

# Media Focus

## Werbemarkt Trend

### Report 2008/04

---

**Monatlicher Report mit Zahlen und Informationen  
zur Entwicklung der Werbemärkte in der Schweiz**

---

#### **Inhalt:**

|   |   |
|---|---|
| 1. Werbemonat April 2008 – Highlights .....   | 2 |
| 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt .....                                     | 3 |
| 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten .....                            | 4 |
| 4. Sonderanalyse: Durchschnittliche Platzierungsqualität von TV-Spots pro Branche ..... | 5 |
| 5. Werbungtreibende im aktuellen Jahr .....   | 7 |
| 6. Produkte im aktuellen Jahr .....   | 8 |
| 7. TOP 10.....  | 8 |
| 8. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen.....                                 | 9 |

---

**MEDIA FOCUS**

**Stauffacherstrasse 28**

**8004 Zürich**

Tel. 043 322 17 50 Fax 043 322 17 55

info@mediafocus.ch

[www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)

---

## 1. Werbemonat April 2008 – Highlights

Sehr guter Werbemonat April: Gegenüber dem Vorjahresniveau ist der Werbedruck um 15.2% auf TCHF 410'166 gestiegen. Das kumulierte Plus seit Jahresbeginn beträgt 10.0%.

Mit einem Plus von 53.7% (5.5 Mio. CHF) gegenüber der Vorjahresperiode verbucht der Schlüsselmarkt **„Politische Kampagnen“** im April den stärksten Zuwachs.

Ebenfalls positiv im April 2008 zeigt sich wie schon im Vormonat der Bereich **„Unterhaltungselektronik / Foto / Filme“**. Mit einem Plus von 43.4% gegenüber dem Vorjahr wurden im aktuellen Werbemonat 15.4 Mio. CHF in diesen Schlüsselmarkt investiert. Besonders werbeintensiv zeigen sich die Produktmärkte *Bild- und Tonträger* (4.6 Mio. CHF) sowie *Film + Pay TV* (2.9 Mio. CHF). Den bedeutendsten Positivtrend verzeichnet der Werbemarkt *Fernseher* mit einem Zuwachs von 290.2% (2 Mio. CHF) gegenüber der Vorjahresperiode, deutlich angetrieben vom Teilmarkt *TV Flat (LCD/Plasma)* (1.9 Mio. CHF).

Zu den Gewinnern des aktuellen Werbemonats gehört zudem der Schlüsselmarkt **„Pharma / Gesundheit“**. Der Werbedruck ist im Vorjahresvergleich um 22.5% auf 9.6 Mio. CHF angestiegen. Über 71% der Werbeaktivitäten der Pharmaunternehmen entfallen auf den Produktmarkt *OTC Pharma Produkte* (6.6 Mio. CHF), allen voran der Teilmarkt *Schmerzmittel* (1.7 Mio. CHF).

Produktmarktübergreifend zeigt sich mit einem Plus von 43.3% auch der Bereich **„Imagewerbung“** als ausserordentlich werbeintensiv gegenüber der Vorjahresperiode. 19.3 Mio. CHF haben Unternehmen für Werbung ohne Produktbezug im April 2008 investiert.

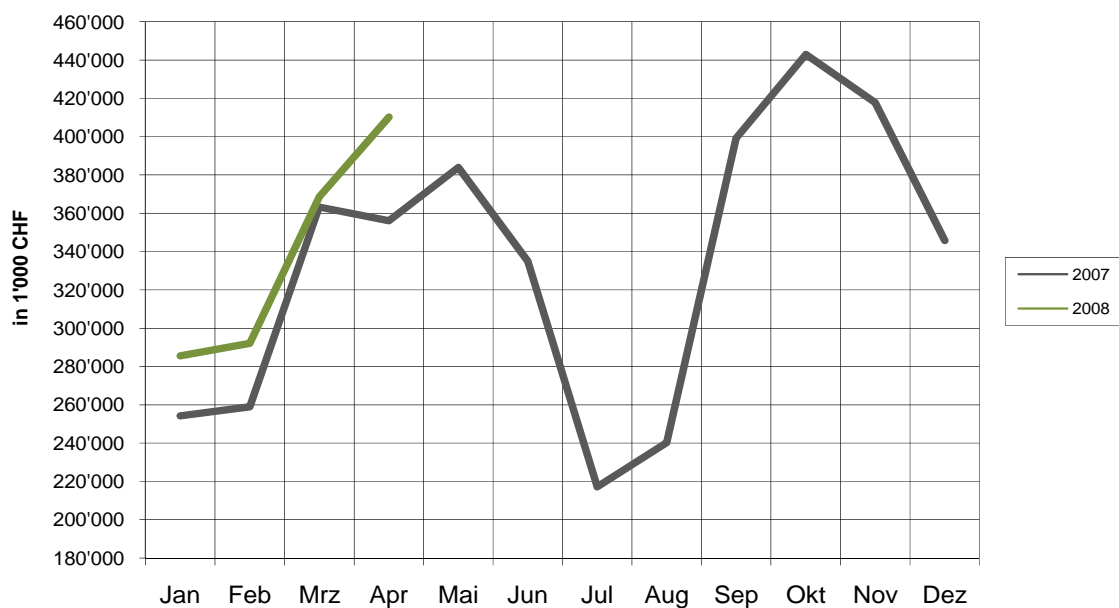
Zudem weisen die Werbemärkte **„Telekommunikation“ (+24.7%)**, **„Uhren und Schmuck“ (+23.7)** und **Haushaltsartikel/ -geräte (+19.5)** im Werbemonat April 2008 eine positive Entwicklung des Werbedrucks gegenüber der Vorjahresperiode aus.

## 2. Entwicklung des Werbedrucks im Gesamtmarkt

Tabelle: Entwicklung des Werbedrucks per April 2008

| Monat               | 2007             | 2008             | +/- %        |
|---------------------|------------------|------------------|--------------|
|                     | TCHF             | TCHF             |              |
| Januar              | 254'323          | 285'459          | 12.2%        |
| Februar             | 258'960          | 292'055          | 12.8%        |
| März                | 363'197          | 368'675          | 1.5%         |
| April               | 356'137          | 410'166          | 15.2%        |
| Mai                 | 383'847          | 0                |              |
| Juni                | 334'955          | 0                |              |
| Juli                | 217'172          | 0                |              |
| August              | 240'240          | 0                |              |
| September           | 399'240          | 0                |              |
| Oktober             | 442'869          | 0                |              |
| November            | 417'603          | 0                |              |
| Dezember            | 345'812          | 0                |              |
| <b>Year to Date</b> | <b>1'232'616</b> | <b>1'356'356</b> | <b>10.0%</b> |

Grafik: Entwicklung des monatlichen Werbedrucks im Vorjahresvergleich



### 3. Entwicklung des Werbedrucks in den Schlüsselmärkten

| Position | Werbemarkt                             | April 2008     |             | 2008 kumuliert   |             |
|----------|--|----------------|-------------|------------------|-------------|
|          |  | TCHF           | +/- VJ %    | TCHF             | +/- VJ %    |
|          | <b>Alle Märkte</b>                     | <b>410'166</b> | <b>15.2</b> | <b>1'356'356</b> | <b>10.0</b> |
| 1        | Bekleidung / Freizeit/ Sport           | 20'167         | 5.8         | 47'877           | -5.5        |
| 2        | Dienstleistungen                       | 20'823         | 10.5        | 89'543           | 17.5        |
| 3        | Energie                                | 2'672          | -10.8       | 7'889            | -13.9       |
| 4        | Fahrzeuge                              | 50'712         | 11.2        | 158'073          | 2.3         |
| 5        | Finanzen                               | 30'274         | -1.2        | 114'808          | 0.2         |
| 6        | Gemeinnützige Kampagnen                | 7'814          | 3.4         | 30'168           | 6.6         |
| 7        | Getränke                               | 12'514         | 16.6        | 42'394           | 28.3        |
| 8        | Haushaltsartikel/ -geräte              | 15'468         | 19.5        | 41'865           | -1.3        |
| 9        | IT                                     | 3'543          | -35.1       | 16'660           | -24.5       |
| 10       | Kosmetik / Körperpflege                | 28'801         | 12.2        | 83'212           | 15.7        |
| 11       | Möbel / Haus / Garten                  | 20'994         | 2.1         | 65'101           | 1.5         |
| 12       | Nahrungsmittel                         | 35'854         | 13.6        | 123'970          | 27.6        |
| 13       | Pharma / Gesundheit                    | 9'586          | 22.5        | 32'374           | 5.9         |
| 14       | Politische Kampagnen                   | 5'525          | 53.7        | 14'671           | -5.0        |
| 15       | Tabakwaren                             | 1'934          | 40.3        | 3'849            | -29.6       |
| 16       | Telekommunikation                      | 19'952         | 24.7        | 77'687           | 11.7        |
| 17       | Tourismus / Verkehr                    | 24'183         | 35.2        | 85'050           | 16.5        |
| 18       | Unterhaltungselektronik / Foto / Filme | 15'355         | 43.4        | 60'072           | 51.2        |
| 19       | Uhren / Schmuck                        | 10'766         | 23.7        | 20'545           | 31.0        |
| 20       | Andere Produktmärkte                   | 23'748         | 1.7         | 84'100           | 7.5         |
| 21       | Sortimentswerbung*                     | 30'220         | 39.9        | 103'247          | 9.5         |
| 22       | Imagewerbung*                          | 19'262         | 43.3        | 53'200           | 14.1        |

\* Branchen- und produktmarktübergreifend

#### 4. Sonderanalyse: Durchschnittliche Platzierungsqualität von TV-Spots pro Branche

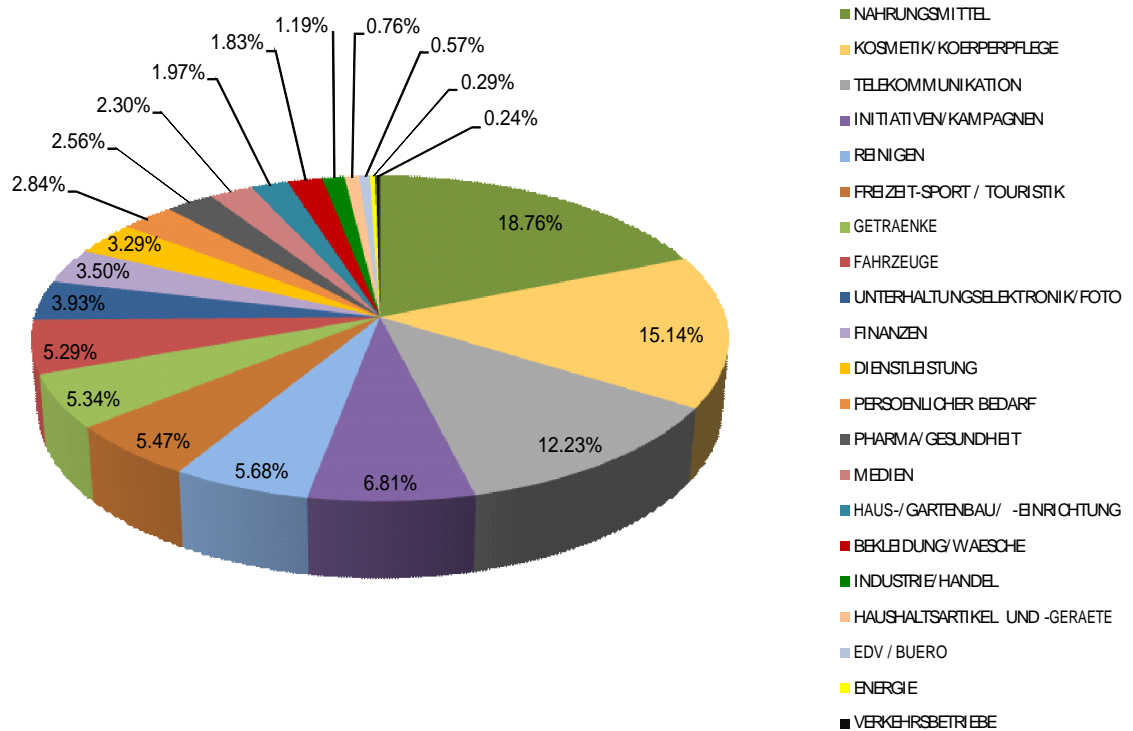


Abbildung 1:

Die Medienforschung der Schweiz in der Mediengruppe TV indiziert ausschliesslich Blockreichweiten. Positionen im Block waren in der Vergangenheit grundsätzlich nicht buchbar. Inzwischen gibt es einige Änderungen. Jedoch können nicht über alle TV-Sender hinweg Positionen im Block fix eingekauft werden. Im Jahr 2008 wurden bereits über 300'000 Fernsehspots über alle Sender ausgestrahlt. Abbildung 1 zeigt Ihnen prozentual auf, in welchen Branchen bisher am intensivsten TV-Werbung geschaltet wurde.

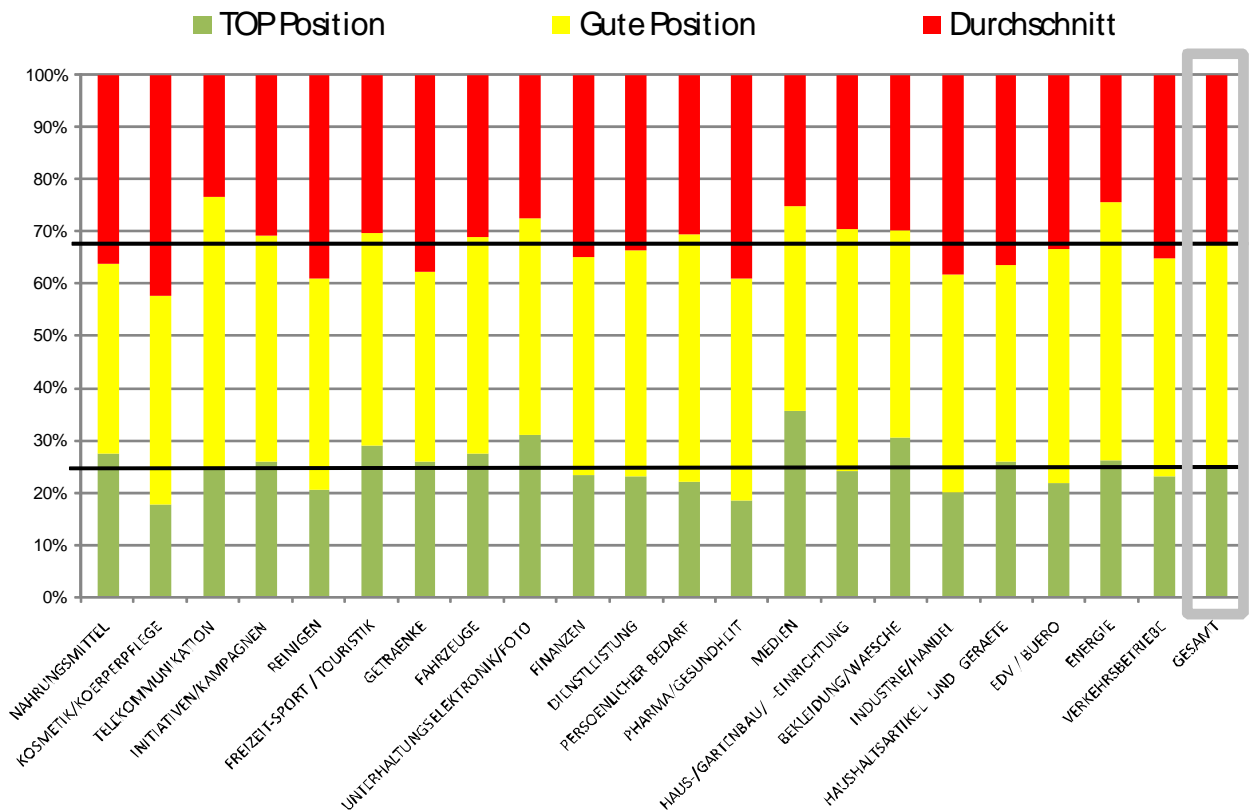
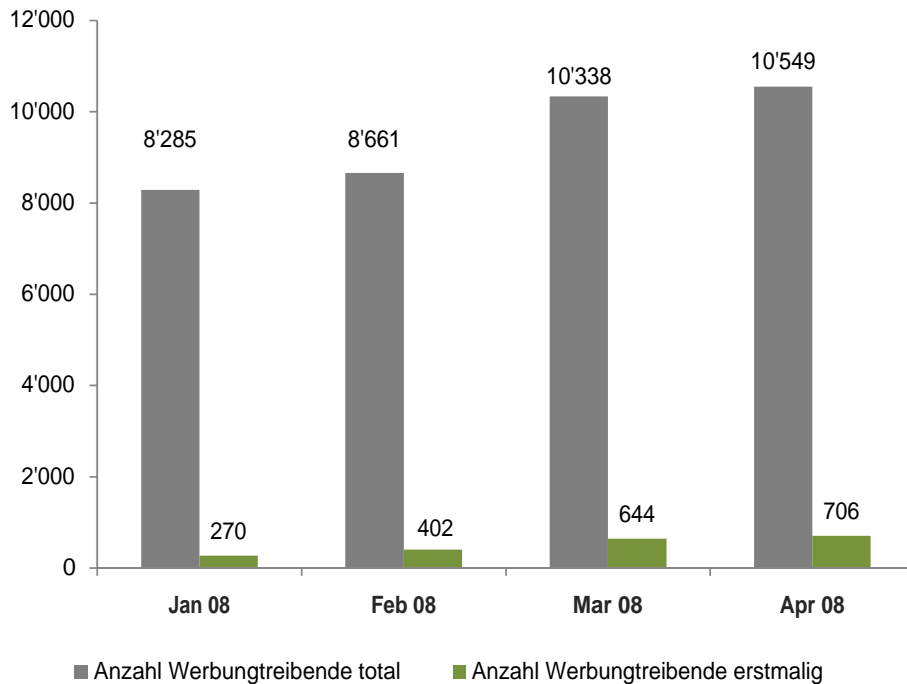


Abbildung 2:

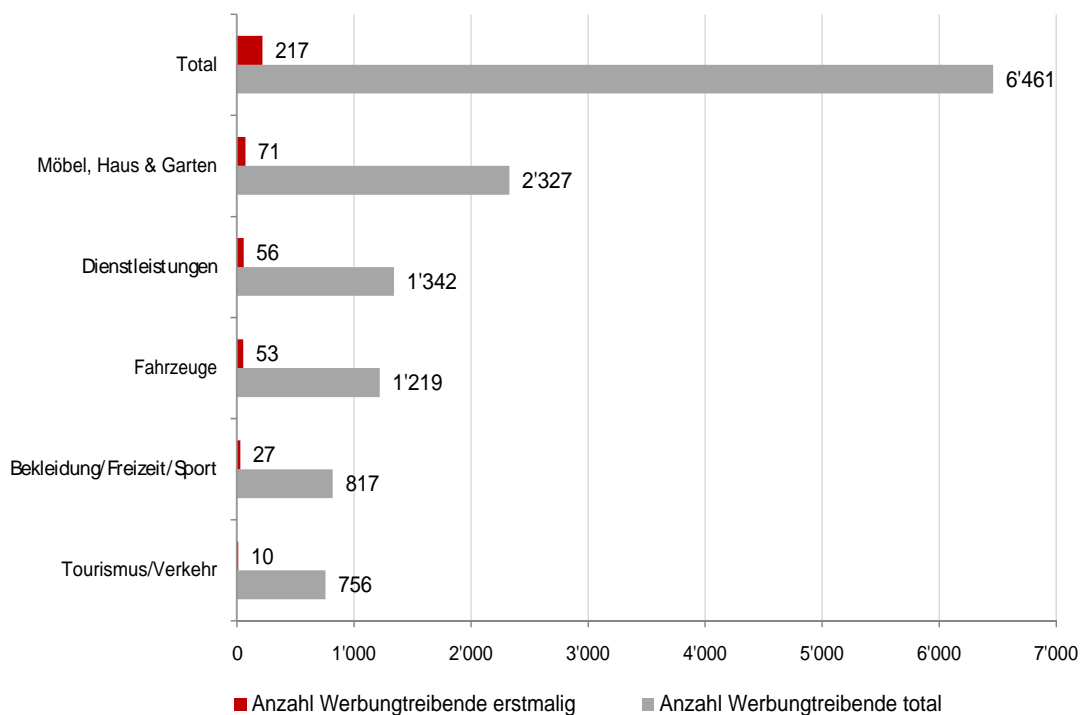
Es ist davon auszugehen, dass die effektive Leistung der Spotausstrahlung von der Position im Werbeblock abhängig ist. Die Daten von Media Focus bieten die Möglichkeit (Datenbezug Modul P3, Belegungssatzdaten) exakt zu analysieren, in welcher Position im TV-Werbeblock ein Spot ausgestrahlt wurde. In der Abbildung 2 wird eine Klassifizierung vorgenommen. Unter der Gruppe „TOP“ befinden sich alle Spots, die an erster oder letzter Position innerhalb des Werbeblocks ausgestrahlt wurden. In der Kategorie „GUT“ befinden sich alle Spots, die sich an zweiter, dritter, vorletzter oder vorvorletzter Position befanden. Die Gruppe „Durchschnitt“ beinhaltet alle anderen Positionen. Die Abbildung 2 zeigt zusammengefasst den Benchmark dieser Verteilung im Durchschnitt über alle Branchen versus der Verteilungen in ausgewählten Branchen.

## 5. Werbungtreibende im aktuellen Jahr

Entwicklung der Anzahl Werbungtreibender YTD

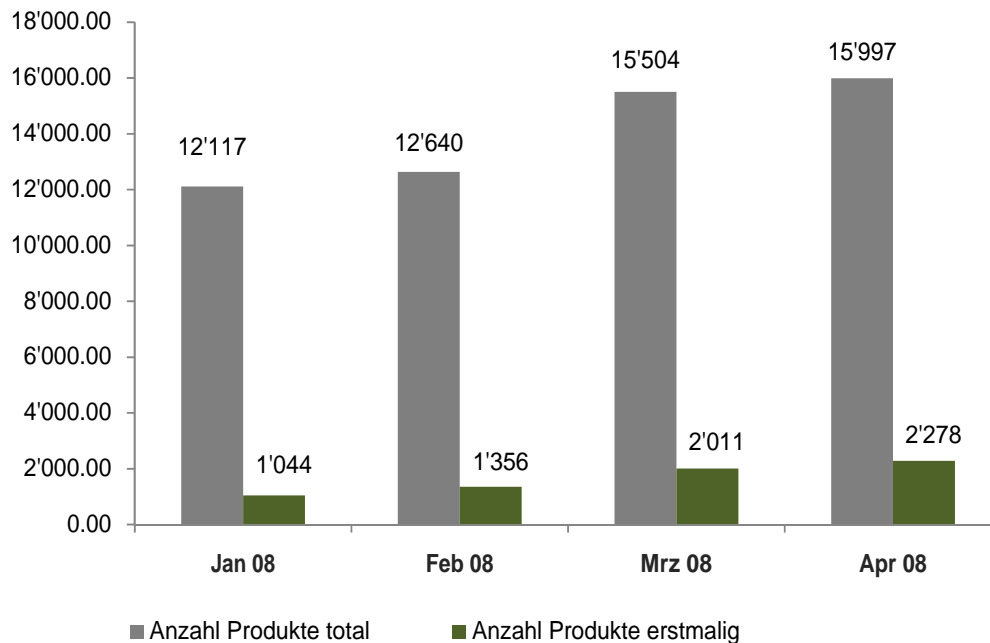


Anzahl Werbungtreibende im April 2008 [TOP 5 Schlüsselmarkte]



## 6. Produkte im aktuellen Jahr

Entwicklung der Anzahl beworbener Produkte YTD



## 7. TOP 10

Top 10 Werbungtreibende (April 2008)

| Position | Werbungtreibende* |
|----------|-------------------|
| 1        | MIGROS            |
| 2        | COOP              |
| 3        | NESTLE            |
| 4        | L'ORÉAL           |
| 5        | SWISSCOM          |
| 6        | UNILEVER          |
| 7        | RECKITT-BENCKISER |
| 8        | TELE 2            |
| 9        | IKEA              |
| 10       | PEUGEOT           |

\* Produkt-, Sortiments- und Imagewerbung

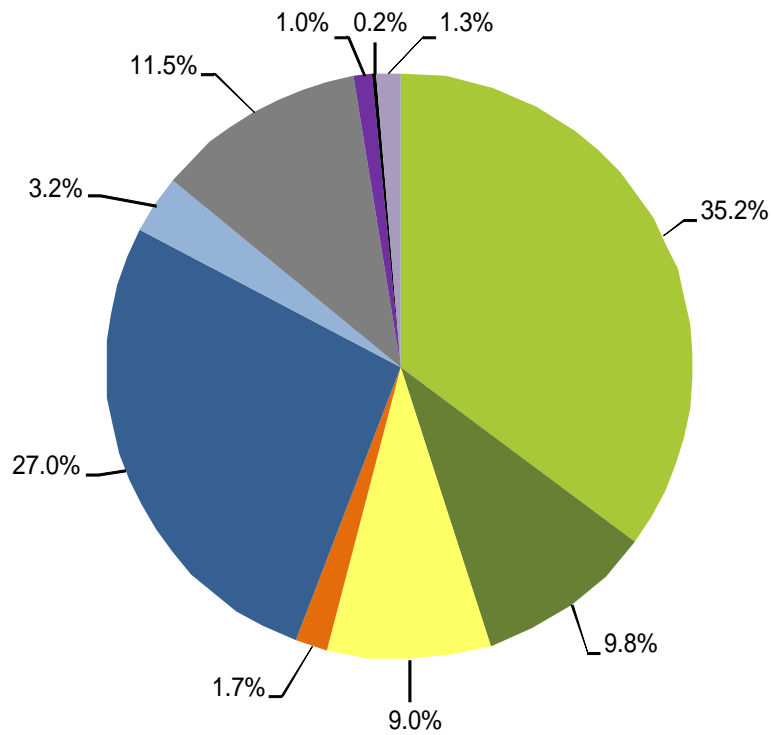
Top 10 Produkte (April 2008)











| Position | Produkte*                           |
|----------|-------------------------------------|
| 1        | TELE2 MOBILE TARIFE                 |
| 2        | IKEA STOFFE                         |
| 3        | BLUEWIN TV                          |
| 4        | PEUGEOT 207 CC                      |
| 5        | KUONI REISEN                        |
| 6        | NESPRESSO ESPRESSO-KAFFEE           |
| 7        | HYUNDAI I10 PKW                     |
| 8        | OPEL AGILA PKW                      |
| 9        | TAGE DIE DIE WELT BEWEGTEN DVD      |
| 10       | AXA WINTERTHUR FAHRZEUGVERSICHERUNG |

\* Produktwerbung [Markenführung];  
ohne Sortiments- und Imagewerbung

## 8. Verteilung des Werbedrucks in den Mediengruppen

Werbemonat April 2008



- |  |   |
|--|---|
|  Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse |  Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse |
|  Spezialpresse                                |  Fachpresse                                |
|  Fernsehen                                    |  Radio                                     |
|  Plakat                                       |  Kino                                      |
|  Teletext                                     |  Internet                                  |

## 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 Werbedruckstatistik 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](mailto:info@mediafocus.ch)  
Web: [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)