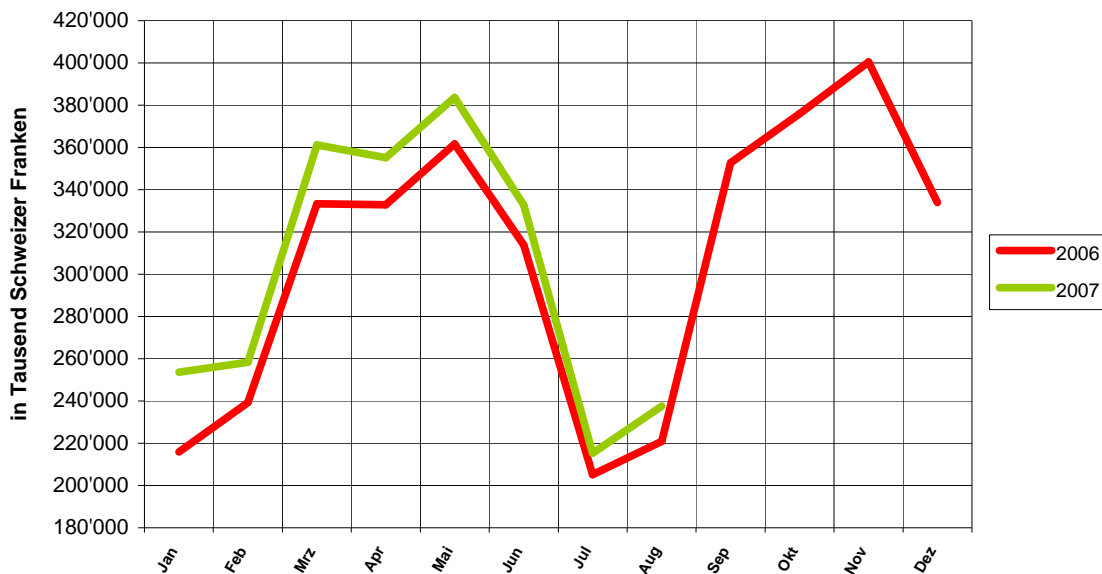
Entwicklung des Werbedrucks Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per August 2007

Monat	2006 TCHF	2007 TCHF	+/- %
Januar	215'956	253'687	17.5%
Februar	239'283	258'299	7.9%
März	333'322	361'241	8.4%
April	332'873	355'186	6.7%
Mai	361'591	383'609	6.1%
Juni	313'821	332'704	6.0%
Juli	205'174	215'272	4.9%
August	220'972	237'562	7.5%
September	352'704		
Oktober	375'848		
November	400'483		
Dezember	333'869		
year to date	2'222'992	2'397'560	7.9%

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich

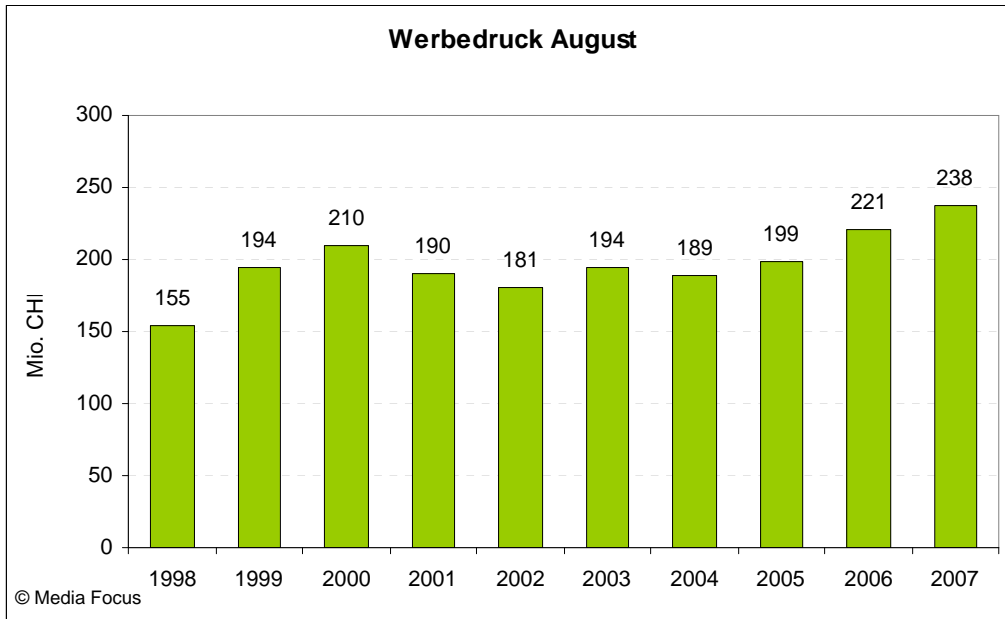
Entwicklung des Werbedrucks 2006 / 2007
in den klassischen Schweizer Werbemedien



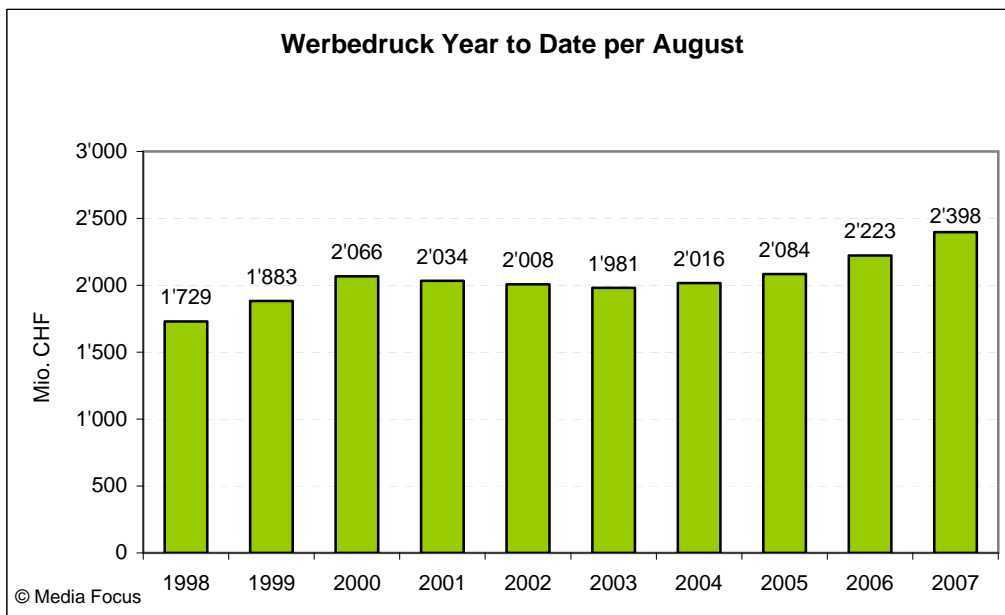
© Media Focus

Zeitliche Entwicklung der Werbedrucks

Grafik: Entwicklung des Werbedrucks im Berichtsmonat im 10-Jahresvergleich



Grafik: Entwicklung des Werbedrucks Year to Date im 10-Jahresvergleich



Entwicklung des Werbedrucks in den Werbemärkten

Tabelle: Entwicklung der Monatszahlen per August 2007

Pos.	Werbemarkt	August 2007		2007 kumuliert	
		TCHF	+/- VJ %	TCHF	+/- VJ %
Alle Märkte		237'562	7.5	2'397'560	7.9
1	Bekleidung/Freizeit/Sport	7'059	18.2	82'524	15.2
2	Dienstleistungen	14'173	15.0	136'823	19.2
3	Energie	1'598	27.0	19'033	9.5
4	Fahrzeuge	17'070	-3.6	249'606	3.9
5	Finanzen	23'202	19.0	230'028	18.5
6	Gemeinnützige Kampagnen	6'352	42.6	54'288	29.3
7	Getränke	8'797	-14.8	88'839	-5.8
8	Haushaltsartikel/-geräte	9'790	53.3	80'987	7.0
9	IT	3'872	-27.1	39'283	-5.0
10	Kosmetik/Körperpflege	15'600	1.5	153'421	25.6
11	Möbel, Haus & Garten	10'898	8.2	114'876	-1.3
12	Nahrungsmittel	22'917	61.3	223'181	31.9
13	Pharma/Gesundheit	4'617	21.0	56'545	4.7
14	Politische Kampagnen	3'745	44.0	28'239	78.1
15	Tabakwaren	234	-84.7	9'445	-67.2
16	Telekommunikation	11'220	-20.3	136'198	7.1
17	Tourismus/Verkehr	14'736	4.1	139'665	4.6
18	UE/Foto/Filme	8'366	0.7	82'594	-1.9
19	Uhren/Schmuck	2'189	94.6	29'670	13.4
20	Andere Produktgruppen	18'581	18.6	162'983	6.5
21	Sortimentswerbung*	24'447	-13.2	184'081	-12.2
22	Imagewerbung*	8'098	-6.2	95'253	4.4

* jeweils branchen- und produktmarktübergreifend

Die grössten Werbungtreibenden³ der Schweiz im August 2007

Tabelle: Top 30 der grössten Werbungtreibenden

Rang	Werbungtreibender
1	MIGROS
2	COOP
3	PROCTER & GAMBLE
4	L'OREAL
5	UBS
6	SWISSCOM
7	MANOR
8	ALDI SUISSE
9	MEDIA MARKT
10	NESTLE
11	UNILEVER
12	COCA COLA BEVERAGES
13	FUST
14	SVP
15	DIE POST
16	IKEA
17	RENAULT
18	CREDIT SUISSE
19	RECKITT-BENCKISER
20	ORANGE COMMUNICATIONS
21	MC DONALD'S
22	BEIERSDORF
23	TDC SWITZERLAND
24	FORD
25	HYUNDAI
26	HENNES + MAURITZ
27	MASTERFOODS
28	SIMIQ B.V.
29	VERBAND SCHWEIZER PRESSE
30	BUNDESAMT FUER GESUNDHEIT

96.9 Millionen CHF
= 41 % des Gesamtmarktes

³ Media Focus unterscheidet zwischen Werbung von Firmen (Hersteller und Dienstleister) und Werbung von Werbungtreibenden (Händler).

Die Markenwerbung eines Herstellers kann vom Hersteller oder durch einen Werbungtreibenden erfolgen. Die Firmen- / Produktzugehörigkeit (Beispiel: Procter & Gamble zu Ariel) wird hierdurch nicht berührt. Jedoch wird unter dem Werbungtreibenden der Händler (Beispiel: Coop bewirbt Ariel) ausgewiesen, der für das Markenprodukt wirbt.

Zu Media Focus

Media Focus misst und erfasst seit 1990 in der Schweiz den Werbedruck in den klassischen Werbemedien Print (Zeitungen/Zeitschriften), Fernsehen, Radio, Plakat, Kino, Teletext und Internet.

Die Werbestatistik von Media Focus basiert auf einer produktgenauen Erfassung für jede Werbeaktivität. Dieser Detaillierungsgrad ist in der Schweiz einmalig und erlaubt entsprechend tiefgehende Analysen aller Werbemärkte.

Media Focus bietet eine sogenannte Brutto-Werbestatistik an, welche den Werbedruck misst. „Brutto“ bedeutet, dass jede erschienene Werbeschaltung (mit Ausnahme der Werbung für Werbemedien) nach dem offiziellen Tarif des jeweiligen Werbeträgers bewertet wird. Die „Brutto“-Bewertung ist der international anerkannte Standard zur Analyse von Werbemärkten und kommt weltweit zur Anwendung.

Als Joint Venture der beiden global tätigen Marktforschungsunternehmen IHA-GfK AG und ACNielsen SA / Nielsen Media Research ist Media Focus Teil eines weltweit führenden Netzwerkes im Bereich der Werbe- und Medienforschung.

Kontakt

Media Focus
Stauffacherstrasse 28
CH-8004 Zürich

Telefon: +41 (0)43 322 17 50
Fax: +41 (0)43 322 17 55
E-Mail: info@mediafocus.ch
Web: www.mediafocus.ch